



การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

The Education, media relations, identity and design in 2D and 3D  
for natural herbal products, A case study of Thailand Institute of Medicine

คณะผู้วิจัย

มัชฌิณี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการวิจัย  
กรณพงษ์ ทองศรี ผู้ร่วมโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ 2559

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

- ชื่อเรื่อง** : การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ  
กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย
- ผู้วิจัย** : มีทธี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการ  
กรณัณพงศ์ ทองศรี
- พ.ศ.** : 2559

## บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการวิจัยนี้เป็นการศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย เป็นการออกแบบและพัฒนาารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติขึ้นมาใหม่ โดยมีการนำแนวคิดที่แสดงอัตลักษณ์ของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี เข้ามาผสมผสานตามหลักการออกแบบ

จากการศึกษาพบว่า กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี) นั้น ต้องการให้ทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์และบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการจัดตั้งสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี คือ

- 1) เกษีขกรรมไทย
- 2) นวดแผนไทย
- 3) เวชกรรมไทย

สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่พิจารณาจากความต้องการ/หรือจากยอดการจำหน่ายสูงสุดในท้องตลาด มี 4 อันดับ ได้แก่ สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง สมุนไพรอบตัว ลูกประคบสมุนไพร และสมุนไพรผงพอกหน้า

2) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ที่พิจารณาจากความต้องการทางด้านการใช้งานของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี มี 4 อันดับ ได้แก่ โปรมอชันเคาร์เตอร์ ป้ายโรลอัพ แผ่นพับ โปสเตอร์

โดยผลการวิจัย สามารถสรุปผลข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น สำหรับการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 แสดงสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่ เป็นประชาชนที่มาใช้บริการของสมาคมฯ (ร้อยละ63.00) เพศส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง (ร้อยละ70.00) ระหว่างช่วงอายุ คือ 45-54 ปี (ร้อยละ40.00) กลุ่มอาชีพ คือ รับจ้าง (ร้อยละ31.00) และระดับการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ53.00)

ตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ กลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย ระดับความพึงพอใจมากที่สุด อันดับแรก คือ ผลงานการออกแบบ “บรรจุภัณฑ์” มีความเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.73 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อันดับสอง คือ ผลงานการออกแบบ “โปรม์ชั้นเคาร์เตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.72 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อันดับสาม คือ ผลงานการวิจัยมีความน่าสนใจ และเกิดประโยชน์แก่ชุมชนสังคมเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนสภาพโดยรวมของผลงานวิจัยนี้ มีค่าเฉลี่ย 4.63 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด



**Title** : The Education, media relations, identity and design in 2D and 3D for natural herbal products, A case study of Thailand Institute of Medicine

**Author** : Mattanee Parmotmuang  
Kornpong Thongsri

**Year** : 2016

## ABSTRACT

The research project is The Education, media relations, identity and design in 2D and 3D for natural herbal products, A case study of Thailand Institute of Medicine. To design and develop a curry puff pastry product packaging. Saraburi up The concept presented by local identity of offense to the principles of packaging design.

According to a study by the packaging. Can be divided into two categories:

The study found that : Case Studies of the Institute of Medicine Thailand. (Association of Traditional Medicine Thailand Saraburi) to make the design in 2D and 3D signage products from natural herbs. Based on the purpose and role in the action. Medicine Association of Thailand. Saraburi

- 1) Pharmaceutical Thailand
  - 2) Massage Thailand
  - 3) Medical Thailand
- can be divided into two types.

1) Packaging Design Based on the needs / or from sales in the market are also ranked fourth herb relieves disease, high blood pressure Herbal Herbal steam. And herbal powder mask

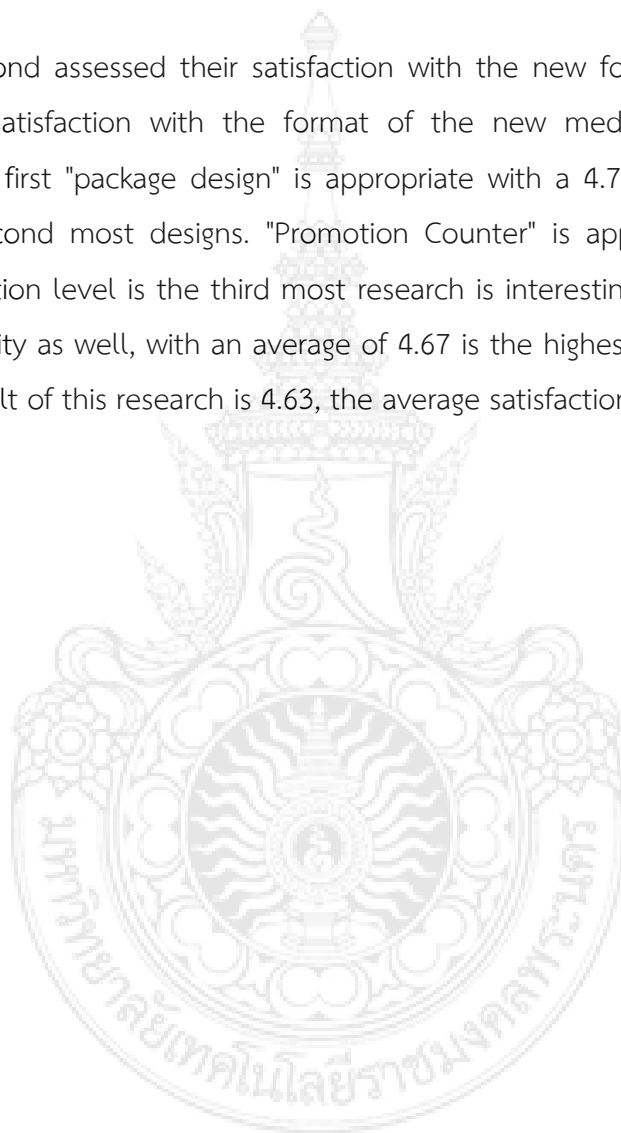
2) Design, Media Relations Based on the demand side, the use of traditional medicine associations Thailand. The offense has four such promotions counter, roll up Leaflets, posters.

The findings The results of the questionnaire to preliminary data for evaluating the satisfaction of the audience below



The first shows the status of the respondents of the target groups. Most people who use the services of the association. (63.00 percent), sex is mostly female (70.00 percent) between the ages of 45-54 years (40.00 percent), professional groups are employed (31.00 percent), and education level is lower than a bachelor's degree. (53.00 percent)

The second assessed their satisfaction with the new forms of media groups that assessed satisfaction with the format of the new media groups. The most satisfying is the first "package design" is appropriate with a 4.73 average satisfaction level is the second most designs. "Promotion Counter" is appropriate with a 4.72 average satisfaction level is the third most research is interesting. And social benefits to the community as well, with an average of 4.67 is the highest level of satisfaction. The overall result of this research is 4.63, the average satisfaction levels are highest.




## กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปี 2559 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการจัดทำโครงการวิจัยนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้การสนับสนุนในครั้งนี้ ขอขอบคุณสถาบันการแพทย์แผนไทย สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี ประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการแพทย์แผนไทยของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี ที่ได้ช่วยเหลือในการสอบถาม และสัมภาษณ์ ประกอบข้อมูลในการตอบแบบสอบถามต่าง ๆ เพื่อจะได้รวบรวมข้อมูลมาใช้ประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ช่วยกันทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่าโครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” จะเกิดประโยชน์ต่อชุมชนสังคม จากผลของการถ่ายทอดผลงานวิจัยนี้เป็นอย่างดี อนึ่งถ้าหากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยจึงใคร่ขอภัยมา ณ ที่นี้ด้วย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อไป



มัทธิณี ปราโมทย์เมือง  
กรณ์พงศ์ ทองศรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 สมมติฐานของงานวิจัย	5
1.4 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย	5
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	7
<b>บทที่ 2</b> เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการแพทย์แผนไทย	8
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	21
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	32
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาของสี	51
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์	55
2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	67
2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	70
<b>บทที่ 3</b> วิธีดำเนินการวิจัย	73
3.1 ขอบเขตของการวิจัย	73
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	76
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	79

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	80
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	80
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์	82
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม(สัมภาษณ์)ความต้องการข้อมูลเบื้องต้น สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (กลุ่มเป้าหมาย)	83
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับ การประเมินความพึงพอใจ (กลุ่มเป้าหมาย)	86
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	89
5.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ สื่อประชาสัมพันธ์	89
5.2 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก สื่อประชาสัมพันธ์	90
5.3 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อ รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่	91
5.4 ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	95
ภาคผนวก ข ภาพการเก็บข้อมูล การประเมินผล และการถ่ายทอดผลงานวิจัย	103
ภาคผนวก ค ภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณา	107
ภาคผนวก ง เอกสาร/หนังสือรับรองการนำไปใช้ประโยชน์ และการถ่ายทอดผลงานวิจัย ปีงบประมาณ 2559	113
ประวัติผู้วิจัย	122

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รูปแบบการใช้งานของการบรรจุภัณฑ์	34
2.2 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์	49
4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
4.2 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของ กลุ่มเป้าหมาย	87



## สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1 การวางแผนไทย	18
2.2 สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี	20
2.3 ประธานสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี	21
2.4 ตัวอย่างการออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์	25
2.5 ตัวอย่างการออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์	28
2.6 แผ่นพับ	29
2.7 โรลอัป	31
2.8 โพรโมชันเคาร์เตอร์	32
2.9 บรรจุภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร	35
2.10 แสดงลักษณะของวิวัฒนาการสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) ของเป๊ปซี่	48
2.11 ชาร์ตสี	51
2.12 อักษรย่อทางพลาสติก	58
2.13 ซองอูมิเนียมฟอยล์	60
2.14 การเคลือบลามิเนตบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป	61
2.15 ระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไป	69
2.16 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ	70
2.17 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	70
3.1 แผนผังแสดงขั้นตอนการกระบวนการวิจัย	78

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกระแสนิยมในการดูแลสุขภาพด้วยการแพทย์แผนไทยเป็นที่ยอมรับกันเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนวดไทย หรือการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพในรูปแบบสมุนไพรเดี่ยวหรือสูตรตำรับยาสมุนไพร ทั้งนี้เนื่องจากการแพทย์แผนไทยเป็นการดูแลและส่งเสริมสุขภาพแบบการแพทย์องค์รวม คือ มองมิติทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อสมดุลแห่งสุขภาพ นั้นหมายถึงการดูแลสุขภาพตามแนวคิดทฤษฎีการแพทย์แผนไทย จึงมิได้เป็นการแยกกายและใจออกจากสังคมและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นการมองแบบองค์รวม

การแพทย์แผนไทย จึงเป็นศาสตร์หนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพคนไทย และการดูแลรักษาอาการเจ็บป่วยของคนไทย ซึ่งอยู่คู่กับสังคมไทยมาตั้งแต่โบราณกาล เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่ได้ทดลองและปฏิบัติจริงเห็นผลจริงแล้วจึงได้ถ่ายทอดสืบต่อกันมา การแพทย์แผนไทยมีประวัติและวิวัฒนาการควบคู่กันมากับประวัติศาสตร์ของชนชาติไทย ดังจะเห็นได้จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เช่น สมัยสุโขทัย มีการค้นพบศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงมหาราชที่ได้บันทึกไว้ว่า ทรงสร้างสวนสมุนไพรขนาดใหญ่บนเขาหลวงหรือเขาสรรพยา เพื่อให้ราษฎรได้เก็บสมุนไพรไปใช้รักษาโรคภัยเจ็บป่วย สมัยอยุธยาโดยเฉพาะใน สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชมีการรวบรวมตำรายาต่างๆ ซึ่งเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์การแพทย์แผนไทย เรียกว่า “ตำราพระโอสถพระนารายณ์”

“พืชสมุนไพร” จึงเป็นผลผลิตจากธรรมชาติหรือเป็นพืชที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่คนไทยรู้จักนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์เพื่อการรักษาอาการเจ็บป่วยตั้งแต่โบราณกาลแล้ว พืชสมุนไพรนอกจากจะใช้เป็นยาในการรักษาอาการเจ็บป่วยแล้ว ยังใช้ประโยชน์เป็นอาหาร เครื่องดื่ม อาหารเสริม เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอางค์ได้อีกด้วย แต่หลังจากที่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้ามากขึ้น มีการสังเคราะห์และผลิตยาจากสารเคมีในรูปที่ใช้ประโยชน์ได้ง่ายสะดวกสบายในการใช้มากกว่า สมุนไพร ทำให้ความนิยมในการใช้ยาสมุนไพรลดลง เป็นเหตุให้ความรู้ด้านสมุนไพรขาดการพัฒนาไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร

ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชที่มีคุณค่าทางสมุนไพรมากมายเพียงแต่พืชชนิดใดจะมีคุณค่าทางยามากน้อยว่ากันเท่านั้นมีองค์ความรู้

เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษ ในการนำพืชสมุนไพรมาใช้ในการรักษาบรรเทาอาการเจ็บป่วย และการดูแลสุขภาพพียงขาดแต่เพียงการค้นคว้าวิจัยในทางที่เป็นวิทยาศาสตร์ เพื่อนำสมุนไพรมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ประกอบกับปัจจุบันไม่มีหน่วยงานใดของรัฐที่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับสมุนไพรโดยเฉพาะ จะมีก็แต่เพียงกระทรวงสาธารณสุข ได้ดำเนินการโครงการสมุนไพรกับสาธารณสุขมูลฐานโดยเน้นการนำสมุนไพรมาใช้บำบัดรักษาโรค ในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐมากขึ้น และส่งเสริมให้ปลูกพืชสมุนไพรเพื่อใช้ภายในหมู่บ้าน อันเป็นการสนับสนุนให้มีการใช้สมุนไพรมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งยังไม่เพียงพอ เนื่องจากพืชสมุนไพรจัดเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่ง ที่ต่างประเทศกำลังหาทางลงทุน และคัดเลือกสมุนไพรไทยไปสกัดหาตัวยา เพื่อรักษาโรคบางโรค และมีหลายประเทศที่นำสมุนไพรไทยไปปลูกเพื่อการค้า ประกอบในปี พ.ศ.2558 อาเซียนจะดำเนินไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ในด้านของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน และจะมีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุนเงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี ผู้บริโภคสามารถเลือกสรรสินค้าบริการได้อย่างหลากหลายภายในภูมิภาค และสามารถเดินทางในอาเซียน ได้อย่างสะดวกและเสรีมากยิ่งขึ้น

การประชาสัมพันธ์ จึงนับเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดความน่าสนใจ ขณะเดียวกัน ทั้งรูปแบบและสื่อที่ใช้ได้มีการปรับตัวสูง ต่างมุ่งเน้นการสร้าง ความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ องค์กร และงานเพื่อสังคมต่างมุ่งสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม เนื้อหาที่สื่อสารจะเน้นการรับรู้และเข้าใจ ตลอดจนความผูกพันที่มีต่อลูกค้าโดยการประชาสัมพันธ์จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารในการตลาดและการรณรงค์มากยิ่งขึ้น ในขณะที่สื่อที่ใช้ก็มีการปรับตัวที่สูงมากเช่นกัน

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเครื่องมือหรือตัวกลางที่สำคัญที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต ไปยังกลุ่มลูกค้าที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในเวลาอันรวดเร็ว ดังนี้

1. เพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด
2. เพื่อเพิ่มการใช้สินค้าของผู้บริโภค
3. เพื่อเพิ่มยอดขาย
4. เพื่อสร้างภาพพจน์ของบริษัท
5. เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าหันไปซื้อของผู้แข่งขัน



6. เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค
7. เพื่อสนับสนุนวิธีการขายอย่างอื่น
8. เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่อยู่ห่างไกล

การโฆษณา จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญ คือเพื่อเพิ่มยอดขาย เพื่อใช้ในการแนะนำสินค้าตัวใหม่ เพื่อเป็นเครื่องมือในการช่วยพนักงานขายให้ขายสินค้าได้ง่ายขึ้น กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่นิยมนำมาใช้ในการทำตลาดในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ การส่งเสริมการขาย (Promotion) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำตลาดมากยิ่งขึ้น จุดประสงค์ของการนำกลยุทธ์การส่งเสริมการขายมาใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น โดยการอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการโฆษณาต่างๆ นั้นเอง

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการโฆษณา ประกอบด้วย 5 สื่อใหญ่ ๆ ดังนี้

1. สื่อบุคคล ใช้กันอย่างแพร่หลาย และได้ผลดี ต้นทุนต่ำมาก
2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ แคตตาล็อก วารสาร นิตยสาร บรรจุกัณฑ์ ฯลฯ
3. สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
4. สื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นป้ายคัทเอาท์ ป้ายบิลบอร์ด ป้ายไวเนล ป้ายสามมิติ (ไตรวิชชั่น) เคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ ชั้นจัดแสดงสินค้า บูธจัดแสดงสินค้า ฯลฯ
5. สื่อโสตทัศน์ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ฯลฯ

การอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้จำหน่าย จะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าด้วยกลยุทธ์ที่เป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาด ที่เปรียบเสมือนกับการมีพนักงานขายเงียบ (The silent salesman) เข้ามาช่วยส่งเสริมให้สินค้าเป็นที่ยอมรับ และเกิดการจดจำ จนสามารถพัฒนากลายเป็นความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty) ที่ผู้ซื้อมีต่อตราสินค้าในที่สุด (สินีนาถ เลิศไพรวิน. 2537 : 4)

สถาบันการแพทย์แผนไทย ในฐานะหน่วยงานราชการที่มีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาการแพทย์แผนไทยได้จัดทำโครงการพัฒนายาไทยครบวงจร เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐและเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพปัญหาสุขภาพ โดยอยู่ภายใต้โครงการพัฒนายาไทยครบวงจร ซึ่งมีจุดร่วมโครงการ ดังนี้

1. เพื่อเป็นแหล่งผลิตและพัฒนาวัตถุดิบสมุนไพรที่ปลูกใช้ในพื้นที่ได้มาตรฐาน
2. เพื่อเป็นแหล่งรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง
3. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการผลิตยาไทยอย่างครบวงจร

4. เพื่อสนับสนุนงานผลิตยาสมุนไพรของสมาคมให้ดำเนินงานอย่างมีระบบอย่างราบรื่น
5. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนงานด้านรักษาสุขภาพและอนามัย

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปในกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นบุคลากรของสถาบันฯ และประชาชนทั่วไปที่มารับบริการของสถาบันฯ ในการมีส่วนร่วมของขั้นตอนของกระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ฯ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ในประเภทต่างๆ ของรูปแบบทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ ของผลิตภัณฑยาสมุนไพรจากธรรมชาติ โดยจากการสำรวจและพูดคุยกับสถาบันการแพทย์แผนไทย พบปัญหาและอุปสรรค ดังต่อไปนี้

1. ทางสถาบันการแพทย์แผนไทย ไม่มีตราสัญลักษณ์ (โลโก้) ที่มีจะสามารถถ่ายทอดความหมายได้ตรงกับลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์
2. บรรจุภัณฑยาสมุนไพรแบบเดิม มีปัญหาทางด้านกายภาพ คือ ทางสถาบันการแพทย์แผนไทย จะได้ซื้อโครงสร้างของตัวบรรจุภัณฑสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมาใช้ ทำให้บรรจุภัณฑไม่เกิดความเหมาะสมทางด้านขนาดสัดส่วนการใช้งานบางครั้งเล็ก บางครั้งใหญ่เกินไป
3. กราฟิคนบรรจุภัณฑเดิม ยังใช้เป็นป้ายฉลากสินค้าที่เป็นกระดาษ ปรี้นมาติดลงบนภาชนะ ไม่มีการแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑที่ชัดเจน
4. การออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑเดิม ที่แสดงบนฉลากสินค้าของบรรจุภัณฑยังไม่เหมาะสม ไม่สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ภายใน ที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดความเหมาะสมสวยงาม
5. สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ยังมีน้อย และมีจำนวนจำกัด ไม่หลากหลาย ทำให้การประชาสัมพันธ์ที่เกิดไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ครอบคลุมเท่าที่ควร เช่น แผ่นพับ โฉนด
6. สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ยังมีน้อยมาก และที่มีในการออกแบบป้ายก็ยังไม่น่าสนใจ ไม่สวยงาม เพราะใช้บุคลากรที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในงานด้านการออกแบบฯ โดยตรงเป็นการใช้บุคลากรที่มีอยู่ในสถาบันการแพทย์แผนไทย มาทำแทนทำให้การนำเสนอองานผลิตภัณฑไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษา

ของสถาบันการแพทย์แผนไทย” เนื่องจากการทำประชาสัมพันธดังกล่าวนี้ จะเป็นการสื่อสารถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร และการให้บริการด้านต่างๆในการแพทย์แผนไทย ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วไป ให้รับรู้ได้ในเวลาอันรวดเร็วให้ทราบและรู้ข้อมูลได้ดีขึ้น และเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การให้บริการปรึกษาด้านสุขภาพอนามัย การให้บริการด้านแพทย์แผนไทย การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรต่าง ๆ โดยเป็นการเพิ่มยอดจำหน่าย ซึ่งประเด็นสำคัญสำหรับการทำการวิจัยนี้ เพื่อต้องการให้เป็นที่ยอมรับจกแก่ประชาชนทั่วไป ถึงการให้บริการภายในหน่วยงานสถาบันแห่งนี้เพิ่มมากยิ่งขึ้นและช่วยยกระดับ-เพิ่มยอดจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร โดยมีการนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและชนิดของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรมาใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อการศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

1.2.2 เพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

## 1.3 สมมติฐานของงานวิจัย

ทฤษฎี สมมติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

- สมมติฐาน
- กลุ่มเป้าหมาย มีทัศนคติความพึงพอใจต่อรูปแบบลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ ในการทำประชาสัมพันธ์ และเป็นการเพิ่มยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร และบริการของสถาบันการแพทย์แผนไทย

## 1.4 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

- กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” ใช้แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีวราพงศ์ วราชาติอุดมพงศ์ เรื่อง การออกแบบกราฟิก และประเด็นการรับรู้ตามหลักการออกแบบกราฟิกสิ่งพิมพ์ของศิริพร ปีเตอร์

## 1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบต่ายาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

### 1.5.1 ตัวแปรที่ทำการศึกษา

#### 1) ตัวแปรต้น ได้แก่

- รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบต่ายาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี)

#### 2) ตัวแปรตาม ได้แก่

- ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบต่ายาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) ดังนี้

- ด้านโครงสร้างของสื่อประชาสัมพันธ์

- ด้านกราฟิกของสื่อประชาสัมพันธ์

- ความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบต่ายาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) ดังนี้

- ด้านโครงสร้างของสื่อประชาสัมพันธ์

- ด้านกราฟิกของสื่อประชาสัมพันธ์

### 1.5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชากรภายในสมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี และประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสมาคมฯ จำนวน 300 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรภายในสมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี และประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสมาคมฯ จำนวน 200 คน

### 1.5.3 ขอบเขตขั้นตอนการศึกษาการวิจัย

1) ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเอกสาร

เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย”

- 2) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3) การแจกและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
- 4) วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเบื้องต้น
- 5) การออกแบบ-การพัฒนาารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติฯ
- 6) การทดสอบ-การประเมินผลรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติฯ (ด้านการใช้งาน/ด้านกราฟิก)
- 7) การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย
- 8) เขียนและจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

#### 1.5.4 ขอบเขตการออกแบบ (ต้นแบบ) สื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ

ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติฯ ของงานวิจัย

- |                                      |               |
|--------------------------------------|---------------|
| - บรรจุภัณฑ์                         | จำนวน 4 ผลงาน |
| - แผ่นพับ                            | จำนวน 1 ผลงาน |
| - โปสเตอร์                           | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ป้ายโรลอัพ                         | จำนวน 1 ผลงาน |
| - โปรโมชันเคาร์เตอร์ (จัดแสดงสินค้า) | จำนวน 1 ผลงาน |

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

- 1.6.1 นำผลการวิจัยฯ ไปใช้ประโยชน์ทางงานวิชาการ
- 1.6.2 เป็นการเผยแพร่ผลงานวิจัยต่อสาธารณะชนผ่านทางมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่าง ๆ
- 1.6.3 ได้ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบของการศึกษาอัตลักษณ์สำหรับใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต้นแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

1.6.4 เป็นทางเลือกในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย เพื่อนำไปใช้ต่อยอดในการผลิตสื่อฯ ต่ัวจริงสำหรับใช้งานต่อไปได้ในอนาคต

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” ได้มีการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการแพทย์แผนไทย
- 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาของสี
- 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
- 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการแพทย์แผนไทย

##### 2.1.1 ประวัติการจัดตั้งสถาบันการแพทย์แผนไทย

เนื่องจากระบบการแพทย์แผนปัจจุบันเพียงระบบเดียวไม่สามารถแก้ปัญหาสุขภาพ ได้อย่างครอบคลุม จึงต้องการวิธีการที่หลากหลายในการแก้ปัญหาสุขภาพอนามัย โดยเฉพาะระบบการแพทย์แผนไทยซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของสังคมไทย

ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี ได้มีการวางแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การศึกษาและสาธารณสุขในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยการ ส่งเสริมให้มีการดำเนินการพัฒนาภูมิปัญญาด้านการรักษาพยาบาลแบบพื้นบ้าน เช่น แพทย์แผนไทย สมุนไพรและการนวด ประสานเข้ากับระบบบริการสาธารณสุข

และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ได้มีการสนับสนุนการพัฒนาเภสัชกรรมไทยและการแพทย์แผนไทยอย่างจริงจัง ฉะนั้นในปี พ.ศ. 2532 กระทรวงสาธารณสุขโดยมติเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีได้จัดตั้ง "ศูนย์ประสานงานการแพทย์และเภสัชกรรมไทย" ขึ้นเป็น

องค์กรประสานงานการพัฒนาการแพทย์แผนไทย สังกัดสำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข แต่ด้วยความจำกัดของขนาดและโครงสร้างขององค์กร และความจำกัดทางด้านงบประมาณ ทำให้องค์กรมีอาจรองรับการพัฒนาการแพทย์แผนไทยอย่างเต็มที่

ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุขจึงได้จัดตั้ง "สถาบันการแพทย์แผนไทย" เป็นหน่วยงานระดับกอง สังกัดกรมการแพทย์ ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2536 เพื่อเป็นศูนย์กลางการพัฒนาการประสานงาน การสนับสนุน และความร่วมมือด้านการแพทย์แผนไทย

ต่อมาเมื่อพระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยได้มีการประกาศใช้ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2542 ซึ่งในมาตรา 12 ของพระราชบัญญัตินี้ได้กล่าว ได้รับความรู้ให้มีสถาบันการแพทย์แผนไทยในสำนักงานปลัดกระทรวง โดยให้มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับการคุ้มครองและส่งเสริมการศึกษาอบรม การศึกษาวิจัย และพัฒนาภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร รับผิดชอบในงานธุรการและงานวิชาการของคณะกรรมการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย

ต่อมาในปี 2544 นโยบายรัฐบาลปัจจุบันภายใต้การนำของ พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร แถลงต่อรัฐสภาเมื่อ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 ให้งานแพทย์แผนไทยเป็นนโยบายด้านสาธารณสุข ในข้อ 10.1 ว่าด้วยการส่งเสริม และพัฒนาการจัดระบบองค์ความรู้และมาตรฐานด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือกสมุนไพรและสมุนไพร เพื่อนำไปใช้ในระบบบริการสุขภาพของรัฐอย่างมีคุณภาพ และปลอดภัยซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหลัก 1 ใน 18 ภารกิจของกระทรวงสาธารณสุข อันจะนำไปสู่การพัฒนา ให้ประชาชนมีสุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจด้วยยุทธศาสตร์แห่งชาติที่ตนเองนับเป็นนิมิตหมายที่ดีที่รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญ และมีการพัฒนา งานการแพทย์แผนไทยอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

และสืบเนื่องจากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2545 โดยรัฐบาลกำหนดความจำเป็นและขอบเขตเกี่ยวกับการปฏิรูประบบราชการ จึงมีผลทำให้เกิดมีการปฏิรูปโครงสร้างบทบาทภารกิจ อัตรากำลังด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกขึ้น โดยโอนหน่วยงานสถาบันการแพทย์แผนไทยศูนย์ความร่วมมือการแพทย์แผนไทย - จีน และศูนย์ประสานงานการแพทย์ทางเลือก มาสังกัดกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกที่ตั้งขึ้นใหม่ ตาม พ.ร.บ.ระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2545 และ พ.ร.บ. ปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 (วันที่ 3 ตุลาคม 2545) และกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมพัฒนาการ แพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข (วันที่ 9 ตุลาคม 2545)

## 2.1.2 ความหมายและความเป็นมาของวิชาชีพแพทย์แผนไทย

### 1) ความหมายของวิชาชีพแพทย์แผนไทย

ความหมายของวิชาชีพแพทย์แผนไทย สามารถแบ่งออกเป็นวิชาชีพและการแพทย์แผนไทย สามารถให้ความหมายของคำทั้งสองได้ ดังนี้

#### 1.1 วิชาชีพ

วิชาชีพ ความหมายตามพจนานุกรมราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง วิชาที่จะนำไปใช้ในการประกอบวิชาชีพ เช่น วิชาแพทย์ วิชาช่างไม้ วิชาช่างยนต์

วิชาชีพ ความหมายตามพจนานุกรมฉบับมติชน พ.ศ. 2547 หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เช่น วิชาช่างทั้งหลาย หรือตามรากศัพท์มาจาก วิชา + อาชีพ คือ อาชีพที่ต้องอาศัยความรู้ที่ได้จากการฝึกฝนเล่าเรียนวิชาชีพ มาจากคำภาษาอังกฤษ Professional หมายถึง อาชีพปฎิญญาณ คือ อาชีพที่ต้องมีการปฎิญญาณ ซึ่งได้แก่ อาชีพนักบวช แพทย์ ครู เป็นต้น ดังนั้น วิชาชีพต้องเป็นอาชีพที่ต้องอาศัยความรู้ การฝึกฝนประสบการณ์ ตลอดจน คุณธรรม จริยธรรม หรือ จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

#### 1.2 การแพทย์แผนไทย

การแพทย์แผนไทย ความหมายตามพระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 หมายถึง การประกอบโรคศิลปะตามความรู้หรือตำราแบบไทยที่ถ่ายทอดและพัฒนาสืบต่อกันมา หรือตามการศึกษาจากสถานศึกษาที่คณะกรรมการรับรอง โดยที่การประกอบโรคศิลปะ หมายถึง การประกอบวิชาชีพที่กระทำหรือมุ่งหมายจะกระทำต่อมนุษย์เกี่ยวกับการตรวจโรค การวินิจฉัยโรค การบำบัดโรค การป้องกันโรค การส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพ การผดุงครรภ์แต่ไม่รวมถึงการประกอบวิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุขอื่นตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นๆ กล่าวโดยสรุป การแพทย์แผนไทยต้องเป็นการประกอบโรคศิลปะที่อาศัยการถ่ายทอดจากครูรับมอบตัวศิษย์ หรือเป็นการศึกษาจากสถาบันการศึกษาที่คณะกรรมการรับรอง ประกอบด้วย 2 นัยยะนั่นเอง

การแพทย์แผนไทย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 หมายความว่า กระบวนการทางการแพทย์เกี่ยวกับการตรวจ วินิจฉัย บำบัดรักษา หรือป้องกันโรค หรือการส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพของมนุษย์ หรือสัตว์ การผดุงครรภ์ การนวดไทย และให้หมายความรวมถึงการเตรียมการผลิตยาแผนไทย และการประดิษฐ์อุปกรณ์ และเครื่องมือทางการแพทย์ทั้งนี้โดยอาศัยความรู้หรือตำราที่ได้ถ่ายทอดและพัฒนาสืบต่อกันมา

สรุป วิชาชีพแพทย์แผนไทย ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ข้อ ได้แก่

- ความรู้
- การฝึกฝนทักษะและประสบการณ์เฉพาะ
- คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ



วิชาชีพแพทย์แผนไทย หมายความว่า การประกอบอาชีพที่ต้องอาศัย ความรู้ จากตำราแบบไทยที่ถ่ายทอดและพัฒนาสืบต่อกันมา หรือจากสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนการแพทย์แผนไทย มีการฝึกฝนทักษะและประสบการณ์เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์แผนไทยอันได้แก่ เวชกรรมไทย เกษัชกรรมไทย การผดุงครรภ์ไทย หรือการนวดไทย และต้องมีคุณธรรม จริยธรรม หรือจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพกำกับด้วย

### 2.1.3 การแพทย์แผนไทยในสมัยรัตนโกสินทร์

ภายหลังการเสียกรุงศรีอยุธยา ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2310 ตำราวิชาการแขนงต่าง ๆ รวมทั้งการแพทย์แผนไทยถูกทำลายและสูญหายไปมาก เมื่อพระเจ้าตากสิน ตั้งราชธานีแห่งใหม่ที่ กรุงธนบุรี ก็ยังพัวพันอยู่กับการศึกสงครามที่ยังไม่สงบเรียบร้อย การฟื้นฟูวิทยาการต่างๆ จึงเป็นไปได้ยาก

สมัยรัชกาลที่ 1 เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรือง เริ่มฟื้นฟูวิทยาการต่าง ๆ สำหรับการแพทย์และยังคงการรักษาตามแบบโบราณที่สืบเนื่องกันมาแต่ครั้งสมัยอยุธยา ได้ทรงปฏิสังขรณ์วัดโพธาราม หรือวัดพระเชตุพน ฯ เป็นจุดเริ่มมีวิวัฒนาการของการแพทย์แผนไทย ได้โปรดให้มีการจารึกตำรายาและฤกษ์ตัดตนไว้ตามศาลาราย มีการจัดตั้งกรมหมอโรงพระโอสถคล้ายกับในสมัยอยุธยา ผู้ที่รับราชการ เรียกว่า หมอหลวง ส่วนหมอที่รักษาประชาชนทั่วไป เรียกว่า หมอราษฎร์ รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เน้นความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างครูกับศิษย์ และทรงโปรดให้วัดพระเชตุพน ฯ เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ เพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชน

สมัยรัชกาลที่ 2 มีการรวบรวมตำรายาจากพระราชอาคันตุกะ ข้าราชการ ตลอดจนราษฎร ซึ่งหมอหลวงได้ตรวจสอบและจดตำราไว้ในโรงพระโอสถ เรียกว่า ตำราพระโอสถ ครั้งรัชกาลที่ 2 นอกจากนี้ยังทรงได้ปฏิสังขรณ์วัดราชโอรสาราม (วัดจอมทอง) อำเภอบางขุนเทียน และทรงให้จารึกตำรายา ตำราหมอนวด และตำรายาวางปลิงในแผ่นหินติดตามกำแพงแก้วของพระวิหารและโบสถ์ และมีการรวบรวมเป็นจารึกตำรายาวัดราชโอรส นอกจากนี้ยังมีการตรากฎหมาย ชื่อว่า กฎหมายพนักงานพระโอสถถวายให้อำนาจในการค้นหาพระโอสถในแผ่นดินผู้ใดคัดค้านไม่ได้ และมีหน้าที่ในการปรุงยา โดยจัดเป็นศิลปะและศาสตร์ชั้นสูง เจ้าพนักงานพระโอสถต้องได้รับความไว้วางพระราชหฤทัย มีหน้าที่ปรุงยาด้วยความสัตย์ซื่อ และละเอียดถี่ถ้วนมีความรับผิดชอบสูง จำกัอยู่ในตระกูลที่สืบทอดเป็นมรดกตกทอดเท่านั้น

สมัยรัชกาลที่ 3 ได้ทรงปฏิสังขรณ์ วัดพระเชตุพนฯ อีกครั้งมีพระราชประสงค์ที่จะได้เลือกสรรตำราต่าง ๆ ให้จารึกตำรายาไว้ในแผ่นศิลาวัดพระเชตุพน ฯ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลต่าง ๆ สำหรับมหาชน โดยไม่เลือกชั้นวรรณะ ประกอบด้วย ภาพเขียน รูปปั้น ตำรายา ตำราหมอนวดพร้อมรูป 30 คู่ วิชาเภสัชสมุนไพร รูปปั้นฤกษ์ตัดตน 80 ท่า แผ่นจารึกสมุฏฐานโรค วิธีรักษาโรคเด็กและผู้ใหญ่ และโปรดเกล้า ฯ ให้มีโรงเรียนแพทย์แผนโบราณ วัดพระเชตุพน ฯ จัดพิมพ์ตำรายาศิลาจารึกวัดพระเชตุพนฯ เพื่อรักษาต้นฉบับเดิมมิให้สูญหาย สามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ วิชาบริหารร่างกาย (ฤกษ์ตัดตน) วิชาเวชศาสตร์ วิชาเภสัช และวิชาแผนนวด แบ่งออกหมวดหมู่อย่างสมบูรณ์

ภาพรวมของการแพทย์แผนไทย ถือว่ามีการพัฒนาว่าในสมัยกรุงศรีอยุธยา นอกจากนี้ในสมัยรัชกาลที่ 3 การแพทย์แผนตะวันตกเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการแพทย์และสาธารณสุข โดยมีชนนารีชาวอเมริกัน “หมอบรัดเลย์” เป็นผู้ริเริ่มการปลูกฝีป้องกันโรคไข้ทรพิษ ซึ่งได้ผลดี มีการใช้ยาควินินแก้ไข้จับสั่น โดยกรมวงศาธิราชสนิท เป็นแพทย์คนแรกที่เอายาฝรั่งมาใช้รักษาโรค

สมัยรัชกาลที่ 4 มีการวาดภาพถ้ำขี้ดัดตนไว้ที่ศาลาโรงวัดมัชฌิมาวาส (วัดกลาง) อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 40 ท่า และเป็นยุคแห่งการเปิดประเทศ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงมุ่งพัฒนาตามอย่างตะวันตก ในสมัยของพระองค์ พระบรมวงศานุวงศ์และขุนนางชั้นผู้ใหญ่ เริ่มนิยมการแพทย์ตะวันตก เช่น สูติกรรม แต่สำหรับราษฎรทั่วไปยังนิยมการแพทย์แผนไทยในการรักษาความเจ็บไข้ได้ป่วย เพราะการแพทย์แผนไทยถือว่าเป็นจารีต ประเพณี วัฒนธรรม และยังคงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของคนไทย

สมัยรัชกาลที่ 5 พระองค์ได้เห็นความสำคัญและเสื่อมถอยของการแพทย์แผนไทย จึงโปรดเกล้าให้มีการฟื้นฟูการแพทย์แผนไทย ชำระตำราแพทย์แผนไทย ที่กระจัดกระจายตามที่ต่าง ๆ นำมารวมกันและตรวจสอบให้ตรงกับต้นฉบับเดิม รวมเรียกว่า “เวชศาสตร์ฉบับหลวง” โปรดเกล้าตั้งศิริราชพยาบาล โดยมีพระราชประสงค์ให้เป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่ป่วยไข้และให้ได้รับการรักษาตามควรแก่ฐานะ ซึ่งให้การรักษาพยาบาลตามแบบตะวันตกและแพทย์แผนไทยรักษาควบคู่กันไป ตามแต่ความสมัครใจของคนไข้ที่จะเลือกรับบริการ ต่อมาได้ทรงตั้งโรงเรียนฝึกหัดแพทย์ เรียกว่า “โรงเรียนแพทยากร” ต่อมาได้ยกขึ้นเป็นโรงเรียนราชแพทยาลัย หลักสูตรการศึกษา 3 ปี ประกอบด้วย แพทย์แผนตะวันตกและแพทย์แผนไทย ได้แก่ วิทยาศาสตร์พื้นฐาน วิทยาศาสตร์การแพทย์ และวิชาการเกี่ยวกับแพทย์แผนไทย ได้แก่ ธาตุวินิจฉัย สมุฏฐานวินิจฉัย ธาตุอภิญญาณ อสุรินทญาณ ธาตุ ปฐมจินดา โรคนยา และวิชาหมอนวด และในรัชกาลที่ 5 ยังมีการจัดตั้งโอสถศาลา เพื่อจำหน่ายและผลิตยาไทย 10 ชนิด ได้แก่ ยาหอมอินทจักร ยาหอมนาวโกฐ ยาเทพจิตตรารมย์ ยานารายณ์ ถอนจักร ยากำลักราชสีห์ ยาอุทัย ยาสุขไสยาสน ยาปถวีธาตุพิการ ยาจันทลีลา และยาธาตุบรรจุนอกจากตำราเวชศาสตร์ฉบับหลวงแล้ว ยังมีตำราอื่น ๆ ที่ปรากฏในสมัยนั้น ได้แก่ ตำราแพทย์ศาสตร์สงเคราะห์ฉบับหลวง ตำรายาพระองค์เจ้าสายสนิทวงศ์ แพทย์ศาสตร์สงเคราะห์ของโรงเรียนราชแพทยาลัย ตำราแพทย์ศาสตร์สงเคราะห์ของเวชศาสตร์สโมสร ตำราเวชศาสตร์วิวัฒนาการของท่านเจ้าคุณประเสริฐศาสตร์ธำรง (หมอหนู) และตำราแพทย์ศาสตร์สังเขปหรือเวชศึกษาของพระยาพิศณุ

สมัยรัชกาลที่ 6 ปรากฏว่านักเรียนแพทย์และประชาชนเลื่อมใสในการแพทย์ตะวันตกมากขึ้น การแพทย์ไทยจึงถูกลดทอนบทบาทและหมดโอกาสในการถ่ายทอดความรู้ในโรงเรียนแพทย์ในที่สุด มาใน พ.ศ. 2466 จึงมีการคุมการประกอบโรคศิลปะขึ้น ด้วยพระราชบัญญัติการแพทย์ พระพุทธศักราช 2466 พระราชบัญญัติฉบับนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสวัสดิภาพของประชาชน ให้ความคุ้มครองป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับประชาชน อันเนื่องมาจากการประกอบวิชาชีพโดยผู้ที่ไม่มีความรู้และมิได้ฝึกหัด และพระราชบัญญัติการแพทย์ให้ ถือว่าการประกอบโรคศิลปะตามค่านิยมในมาตรา 3

ถือว่าเป็นการประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ ซึ่งคำว่า “วิชาชีพ” ให้คำนิยามถึง องค์ประกอบของ วิชาชีพนั้นควรประกอบด้วย ความรู้ ความบริสุทธิ์ของประกาศนียบัตร และให้หมายรวมถึง คุณธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพด้วย มีปรากฏให้เห็นในเนื้อความของกฎหมายพระราชบัญญัติดังกล่าว ให้คำ นิยามองค์ประกอบวิชาชีพ ประกอบด้วย ความรู้ ความบริสุทธิ์ของปริญญาบัตร และให้หมายรวมถึง คุณธรรมจรรยาบรรณในวิชาชีพ และให้คำนิยามโรคศิลปะ หมายความว่า การบำบัดโรคทางยา และ การการผ่าตัด รวมทั้งการผดุงครรภ์ การช่างฟัน การสัตวแพทย์ การปรุงยา การพยาบาล การนวด หรือการรักษาคนบาดเจ็บโดยประการใด ๆ โดยที่จะประกอบโรคศิลปะต้องได้ขึ้นทะเบียนและได้รับ ใบอนุญาตตามพระราชบัญญัติดังกล่าว ดังนั้นตามพระราชบัญญัติการแพทย์ พระพุทธศักราช 2466 การแพทย์แผนไทยจึงเป็นส่วนหนึ่งของวิชาชีพทางการแพทย์ โดยยังไม่มีแบ่งเป็นการแพทย์แผน ปัจจุบันและการแพทย์แผนโบราณ

สมัยรัชกาลที่ 7 ประเทศไทยได้พัฒนาเข้าสู่แบบตะวันตกรวมถึงระบบการแพทย์และ สาธารณสุขของไทย การแบ่งดังกล่าวเป็นการปิดกั้นการพัฒนาการแพทย์แผนไทย แต่ยังคงมีการผลิต ยาแผนไทย โดยกองโอสถศาลาจนถึง พ.ศ.2484 จึงเลิกผลิต นับเป็นการยุติบทบาทการแพทย์แผนไทย ซึ่งให้บริการโดยรัฐอย่างสิ้นเชิง พระองค์ได้ตรากฎหมายเสนาบดี แบ่งการประกอบโรคศิลปะ ออกเป็น แผนปัจจุบันและแผนโบราณโดยกำหนด

ประเภทแผนปัจจุบัน คือ ผู้ประกอบโรคศิลปะโดยนำความรู้จากตำราอันเป็นหลักวิชา โดยสากลนิยม ซึ่งดำเนินและจำเริญขึ้นการศึกษาตรวจค้นและทดลองของผู้รู้ในทางวิทยาศาสตร์

ประเภทแผนโบราณ คือ ผู้ประกอบโรคศิลปะโดยอาศัยความสังเกต ความชำนาญอัน ได้สืบทอดกันมาเป็นที่ตั้งหรืออาศัยตำราอันมีมาแต่โบราณมิได้ดำเนินไปในทางวิทยาศาสตร์

สรุปได้ว่า การประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ แบ่งออกเป็นวิชาชีพแพทย์แผนปัจจุบัน และวิชาชีพแพทย์แผนโบราณซึ่งวิชาชีพการแพทย์แผนโบราณ จะบ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นการแพทย์ของไทย อาศัยความรู้จากตำราที่มีมาแต่โบราณหรือการเรียนสืบทอดกันมา มิใช่การค้นคว้าทดลอง หรือวิเคราะห์ วิจัยตามหลักวิทยาศาสตร์และการเล่าเรียนสืบทอดกันมาหรือความรู้จากตำรานั้น หมายถึง ความเป็นมา หรือศึกษาจากตำราที่เป็นของไทยเท่านั้น

สมัยรัชกาลที่ 8 มีพระบรมราชโองการให้ตราพระราชบัญญัติควบคุมการประกอบโรค ศิลปะ พุทธศักราช 2479 ขึ้นใช้บังคับใช้แทนพระราชบัญญัติการแพทย์ พระพุทธศักราช 2466 เพื่อ บำรุงมาตรฐานการประกอบโรคศิลปะและเพื่อสวัสดิภาพของประชาชน โดยพระราชบัญญัติควบคุม การประกอบโรคศิลปะ พุทธศักราช 2479 ได้บัญญัติความหมาย ของคำว่า “โรคศิลปะ” หมายความว่า กิจการใดๆอันกระทำโดยตรงต่อร่างกายมนุษย์ในการบำบัดโรค ซึ่งรวมถึงการตรวจโรค และป้องกัน โรคต่างๆ ในสาขาต่างๆ 7 สาขา ได้แก่ เวชกรรม ทันตกรรม เภสัชกรรม การพยาบาล การผดุงครรภ์ กายภาพบำบัดและเทคนิคการแพทย์

โดยแบ่งแผนการประกอบโรคศิลปะเป็นแผนปัจจุบันและแผนโบราณ ให้คำนิยาม

“การประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน” หมายความว่า การประกอบโรคศิลปะโดยอาศัยความรู้อันได้ศึกษาตามหลักวิทยาศาสตร์ มี 4 สาขา ได้แก่ ทันตกรรม เภสัชกรรม กายภาพบำบัด และเทคนิคการแพทย์

“การประกอบโรคศิลปะแผนโบราณ” หมายความว่า การประกอบโรคศิลปะโดยอาศัยความรู้จากตำรา หรือการเรียนสืบต่อกันมา อันมิใช่การศึกษาตามหลักวิทยาศาสตร์ มี 3 สาขา ได้แก่ เวชกรรม เภสัชกรรม และผดุงครรภ์ นอกจากนี้ในสมัยพระองค์มีการตั้งกระทรวงสาธารณสุขเพื่อรวบรวมกิจการแพทย์ทุกแขนงเข้ามารวมในกระทรวงใน พ.ศ. 2485

สมัยรัชกาลที่ 9 พระองค์ท่านเป็นผู้จุดประกายให้แก่วงการการแพทย์แผนไทย เมื่อครั้งเสด็จวัดพระเชตุพน ฯ ทรงมีพระราชปรารภว่าวัดพระเชตุพน ฯ นับเป็นแหล่งรวบรวมตำราแพทย์แผนไทย อันได้แก่ เวชกรรม เภสัชกรรม ผดุงครรภ์ และการนวด ทำให้เกิดมีการจัดตั้งโรงเรียนแพทย์แผนโบราณ ได้ก่อตั้งขึ้นที่วัดพระเชตุพน ฯ

ในปี พ.ศ. 2500 นับแต่นั้นสมาคมต่าง ๆ ก็ได้แตกสาขาออกไป ปัจจุบันมีโรงเรียนและสมาคมแพทย์แผนโบราณที่มีการดำเนินงานอยู่ดังนี้ โรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพน ฯ สมาคมเภสัชและอายุรเวชโบราณแห่งประเทศไทย (วัดสามพระยา) สมาคมแพทย์แผนโบราณแห่งประเทศไทย (วัดมหาธาตุ) และสมาคมแพทย์แผนโบราณแห่งประเทศไทย (วัดปรินายก) โดยสมาคมเหล่านี้มีหน้าที่ถ่ายทอดและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนโบราณ และเปิดบริการรักษาผู้ป่วยโดยใช้ยาสมุนไพร และวิธีการนวด

ในปี พ.ศ. 2525 ศาสตราจารย์นายแพทย์ อวย เกตุสิงห์ ได้ก่อตั้งอายุรเวทวิทยาลัยจากมูลนิธิฟื้นฟูส่งเสริมการแพทย์ไทยเดิม เพื่อผลิตแพทย์อายุรเวท ซึ่งเป็นแพทย์แผนโบราณที่สามารถใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ได้ รับผู้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใช้เวลาเรียน 3 ปี นับเป็นก้าวแรกของการศึกษาการแพทย์แผนไทยในระบบสถาบันการศึกษามาตรฐาน จากนั้นในปี พ.ศ. 2530 พระราชบัญญัติควบคุมการประกอบโรคศิลปะ พุทธศักราช 2479 (ฉบับแก้ไข) ได้แบ่งการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณออกเป็น การประกอบโรคศิลปะแผนโบราณทั่วไป และการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณประยุกต์ จะเห็นว่าการประกอบวิชาชีพการแพทย์ สามารถแบ่งได้เป็นการแพทย์แผนปัจจุบัน การแพทย์แผนโบราณทั่วไป และการแพทย์แผนโบราณแบบประยุกต์

ในปี พ.ศ. 2536 กระทรวงสาธารณสุขได้จัดตั้งสถาบันการแพทย์แผนไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางพัฒนา ประสานงาน การสนับสนุน และความร่วมมือด้านการแพทย์แผนไทย

ในปี พ.ศ. 2542 ได้มีการยกเลิกพระราชบัญญัติควบคุมการประกอบโรคศิลปะ พุทธศักราช 2479 มีพระราชบัญญัติโปรดเกล้า ฯ ให้ตราพระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 ทำให้การแพทย์แผนโบราณเปลี่ยนชื่อเป็น สาขาการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วยประเภทเวช

กรรมไทย เกษัตริกรรมไทย การผดุงครรภ์ไทย และการนวดไทย (เพิ่มภายหลังการประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2544) และยังประกอบด้วยสาขาการแพทย์แผนไทยประยุกต์

และต่อมาในปี พ.ศ. 2545 มีการปฏิรูประบบราชการโดยโอนหน่วยงานสถาบันการแพทย์แผนไทย ศูนย์ความร่วมมือการแพทย์ไทย-จีน และศูนย์ประสานงานการแพทย์ทางเลือก มาสังกัดกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีนโยบายส่งเสริม อนุรักษ์ ค้ำครองภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย การศึกษาวิจัยและพัฒนาการแพทย์แผนไทย ตลอดจนนโยบายการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือกและปัจจุบันจะเห็นว่าวิชาชีพการแพทย์แผนไทย เริ่มมีการศึกษาในระบบสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะระดับมหาวิทยาลัยในส่วนกลาง ได้แก่ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และมหาวิทยาลัยรังสิต ส่วนในภูมิภาค ได้แก่ มหาวิทยาลัยสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าวิชาชีพการแพทย์แผนไทยมีการพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้เป็นมาตรฐานในวิชาชีพ

#### 2.1.4 ความสำคัญของวิชาชีพแพทย์แผนไทย

องค์ประกอบของวิชาชีพแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะและประสบการณ์และคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ จะเห็นว่าผู้ที่ประกอบอาชีพทางด้านแพทย์แผนไทยได้ต้องมีความรู้และประสบการณ์เฉพาะ อาศัยการฝึกฝนหาประสบการณ์จนเกิดความชำนาญ ความแม่นยำในศาสตร์ของตน ในกรณีนี้ก็คือแพทย์ไทยที่เก่งมีความสามารถ วินิจฉัยและรักษาโรคได้ถูกต้องตามหลักวิชา นอกจากนี้ยังต้องมีคุณธรรม จริยธรรมกำกับ เหมือนเป็นอาภรณ์ของแพทย์ทำให้นอกจากเป็นแพทย์ที่เก่งมีความชำนาญ ยังเป็นแพทย์ที่ดีสมกับวิชาชีพแพทย์ที่ได้รับยกย่องและยอมรับของคนในสังคม

ดังนั้นความสำคัญของวิชาชีพแพทย์แผนไทย ย่อมมีความสำคัญในเรื่องของการแก้ไขปัญหาสภาพ ปัญหาสาธารณสุขของประเทศ และยังมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์และฟื้นฟูองค์ความรู้การแพทย์แผนไทย ซึ่งถือว่าเป็นองค์ความรู้ของชาติ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา เราสามารถแบ่งระดับความสำคัญของวิชาชีพแพทย์แผนไทย ได้เป็น 4 ระดับ คือ ความสำคัญในระดับประเทศ ระดับสังคม ระดับวิชาการ และระดับชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) ความสำคัญในระดับประเทศ

วิชาชีพแพทย์แผนไทยถือได้ว่าเป็นภูมิปัญญาแห่งชาติ เป็นเอกลักษณ์หรือมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ควบคู่มาพร้อมกับสังคมไทย เป็นองค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านการเรียนรู้พัฒนา และถ่ายทอดสืบทอดกันในวิถีชีวิตของคนไทยอย่างสมดุลกับสภาพแวดล้อม และเหมาะสมกับยุคสมัย การแพทย์แผนไทยมีลักษณะเป็นองค์รวม ประกอบด้วย กาย จิต สังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มี

ความสัมพันธ์เชื่อมโยง สามารถสะท้อนออกมาใน 3 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมหรือชุมชน และความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ภูมิปัญญาและปรัชญาการดำรงชีวิต นอกจากนี้รากฐานการแพทย์แผนไทยยังมีเอกลักษณ์และคุณค่าที่โดดเด่น มีการสืบทอดและวิวัฒนาการตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ ผูกพันกับวิถีชีวิต พิธีกรรม ความเชื่อ อันได้แก่ ไสยศาสตร์ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ ผสมผสานกับระบบการแพทย์พื้นบ้าน ซึ่งเป็นการแพทย์ประสบการณ์อันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น กับการแพทย์แผนไทย ที่มีรากฐานการแพทย์อายุรเวทของอินเดีย กับพระพุทธศาสนา จะเห็นว่าการแพทย์แผนไทยเป็นการแพทย์ที่มีการหล่อหลอม ถ่ายทอดทางวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก เลือกรสร และการพัฒนาองค์ความรู้ ดังนั้นการแพทย์แผนไทยจึงนับว่าเป็นภูมิปัญญาแห่งชาติ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น อันเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย เมื่อองค์การอนามัยโลก (WHO) กำหนดให้ทุกประเทศ จะต้องกำหนดนโยบายของชาติให้มีการแพทย์แผนโบราณหรือแพทย์พื้นบ้านกับงานสาธารณสุขมูลฐานประกอบกับการพัฒนาของการแพทย์แผนปัจจุบันหรือการแพทย์แผนตะวันตก เป็นระบบความรู้ที่มีรากฐานวิทยาศาสตร์แบบลดส่วน ศึกษาองค์ประกอบที่เล็ก (ทฤษฎีเชื้อโรค) แบ่งแยกจิตใจออกจากร่างกายเด็ดขาด แต่การแพทย์แผนไทยหรือการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ จะมองความเจ็บป่วยเป็นองค์รวม มีความใส่ใจรายละเอียดของผู้ป่วยแต่ละรายทั้ง กาย จิตใจ และสังคม ตรงกับการส่งเสริมสุขภาพแนวใหม่ ที่เรียกว่า “การสร้างเสริมสุขภาพ” คือ กระบวนการที่ช่วยให้ผู้คนสามารถควบคุม และเพิ่มพูนสุขภาพให้กับตนเอง เสริมให้มีสุขภาพะทางกาย จิต และสังคม ไปสู่การมีร่างกายแข็งแรง จิตใจที่สมบูรณ์อายุยืนยาวและคุณภาพชีวิตที่ดีตามกฎบัตรออตตาวาที่เน้น “กระบวนการ” และ “ควบคุม” ด้วยกฎบัตรออตตาวา 5 ประการ คือ นโยบายสาธารณะ การสร้างสิ่งแวดล้อม กิจกรรมชุมชน การสร้างทักษะและการปรับทิศทางบริการสุขภาพ ดังนั้นการแพทย์แผนไทยจึงเป็นแนวทางการสร้างเสริมสุขภาพ เพราะเป็นการรักษาที่ได้ผลแล้วยังสามารถถ่ายทอดให้ผู้ป่วยสามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง ถือได้ว่าการแพทย์แผนไทยเกิดผลดีต่อสุขภาพ และการเพิ่มพลังอำนาจให้แก่ผู้ปฏิบัติ จึงตรงกับหลักการของการสร้างเสริมสุขภาพ

## 2) ความสำคัญในระดับสังคม

ความสำคัญในระดับสังคม จะเน้นกลไกการควบคุมวิชาชีพแพทย์แผนไทย เพื่อความปลอดภัยของผู้ป่วยในสังคม ประกอบด้วยกฎหมาย องค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานรัฐ และหน่วยงานเอกชน

### 2.1 กฎหมาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพแพทย์แผนไทยโดยตรง ได้แก่

- พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 ของกองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข
- พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ของกองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข

- พระราชบัญญัติ พ.ศ. 2510 ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 ของกลุ่มงานคุ้มครองภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

2.2 หน่วยงานรัฐ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการควบคุมวิชาชีพการแพทย์แผนไทย และคุ้มครองผู้บริโภค ได้แก่

- กองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข จะดูแลการสอบขึ้นทะเบียน ควบคุมการประกอบโรคศิลปะ การอนุญาตเปิดสถานพยาบาล และพิจารณาหลักสูตรการแพทย์แผนไทย และการแพทย์แผนไทยประยุกต์ ของสถาบันการศึกษาทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์แผนไทยประยุกต์
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ดูแลเกี่ยวกับโรงงานยา ผลิตยานำเข้ายา และร้านขายยาแผนโบราณ การขอขึ้นทะเบียนตำรับยาแผนโบราณ เป็นต้น
- สถาบันการแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข เป็นองค์กรหลักในการพัฒนาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร การสร้างเสริมสุขภาพของประชาชน การถ่ายทอดความรู้ ส่งเสริมและสนับสนุนการให้บริการการแพทย์แผนไทย รวมทั้งการคุ้มครองภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย
- กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่หลักดังนี้ คือ
  - ส่งเสริมการพึ่งตนเองของประชาชน
  - การอนุรักษ์ คุ้มครอง ภูมิปัญญาด้านการแพทย์แผนไทย
  - ศึกษาและวิจัยการแพทย์แผนไทย
  - พัฒนาบุคลากรด้านการแพทย์แผนไทย
  - พัฒนาและส่งเสริมระบบบริการการแพทย์แผนไทย
  - สนับสนุนการผลิตยาไทย สมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพร
  - การพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนการแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือก
  - การกำหนดมาตรฐานการแพทย์แผนไทย และการคุ้มครองผู้บริโภค

### 2.3 หน่วยงานเอกชน

การแพทย์แผนโบราณหรือการแพทย์แผนไทยมีการรวมกลุ่มในรูปสมาคม ชมรมแพทย์แผนไทย ได้แก่ สมาคมแพทย์แผนโบราณแห่งประเทศไทย (วัดปรินายก) สมาคมเภสัชและอายุรเวชโบราณแห่งประเทศไทย (วัดสามพระยา) สมาคมแพทย์แผนโบราณแห่งประเทศไทย (วัดมหาธาตุ) สมาคมแพทย์เภสัชกรรมโบราณแห่งประเทศไทย (นคร บางยี่ขัน) โรงเรียนและสมาคมแพทย์แผนโบราณแห่งประเทศไทยวัดโพธิ์ มีบทบาทคือ

- ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนโบราณ ฝึกอบรมตัวศิษย์
- เปิดบริการสถานพยาบาล โดยใช้ยาสมุนไพรและการนวด
- เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแพทย์แผนโบราณให้กับประชาชนหน่วยงานเอกชนอื่นๆ

### 3) ความสำคัญในระดับวิชาการ

จะเห็นว่าการแพทย์แผนไทยมีการพัฒนา มีมาตรฐานในวิชาชีพสังเกตได้จากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพแพทย์แผนไทยที่มีการยกเลิก ปรับให้สอดคล้องเหมาะสมกับวิชาชีพแพทย์แผนไทย นอกจากนี้สถาบันที่ใช้ในการศึกษาเล่าเรียนและถ่ายทอดความรู้แต่เดิมมีการเรียนการสอนอยู่ในวัดและสมาคม ที่กล่าวแล้วในหัวข้อที่ 2 ความสำคัญในระดับสังคม ปัจจุบันวิชาชีพแพทย์แผนไทยมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่เป็นระบบ และยังคงศึกษาในสถาบันการศึกษาที่คณะกรรมการวิชาชีพรับรองอีกด้วย

### 4) ความสำคัญในระดับชุมชน

จะเห็นว่าการแพทย์แผนไทยในระดับชุมชน หรือระดับท้องถิ่น ประชาชนจำนวนมากยังคงพึ่งพาการรักษาจากหมอพื้นบ้าน และหมอแผนไทยในยามเจ็บป่วย ถือว่าเป็นการดูแลสุขภาพแบบพึ่งพาตนเองของชุมชนในระดับท้องถิ่น และการแพทย์แผนไทยยังสอดคล้องกับวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อของคนไทย ดังนั้นการที่วิชาชีพแพทย์แผนไทยยังคงปรากฏในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศ ถือได้ว่าเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย หรือการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่คู่กับสังคมไทย



รูปที่ 2.1 การนวดแผนไทย

ที่มา : สมาคมการแพทย์แผนไทยแห่งประเทศไทย



### 2.1.5 สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี ได้จดทะเบียนเพื่อจัดตั้งเป็นสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2541 โดยมีนายธนันท์ณัฐ พุ่มเจริญ เป็นประธานสมาคมจนถึงปัจจุบัน ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 2/83 ถนนเทศบาล 4 ซอย 10 ตำบลปากเพรียว อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี โดยเปิดสอน อบรมรักษาพยาบาลด้านแพทย์ทางเลือก (แพทย์แผนไทย) ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน เมื่อศึกษาครบหลักสูตรแล้วจะได้รับประกาศนียบัตร จากสมาคมการแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข และสามารถนำความรู้ที่ได้ ไปประกอบอาชีพได้

#### • วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสมาคมการแพทย์แผนไทย

- 1) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้การดำเนินงานการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี
- 2) ส่งเสริมการใช้สมุนไพรและอนุรักษ์ของเก่าที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมา
- 3) ส่งเสริมเป็นศูนย์ผลิตวัตถุดิบสมุนไพร เพื่อใช้ในชุมชนจำหน่ายเสริมรายได้
- 4) ส่งเสริมให้มีการค้นคว้าและวิจัยสรรพคุณยาและตัวยาที่ได้จากสมุนไพรในการพัฒนาการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร

#### 5) ส่งเสริมการเรียนรู้วิชาแพทย์แผนไทย

#### 6) ร่วมมือประสานงานการแพทย์แผนไทยกับองค์กรเครือข่าย

#### 7) ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง

#### • สอน/สมัครอบรม/จำหน่ายสมุนไพรไทยของสมาคม

#### 1) เกษัชกรรมไทย

#### 2) นวดแผนไทย

#### 3) เวชกรรมไทย

การนวดแผนไทย หรือ นวดแผนโบราณ เป็นการนวดชนิดหนึ่งในแบบไทย ซึ่งเป็นศาสตร์บำบัดและรักษาโรคแขนงหนึ่งของการแพทย์แผนไทย โดยจะเน้นในลักษณะการยืดเส้น และการกดจุด ซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไปในชื่อ "นวดแผนโบราณ" โดยมีหลักฐานว่านวดแผนไทยนั้นมีประวัติมาจากประเทศอินเดีย และมีการนำเข้ามาในประเทศไทย จากนั้นได้ถูกพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้เข้ากับวัฒนธรรมของสังคมไทย จนเป็นรูปแบบแผนที่เป็นมาตรฐานของไทยและส่งทอดมาจนถึงปัจจุบัน

#### • ประโยชน์ของการนวดไทย

- 1) ช่วยผ่อนคลายทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ และจิตใจ
- 2) ช่วยให้เลือดลมไหลเวียนได้คล่องแคล่ว ทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง
- 3) ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบประสาทตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย
- 4) ช่วยลดอาการบาดเจ็บ ปวดเมื่อยจากการออกกำลังกายหรือจากการทำงาน

5) ช่วยให้ร่างกายและจิตใจเกิดความสมดุล ซึ่งเป็นผลดีต่อหน้าที่การงาน ครอบครัว และสังคม

6) เชื่อกันว่าการนวดแผนไทย มีส่วนช่วยในการรักษาโรคหลายชนิด เช่น อากาศปวดศีรษะ ไมเกรน ปวดข้อและกระดูก เป็นต้น ฯลฯ

• สถานที่ตั้งของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

2/83 ซอย10 ถนนเทศบาล 4 ตำบลปากเพรียว อำเภอเมืองสระบุรี  
จังหวัดสระบุรี 18000 เบอร์โทรศัพท์ 081-408-3419 / 089-238-8910



รูปที่ 2.2 สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี  
ที่มา : สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี



รูปที่ 2.3 นายธนันท์ณัฐ พุ่มเจริญ  
ประธานสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี  
ที่มา : สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

## 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

### 2.2.1 ความหมายของ “สื่อ”

ความหมาย “สื่อ” แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี (means) สิ่งแวดล้อมห่อหุ้ม (environmental element) อาทิ อากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือแม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็นศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุดในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมาครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อสารสนเทศ) หรือแม้กระทั่ง สื่อสาร (อาทิ สื่อวัจนะภาษา สื่อ อวัจนะภาษา)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภท หลายลักษณะ แต่ การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่ พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายลักษณะ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (mass media) สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)
2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (information media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อบันเทิง (entertainment media)
3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)
4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (transmission media) สื่อบันทึกสาร (record media)
5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) สื่อบันเทิงเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการโฆษณา ประกอบด้วย 5 สื่อใหญ่ ๆ ดังนี้

- 1) สื่อบุคคล ใช้กันอย่างแพร่หลาย และได้ผลดี ต้นทุนต่ำมาก
- 2) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ แคตตาล็อก วารสาร นิตยสาร บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ
- 3) สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
- 4) สื่อโฆษณากลางแจ้ง ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นป้ายคัทเอาท์ ป้ายบิลบอร์ด ป้ายไวเนล ป้ายสามมิติ (ไตรวิชชั่น) เคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ ชั้นจัดแสดงสินค้า บูธจัดแสดงสินค้า ฯลฯ
- 5) สื่อโสตทัศน์ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ฯลฯ

ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

- 1) เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
- 2) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- 3) เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

## 2.2.2 หลักการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (Graphic)

### สิ่งพิมพ์ (Graphic)

ศิลปะการพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ (Graphic) เป็นเรื่องของการส่งข่าวสารทางสายตา ซึ่งมีความสัมพันธ์และมีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น ตัวอักษร สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ หนังสือ สัญญาณจราจร เป็นต้น ศิลปะแขนงนี้ เรียกว่า ”นิเทศศิลป์”

“การออกแบบสิ่งพิมพ์ หรือ Graphic Design” คือ การออกแบบเพื่อการเผยแพร่ เป็นงานออกแบบที่มุ่งชักชวน เรียกร้อง หรือเผยแพร่ ผลิตภัณฑ์ บริการ และความคิดต่างๆ ซึ่งเป็นงานในลักษณะการพิมพ์ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ งานโฆษณา ภาพถ่ายภาพยนตร์ วิดิทัศน์ โทรทัศน์ นิทรรศการ เป็นต้น การออกแบบสิ่งพิมพ์ เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบสื่อสาร ( Communication Design ) สิ่งที่ควรคำนึงถึงอย่างมาก คือ ผู้ออกแบบจะต้องมีทักษะเกี่ยวกับการทำงาน มีแนวคิดที่ก้าวหน้าทันสมัย ทั้งความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งเทคนิคต่าง ๆ

### หลักการดำเนินงานการออกแบบ

ผู้ออกแบบควรมีหลักการและข้อควรคำนึงถึงก่อนการเริ่มทำงาน เพื่อการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง รัดกุม และวางแผนการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ตลอดจนสามารถดำเนินตามกระบวนการโดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อย ๆ

หลักการดำเนินงานและการวางแผนขั้นตอนของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ดี ต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### 1) เป้าหมายของการออกแบบ คืออะไร (Objective)

ผู้ออกแบบต้องรู้เป็นอันดับแรกว่าจะบอกกล่าวเรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับ เช่น ทฤษฎี หรือหลักการ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ หรือ แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ เป็นต้น รวมทั้งต้องรู้วิธีการนำเสนอว่ามีวัตถุประสงค์อะไร เช่น ส่งเสริมการขาย ให้ความรู้ หรือความบันเทิง เป็นต้น

#### 2) กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสาร คือใคร (Target)

ผู้ออกแบบควรระบุให้ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นหญิง เป็นชาย หรือบุคคลทั่วไป และมีช่วงอายุเท่าไร เพื่อนำไปสู่การนำเสนอให้ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

#### 3) สิ่งที่ต้องการจะสื่อ คืออะไร

วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้ว ทำให้ผู้ออกแบบสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ภาษา ข้อความและสื่อที่เป็นนามธรรม หรือสัญลักษณ์ และเครื่องหมาย ภาพประกอบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตามระดับความสามารถในการรับรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจ และจดจำข่าวสารนั้น ๆ ได้ดี

#### 4) จะนำพาข่าวสารไปด้วยกรรมวิธีใด

ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสื่อในการนำเสนอข่าวสารว่า ควรใช้รูปแบบใดจึงจะได้ผลและควรจะใช้วิธีการอย่างไร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจ และสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ เช่น ใช้ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

องค์ประกอบของสิ่งพิมพ์โฆษณา

1) Headline, Slogan พาดหัว/หัวเรื่อง มีความสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ และนำความสนใจไปถึงภาพ หรือรายละเอียดด้วย

2) Illustration, Photo ภาพประกอบ ต้องสวยงามและสะดุดตา เหมาะกับสินค้า

3) Body Text, Body Copy ข้อความโฆษณา ต้องชี้แจงรายละเอียดได้

4) Brand, Logo, Symbol, Trademark ชื่อสินค้า ทำให้เกิดความจดจำ หัวเรื่องที่ดี

1) Brevity สั้น, กระชับ

2) Clarity กระจ่างชัดเจน

3) Aptness ความเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย

4) Interest มีความน่าสนใจ

เกณฑ์การสร้างภาพ

1) รูปภาพควรบอกคุณสมบัติของสินค้า

2) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3) รู้จักเอาความเด่นของสินค้ามาใช้

4) สะดุดตา ไม่ควรเกินความจริง

5) การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว

6) การสร้างความสัมพันธ์ของสินค้ากับเหตุการณ์

### 2.2.3 ประเภทของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

#### 2.2.3.1 ความหมายของเครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์

เครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ (Logo) เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิตเช่นการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้า และบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อความจำจำ ความเชื่อถือ และตราตรีงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ (Symbol) มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ไม่ใช้ตัวอักษรประกอบ ใช้สำหรับแสดงบอกถึงการร่วมกัน เช่น บริษัท องค์กร สถาบันที่ก่อตั้งขึ้นโดยกฎหมาย
2. ภาษาภาพ (Pictograph) ไม่ใช่ภาษาทางตัวอักษรประกอบ แต่ใช้ภาพบอกแทน หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะเช่น เครื่องหมายบอกทิศทางความปลอดภัย การคมนาคม

3. เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อเอาตัวอักษรออกมาจากคำเต็ม หรือชื่อเต็มขององค์กร บริษัท สถาบันต่างๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน
4. ชื่อหรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (Logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษา โดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น
5. เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (Combination Marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม
6. เครื่องหมายการค้า (Trademarks) ซึ่งอาจจะมีได้หลายลักษณะที่ได้กล่าวไว้ทั้ง 5 ประการ ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ในลักษณะใด ก็เลือกใช้ตามความเหมาะสม
  - เครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ (Logo) ใช้เพื่ออะไร
    1. ด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าและยอมรับในตัวสินค้า และที่สำคัญคือความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจ
    2. ด้านพฤติกรรม คือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของเอกลักษณ์ขององค์กร
    3. ด้านภาพพจน์ คือ ต้องการให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อผู้ผลิต



รูปที่ 2.4 ตัวอย่างการออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์  
ที่มา : ปัทมาพร วิทยา (2559)



- ประโยชน์ของเครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ (Logo)

สามารถใช้สื่อสารข้อมูลข่าวสารในช่วงเวลาที่สั้น ทั้งนี้เนื่องจากมีความชัดเจนมากกว่าใช้ข้อความใช้พื้นที่น้อยกว่าการใช้ข้อความหรือวลี ขนาดของสัญลักษณ์สามารถย่อ/ขยาย ได้ตามขนาดที่ต้องการ มีการนำไปใช้อย่างสากล ทั้งนี้เนื่องจากสามารถที่จะสื่อความหมายให้ผู้มาเยือนที่ไม่เข้าใจภาษาท้องถิ่นเข้าใจได้ สามารถทำให้กลุ่มลูกค้า จดจำได้ง่ายขึ้นและสื่อให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ทางธุรกิจเป็น Bandname ทางการตลาด ที่สร้างความน่าเชื่อถือ และภาพพจน์ที่ดี

- หลักการออกแบบ “เครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ (Logo)”

- 1) เป็นภาพตัดทอนที่ง่ายแก่การเข้าใจ
- 2) เด่น สะดุดตา สื่อความหมายได้ชัดเจน
- 3) เป็นเอกภาพ คือ เป็นเรื่องราวของเรื่องๆ เดียว
- 4) ลักษณะของเส้นและรูปทรง แสดงได้ตามลักษณะงาน
- 5) มีรายละเอียดน้อยจะดูได้ดีกว่ามีรายละเอียดมาก
- 6) การคิด ควรมีความคิดหลักแล้วกระจายออกไป ไม่ควรคิดหลายรูปแบบ  
ควรจะพัฒนาจากรูปแบบเดียวจะง่าย

### 2.2.3.2 โปสเตอร์ (POSTER)

โปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดหนึ่ง ทั้งนี้เพราะโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวของสื่อเป็นอย่างดี

โปสเตอร์ นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อบอกกล่าวเผยแพร่ ให้ผู้มีความรู้ความเข้าใจ และปฏิบัติตาม ไม่นั่นในการส่งเสริมการขายสินค้า ของผู้จัดทำ แต่จะเน้นหนักไปการ สร้างภาพพจน์ขององค์กร ให้เป็นที่ยอมรับ เกิดความพึงใจ เชื่อถือ ศรัทธา นอกจากนี้ ยังมีการใช้เพื่อย้ำเตือนใจกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- เพื่อบอกกล่าวหรือให้คำแนะนำ เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- เพื่อเชิญชวนกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้าร่วมกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น
- เพื่อโน้มน้าวใจ กลุ่มเป้าหมายให้เห็นคล้อยตาม
- เพื่อปลุกเร้า ให้กลุ่มเป้าหมาย ตระหนักถึงประเด็นใดประเด็นหนึ่ง
- เพื่อย้ำเตือน กลุ่มเป้าหมาย ให้ระลึกถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
- เพื่อสร้างความจดจำ ให้เกิดขึ้น
- เพื่อให้ความรู้ ในสาระอันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้ใช้เป็นแนวปฏิบัติ



- ประเภทของโปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ คือ

- เพื่อขอความสนับสนุน เป็นการจัดทำเพื่อชักชวนให้ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย สนับสนุน เห็นด้วย ให้ความร่วมมือกับองค์กร ในความคิด เรื่องราว และประเด็นต่าง ๆ
- เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบาย หรือกิจกรรมขององค์กร เพื่อเป็นการสร้าง ภาพพจน์ ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร โดยหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง ผลงาน บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม
- เพื่อส่งเสริมสังคม อันเป็นการมุ่งเน้นที่จะให้ความคิด อันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เพื่อให้คนในสังคม อยู่ร่วมกันด้วยดี มีความสุข และมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ซึ่งองค์กรผู้จัดทำจะได้ ประโยชน์ทางอ้อมจากการประชาสัมพันธ์นี้คือ ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดทัศนคติ ที่ดีต่อ องค์กรว่ามีความรับผิดชอบต่อสังคม และสนใจความเป็นไปของสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งความ ศรัทธา จาก ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในที่สุด

- ข้อดีของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- สามารถกำหนดสถานที่ ของการเผยแพร่ได้อย่างแน่นอน
- สามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามีสีสันสวยงาม
- มีขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในทำเลที่เด่นและสะดุดตา
- ช่วยย้ำเตือนความคิดเห็นบางอย่างแก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย
- มีราคาถูก
- ผลิตได้ง่าย
- เผยแพร่ได้ง่าย โดยติดได้ทั่วไป และโอกาสที่จะใช้มีมาก

- ข้อเสีย(จำกัด)ของการใช้โปสเตอร์เพื่อการประชาสัมพันธ์

- ไม่คงทนถาวร
- ไม่สามารถบอกรายละเอียดได้มาก
- เมื่อหมดอายุ ก็จะทำให้เกิดความรกตา หรือสร้างความสกปรก อันจะเป็นผลลัพธ์ในทาง ลบแก่หน่วยงานได้



รูปที่ 2.5 ตัวอย่างการออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์

- ข้อควรคำนึงถึงในการออกแบบโปสเตอร์
  - ควรเป็นแผ่นเดียวโดด ๆ สามารถนำไปติดบนพื้นผิวใดก็ได้
  - ควรมีภาพประกอบ และข้อความ ที่บ่งบอกถึง อะไร ที่ไหน เมื่อใด ใช้ข้อความ กระทัดรัด เข้าใจง่าย ชัดเจนไม่คลุมเคลือ หรือเข้าใจไปได้หลายทาง และใช้ข้อความ ที่สามารถเข้าใจได้ทันที แสดงแนวคิด หลักและเรื่องราวเพียงอย่างเดียว
  - การวางตำแหน่งภาพประกอบ และข้อความ ต้องประสานส่งเสริมซึ่งกันและกัน และง่ายแก่การจดจำ (ควรมีคำขวัญหรือสโลแกน)
  - ตัวอักษรที่ใช้ควรเด่น สะดุดตา คำนึงถึงระยะห่างทางการอ่าน และขนาดของ ตัวอักษร ควรแตกต่างกัน ตามหน้าที่ เช่น ตัวหัวเรื่อง หรือพาดหัว ควรมีขนาดใหญ่ กว่าข้อความ
  - ภาพหรือข้อความที่เสนอ ต้องมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถมองเห็นได้ง่าย และขนาดของโปสเตอร์ ต้องปรับให้เหมาะสมกับ สถานที่ตั้งโปสเตอร์ด้วย
  - มีโครงสร้างชัดเจน คือ การใช้สีที่เด่นชัด สะดุดตา ไม่มีสีลาเส้นสายหรือลวดลาย สับสน ดูแล้วเข้าใจใน โครงสร้างนั้น ๆ ได้ทันที สามารถแยกภาพกับตัวอักษร ที่ ต้องการเสนอได้ชัดเจน มีความเหมาะสมกับเนื้อหา และจิตวิทยาในการใช้สีด้วย
  - คำนึงถึงหลักในการออกแบบและจัดหน้าด้วยผลิตภัณฑ์ขึ้นเป็นจำนวนมาก

### 2.2.3.3 แผ่นพับ (Folders)

“แผ่นพับ” มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Folder(s) แต่นิยมเรียกว่า โบรชัวร์ (Brochure) ซึ่งหมายถึงเอกสารที่เย็บเป็นเล่มบาง ๆ และมีลักษณะคล้ายคลึงกัน “แผ่นพับ” สามารถพับได้ตั้งแต่ 4 - 80 หน้า (หน้า - หลัง) แต่นิยมใช้กระดาษ A4 พับเป็น 3 ตอน 6 หน้า มาก

ที่สุด เนื่องจากสะดวก และประหยัด เมื่อพับเสร็จแล้ว แผ่นพับจะมีขนาดเล็ก พกพาได้สะดวก รวมทั้งแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆได้โดยไม่ต้องมีเลขหน้ากลาง แผ่นพับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่จัดเป็นการเผยแพร่ข้อมูลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงชนิดหนึ่ง

- การกำหนดขนาดและรูปแบบของแผ่นพับ
  - แผ่นพับ มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว แต่มีขนาดใหญ่กว่า (เมื่อคลี่ออกมา) เนื่องจากถูกออกแบบให้บรรจุรายละเอียด ได้มากกว่าใบปลิว มีได้ตั้งแต่ 2-5 ทบ หรือมากกว่า
  - วิธีการพับมีหลายแบบ เช่น พับทบกันไปมาเท่ากันทุกด้าน, พับไม่เท่ากันทุกด้าน และในปัจจุบันมีการออกแบบให้มีลูกเล่นมากมายจะเป็น ไตคัต พ็อพอัพ ดิ่ง ฯลฯ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบและเจ้าของสินค้า วิธีการจัดแจกเป็น เช่นเดียวกับใบปลิว
  - การผลิต รูปแบบของแผ่นพับจะเป็นกระดาษแผ่นเดียว พิมพ์ทั้งสองหน้า แล้วพับอย่างน้อย 1 พับ
  - เนื่องจากแผ่นพับมีวิธีการพับหลายแบบและไม่มีเลขหน้ากลางก็เหมือนกับหนังสือที่จะบังคับให้ผู้อ่าน อ่านไปทีละหน้า ดังนั้นผู้ทำแผ่นพับจึงต้องออกแบบจัดเรียงลำดับการเสนอข้อความและรูปภาพใน การโฆษณาให้เหมาะสมกับลักษณะของการพับนั้น เพราะถ้าออกแบบไม่ดี จะทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนใจการอ่านได้ง่าย



รูปที่ 2.6 แผ่นพับ

ที่มา : [www.act-thailand.com](http://www.act-thailand.com)

• องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบ”แผ่นพับ”ที่ต้องกำหนด และวางแผนเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ คือ

1. พาดหัว
2. ภาพประกอบ
3. ข้อความ
4. ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์

#### 1. พาดหัว

- มักเป็นตัวอักษรที่ใหญ่หรืออยู่ในตำแหน่งที่เด่น
- อยู่ด้านหน้าของแผ่นพับและนิยมวางไว้ในส่วนบนของหน้าแผ่นพับ
- เป็นข้อความสั้นๆ เข้าใจง่าย

#### 2. ภาพประกอบ

- มักวางอยู่หน้าเดียวกับพาดหัว (แต่ไม่จำเป็นต้องมีคู่กันเสมอ)
- เป็นภาพที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน
- ตามข้อความอาจมีภาพประกอบเล็กๆ เพื่อใช้ประกอบเนื้อหา

#### 3. ข้อความ

- พื้นที่ที่มีจำกัดข้อความเนื้อหาจึงมักมีขนาดเล็ก แต่ไม่ควรเล็กกว่า 12 พอยต์
- ควรใช้ตัวอักษรสีเข้มบนพื้นอ่อน ดีกว่าตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นเข้ม
- ควรใช้แบบอักษรเพียง 1-2 แบบ
- การวางข้อมูลต้องคำนึงถึงลำดับการอ่านให้ถูกต้อง
- ควรเว้นพื้นที่ว่างไว้เพื่อไม่ให้มีข้อความมากเกินไป เพราะจะทำให้หน้าเปื้อน

#### 4. ภาพสินค้าและตราสัญลักษณ์

- ภาพสินค้าอาจนำมาเป็นภาพประกอบในหน้าแรกของแผ่นพับได้
- หากภาพสินค้าไม่ใช่ภาพหลัก ควรมีภาพสินค้าอยู่ในแผ่นพับด้วย
- ตราสัญลักษณ์ควรอยู่ที่ด้านหน้าแผ่นพับร่วมกับพาดหัวหรือภาพประกอบหลัก
- ควรมีตราสัญลักษณ์ในตอนท้ายของแผ่นพับด้วยเพื่อเป็นการย้ำเตือนถึงสินค้าและสัญลักษณ์ของบริษัท

#### • ข้อดีของแผ่นพับ

- ผลิตและปรับปรุงได้ง่าย เพิ่มโอกาสให้กับการขาย
- สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร
- ลดต้นทุน ลดเวลา ในการตอบคำถาม
- ประหยัด วงการศึกษา มักใช้เผยแพร่โดยการถ่ายเอกสารขาวดำ
- ขนาดเล็ก พกพาสะดวก ผู้อ่านสามารถอ่านซ้ำได้เมื่อต้องการ

- ข้อควรคำนึงในการออกแบบแผ่นพับ
  1. หน้าแรกของแผ่นพับต้องออกแบบให้สวยงามสะดุดตา และน่าหยิบมาอ่าน
  2. จัดเรียงลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม เพราะแผ่นพับไม่มีเลขหน้ากำกับ ผู้อ่านอาจสับสนได้ควรจัดทำโครงร่าง (Layout) การนำเสนอเนื้อหา ภาพ, กราฟิกประกอบ ฯลฯ
  3. ควรพับง่ายไม่ซับซ้อน หลีกเลี่ยงการใช้แผ่นพับที่มีหลายหน้า เพราะอ่านยาก
  4. นำเสนอข้อมูลให้จบในแต่ละส่วนที่พับ หากจำเป็นต้องข้ามส่วน ควรออกแบบให้สะดวกหรือต่อเนื่อง เข้าใจง่าย
  5. ภาพหรือกราฟิกที่ใช้ประกอบ ควรส่งเสริมหรือสอดคล้องกับเนื้อหา
  6. ใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ช่วยออกแบบ

#### 2.2.3.4 โรลอัพ (Roll-up)

โรลอัพ (Roll-up) หรือป้ายนิทรรศการเคลื่อนที่ หรือที่มีชื่อเรียกเล่น ๆ ว่า ระเบิดใบ ประกอบด้วยเสา และผ้าใบสี ๆ มีรูปสวย ๆ เอาไว้ซึ่งเหมือนใบเรือ กำลังเป็นที่นิยมสำหรับการจัดนิทรรศการของหน่วยงานต่าง ๆ เพราะใช้ง่ายดี สีสันสวยงาม ทำให้ไม่ต้องเปลืองแรง เปลืองเวลา หลากๆ องค์กร ใช้การทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยโรลอัพ (Roll-up) กันมากขึ้น คือ

1. สะดวก สบาย ง่ายต่อการเก็บรักษา
2. ประหยัดพื้นที่
3. ราคาถูกกว่า การจ้างทำสื่อโฆษณาประเภทอื่น
4. ไม่เปลืองแรง ไม่เปลืองเวลา
5. รูปแบบสีสันสะดุดตา ผู้พบเห็น



รูปที่ 2.7 โรลอัพ (Roll-up) ที่มา : [www.act-thailand.com](http://www.act-thailand.com)

### 2.2.3.5 โปรโมชันเคาน์เตอร์ (Promotion Counter)

โปรโมชันเคาน์เตอร์ (Promotion Counter) เป็นเคาน์เตอร์ชวนชิม โต้ะแสดงสินค้า ชวนชิมสินค้า โต้ะสาธิต หรือโต้ะจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ให้เข้าไปในห้างสรรพสินค้า ลักษณะสินค้า มีลักษณะเบา ขนย้ายง่าย น้ำหนักเบา ติดตั้งง่าย พับเก็บง่าย ผู้หญิงก็สามารถติดตั้งหรือพับเก็บได้สะดวก แผ่นเคลือบอย่างหนา มีหลายขนาด หลายดีไซน์ โดยมีจุดเด่นที่มีความสวยงาม น้ำหนักเบา ขนย้ายสะดวก



รูปที่ 2.8 โปรโมชันเคาน์เตอร์ (Promotion Counter)

ที่มา : [www.act-thailand.com](http://www.act-thailand.com)

## 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### 2.3.1 ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์

ในยุคหินเมื่อมนุษย์ล่าสัตว์ได้เขาก็จะใช้หนังสัตว์ หรือใบไม้ห่อหุ้มสัตว์ที่ล่ามาได้เพื่อป้องกันพวกแมลง แสงแดดและฝน นอกจากนี้ในการพกพาอาหารหรือวัตถุที่ต้องการ สิ่งที่ใช้ในการห่อหุ้มจะเป็น ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์ หนังสัตว์ ฯลฯ เป็นต้น การรู้จักการแก้ปัญหาด้วยการนำเอาวัตถุดิบ จากธรรมชาติเจ้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสาร การกระทำดังกล่าวจึงนับว่าเป็นที่มาของการบรรจุ ต่อมามนุษย์เริ่มรู้จักการประดิษฐ์ คิดค้นภาชนะบรรจุ ด้วยการดัดแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุธรรมชาติให้มีรูปร่างและหน้าที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นนี้เอง จึงจัดว่าเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดั้งเดิม ที่มนุษย์ในสมัยก่อนได้กระทำขึ้นตามสภาพการเรียนรู้และการค้นพบวัสดุในแต่ละยุค ซึ่งมี 4 ยุคใหญ่ ๆ คือ



2.3.1.1 ยุคโบราณ เป็นยุคที่มนุษย์ยังไม่รู้จักเทคโนโลยีมากนัก บรรจุกฎภัณฑ์ที่ใช้กันจะมาจากธรรมชาติ ซึ่งอาจมีการดัดแปลงให้มีรูปร่างลักษณะ ที่สามารถใช้ประโยชน์ใช้สอยได้มากขึ้น เช่น การนำใบตองมารัดเป็นกระถง หรือการนำไผ่มาจักสานเป็นตระกร้าหรือชะลอม ซึ่งนับว่าเป็นการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์ขั้นพื้นฐาน โดยบรรจุกฎภัณฑ์มีหน้าที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เท่านั้น

2.3.1.2 ยุคกลาง ในยุคนี้จะเริ่มตั้งแต่ปี 1795 เมื่อนาย Nicholasappert ได้ค้นพบวิธีถนอมอาหารโดยการใช้ขวดแก้วบรรจุอาหาร แล้วนำไปผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน นับเป็นมิติใหม่ของการใช้บรรจุกฎภัณฑ์เพื่อผลในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหารให้มีอายุเก็บยาวนานขึ้น

2.3.1.3 ยุคสงครามและหลังสงคราม ในยุคนี้เริ่มมีการค้นพบวัตถุจำพวกโลหะ และเริ่มนำโลหะมาใช้ที่แทนขวดแก้วในการบรรจุอาหารฆ่าเชื้อ ด้วยความร้อนที่อุณหภูมิความดันสูง (Can food) ซึ่งในสมัยนี้ได้มีการประดิษฐ์เครื่องจักรที่ช่วยในการปิดผนึกฝากระป๋องที่มีราคาถูก ทำให้มีการหันมาเริ่มใช้กระป๋องโลหะแทนที่ขวดแก้วมากขึ้น เนื่องจากสามารถเก็บอาหารได้นานกว่าและไม่แตกง่ายเหมือนแก้ว นอกจากนี้ในช่วงปลายๆ ยุค ก็ได้มีการค้นพบบรรจุกฎภัณฑ์ชนิดใหม่ คือพลาสติก และมนุษย์ก็เริ่มนำพลาสติกมาใช้ประโยชน์ทางบรรจุกฎภัณฑ์มากขึ้น เนื่องจากคุณสมบัติที่หลากหลายของพลาสติก ทำให้บรรจุกฎภัณฑ์ในช่วงนี้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว

2.3.1.4 ยุคปัจจุบันและอนาคต ปัจจุบันในยุคที่เราต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ดังนั้นบรรจุกฎภัณฑ์ในปัจจุบันจึงออกมาในลักษณะของ (Convenience package) เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกกับการใช้งานมากที่สุด รวมทั้งปัจจุบันถือเป็นโลกแห่งการค้าเสรี มีการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น ดังนั้นบรรจุกฎภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่ง รูปแบบบรรจุกฎภัณฑ์ต้องสวยงาม โดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ นอกจากนี้แล้วยังเป็นการส่งเสริมและพยายามในการใช้บรรจุกฎภัณฑ์ที่มีบทบาทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น บรรจุกฎภัณฑ์ที่สามารถเรียกเก็บคืน สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก วัสดุบรรจุกฎภัณฑ์ที่สามารถเวียนมาใช้ประโยชน์ได้สามารถย่อยสลายได้โดยวิธีธรรมชาติและไม่ก่อให้เกิดมลพิษ

การออกแบบการบรรจุกฎภัณฑ์ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการค้าและการบริการ ในฐานะของสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า โดยทำหน้าที่ขั้นพื้นฐานอันดับแรก คือ ปกป้อง ค้ำครองสินค้าให้ปลอดภัยจากความเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทบกระเทือน และป้องกันสิ่งปนเปื้อนที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งสินค้าผลิตภัณฑ์จากโรงงานผลิตไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งบทบาทนี้มีผลทำให้รูปแบบของบรรจุกฎภัณฑ์มีการพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ มีการออกแบบภาชนะบรรจุแบบปิดเช่น ถังไม้ การรู้จักปิดผนึกบรรจุกฎภัณฑ์ เช่น มีฝาจุกปิดขวด ฯลฯ เป็นต้น เทคนิคและกรรมวิธีการบรรจุที่พัฒนาขึ้นตามหน้าที่ใช้สอยเหล่านี้ จึงเป็นผลทำให้เกิดการพัฒนาแบบบรรจุกฎภัณฑ์ที่หลากหลายลักษณะตามกาลเวลา และการค้นพบวัสดุหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ในราว ค.ศ. 1200 รูปแบบของการบรรจุกฎภัณฑ์ ที่ปรากฏเป็นหลักฐาน

### 2.3.2 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 2.1 รูปแบบการใช้งานของการบรรจุภัณฑ์

วัสดุ	รูปแบบและการใช้
หนัง (Leather)	การห่อ พับเป็น กระเป๋า ถุง
ผ้า (Cloth)	การห่อ พับเป็น ถุง กระสอบ
ไม้ (Wood)	ถังไม้ หีบ ไม้ ลัง กำป๋ัน
วัชพืชหรือผลิตภัณฑ์จากไม้(Grass/Split Wood)	ตะกร้า เสื่อ สิ่งทอ
หิน (Stone)	กาน้ำ คมโท
ดิน (Earthenware)	หม้อ ถ้วยชาม ฯลฯ
โลหะ (Metal)	หม้อ ถ้วยชาม กาน้ำ
แก้ว (Glass)	แก้วน้ำ ขวด ชาม คมโท
ในสมัยต่อมา เมื่อมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศิลปศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องกลโรงงานต่าง ๆ ถูกคิดค้นพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการปฏิวัติทางอุตสาหกรรม	

**การบรรจุภัณฑ์** เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค และจะได้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อบรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน ได้มีผู้ให้ความหมายคำนิยามแตกต่างกันออกไป ดังนี้

2.3.2.1 ผู้เชี่ยวชาญทางบรรจุภัณฑ์ ชื่อ นิไกโด (Nikaido) ให้ความหมายไว้ว่า “บรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง”

2.3.2.2 ประชิต ทินบุตร ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบรรจุภัณฑ์หรือศิลปวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของการเตรียมสินค้า เพื่อการขนส่งและการขาย และวิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ และมีราคาที่เหมาะสม

2.3.2.3 งามทิพย์ ภู่วโรดม ได้กล่าวไว้ว่า การบรรจุ หมายถึง การบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตภาชนะบรรจุ และบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในภาชนะบรรจุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลิตภัณฑ์นั้นไปถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์

2.3.2.4 บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจำหน่าย เพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (ปูน และ สมพร คงเจริญเกียรติ. 2547:1)



2.3.2.5 ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิและก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2521 : 2) ให้คำจำกัดความว่าการบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้า ตลอดจนอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ความสะดวกสบายในการหอบหิ้ว พกพา หรือการใช้งาน เป็นต้น

2.3.2.6 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543 : 341) ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า สิ่งที่ทำหุ้มหรือการบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังใช้หรือผู้บริโภค โดยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อยู่ในสภาพดีเหมือนก่อนการบรรจุ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจแบ่งประเภทลักษณะการออกแบบได้ 2 ประเภทคือ

1) การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดลักษณะโครงสร้างวัสดุที่ใช้ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ ตลอดจนจัดการขนส่งเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นับตั้งแต่จุดผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

2) การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การสร้างสรรค์งานลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางด้านจิตวิทยา (Psychological Effects) ต่อผู้บริโภค และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้



รูปที่ 2.9 บรรจุภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร

### 2.3.3 การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้ และข้อมูลจากหลายด้านการอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ชำนาญการบรรจุภัณฑ์(PACKAGING SPECIALISTS) หลายฝ่ายมาร่วมปรึกษาและพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งอิงทฤษฎีของ ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ (2542:71-83) โดยที่ผู้วิจัยจะกระทำหน้าที่เป็นผู้สร้างภาพพจน์ (THE IMAGERY MAKER) จากข้อมูลต่าง ๆ ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์จริง ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน นับตั้งแต่ตอนเริ่มต้น จนกระทั่งสิ้นสุดจนได้ผลงานออกมามาดังต่อไปนี้ เช่น

2.3.3.1 กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ (POLICY PERMULATION OR ATRATEGIC PLANNING) เช่น ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิต เงินทุนงบประมาณ การจัดการ และการกำหนดสถานะ (SITUATION) ของบรรจุภัณฑ์

2.3.3.2 การศึกษาและการวิจัยเบื้องต้น (PRELIMINARY RESEARCH) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

2.3.3.3 การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (FEASIBILITY STUDY) เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆ แล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ต (SKETCH DESIGN) ภาพแสดงถึงรูปร่างลักษณะ และส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้วิธีการอื่นๆ ขึ้นรูปเป็นลักษณะ 3 มิติ ก็สามารถกระทำได้ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ขั้นต้นหลาย ๆ แบบ (PRELIMINARY IDFAS) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุ และการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ และเพื่อการพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

2.3.3.4 การพัฒนาและแก้ไขแบบ (DESIGN REFINEMENT) ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ (DETAILED DESIGN ) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียด โดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปร่าง รูปทรงหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้างรูปจำลองง่าย ๆ (MOCK UP) ขึ้นมา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างละเอียดรอบคอบเพื่อการนำเสนอ (PRESENTATION) ต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจเพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุ และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างแบบเหมือนจริง

2.3.3.5 การพัฒนาต้นแบบจริง (PROTOTYPE DEVELOPMENT) เมื่อแบบโครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนา ผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำหน้าที่เขียนแบบ (MECHANICAL DRAWING) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และสัดส่วนจริงด้วยการเขียนภาพประกอบ

แสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน (PLAN) รูปด้านต่างๆ (ELEVATIONS) ทศนิยมภาพ (PERSPECTIVE) หรือภาพแสดงการประกอบ (ASSEMBLY) ของส่วนประกอบต่างๆมีการกำหนดมาตราส่วน (SCALE) บอกลักษณะและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่ง ที่สื่อสารความเข้าใจกันได้ในช่วงการผลิตเป็นบรรจุกฎเกณฑ์ของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียดเพื่อนำไปผลิตจริงดังกล่าวนี้ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ (PROTOTYPE) ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์ (ANALYSIS) โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่างๆออกมศึกษา ดังนั้น PROTOTYPE ที่จัดทำขึ้นมาในขั้นนี้จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุกฎเกณฑ์ของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้เช่นอาจจะทำด้วยปูนพลาสติก ดินเหนียว กระดาษ ฯลฯ และในขั้นนี้ การทดลองออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎเกณฑ์ ควรได้รับการพิจารณาร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับลักษณะของโครงสร้างเพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณะบรรจุกฎเกณฑ์ที่สมบูรณ์

2.3.3.6 การผลิตจริง (production) สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุกฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนดและต้องสร้างบรรจุกฎเกณฑ์จริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่าง (PRE-PRODUCTION PROTOTYPES) สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีความบกพร่องควรรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

#### 2.3.4 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎเกณฑ์

2.3.4.1 การออกแบบกราฟิก บรรจุกฎเกณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุกฎเกณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุกฎเกณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุกฎเกณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการคือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงามชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนค่าใช้จ่ายเหมาะสม

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ดังนี้ ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผสมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

1) การใช้โฆษณา บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุภัณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งชั้นหรือมีกราฟิกที่สะดุดตาโดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมองหา ณ จุดขาย

2) การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลงไป อาจจำเป็นต้องมีการออกแบบปริมาณสินค้าต่อหน่วยขนส่งใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่าย หรือมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การเพิ่มหิ้ง ณ จุดขายที่เรียกว่า POP (Point of Purchase) อาจมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายเมื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่

3) เจาะตลาดใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

4) ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิมหรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยูนิฟอร์มดังกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ถอดด้ามจำเป็นต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่เคยเป็นลูกค้าประจำ

5) การส่งเสริมการขาย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้า รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

6) การใช้ตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีเพื่อสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับ การออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

7) เปลี่ยนขนาดหรือรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวเอง (Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่งจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปร่างหรือขนาด ไม่ว่าจะป็นสาเหตุใดก็

ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

2.3.4.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อหน่วยงานทุกสาขาในปัจจุบัน เนื่องจากการออกแบบกราฟิกช่วยให้การสื่อความหมายที่ซับซ้อนให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ สามารถสรุปได้ดังนี้

1) การสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคม การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อการสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคม เนื่องจากสังคมเราส่วนใหญ่มีข้อตกลงร่วมกัน ภาพสัญลักษณ์ในสถานที่สาธารณะต่าง ๆ ก็เป็นหนึ่งในข้อตกลงร่วมกันภายในสังคมที่จำเป็นที่จะต้องมีความชัดเจนเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสับสน หรือเกิดความเข้าใจผิด ดังนั้นกราฟิกที่มีความสากลึงสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคมที่มีความแตกต่างกันทั้งทางเชื้อชาติและภาษา

2) การส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจ การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อการส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจ ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมภายในประเทศจนถึงระดับต่างประเทศ เนื่องจากกราฟิกส่วนใหญ่มักถูกใช้ในการสร้างเอกลักษณ์องค์กร ตราสินค้า และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากกลุ่มผู้ผลิตไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลัก สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรธุรกิจผ่านกราฟิก

3) การศึกษากราฟิก มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการถ่ายทอดความรู้ที่ซับซ้อนให้ผู้เรียนสามารถรับรู้ได้โดยง่ายและชัดเจน เนื่องจากปัจจุบันนี้ การเรียนการสอนไม่ได้มุ่งเน้นการเรียนจากครูผู้เป็นศูนย์กลางแห่งวิทยาการต่าง ๆ ภายในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว แต่ผู้เรียนสามารถศึกษาและเรียนรู้ด้วยตนเองจากแหล่งวิทยาการต่าง ๆ อย่างกว้างขวางภายนอกห้องเรียน ดังนั้นกราฟิกจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อการสอนประเภทสไลด์ การใช้ภาพนำเสนอขั้นตอนการปฏิบัติที่ละขั้นตอนสามารถช่วยให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ได้อย่างง่าย

4) นักออกแบบกราฟิก การที่นักออกแบบได้เห็นผลงานการออกแบบที่หลากหลายจะสามารถช่วยให้นักออกแบบเกิดความคิดใหม่ ๆ ได้โดยได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบจากผลงานการออกแบบของผู้อื่น ถือว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบกราฟิกให้มีศักยภาพในการแก้ปัญหามากยิ่งขึ้น และนอกจากนั้นการศึกษางานกราฟิกของผู้อื่นจะสามารถช่วยให้นักออกแบบหลีกเลี่ยงการสร้างสรรค์งานซ้ำซ้อนกับผู้อื่น ดังนั้นการเรียนรู้จากผลงานของผู้อื่นก็เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาและพัฒนาการแนวความคิดของนักออกแบบได้ เมื่อเกิดความรู้และความเข้าใจในแนวคิดของนักออกแบบท่านอื่นแล้วจะช่วยให้นักออกแบบสามารถใช้แนวความคิดนั้นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานของตนได้อย่างเหมาะสมกับ

วัตถุประสงค์และสามารถสื่อความหมายและการถ่ายทอดความรู้สึกของนักออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การเรียนรู้ของนักออกแบบกราฟิกเป็นการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด ดังนั้นนักออกแบบศึกษาผลงานออกแบบกราฟิกอย่างต่อเนื่องถือได้ว่าเป็นการเรียนรู้มากขึ้นเท่านั้น

#### 2.3.4.3 บทบาทหน้าที่ของกราฟิกที่มีต่อบรรจุกณ์ มีดังต่อไปนี้

1) ให้ข้อมูลรายละเอียดตัวผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์จากการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ส่วนประกอบ สรรพคุณ วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา เป็นต้น

2) สร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการค้าในระดับสูง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้รับการออกแบบกราฟิกโดดเด่นนี้จะต้องให้ความรู้สึกในทางบวกหรือสร้างสรรค์

3) สร้างภาพพจน์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ในลักษณะทำนองเดียวกันกับการสร้างเอกลักษณ์ กล่าวคือ สินค้าที่ได้รับการออกแบบกราฟิกที่สวยงามและถูกหลักการ ย่อมมีผลต่อผู้ซื้อทางด้านจิตวิทยา เช่น เกิดความภูมิใจ ความมั่นใจในตัวสินค้า

4) สามารถเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน ในบางโอกาสและในบางประเทศได้มีการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกณ์เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน

2.3.4.4 องค์ประกอบของการออกแบบงานกราฟิกส่วนสำคัญที่จะสร้างสรรค์ความสุนทรีย์บนงานออกแบบ มีองค์ประกอบอยู่ 2 ส่วน คือ

1) อักษรและตัวพิมพ์ ตัวอักษรจะทำหน้าที่เป็นส่วนแจจแจงรายละเอียดของข้อมูล สารที่ต้องการนำเสนอด้วยรูปแบบและการจัดวางตำแหน่งอย่างสวยงาม มีความชัดเจน การออกแบบ การเลือกแบบตลอดจนการกำหนดรูปแบบของตัวอักษรที่จะนำมาใช้ ต้องมีลักษณะเด่น อ่านง่าย สวยงาม น่าสนใจ ลักษณะที่แตกต่างของตัวอักษร จึงต้องกำหนดตามสภาวะการนำไปใช้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นหัวเรื่อง หรือชื่อสินค้า จะต้องเน้นความโดดเด่นของรูปแบบมากที่สุดและส่วนที่เป็นข้อความหรือเนื้อหา ที่ต้องการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ นิยมใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบเรียบง่ายสะดวกในการอ่านมากที่สุดในการเลือกใช้ตัวอักษรให้มีความเหมาะสมกับงานที่ออกแบบผู้ออกแบบควรได้พิจารณาถึงรูปแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษร รูปร่างลักษณะของตัวอักษร การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การกำหนดสี และการจัดวางตำแหน่งให้มีความสมดุลเหมาะสมพอดี

2) ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ ที่ต้องการเน้นให้เกิดคุณค่าทางความงาม ซึ่งจะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปแบบ

และนำเสนอแนวคิดให้เป็นรูปธรรมตามความคิดของตน เพื่อต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารมากที่สุดงานออกแบบที่ดีควรนำภาพมาใช้ให้เหมาะสมกับโอกาสและหน้าตัวอย่างกลมกลืน คือ

- 2.1 เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจ
- 2.2 เมื่อต้องการใช้ประกอบการอธิบายความรู้
- 2.3 เมื่อต้องการคำอธิบายความคิดรวบยอด
- 2.4 เมื่อต้องการอ้างอิงสิ่งที่ปรากฏขึ้นจริง
- 2.5 เมื่อต้องการใช้ประกอบข้อมูลทางสถิติ

#### 2.3.4.5 การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

1) จัดให้เป็นเอกภาพ ในที่นี้หมายถึง สิ่งที่จะช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้นๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ

2) ความสมดุล ความสมดุลในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงามความน่าสนใจเป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

- ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกันทั้ง 2 ด้านคือเมื่อมองภาพแล้วเห็นได้ทันทีว่าภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มั่นคงเป็นทางการแต่อาจทำให้ดูน่าเบื่อได้ง่าย

- ความสมดุลในความรู้สึก หรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกัน เป็นความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากัน ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว แปรเปลี่ยน ไม่เป็นทางการ และไม่น่าเบื่อ

3) การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่งซึ่งเห็นว่ามีค่าสำคัญ อาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว” การ มีหลายความคิด หรือมีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความล้มเหลวเพราะหาจุดเด่นชัดไม่ได้ ภาพรวมจะไม่ชัดเจน ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงาน สำหรับวิธีการที่จะทำให้มีจุดสนใจอาจเน้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆ ในภาพ ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้นสามารถกระทำได้ดังนี้

นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือตำแหน่งที่เหมาะสมจากผลการวิจัยหลายๆครั้ง พบว่าตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายนั้นเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่น่าสนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือ นั้น เรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ฉะนั้นตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามอง เพื่ออ่านหรือดูภาพบนแผ่นภาพนั้นๆ

2.3.4.6 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการบอกถึงเรื่องราวของสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่มี ทั้งผลดีและผลเสียของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่นักออกแบบกราฟิกควรนำเสนอมีดังนี้

- ประเภท
- ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ
- คุณค่าทางสมุนไพร
- ขั้นตอนหรือวิธีใช้
- การเก็บรักษา
- วันที่ผลิตและวันหมดอายุ
- คำบรรยายสรรพคุณ
- ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

2.3.4.7 การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์ ประชิต ทินบุตร (2530:29) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่ว ๆ ไป มีการนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1) ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้นาขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

2) ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

ดังนั้นการที่จะนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบกราฟิกผู้ออกแบบจึงควรที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ถึงส่วนประกอบของตัวอักษรในภาษาต่าง ๆ ในเรื่องต่อไปนี้

- รูปแบบตัวอักษร
- รูปลักษณะของตัวอักษร
- ขนาดตัวอักษร

2.3.4.8 การพิจารณาเลือกตัวหนังสือในการออกแบบ

1) ลักษณะรูปร่างหนังสือแต่ละตัวสวยงามน่าพอใจ และมีความสูง ความกว้าง สมดุล สำหรับผู้อ่านทั่วไป (สัดส่วนโดยประมาณ สูง 1 กว้าง 3/5)

2) การประสมคำบรรทัดเป็นหน้า

- การประสมคำ ตัวหนังสือทุกตัวต้องเข้ากันได้ มีช่องไฟเหมาะสม



- การเรียงบรรทัด ต้องไม่ผอมเกินไป เพราะอ่านได้ไม่สะดวก
- การจัดบรรทัดเป็นหน้า อย่าวางบรรทัดชิดเกินไป ทำให้อ่านยากและอ่านพลาดได้ง่าย ควรมีชายหน้าและหลัง เพราะอ่านง่ายกว่า และง่ายต่อการผลิต

3) Contrast ของตัวหนังสือ เกิดจากความหนักเบาของเส้น และความอ่อนแก่ของแสงสีพื้นกับตัวอักษร

4) ความเหมาะสมกับผู้อ่าน โดยพิจารณาจากคนที่มีปัญหาทางสายตาเช่น สายตาสั้น สายตาวาว ตาบอดสี ก็ต้องเลือกใช้ตัวหนังสือแก่สิ่งเหล่านี้สภาพแวดล้อมของที่ใช้ อ่าน เช่น มีเสียงรบกวนมาก คนพลุกพล่าน ต้องมี Contrast ของตัวหนังสือมากเพื่อแข่งกับสิ่งแวดล้อมนั้นได้ ในการอ่านในที่ร่ม อ่านให้สบายตาดี ลด Contrast ให้น้อยลง

- การวัดตัวพิมพ์ (Type Measuremen) แนวตั้งใช้ระบบการวัดเป็นพอยท์ (Point) 1 พอยท์เท่ากับ  $1/72$ " เลขที่มากขึ้นก็คือขนาดที่สูงขึ้น

- แนวนอน ใช้ระบบวัดความยาวของคอลัมน์เป็นไพกา (Pica) 1 ไพกาเท่ากับ  $1/6$ " จำนวนไพกาจะเพิ่มขึ้นตามความยาวที่เพิ่มขึ้น

- ช่องไฟตัวอักษร (Lettrspacing) จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับช่องไฟบริเวณช่องว่าง ระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว รูปทรงตัวอักษรแต่ละชนิดมีความเด่นชัดแตกต่างกัน

- แนวเส้น (Stroke) ตัวอักษรประกอบด้วยแนวเส้น 4 แนว การรวมตัวต้องพิจารณาช่องไฟอย่างเป็นเหตุเป็นผล มีความสม่ำเสมอและให้ความรู้สึกถูกต้องกับการรับรู้คงไว้ซึ่งปริมาณในการมองเห็นอย่างระรื่นตาระหว่างตัวอักษรผูกเนื่องต่อไปกับตัวอักษรถัดไป

- ปริมาตรทางสายตา (Optical Volume) โดยคำนึงถึงปริมาตรที่มีคุณภาพ ความสมดุลโดยประมาณทางสายตา

- มาตรฐานของช่องไฟตัวอักษร (Letter Spacing Scale) การวางช่องไฟตัวอักษรให้ตีควรถูกคำนึงถึงสภาพการมองเห็น (มากกว่าความกว้างของช่องไฟที่มีขนาดเท่ากันพยายามสร้างความเข้าใจ และค้นหาระบบช่องไฟตัวอักษรด้วยตนเอง

- เส้นฐาน (Baseline) ตัวอักษรโค้งจะนิยมออกแบบให้สูงกว่าอักษรเส้นตรงเล็กน้อยจึงจะมองดูความสูงใกล้เคียงกัน ตัวอักษรโค้งต้องวางให้ต่ำกว่าเส้นฐานเล็กน้อยจึงจะมองดูเหมือนกับว่าตั้งอยู่บนเส้นฐานพอดีตามสภาพหลอน (Illusion) ของรูปทรง

- กรอบ (Margin) ตัวอักษรโค้ง ตัวอักษรเอียง และตัวอักษร เส้นนอนบางตัวควรวางถ้าเส้นของเล็กน้อย การรับรู้จึงจะให้ความรู้สึกตรงเส้นขอบ ถ้ามีการเว้นวรรคจากบรรทัดก่อน ก็ควรนำมาชนเส้นขอบ

- ปรับช่องไฟ (Kerning) การจัดช่องไฟจำเป็นต้องลดช่องไฟให้แคบลงระหว่างตัวอักษรเส้นเอียง เส้นโค้ง ตัวอักษรที่มีบริเวณว่างภายนอก การรวตัวของตัวใหญ่กับตัวเล็ก จำเป็นต้องปรับช่องไฟจำนวนมาก

- เว้นวรรค (Wordspacing) คำต่างๆ เริ่มต้นและส่งท้ายด้วยตัวอักษรที่มีรูปร่างต่างกัน การเว้นวรรคควรจัดให้มีความสอดคล้องระหว่างคำ ให้มองดูแล้วเหมือนกันทั้งหมด ปริมาตรของเว้นวรรคควรปรับเช่นเดียวกับช่องไฟของตัวอักษร (Letterspacing)

- ตัวอักษรหัวเรื่อง (Headline Type) อักษรทุกแบบสามารถที่จะเป็นตัวอักษรหัวเรื่องได้ ขนาดตัวอักษรหัวเรื่องอาจจะเล็กตั้งแต่ 14 พอยท์ จนถึง 144 พอยท์ หรืออาจโตกว่านั้น

- ตัวอักษรเนื้อความ (Body Type) ขนาดประมาณตั้งแต่ 4-14 พอยท์ 8-14 พอยท์ เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไป แบบอักษรควรจะถูกเลือกให้เหมาะสม ตัวอักษรแต่ละแบบมีบุคลิกที่แตกต่างกัน ตัวอักษรควรเป็นสิ่งเร้า การสื่อสารและกระตุ้นผู้อ่าน (It should enhance the message and stimulate the audience) ตัวอักษรมากมายนั้นก็ไม่มีเพียงไม่กี่แบบที่เหมาะสมกับการพิมพ์เนื้อความ

2.3.4.9 แบบการจัดตัวอักษร (Type Composition) การเลือกรูปแบบการจัดตัวอักษร ควรคำนึงถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้อ่านด้วย เช่น

1) แบบชิดซ้าย (Flush Left) แบบชิดซ้ายจะปล่อยให้ทางขวามือเว้าแหว่งแบบอิสระ ให้ความรู้สึกความสิ้นไหลของคำเป็นธรรมชาติ เป็นที่นิยมของนักออกแบบกราฟิก การชิดแนวด้านซ้ายมือ เป็นวิธีการของพิมพ์ดีดโดยทั่วไป

2) แบบปรับซ้ายขวาตรง (Justified) เป็นแบบที่ปรับตัวอักษรให้ได้แนวตรงทั้งซ้ายขวา นิยมใช้พิมพ์ในหนังสือและนิตยสาร ไม่ดีตรงที่คำบางคำถูกตัดขาดทำให้ยากต่อการอ่าน

3) แบบชิดขวา (Flush Right) แบบชิดขวาจะปล่อยให้ทางซ้ายมือเว้าแหว่งเป็นอิสระ ให้ความรู้สึกอ่อนแอ ทางซ้ายมือเหมาะสมกับข้อมูลสั้น ๆ เช่น คำโฆษณา (Ad Copy) ระบบธุรกิจ (Business Systems) หัวเรื่อง (Headlines) ให้ความสมบูรณ์และช่องไฟดี

4) แบบศูนย์กลาง (Centered) เป็นการ จัดแบบสมดุลภาพ ทั้งขอบซ้ายและขวาเว้าแหว่ง ช่องไฟระหว่างคำดี แต่ละบรรทัดควรจะมี ความสั้นยาวแตกต่างกัน เพื่อสร้างรูปร่างที่น่าสนใจ ให้ความรู้สึกเป็นแบบแผน

5) แบบรอบขอบภาพ (Contour) เป็นการ จัดวางตัวอักษรให้สัมพันธ์กับรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพถ่ายเฉพาะรูปร่าง (Silhouette) หรือภาพประกอบ ให้ความรู้สึกสบาย ตื่นเต้น

6) แบบล้อมรอบ (Run Around) ตัวอักษรที่จัดล้อมรอบรูปภาพซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพสี่เหลี่ยม ความยาวของคอลัมน์แต่ละตอนแตกต่างกันออกไป ส่วนมากเป็นคำบรรยายภาพ

7) แบบอสมมาตร (Asymmetric) มีสภาพว่าแหงทั้งซ้ายและขวาเป็นแบบหรือการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้ ดึงความสนใจในการมองเห็นได้ดี อ่านค่อนข้างยาก นิยมใช้กับข้อความสั้น ๆ

8) แบบแสดงรูปร่าง (Shaped) การจัดตัวอักษรแบบนี้สัมพันธ์กับทฤษฎีเกสโตลท์ ในเรื่องของความสืบเนื่อง (Continuation) สายตาจะมองสืบเนื่องไปตามแนวโค้งหรือแนวเส้นฐานในลักษณะต่าง ๆ ให้ความรู้สึกในการแสดงออกได้ดี เป็นแบบการจัดที่หาดูไม่ค่อยได้

9) แบบรูปธรรม (Vertical Type) เป็นการจัดตัวอักษรให้เกิดรูปร่างของวัตถุหรือรูปร่างอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น รูปร่างเรขาคณิตหรือนามธรรม ซึ่งสอดคล้องกับคำที่บรรยาย เป็นการช่วยกระตุ้นความหมายของภาษาให้มีศักยภาพกว้างขึ้น

10) แบบแนวตั้ง (Vertical Type) การจัดตัวอักษรตามแนวตั้งนี้นิยมใช้กับหัวเรื่อง บ่อยครั้งที่พบการนำไปใช้อย่างผิดพลาด

11) แบบเอียง (inclined Type) โดยจัดเอียงมุมเปลี่ยนไปตามมุมที่ต้องการมีส่วนดึงความสนใจต่อประชากรเป้าหมายได้พอสมควร ตัวอักษรเอียงช่วยกระตุ้นความรู้สึกสร้างสรรค์หรือก้าวหน้าได้ การเอียงลาดขึ้นทางขวามือจะให้ความรู้สึกสะดวกสบายกว่าเอียงลง

12) ลักษณะเฉพาะของตัวอักษร (Identification) โดยทั่วไปแล้วจะพิจารณาตามบุคลิกของตัวอักษรแบบต่าง ๆ ซึ่งมีแบบตัวอักษรอยู่มากมาย อาจจะพิจารณาตัวอักษรต่างๆ ได้ดังนี้

- รูปร่าง (Shape) การกำหนดชื่อแบบตัวอักษรบางแบบมาจากชื่อนักออกแบบ บางแบบมาจากบุคลิกของตัวอักษร หรือบางแบบมาจากจุดประสงค์ในการออกแบบก็ได้

- ขนาด (Size) ขนาดของตัวอักษรจะวัดตามแนวตั้ง โดยวัดเป็นพอยท์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษจะวัดตัวใหญ่เป็นหลัก

- น้ำหนัก (Weight) ความกว้างของเส้นตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดรูปแบบของตัวอักษร คำที่ใช้คือ บาง (Light) กลาง (Medium) หนา (Bold) และความหนา (Extra Bold) โดยพิจารณาตามความแคบกว้างของสีดำหรือความทึบ (Density)

- ความกว้าง (Width) เป็นการวัดความกว้างของตัวอักษรตามแนวราบ คำที่ใช้เรียกคือ ผอม (Condensed) ปกติ (Normal) กว้าง (Expanded) โดยพิจารณาจากแคบไปสู่กว้าง

- แนวลาด (Slope) เป็นการพิจารณามุมของตัวอักษรเพื่อบอกบุคลิกคำที่ใช้คือ ตัวตรง (Vertical) ตัวเอียง (Italic หรือ Inclined)

- ความคิดพื้นฐาน (Fundamental Concept) ความคิดรวบยอดพื้นฐานสำหรับการแก้ปัญหาการจัดวางตัวอักษร จำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหาความขัดแย้งกัน (Contrast) ของตัวอักษร ต้องเปรียบเทียบผลการมองเห็นที่ขัดแย้งกันของประชากรเป้าหมาย สภาพ

ตัดกันหรือขัดแย้งกันเป็นตัวแสดงพลัง ในอันที่จะช่วยให้การออกแบบเสนอความคิดที่ชัดเจนขึ้น ความขัดแย้งคือ พลังอันเร้าใจทางการเห็น (Force of Visual Intensity) และช่วยให้กระบวนการสื่อสารง่ายตายขึ้นได้

- เข้าใจง่าย (Readability) ความเข้าใจในสื่อสารเกินความถึงการจัดตัวอักษรแบบต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพส่วนรวม ที่มองเห็นได้ เป็นความง่ายบนการผสมผสานแบบตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพถ่าย และภาพประกอบเข้าด้วยกัน (รวมความซับซ้อนให้เข้าใจง่าย)

- อ่านง่าย (Legibility) เป็นการเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือเลือกแบบตัวอักษรที่แสดงบุคลิกเฉพาะตัวให้อ่านง่าย รวดเร็ว การทดสอบอาจทำโดยอ่านตัวอักษรแต่ละแบบแล้วเปรียบเทียบเวลาของการอ่าน

2.3.4.10 ตราสินค้า การใช้ตราสินค้านำให้เกิดประโยชน์หลายประการ อาทิ ทำให้ลูกค้าจดจำได้ ช่วยในการส่งเสริมการขายหากตราสินค้านั้นได้รับการยอมรับจากลูกค้า อย่างไรก็ตามตราสินค้าอาจจะทำลายสินค้าได้เหมือนกัน กรณีสินค้านั้นมีคุณภาพไม่เป็นไปตามที่ได้กล่าวอ้างไว้ลูกค้าจะจดจำตราได้ และจะไม่ซื้อสินค้านั้นซ้ำ ส่วนการไม่ใช้ตราสินค้าอาจจะเป็นผลดีต่อผู้ผลิตในกรณีที่สินค้านั้นคุณภาพไม่สม่ำเสมอ เสียหายง่าย และเมื่อสินค้านั้นหนึ่งไม่ได้รับการยอมรับจะไม่ส่งผลต่อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ในขณะที่การใช้ตราสินค้าเดียวกันสำหรับสินค้ามากกว่าสองชนิดขึ้นไป หากสินค้านั้นหนึ่งได้รับความเสียหายจะส่งผลกระทบต่อสินค้าอีกชนิดหนึ่งอย่างแน่นอน

1) ความหมายของตราสินค้า ตราสินค้า คือ ชื่อ ข้อความ รูปแบบสัญลักษณ์ หรือการนำสิ่งที่กล่าวมารวมกัน เพื่อบ่งชี้ให้เกิดการรับรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของใคร ในตราสินค้าจะประกอบด้วยชื่อตราสินค้า (Brand name) เช่น มามา เอ็มเค ทองแดง เป็นต้น และเครื่องหมายการค้า (Trade mark) ได้แก่ เครื่องหมายการค้าที่เจ้าของได้มีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย การจดทะเบียนช่วยป้องกันการเลียนแบบได้ภาพประกอบ

2) ความสำคัญของตราสินค้า ตราสินค้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับเจ้าของสินค้าเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างยอดขาย หากมีการจดทะเบียนตราสินค้าแล้วจะช่วยป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่นลอกเลียนแบบ และหากมีการลอกเลียนแบบเกิดขึ้นเจ้าของตราสินค้ามีสิทธิในการฟ้องร้องเพื่อเรียกค่าความเสียหายได้ นอกจากนี้ตราสินค้ายังมีความสำคัญต่อผู้จำหน่าย หากผู้จำหน่ายได้ตราสินค้าที่ติดตลาดไปจำหน่ายย่อมส่งผลต่อยอดขายได้ นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อผู้บริโภคในแง่ของการใช้เป็นตัวสะท้อนระดับคุณภาพของสินค้าภาพประกอบ (รองเท้าสองคู่ ได้แก่ adidas แท้ กับ abibas ปลอม)

3) ประเภทของตราสินค้าการแบ่งตราสินค้าที่นิยมใช้กันแบ่งออกได้เป็น 5 แบบด้วยกัน คือ

- **ตราผู้ผลิต (Manufacturer's brand)** เป็นตราสินค้าที่ผู้ผลิตสินค้ารายใดรายหนึ่งสร้างขึ้นมา เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของตราสินค้านั้น ตราสินค้าของผู้ผลิตมักจะมีการจัดจำหน่ายอย่างกว้างขวาง อาทิ โตโยต้า โนเกีย ไอพีเอ็ม เป็นต้น

- **ตราสินค้าของผู้จำหน่าย (Private brand)** เป็นตราสินค้าที่ผู้จำหน่ายอาจจะเป็นพ่อค้าปลีกหรือพ่อค้าส่งจัดตั้งตราสินค้าขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อวางจำหน่ายในร้านค้าของตนโดยปกติผู้จำหน่ายจะจ้างให้โรงงานผลิตที่มีกำลังการผลิตเหลือ ช่วยผลิตสินค้าให้ตามคำสั่งหลังจากนั้นผู้จำหน่ายจะเป็นคนตั้งชื่อตราสินค้าเอง เราเรียกตราลักษณะดังกล่าวว่า **ตราผู้จำหน่าย**

- **ตราสินค้านำร่วม (Family brand)** เป็นลักษณะการตั้งชื่อตราสินค้าที่ใช้ตราสินค้าชื่อเดียวกันกับสินค้าทุกชนิดของบริษัท การใช้ชื่อตราลักษณะนี้นิยมใช้กับสินค้าที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าโซนี่ สุขภัณฑ์ตราคอตโต้ การใช้ตราสินค้านำร่วมจะมีประโยชน์มาก เมื่อสินค้าตัวแรกประสบความสำเร็จ จะส่งผลให้การแนะนำสินค้าตัวต่อไปทำได้ง่ายขึ้น

- **ตราสินค้าเอกเทศ (Individual brand)** เป็นการตั้งชื่อตราสินค้าให้มีชื่อต่างกัน เมื่อเป็นสินค้าคนละชนิด บริษัทใดบริษัทหนึ่งจะมีสินค้าหลากหลายชนิด ซึ่งส่งผลให้มีตราสินค้าหลายชื่อ ด้วยเหตุผลที่ใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าแต่ละชนิดมีลักษณะแตกต่างกัน ประโยชน์ของตราสินค้าเอกเทศ คือ หากสินค้าใดได้รับความเสียหาย จะไม่กระทบต่อสินค้าชนิดอื่น

- **ตราสินค้าหลายชื่อ (Multi brand)** เป็นการตั้งชื่อตราสินค้าหลายๆชื่อ กับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของบริษัท ตัวอย่างเช่น แชมพูของบริษัทพีแอนด์จี ได้แก่ รีจอยส์ แพนทีน และเฮดแอนด์ช็อคเกอร์

#### 4) ประโยชน์ของตราสินค้า ประโยชน์ต่อเจ้าของตราสินค้า

- ใช้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้า
- ใช้ในการเพิ่มยอดขายสินค้า
- ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย
- ลดการเปรียบเทียบด้านราคาจากลูกค้า
- ช่วยในการนำสินค้าใหม่ที่ใช้ตราเดิมออกสู่ตลาดง่ายขึ้น

#### 5) ประโยชน์ต่อเจ้าของตราสินค้าต่อผู้ซื้อ

- ผู้ซื้อใช้ตราสินค้าแยกคุณภาพของสินค้าได้
- ผู้ซื้อทราบว่าใครคือเจ้าของหรือผู้ผลิตสินค้า
- ลดเวลาในการหาซื้อสินค้า



รูปที่ 2.10 แสดงลักษณะของวิวัฒนาการสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) ของเป๊ปซี่

2.3.4.11 การออกแบบฉลากฉลากเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์เช่นกัน ความสำคัญ  
ของฉลาก คือ

- 1) แสดงตัวผลิตภัณฑ์
- 2) บ่งบอกถึงความแตกต่าง ระหว่างสินค้าประเภทเดียวกัน
- 3) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
- 4) ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์
- 5) แสดงถึงประโยชน์ วิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ
- 6) แสดงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่ง

2.3.4.12 แนวคิดในการออกแบบฉลากสินค้า

1) ตราสินค้า (Brand) คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จะแสดงด้วยตัวอักษร และหรือสัญลักษณ์ ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่นชัดเจนเหมาะสม จดจำง่าย

2) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ การนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน คืออะไรควรเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น

3) เป้าหมาย Target หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษาการทำงานแบ่งได้ สองลักษณะ คือการออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก จะต้องคิดพร้อมๆกัน แต่ในทางปฏิบัติ ต้องออกแบบโครงสร้างก่อนอีกรูปแบบหนึ่งของการออกแบบกราฟิก บนบรรจุภัณฑ์ คือ ฉลากหน้าที่หนึ่งของฉลาก คือ ทำหน้าที่เป็นจุดขายสินค้า

### 2.3.4.13 การออกแบบฉลากมีหลักเกณฑ์ดังนี้

- 1) น่าสนใจ มีความดึงดูดความสนใจ
- 2) ต้องผลิตให้มีราคาถูก
- 3) มีคุณภาพในการพิมพ์ที่ดี
- 4) ต้องมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบของฉลากตลอดเวลา

### 2.3.5 ขั้นตอนการออกแบบ

2.3.5.1 การตั้งจุดหมาย ในการตั้งจุดหมายในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่ายนอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้องค้นหาออกมา คือ จุดขาย หรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.3.5.2 การวางแผน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้รับการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขึ้นต้นเพื่อเตรียมร่างแบบตามจุดหมาย และตามขอบเขตการออกแบบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะได้ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้น อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

- 1) ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง
- 2) ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรง ได้

ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือค่าใช้จ่ายถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับลู่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง

ตารางที่ 2.2 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้	
Why	ทำไม
Who	ใคร
Why	ทำไม
Who	ใคร
Where	ที่ไหน

- **Why ทำไม** เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น

- **Who ใคร** ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

- **Where ที่ไหน** สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้า บรรจุกฎเกณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่ที่มากน้อยแค่ไหน

- **What อะไร** จุดมุ่งหมายในการพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุกฎเกณฑ์ คืออะไร

- **When เมื่อไหร่** ควรจะเริ่มงานพัฒนาเมื่อไหร่ เมื่อไหร่พัฒนาเสร็จ และวางตลาดเมื่อไหร่

- **How อย่างไร** จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุกฎเกณฑ์ที่ออกแบบ

- **How much ค่าใช้จ่าย** ที่จะใช้พัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์มีงบประมาณเท่าไรคำตอบที่ได้รับ จาก 5W + 2H จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ได้

**ขั้นตอนที่ 1 :** การวางแผน

- กำหนดเวลา
- ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นตอนการทำงาน
- รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

**ขั้นตอนที่ 2 :** การรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลการตลาด
- สถานะการแข่งขัน จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (STOT : Strength, Weakness, Opportunity, Treat)
- ข้อมูลจากจุดขาย
- ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- เทคโนโลยีใหม่ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุกฎเกณฑ์ ระบบบรรจุกฎเกณฑ์ และเครื่องจักร

**ขั้นตอนที่ 3 :** การออกแบบร่าง พัฒนาความคิดริเริ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ
- ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 แบบ

**ขั้นตอนที่ 4 :** การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- วิเคราะห์ความไปได้ทางเทคนิค
- วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

**ขั้นตอนที่ 5 :** การทำแบบเหมือนร่าง

- เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้า และสัญลักษณ์ทางการค้า, ขึ้นแบบ

**ขั้นตอนที่ 6 :** การบริหารการออกแบบเริ่มจากการติดต่อโรงงานผลิต

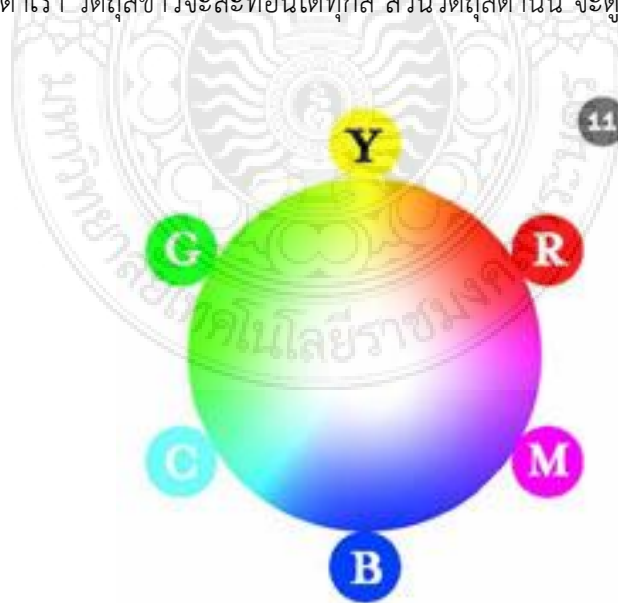


## 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาของสี

### 2.4.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ สี (Introduction to Color)

สี เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บนโลก ทุกๆ สิ่งที่เรามองเห็นรอบ ๆ ตัวนั้น ล้วนแต่มีสีโลกของเราถูกจรรโลง และแต่งแต้มด้วย สีสีนหลายหลาก ทั้งสีสันตามธรรมชาติ และสีที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้นหากโลกนี้ไม่มีสี หรือมนุษย์ไม่สามารถ รับรู้เกี่ยวกับสีได้ สิ่งนั้นอาจเป็นความบกพร่องที่ยิ่งใหญ่ของธรรมชาติ เพราะสีมีความสำคัญต่อวัฏจักรแห่งโลก และเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตมนุษย์ จนแยกกันไม่ออก เพราะมนุษย์ได้ตระหนักแล้วว่า สีนั้นส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ จินตนาการ การสื่อความหมาย และความสุขสำราญใจในชีวิตประจำวันมาช้านานแล้ว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สี มีอิทธิพลต่อมนุษย์เราเป็นอย่างมาก และมนุษย์ก็ใช้ประโยชน์ จากสีอย่างอนเอนกอนันต์ ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

2.4.1.1 ความหมายและการเกิดสี คำว่า สี (Color) ตามหลักพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาเราให้เห็นเป็นสีขาว สีดำ สีแดง สีเขียว ฯลฯ หรือการสะท้อนรัศมีของแสงมาสู่สายตาเรา สีที่ปรากฏในธรรมชาติ เกิดจากการสะท้อนของแสงสว่าง มาตกกระทบกับวัตถุแล้ว เกิดการหักเหของแสง (Spectrum) สีเป็นคลื่นแสงชนิดหนึ่งซึ่งปรากฏให้เห็น เมื่อแสงผ่านละอองไอน้ำ ในอากาศ หรือ แท่งแก้วปริซึม ปรากฏเป็นสีต่างๆ รวม 7 สี ได้แก่ สีแดง ม่วง ส้ม เหลือง น้ำเงิน คราม และเขียว เรียกว่า สีรุ้ง ที่ปรากฏบนท้องฟ้าตามธรรมชาติ ในแสงนั้นมีสีต่างๆ รวมกัน อยู่อย่างสมดุลเป็นแสงสีขาวใส เมื่อแสงกระทบ กับสีของวัตถุ ก็จะสะท้อนสีวัตถุนั้น ออกมาเข้าตาเรา วัตถุสีขาวจะสะท้อนได้ทุกสี ส่วนวัตถุสีดำนั้น จะดูดกลืนแสงไว้ ไม่สะท้อนสี



รูปที่ 2.11 ชาร์ตสี

ที่มา : [www.novabizz.com](http://www.novabizz.com)

2.4.1.2 ประเภทของสี สีมีอยู่ทั่วไปในสิ่งแวดล้อม สีที่ปรากฏอยู่ในโลกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก) สีที่เกิดในธรรมชาติ มีอยู่ 2 ชนิดคือ สีที่เป็นแสง (Spectrum) คือ สีที่เกิดจากการหักเหของแสง เช่น สีรุ้ง สีจากปริซึมและสีที่อยู่ในวัตถุ หรือเนื้อสี (Pigment) คือ สีที่มีอยู่ในวัตถุธรรมชาติทั่วไป เช่น สีของพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุต่างๆ

ข) สีที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ สีที่ได้จากการสังเคราะห์ เพื่อใช้ประโยชน์ในงานต่างๆ เช่น งานศิลปะ อุตสาหกรรม การพาณิชย์ และในชีวิตประจำวัน โดยสังเคราะห์จากวัสดุธรรมชาติ และจากสารเคมี ที่เรียกว่า สีวิทยาศาสตร์ ซึ่งสีที่ได้จาก การสังเคราะห์สามารถนำมาผสมกัน ให้เกิดเป็น สีต่างๆ อีกมากมาย

#### 2.4.1.3 จิตวิทยาสีกับความรูสึก (Psychology of Color)

การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้งานเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามความต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังเกตจากวงล้อสีจะปรากฏ เป็น 2 วรรณะ คือ

- วรรณะสีร้อน ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง ฉูดฉาด หรือ รื่นเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสด และสีที่ใกล้เคียง

- วรรณะสีเย็น ให้ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว และสีที่ใกล้เคียง

- สีแสดงอารมณ์

- สีแดง

เป็นสีของไฟ การปฏิวัติ ความรู้สึกทางกามารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมากสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถดบังสีอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง

- สีเหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี

มีค่าสีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสีที่มาผสม สีดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึกซาญฉาด หรือให้ความรู้สึกในทางลบ และเก็บกดก็เป็นได้เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประภพน้ำตาลจะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง ออบอุ่น สำหรับสีเหลือง เป็นสีที่มีพลังในด้านความสว่างอย่าง

มาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสีเหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น

- สีเขียว

เป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพล่านสงบลง เป็นสีกลาง ๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มข้นไปในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า

- สีน้ำเงิน

เป็นสีที่เก็บกด ช่างฝัน เปลาเปลียว ถึงแม้ว่าจะทำให้โล่งขึ้นโดยการผสมสีขาว เข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาด บริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดงสุขอนามัย

- สีม่วง

แสดงถึงความใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกลับ เวทมนต์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงโลแลค ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้สึกเป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ยังให้ความเป็นเจ้านาย และเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

- สีทอง

มีตำแหน่งใกล้สีส้ม และนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดให้เป็นสีเย็น และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอื่นมาใช้ร่วมด้วยหากว่าต้องการผลของความรู้สึกในทางบวก

- สีเทา

สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากหลายระดับ อาจจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป

- สีดำ

สีดำ ซึ่งเรียกว่า อรงค์ คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่าง ในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราไม่ใช่สีอื่น ๆ ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรืออักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น

- สีขาว

สีขาว ก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อนและเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลืองจืดจาง เราสามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆ ลงบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ

#### 2.4.1.4 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดู สวยงาม และตื่นตา หรือช่วยส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีที่แตกต่างกัน เด็กเล็ก ๆ จะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยังไม่ชอบสีสดใสมาก ๆ กลับนิยมสีอ่อนหวาน นุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิกในเชิงพาณิชย์ จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญเด็กเล็ก ๆ ควรใช้สีประเภทปฐมภูมิ หรือสีทุติยภูมิ ส่วนผู้ใหญ่อาจต้องใช้สีแท้ ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำ การใช้สีขาวหรือสีดำ ผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้นก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงาน จึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

1) ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาดสั้น ๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

2) พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมเนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบ จะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็ต้องนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

3) การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่าง ๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่า จะต้องเพิ่มงบประมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ

4) ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยผู้บริโภค

5) การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลาย ๆ สี อาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

6) เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูเด่นชัดและมีชีวิตชีวน่าสนใจ

7) การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเร้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง

8) ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรงดเว้นการใช้สีตรงข้ามในปริมาณที่เท่า ๆ กัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองอย่างมากทำให้เกิดภาพซ้อนพร่ามัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่น ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการควรเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ซึ่งก็จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย

#### 2.4.1.5 หน้าที่ของสี

สีมีคุณประโยชน์ต่อโลก และมนุษย์เรารู้จักการใช้สีมาช้านาน

1) สีที่มีอยู่ในธรรมชาติ เป็นปรากฏการณ์ที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาเพื่อแสดงถึงความเป็นไป ของสิ่งที่มีอยู่บนโลก ซึ่งสีจะเป็นตัวบ่งบอก สิ่งต่างๆ ได้แก่

- ความเปลี่ยนแปลง หรือวิวัฒนาการ ของธรรมชาติ หรือวัตถุธาตุ เมื่อเวลาเปลี่ยนไป สีอาจกลายสภาพจากสีหนึ่งไปเป็นอีกสีหนึ่ง เช่น การเปลี่ยนสีของใบไม้
- ความแตกต่างของชนิดของวัตถุธาตุ ได้แก่ สีของอัญมณี เช่น แร่ไพไรต์ มีสีน้ำเงิน แร่มรกตมีสีเขียว แร่ทับทิมมีสีแดง เป็นต้น
- แยกแยะเผ่าพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต ได้แก่ สีผิวของมนุษย์ที่ต่างกัน เช่น คนยุโรปผิวขาว คนเอเชียผิวเหลือง และคนแอฟริกันผิวดำ ดอกไม้ หรือแมลงมีสีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับชนิด และเผ่าพันธุ์ของมัน

2) สีในงานศิลปะ ทำหน้าที่ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้งานศิลปะชิ้นนั้นมีคุณค่าทางสุนทรียะ หน้าที่หลักของสีในงานศิลปะ คือ

- ให้ความแตกต่างระหว่างรูปกับพื้น หรือรูปทรงกับที่ว่าง
- ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวด้วยการนำสายตาของผู้ดูบริเวณที่สีตัดกันจะดึงดูดความสนใจ

- ให้ความเป็นมิติแก่รูปทรง และภาพด้วยน้ำหนักของสีที่ต่างกัน
- ให้อารมณ์ความรู้สึกได้ด้วยตัวมันเอง

3) ในด้านกายภาพ สีมักนำมาใช้เพื่อส่งผลต่ออุณหภูมิ เช่น สีดำ จะดูดความร้อนได้มากกว่าสีขาว และด้านความปลอดภัย สีที่สว่างจะช่วยในเรื่องความปลอดภัยได้ดีกว่าสีมืด

### 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์

#### 2.5.1 กระดาษ

กระดาษ เป็นวัสดุที่ผลิตขึ้นมาสำหรับ การจดบันทึก มีประวัติศาสตร์ยาวนาน เชื่อกันว่ามีการใช้กระดาษครั้งแรกๆโดยชาวอียิปต์โบราณ และชาวจีนตั้งแต่สมัยโบราณ แต่กระดาษในยุคแรกๆ ล้วนผลิตขึ้นเพื่อการจดบันทึกด้วยกันทั้งสิ้น จึงกล่าวได้ว่าระบบการเขียน คือแรงผลักดันให้เกิด การ ผลิตกระดาษขึ้นในโลก ปัจจุบันกระดาษไม่ได้มีประโยชน์ในการใช้จดบันทึกตัวหนังสือ หรือข้อความ เท่านั้น ยังใช้ประโยชน์อื่นๆ ได้มากมาย เช่น กระดาษชำระ กระดาษห่อของขวัญ กระดาษลูกฟูกสำหรับทำกล่อง ฯลฯ

กระดาษของชาวอียิปต์โบราณผลิตจากหญ้าที่เรียกว่า ปาปิรุส (papyrus) และเรียกว่า กระดาษปาปิรุส พบว่ามีการใช้จารึกบทสวดและคำสาบาน บรรจุไว้ในพีระมิดของอียิปต์ นักประวัติศาสตร์เชื่อว่า มีการใช้กระดาษที่ทำจากปาปิรุสมาตั้งแต่ปฐมราชวงศ์ ของอียิปต์ (ราว 3,000 ปีก่อนคริสตกาล)

สำหรับวัสดุเขียนนั้น ในสมัยโบราณมีด้วยกันหลายอย่าง เช่น แผ่นโลหะ หิน ใบลาน เปลือกไม้ ฝ่าไหม ฯลฯ ผู้คนสมัยโบราณคงจะใช้วัสดุต่างๆ หลากหลายเพื่อการบันทึก ครั้นเมื่อราว ค.ศ. 105 ชาว จีนได้ประดิษฐ์กระดาษจากเศษผ้าฝ้าย และหลังจากนั้นได้มีการใช้วิธีผลิตกระดาษ เช่นนี้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว

ประวัติการใช้กระดาษในสยามไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจน แต่วัสดุที่มีลักษณะอย่าง กระดาษนั้น เรามีกระดาษที่เรียกว่า สมุดไทยผลิตจากเยื่อไม้ทุบละเอียด ต้มจนเปื่อย ใสแป้งเพื่อให้ เนื้อกระดาษเหนียว แล้วนำไปกรองในกระเบเล็ก ๆ ที่จั่นจั่นแห้ง แล้วลอกออกมาเป็นแผ่น พับทบไป มาจนตลอดความยาว จึงได้เป็นเล่มสมุด เรียกว่าสมุดไทยขาว หากต้องการ สมุดไทยดำ ก็ผสมผง ถ่านในขั้นตอนการผลิต

#### 2.5.1.1 ชนิดของกระดาษ (Type of paper)

กำธร สติกรกุล 2515:298-300 กล่าวไว้ว่า จากความแตกต่างของกรรมวิธี ในการผลิตกระดาษความแตกต่างของเยื่อกระดาษสารเคมีตลอดจนเครื่องจักรในการผลิต จะมีผลทำให้ ลักษณะของกระดาษมีความแตกต่างกันตามวัสดุพื้นฐานในการผลิต ผู้พิมพ์จำเป็นต้องศึกษาถึง ประเภทและชื่อเรียกของกระดาษเพื่อประโยชน์ในการ เลือกใช้ให้เหมาะสมกับงานพิมพ์ ตลอดจน สามารถสื่อความหมายกับผู้อื่นโดยตรงตามวัตถุประสงค์ของการพิมพ์กระดาษจะมีลักษณะและชื่อ เรียกต่างกัน ดังนี้

1) กระดาษปรู๊ฟ (newsprint) เป็น กระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ปน จึงทำให้มี ราคาถูก คุณภาพต่ำ ถ้าเก็บไว้นานจะกรอบและแดงใช้พิมพ์หนังสือราคาถูกและหนังสือพิมพ์

2) กระดาษบอนด์ (bond paper) เป็น กระดาษที่มีคุณภาพสูง เยื่อ กระดาษทำจากเศษผ้าผสม ด้วยสารเคมี Sulfite ฟอกให้ขาวเป็นพิเศษ เป็นกระดาษใช้พิมพ์งานที่มีค่า เช่นประกาศนียบัตรหรือกระดาษเขียนจดหมาย

3) กระดาษฟอกขาวหรือกระดาษบอนด์ขาว (Wood Free Paper) เป็น กระดาษที่ทำจากเยื่อเคมีฟอกขาวผลิตเป็นกระดาษ เพื่อใช้เขียนหรือพิมพ์ ใช้ทำสมุด และพิมพ์หนังสือ โดยทั่วไป

4) กระดาษเหนียวหรือกระดาษสีน้ำตาลห่อของ (Kraft paper) ทำจากเยื่อ

Sulphate ผสมสีน้ำตาล มีความเหนียวมากใช้ทำกระดาษห่อของหรือบรรจุภัณฑ์

5) กระดาษปก (Cover Paper) เป็นกระดาษปอนด์ทำให้หนาเป็นพิเศษ มีความเหนียวทนทาน เพื่อใช้ทำปกหนังสือ

6) กระดาษวาดเขียน (Drawing Paper) เป็นกระดาษปอนด์ขาว แต่ทำให้เนื้อกระดาษสามารถรับสีได้ง่าย และมีผิวเหมาะแก่การเขียนภาพระบายสี ดุดหมึกดูดีสีไวโดยง่าย

7) กระดาษอาร์ต (Arts, Coate paper) เป็นกระดาษที่ได้มีการเคลือบผิวหน้าด้วยวัสดุบางอย่างให้มีผิวเรียบมัน เพื่อใช้พิมพ์ภาพที่มีรายละเอียด

8) กระดาษกล่อง (Box board) เป็นกระดาษที่ด้านหน้าทำจากเยื่อเคมี มีลักษณะเป็นกระดาษปอนด์ขาว แต่ด้านหลังทำจากเยื่อไม้ป่น หรืออาจเป็นเยื่อกระดาษเก่าซึ่งจะมีสีคล้ำ กระดาษชนิดนี้จะผลิจากเครื่องจักรชนิด Cylinder machine หลาย ๆ ชั้น

9) กระดาษโปสเตอร์ (Poster paper) เป็นกระดาษปอนด์ที่ขัดมันเรียบหน้าเดียว ส่วนอีกหน้าหนึ่งจะปล่อยให้หยาบไว้

10) กระดาษแข็ง (Hard board) เป็นกระดาษที่ใช้ทำปกแข็งด้านในของหนังสือเมื่อใช้งานจะต้องมีกระดาษหรือวัสดุอื่นหุ้ม จึงเป็นกระดาษที่ไม่ต้องฟอกขาว ทำจากเยื่อไม้ป่นหรือเยื่อกระดาษเก่า เนื้อกระดาษจะดูสีคล้ำและผิวไม่เรียบ

## 2.5.2 พลาสติก (Plastics)

พลาสติก (Plastic) มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า "plastikos" หมายความว่าหล่อหรือหลอมเป็นรูปร่างได้ง่าย พลาสติกเป็นโพลิเมอร์ประเภทหนึ่งที่มีส่วนใหญ่นำมาจากการสังเคราะห์ขึ้น (Synthetic polymer) แต่ก็มีพลาสติกที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติเช่นกัน เช่น ชแล็ค พลาสติกเป็นสารอินทรีย์ เป็นไฮโดรคาร์บอน มีไฮโดรเจนและคาร์บอนเป็นองค์ประกอบหลัก พลาสติกเป็นโพลิเมอร์ที่สามารถนำมาหล่อเป็นรูปร่างต่าง ๆ ตามแบบ โดยใช้ความร้อนและแรงอัดเพียงเล็กน้อย มีจุดหลอมเหลวระหว่าง 80 - 350 องศาเซลเซียส ขึ้นอยู่กับชนิดของพลาสติกด้วย

ปัจจุบันพลาสติก (plastic) มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุก่อสร้างหลายชนิดทำด้วยพลาสติก เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือนจำพวกจานชาม ขวดโหลต่าง ๆ ของเล่นเด็ก วัสดุก่อสร้าง สีทาบ้าน กาวติดไม้และติดโลหะ อุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นต้น เหตุที่พลาสติกเป็นที่นิยมเพราะมีราคาถูก มีน้ำหนักเบา ทนความชื้นได้ดี ไม่เป็นสนิม ทำให้เป็นรูปร่างต่าง ๆ ตามต้องการได้ง่ายกว่าโลหะ เป็นฉนวนไฟฟ้า มีทั้งชนิดโปร่งใสและมีสีต่าง ๆ กัน ด้วยเหตุนี้พลาสติกจึงใช้แทนโลหะหรือวัสดุบางชนิด เช่น แก้ว ได้เป็นอย่างดี แต่พลาสติกก็มีข้อเสียหลายอย่างด้วยกันคือ ไม่แข็งแรง (รับแรงดึง แรงบิดและแรงเฉือนได้ต่ำมาก) ไม่ทนความร้อน (มีจุดหลอมเหลวต่ำ ติดไฟง่าย และไม่คงรูป จึงทำให้ขอบเขตการใช้งานของพลาสติกยังไม่กว้างเท่าที่ควร

พลาสติก ประกอบไปด้วยโมเลกุลของธาตุหลาย ๆ ธาตุ จับกันเป็นโมเลกุลใหญ่ ที่เรียกว่า พอลิเมอร์ ลักษณะที่เด่นชัดของพลาสติกอยู่ตรงที่โมเลกุลของพลาสติกมีขนาดใหญ่โตกว่าสารอื่น ๆ มาก พลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่ได้จากปฏิกิริยาสังเคราะห์ทางเคมี ส่วนพลาสติกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและใช้มากคือ เซลแล็ก (shellac) พลาสติกเป็นสารประกอบอินทรีย์ (สารอินทรีย์หมายถึงสารซึ่งในโมเลกุลมีธาตุไฮโดรเจน และคาร์บอนรวมกันอยู่ อาจมีเพียงอะตอมของธาตุทั้งสองหรือมีอะตอมของธาตุอื่นรวมอยู่ด้วย เช่น มีเทน  $\text{CH}_4$  เป็นสารอินทรีย์ที่มีแต่อะตอมของไฮโดรเจน และคาร์บอน กรดน้ำส้ม  $\text{CH}_3\text{COOH}$  มีอะตอมของไฮโดรเจน คาร์บอน และออกซิเจนรวมอยู่ด้วย เป็นต้น) สามารถแบ่งพลาสติกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- เทอร์มอเซตติงพลาสติก (thermosetting plastic) เป็นพลาสติกชนิดที่จะแข็งตัวคงรูปอยู่ได้ โดยอาศัยปฏิกิริยาทางเคมี ปฏิกิริยาเคมีเกิดขึ้นโดยอาศัยความร้อนและความกดดัน ภายหลังปฏิกิริยาเคมีมันก็จะแข็งตัว และเราจะไม่สามารถเปลี่ยนรูปของมันโดยไม่เปลี่ยนคุณสมบัติของมันได้กล่าวคือ เมื่อได้รับความร้อนมาก ๆ มันจะสลายตัวเสียรูปไป

- เทอร์มอพลาสติก (thermoplastic plastic) เป็นพลาสติกที่แข็งตัวโดยไม่อาศัยปฏิกิริยาทางเคมี แต่อาศัยคุณสมบัติทางกายภาพ เมื่อทำพลาสติกชนิดนี้ให้ร้อนขึ้นแล้วเทลงในเบ้าหรือแบบมันก็จะเปลี่ยนรูปร่างไปตามแบบนั้น และเมื่อเย็นลงก็จะแข็งตัวคงรูปอยู่ได้ และเมื่อเป็นรูปแล้วเราสามารถที่จะหลอมและเปลี่ยนรูปเป็นอย่างอื่นได้อีก เพราะคุณสมบัติทางเคมีของมันยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

#### 2.5.2.1 การแยกชนิดของพลาสติก

พลาสติกแต่ละชนิดมีจุดหลอมเหลวและความหนาแน่นต่างกัน จึงมีการใช้สัญลักษณ์เพื่อช่วยในการเลือกพลาสติกชนิดต่าง ๆ และช่วยในการแยกพลาสติกในกระบวนการรีไซเคิล ซึ่งเราสามารถแยกชนิดของพลาสติกออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้



รูปที่ 2.12 อักษรย่อทางพลาสติก



- 1) PET (PETE) หรือ Polyethylene Terephthalate พลาสติก PET เป็นขวดใสใช้บรรจุน้ำดื่ม น้ำอัดลมขนาด 2 ลิตร ขวดน้ำมันพืช และกระปุกเนยถั่ว
- 2) HDPE หรือ High Density Polyethylene เป็นขวดสีขาว ทึบแสง หรือสีทึบอื่น ๆ มักใช้บรรจุน้ำดื่ม นม ยาเม็ด ผงซักล้าง น้ำยาล้างห้องน้ำ แป้งฝุ่น
- 3) PVC หรือ Polyvinyl Chloride พลาสติกพีวีซีมักใช้เป็นท่อประปาเฟอร์นิเจอร์ขวดน้ำ แผ่นฟิล์มถนอมอาหาร ภาชนะบรรจุน้ำสไลด์และน้ำยาซักล้าง
- 4) LDPE หรือ Low Density Polyethylene มักใช้เป็นถุงซั๊กแห้ง ภาชนะเก็บอาหาร สารเคลือบกระป๋อง
- 5) PP หรือ Polypropylene มักใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหารทารก ฝาขวด หลอดดูด
- 6) PS หรือ Polystyrene มักถูกนำมาใช้ผลิต ถ้วย ชาม ถาดอาหารภาชนะบรรจุอาหารกลับบ้าน
- 7) Other หมายถึง พลาสติกชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากชนิดที่ 1-6 มักเป็นพวก Polycarbonate ซึ่งใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหาร ทัพเพอร์แวร์ แกลลอนน้ำดื่ม และขวดนัลจิ้น (nalgene) รวมทั้งใช้ในการเคลือบด้านในของกระป๋องบรรจุอาหาร (metal can linings)

### 2.5.3 ชนิดของถุงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ

2.5.3.1 ฟอยล์อลูมิเนียม มีคุณสมบัติสำหรับการผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดถ้าเทียบกับฟิล์มพลาสติกชนิดอื่นๆ โดยฟอยล์อลูมิเนียมมีคุณสมบัติในการ ป้องกันได้ทั้งก๊าซต่างๆ ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่น น้ำมัน และแสงได้อย่างดีเยี่ยม ทำให้สามารถปกป้องและถนอมผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้ยาวนานกว่าฟิล์มชนิดอื่นๆ อลูมิเนียมฟอยล์ใช้ได้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร ยา ฯลฯ ทั้งที่เป็นของแข็งและของเหลว ถ้าหากผลิตภัณฑ์กักความร้อนได้เราก็คงยังสามารถเคลือบฟอยล์อลูมิเนียมด้วยสารอื่นๆที่ทนต่อการกักความร้อนได้ และผิวของฟอยล์อลูมิเนียมก็มีความมัน วาวสวยงามเช่นเดียวกับฟิล์ม Metalized นิยมใช้บรรจุภัณฑ์อลูมิเนียมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการปกป้องจากแสง ความชื้น และต้องการรักษากลิ่นหอมให้ยาวนาน อาทิ เช่น บรรจุอาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง ขนมอบิสกิต, ช็อคโกแลต, ชา กาแฟ, ขนมอบีอื่น ๆ ที่ต้องการคงความสมบูรณ์ของคุณภาพ



รูปที่ 2.13 ซองอลูมิเนียมพอยล์

ที่มา : [ppmpack](#) (2014)

2.5.3.2 พิล์มลามิเนต คือการทำให้เป็นแผ่นบาง ๆ หรือประกอบด้วยชั้นบาง ๆ เช่นเดียวกับฟิล์มพลาสติก ซึ่งฟิล์มลามิเนตหมายถึง แผ่นฟิล์มพลาสติกที่ผ่านกระบวนการลามิเนตโดยการนำพลาสติกหลายๆชั้นมาเคลือบติดเข้าด้วยกันเป็นฟิล์มแผ่นเดียว หรือการเคลือบฟิล์มพลาสติกเข้ากับเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เช่น กระดาษ พอยล์โลหะ โดยการทำการยึดติดระหว่างชั้นฟิล์ม ด้วยการใช้ความร้อนหรือกาว (Adhesive) โดยฟิล์มลามิเนตจะมีจำนวนชั้นของฟิล์มมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับตามความต้องการของผู้ผลิต การผลิตฟิล์มลามิเนตเพื่อต้องการให้ละลายหรือตัวอักษรที่พิมพ์ลงไปบนฟิล์มนั้นสามารถติดอยู่บนฟิล์มได้นานขึ้น โดยการนำแผ่นฟิล์มมาเคลือบติดบนฟิล์มอีกแผ่นหนึ่งที่ผ่านกระบวนการพิมพ์ละลายหรือตัวอักษรลงไป เพื่อป้องกันละลายของฟิล์มไม่ให้ลบเลือนจากปัจจัยภายนอก เช่น การขีดข่วน น้ำและความชื้น ซึ่งการลามิเนตจะช่วยให้ละลายที่พิมพ์ลงไปบนฟิล์มสามารถติดทนนาน ทำให้สินค้ามีความสวยงามดูน่าใช้ อีกทั้งยังช่วยยืดอายุสินค้า (Shelf Life) ให้นานขึ้น ในปัจจุบันการผลิตฟิล์มลามิเนตยังคำนึงความสวยงามควบคู่ไปกับคุณภาพของฟิล์ม เนื่องจากในปัจจุบันผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มในการใช้พลาสติกทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เช่น ขวดแก้ว กระดาษ กระจก โลหะมากขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคเองก็มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพอนามัยและด้านคุณภาพของสินค้ามากขึ้น ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตฟิล์มลามิเนตในปัจจุบันมีการพัฒนาไปมาก โดยสามารถนำฟิล์มที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมาผ่านกระบวนการลามิเนตเพื่อที่จะให้ได้ฟิล์มที่มีคุณภาพสูงมากขึ้น ช่วยในด้านการปกป้องสินค้าที่บรรจุภายในให้รักษาคุณภาพเอาไว้ รวมถึงรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องดูสวยงามดึงดูดให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้า บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าประเภทผงนิยมใช้ฟิล์มลามิเนต BOPET+Aluminum+LLDPE หรือ BOPET+M-PET+LLDPE



รูปที่ 2.14 การเคลือบลามิเนตบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป  
ที่มา : [constantia-flexibles](http://constantia-flexibles) (2016)

#### 2.5.4 งานพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์กระดาษ

งานพิมพ์เป็นขั้นตอนต่อจากงานก่อนพิมพ์หลังจากการทำแม่พิมพ์ที่สมบูรณ์แล้วเมื่อได้รับแม่พิมพ์มาจากงานก่อนพิมพ์ควรได้มีการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยของแม่พิมพ์ก่อนที่จะนำแม่พิมพ์ไปใส่ในเครื่องพิมพ์เพื่อทำการพิมพ์ ก่อนการพิมพ์จริงเป็นการเตรียมพร้อมพิมพ์ ซึ่งหมายถึงการเตรียมและปรับตั้งส่วนประกอบทุกส่วนของเครื่องพิมพ์ให้พร้อมแล้วทดลองพิมพ์ให้ได้แผ่นงานพิมพ์ตัวอย่างจำนวนหนึ่ง ตรวจสอบความถูกต้องและระดับคุณภาพของแผ่นงานพิมพ์ตัวอย่างว่าได้ตามที่ต้องการหรือไม่ ถ้ายังไม่ได้ระดับคุณภาพที่ต้องการให้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วทดลองพิมพ์อีกจำนวนหนึ่งจนกว่าจะได้คุณภาพตามที่ต้องการ จากหลักการดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำเสนอระบบการพิมพ์ที่สามารถพิมพ์ลงบนกล่องกระดาษ

2.5.4.1 ระบบการพิมพ์ออฟเซต หรือการพิมพ์พื้นราบ มีต้นกำเนิดจากการพิมพ์ด้วยการค้นพบของ อลัวส์เซเนเฟลเดอร์ (Alois Senefelder) ด้วยการใช้น้ำมันเขียนลงบนแผ่นหินขัดเรียบ ใช้น้ำบาง ๆ หรือความเปียกชื้นลงไปคลุมพื้นที่ซึ่งไม่ต้องการให้เกิดภาพก่อนแล้วจึงคลึงหมึกตามลงไปไขมันที่เขียนเป็นภาพจะรับหมึกและผลึกต้นน้ำ และน้ำก็ผลึกต้นหมึกมีให้ปนกันเมื่อนำกระดาษไปทาบบและใช้น้ำหนักกดพิมพ์พอควร กระดาษนั้นจะรับและถ่ายโอนหมึกที่เป็นภาพจากแผ่นหิน ปัจจุบันการพิมพ์พื้นราบที่รู้จักกันในนามพิมพ์หินได้พัฒนาจากการใช้คนดึงแผ่นหินที่หนาและหนักกลับไปกลับมา เพื่อทำการพิมพ์ได้ชั่วโมงละไม่กี่แผ่น ได้มีความเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับ จากการใช้แรงคนเป็นเครื่องจักร ใช้น้ำและจากเครื่องจักร ใช้น้ำเป็นเครื่องยนต์พร้อมกับเปลี่ยนลักษณะของแผ่นภาพพิมพ์จากหินเป็นโลหะที่บางเบาสามารถโค้งโอบรอบไม่ได้และได้ใช้เป็นผืนผ้ายาง (rubber printing) กระดาษหรือวัสดุพิมพ์จะไม่สัมผัสกับแม่พิมพ์ (plate cylinder) โดยตรง แต่จะอยู่ในระหว่างโม่ผ้ายาง (blanket cylinder) กับโม่กดพิมพ์ (impression cylinder) ชื่อของวิธีนี้ เคยเรียกเมื่อเริ่มแรกว่า "ลิโธกราฟี" (Lithography) อันเป็นภาษากรีก ที่มีความหมายว่าเขียนบนหิน ได้เปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมคำว่า เซตออฟ (set-off) หรือ "ออฟเซต" (offset) ซึ่งหมายถึง การพิมพ์ที่ได้รับ

หมึกจากแม่พิมพ์ไปหมดแต่ละแผ่น แล้วเตรียมรับหมึกพิมพ์ในแผ่นต่อไป ชื่อของวิธีพิมพ์นี้จึงเรียกว่า "ออฟเซตลิโธกราฟี" (offset lithography) ในปัจจุบันสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์หลายชนิดไม่ว่าจะเป็นกระดาษฉนวนพลาสติก ผ้าแพร หรือแผ่นโลหะ

2.5.4.2 หลักในการพิมพ์ออฟเซต หลักของการพิมพ์ออฟเซต คือ น้ำกับน้ำมันจะไม่รวมตัวกันซึ่งบนแผ่นแม่พิมพ์จะมีทั้งสอง ส่วนคือ บริเวณที่ไม่มีภาพก็จะเป็นที่รับน้ำและในส่วนที่มีภาพก็จะเป็นสารเคมีที่เป็นพวกเดียวกับหมึก

หน้าที่ของบริเวณทั้งสองของแม่พิมพ์

- ส่วนที่ไร้ภาพและรับน้ำ จะทำหน้าที่ในการรับน้ำหรือความชื้น และผลักดันหมึกให้ออกนอกบริเวณ

- ส่วนที่เป็นภาพจะทำหน้าที่รับหมึกและผลักดันน้ำมันออกนอกบริเวณของตน ซึ่งในแต่ละส่วนจะทำหน้าที่ ๆ แตกต่างกัน

2.5.4.3 หลักในการถ่ายทอดภาพของเครื่องพิมพ์ออฟเซต



รูปที่ 2.15 ระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไป

ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไปในระบบ 3 โม คือ

- โมแม่พิมพ์
- โมผ้ายาง
- โมแรงกด

พร้อมด้วยระบบทำความชื้นและระบบการจ่ายหมึกให้แก่แม่พิมพ์เมื่อมีการเคลื่อนไหว แม่พิมพ์จะหมุนไปรับน้ำ หรือ ความชื้น แล้วจึงหมุนไปรับน้ำ แล้วจึงไปรับหมึก เมื่อ

แม่พิมพ์รับหมึกในบริเวณภาพแล้วจะหมุนลงไปถ่ายโอนไปให้โมฝ้ายาง แล้วจึงถ่านลงวัสดุพิมพ์โดยมีโมกตะพิมพ์ รองรับอยู่เป็นระบบการพิมพ์ทางอ้อม

#### ประโยชน์ของการพิมพ์ทางอ้อม

- ในการพิมพ์ภาพลงสู่ฝ้ายาง ผิวของฝ้ายางมีความอ่อนนุ่มจึงสามารถแนบกระชับกับผิว ของของการดาษที่เป็นแอ่ง และขรุขระได้ดีกว่าการใช้แม่พิมพ์โดยตรง
- ฝ้ายางจะไม่ทำให้ตัวของแม่พิมพ์ชำรุด เหมือนกับการพิมพ์ทางตรง
- สะดวกในการตรวจสอบความถูกต้องของภาพ และข้อความบนแม่พิมพ์ เพราะเป็นตัวตรง ไม่ใช่ตัวกลับอย่าง เลตเตอร์เพลส ซึ่งตรวจสอบได้ยาก

#### 2.5.4.4 ขนาดของเครื่องพิมพ์ออฟเซต

เครื่องพิมพ์ออฟเซต โดยทั่วไปมีหลักการเดียวกัน คือ ประกอบด้วยโมแม่พิมพ์ โมยาง และโมพิมพ์ ที่โมแม่พิมพ์จะมีระบบการให้น้ำและต่อเพลทอยู่ การถ่ายทอภาพ เกิดจากโมแม่พิมพ์ได้รับหมึก แล้วถ่ายทอภาพให้โมยาง แล้วโมยางจึงถ่ายทอภาพให้กับกระดาษ หรือวัสดุที่ใช้พิมพ์ ในการถ่ายทอภาพจากโมหนึ่งไปยังโมหนึ่งจะต้องใช้แรงกดน้อยที่สุด

ก) ออฟเซตเล็ก เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก พิมพ์กระดาษได้ ขนาด 10\*15 นิ้ว ถึงขนาด 13\*17 นิ้วโดยประมาณ เครื่องชนิดนี้มีอุปกรณ์ประกอบในการทำงานน้อย ไม่ยุ่งยาก ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับงานพิมพ์ขนาดเล็ก เช่น หัวจดหมาย หนังสือเวียนแผ่น โฆษณา เผยแพร่เล็กๆ ไม่เหมาะสำหรับงานพิมพ์สอตสี หรือ สีสี เพราะระบบฉากยังไม่มีความเที่ยงตรงดีพอ

- ขนาดตัดสี่ เป็นเครื่องพิมพ์ที่ขนาดใหญ่กว่าออฟเซตเล็กสามารถพิมพ์ได้ ขนาดประมาณ 15\*21 นิ้ว หรือ 18\* 25 นิ้ว มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้นและระบบน้ำดีขึ้นกว่า สามารถพิมพ์งานได้เกือบทุกชนิด ไม่ว่าจะป็นสีเดียวหรือหลายสีก็ตาม เหมาะสำหรับพิมพ์หนังสือยกเป็นเล่ม ภาพโปสเตอร์ขนาดกลาง งานพิมพ์ทั่วไป และงานพิมพ์ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มากนัก เช่น ครั้งละไม่เกิน 5,000 ชุด ถ้าเป็นการพิมพ์จำนวนมากๆแล้วจะเป็นการเสียเวลา เพราะมีขนาดเล็ก ไม่สามารถลงพิมพ์ได้คราวละหลายๆแบบได้ เครื่องพิมพ์ชนิดนี้นิยมใช้ทั่วไปในท้องตลาด ถ้าพิมพ์หนังสือยก จะพิมพ์ขนาด 8 หน้ายก ได้ แล้วแต่ขนาดของเครื่องพิมพ์ การที่เรียกเครื่องพิมพ์ขนาดตัดสี่นั้น เพราะใช้กระดาษขนาด 15.5 \*1.5 นิ้ว ที่เกิดจากการแบ่งกระดาษขนาดใหญ่ 31 \*43 นิ้ว เป็นสี่ส่วน ได้พอดี ซึ่งเมื่อนำกระดาษขนาด นี้ไปพิมพ์และพับเป็นเล่มแล้ว จะได้หนังสือที่มีขนาดเล็กเรียกว่า 8 หน้ายก

- ขนาดตัดสอง เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่กว่าขนาดตัดสี่เกือบเท่าตัว สามารถพิมพ์ได้ 25 \* 36 นิ้ว หรือบางแม่พิมพ์ สามารถพิมพ์ขนาด 28 \* 40 นิ้วได้ เหมาะสำหรับใช้

พิมพ์งานทางการค้าทั่วไป เช่น หนังสือยกโปสเตอร์ขนาดใหญ่ แผ่นโฆษณา และงานพิมพ์ทุกชนิดเนื่องสามารถพิมพ์ได้ขนาดใหญ่ จึงสามารถลงแบบที่จะพิมพ์ได้คราวละหลายๆแบบ และสามารถตัดซอยเป็นแบบที่ต้องการได้ภายหลัง ทำให้ประหยัดเวลาในการพิมพ์ เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดที่นิยมใช้กันทั่วไป มีอุปกรณ์ประกอบในการช่วยพิมพ์ดีฉากพิมพ์แม่นยำ และความเร็วสูง

- ขนาดตัดหนึ่ง เป็นเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนแผ่นขนาดใหญ่ที่สามารถพิมพ์กระดาษ 30\* 40 นิ้ว หรือโตกว่าได้ มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้น ส่วนมากใช้ในการพิมพ์หนังสือโปสเตอร์และบรรจุภัณฑ์ ที่มีปริมาณการพิมพ์มากๆ มีใช้น้อยกว่าขนาด สี่ตัด และขนาดสองตัด ในปัจจุบัน จัดได้ว่าระบบการพิมพ์ ออฟเซต เป็นระบบงานพิมพ์ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดเพราะให้คุณภาพของงานพิมพ์ที่สูง และราคาไม่สูงมาก เหมาะสำหรับใช้พิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดทั้งหนังสือที่ต้องการสีเดียวและสี่สี

ข) การพิมพ์ออฟเซตชนิดแผ่น การพิมพ์ทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็นเลตเตอร์เพรส กราฟวัวร์ หรือออฟเซต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์มักจะแบ่งเครื่องพิมพ์ออกเป็น 2 ชนิด คือ ชนิดหนึ่งตัดกระดาษเป็นแผ่นให้ได้กับขนาดของเครื่องพิมพ์และชนิดของงานแล้วป้อนเข้าเครื่องพิมพ์และพิมพ์ออกมาได้ด้านเดียวหรือสองด้านเป็นยกพิมพ์หนังสือเล่มหรือเป็นแผ่นโปสเตอร์ ด้วยความเร็วสูงสุดทางการผลิตจะได้ไม่เกิน 9,000-10,000 แผ่นต่อชั่วโมง ทั้งที่เครื่องพิมพ์นั้นสามารถผลิตได้ถึง 11,000 แผ่นต่อชั่วโมงแต่ไม่มีเจ้าของเครื่องพิมพ์ใด ใช้ความเร็วสูงสุดตามนั้น เพราะจะเป็นเหตุให้เครื่องพิมพ์เสื่อมเร็วกว่าปกติ อีกชนิดหนึ่งเป็นเครื่องป้อนม้วน

#### 2.5.4.5 หลักการสามโมในการพิมพ์ออฟเซต

- โมแม่พิมพ์ (Plate Cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกที่รองรับแผ่นแม่พิมพ์ โลหะซึ่ง โอบโมไว้และมีที่จับยึดไว้อย่างมั่นคงมีตำแหน่งสัมผัสกับลูกกลิ้งน้ำและลูกกลิ้งหมึกชุดสุดท้าย และสัมผัสกับโมในขณะที่พิมพ์ถ่ายโอนภาพจากแม่พิมพ์ลงบนโมยาง

- โมยาง (Blanket Cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกสำหรับรองรับแผ่นผ้าฝ้ายที่โอบโมและจับยึดอย่างมั่นคงมีตำแหน่งสัมผัสระหว่างโมแม่พิมพ์กับวัสดุพิมพ์ทำหน้าที่รับหมึกพิมพ์จากบริเวณภาพของของแม่พิมพ์ ในลักษณะกลับซ้ายเป็นขวาหรือขวาเหมือนภาพส่งกระจก และถ่ายโอนภาพนั้นลงสู่วัสดุพิมพ์ในลักษณะภาพที่เป็นจริง

- โมกดพิมพ์ (Impression Cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกสำหรับรองรับวัสดุพิมพ์มีตำแหน่ง ประชิดกับโมยาง ทำหน้าที่กดวัสดุพิมพ์ให้สัมผัสกับโมยางโดยมีวัสดุพิมพ์แทรกอยู่ระหว่างกลาง

#### 2.5.4.6 การพิมพ์ออฟเซตชนิดม้วน

วัตถุประสงค์ของเครื่องพิมพ์ออฟเซต ก็เหมือนอุดมการณ์ที่เป็นทฤษฎีของการพิมพ์ระบบอื่นว่าสามารถปรับแต่งและพิมพ์ได้ดี ด้วยความสะอาดและสะอาด มีความคมชัดเมื่อดูด้วยตาเปล่าจนถึงแว่นขยายส่องแต่การเกิดขึ้นของเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ หลักคือเพื่อลดเวลาการผลิตหรือให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าการพิมพ์ป้อนแผ่นในช่วงระยะเวลาเท่ากัน ยิ่งกว่านั้นความแตกต่างทางกลศาสตร์ ยังเป็นการเอื้อประโยชน์ให้การพิมพ์ป้อนม้วนที่มีคุณค่าสูงเด่นในระดับหนึ่ง

ความแตกต่างทางรูปลักษณะกับเครื่องพิมพ์ป้อนม้วนที่สำคัญ ประการแรก คือ การยกเลิกแม่พิมพ์และใช้โมยงอีกลูกหนึ่งเพิ่มเข้าไปทำหน้าที่กดพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเพิ่มโม

#### 2.5.4.7 แม่พิมพ์และโมยง

เครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วน มักประกอบขึ้นด้วย 2 หน่วยพิมพ์ ขึ้นไปจนถึง 10 หน่วยในแถวหนึ่ง (one line) และปริมาณการผลิตต่อชั่วโมงยังแตกต่างกันตามขนาด และวัตถุประสงค์ของสิ่งพิมพ์เช่น การพิมพ์โปสเตอร์ การพิมพ์หนังสือเล่ม การพิมพ์หนังสือพิมพ์ และการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ วัตถุประสงค์ทางการพิมพ์เหล่านี้ จะเป็นสิ่งกำหนดขนาดตัดตามยาว (cut-off) ของม้วนกระดาษซึ่งเกิดจากเส้นรอบวงของโมแม่พิมพ์โมยง และโมตัด (cutting cylinder) เพราะการพิมพ์บางชนิดตัดสองด้านหรือด้านเดียวโดยไม่ต้องพับ เช่นโปสเตอร์ บางชนิดต้องพับสองหรือสามครั้งจากหน่วยส่งออกในเครื่องพิมพ์เป็นยกพิมพ์ และตัดเจียนสามด้าน เช่นหนังสือเล่ม และบางชนิดไม่ต้องนำไปตัดเจียนอีกภายหลังที่พับและตัดเป็นฉบับหนังสือพิมพ์แล้วหรือในบางกรณีที่นอกจากพิมพ์หนังสือพิมพ์ด้วยจำนวนหน้าตามจำนวนม้วนกระดาษเท่ากับหน่วยพิมพ์คือหน่วยพิมพ์ละสองหน้า

2.5.4.8 การเลือกใช้กระดาษ การรู้จักชนิดของกระดาษและเลือกให้เหมาะสมกับงาน จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ได้มาก กระดาษที่มีราคาแพงและสวยงามไม่จำเป็นที่จะเป็นกระดาษที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการใช้งานเสมอไป กระดาษที่ราคาถูกที่สุดอาจจะเหมาะสมที่สุดก็ได้ ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน การเลือกใช้กระดาษ ควรคำนึงถึงสิ่งนี้เป็นหลัก คือ

- ใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับกระดาษ
- ใช้หมึกพิมพ์ให้เหมาะสมกับกระดาษ
- ใช้กระดาษที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของงานพิมพ์

2.5.4.9 ระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่ใช้พิมพ์กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

- มีผิวเรียบเพื่อให้อรับหมึกได้ดี
- ไม่มีขุยและฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรูรอยต่าง

- ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดี ไม่ยืดง่ายเมื่อถูกความชื้น
- มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอและรักหมึกได้ดี
- มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้าเครื่องได้สะดวก

2.5.4.10 การควบคุมงานพิมพ์ออฟเซต การพิมพ์ที่ได้มาตรฐาน คือ การพิมพ์ที่มีคุณภาพเหมือนต้นฉบับนี้คือคำจำกัดความที่ชัดเจนที่สุดปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้บรรลุถึงคุณภาพที่ดี ได้มาตรฐานแบ่งเป็น 2 ประการคือ

- ประการแรก ได้แก่ การเตรียมพร้อมพิมพ์ (makeready)
- ประการหลัง ได้แก่ การพิมพ์ (press running)

การเตรียมพร้อมพิมพ์ที่สมบูรณ์ไม่เพียงแต่จะทำให้งานพิมพ์ได้มาตรฐาน ทั้งยังเป็นการลดต้นทุนก็เพราะไม่มีอุปสรรคไปชะงักการพิมพ์ทำให้ต้องหยุดแก้ไขปัญหา เช่น อายุแม่พิมพ์สั้นกว่าที่กำหนดด้วยการด้วยการไม่รับหมึก(blinding)การแตกตามแนวหัวแม่พิมพ์

#### 1) การเตรียมพร้อมพิมพ์ จำแนกได้ดังนี้

- แม่พิมพ์เมื่อนำเข้าไปโอบหุ้มโมแล้วถือว่าเป็นส่วนของหน่วยพิมพ์

ปัญหาที่เกิดจากการพิมพ์เหลี่ยม (misregister) หรือ แม่พิมพ์แตก มักเกิดจากการงอแม่พิมพ์ไม่ได้ฉาก คือ แนวฉาก ไม่ขนานกับสองแนวหัวท้าย เมื่อนำไปโอบรอบโมความแตกต่างของแนวขนานอาจมีเพียง 0.20 ถึง 0.76 มิลลิเมตรทำให้แม่พิมพ์โค้ง ไม่เรียบแนบไปกับตัวโม ภายหลังที่นำแม่พิมพ์เข้าใส่และล็อกเรียบร้อยแล้วเมื่อลงมือพิมพ์ ลูกกลิ้งหมึกและโมยางจะรีดการโป่งนั้นตลอดเวลาจนแม่พิมพ์ฉีกไปแตกตามรอยพับ

- การงอแม่พิมพ์ด้วยน้ำหนักรวมกดพอให้เกิดมุมฉาก

เท่านั้น อย่าใช้แรงกระแทกย่ำจนเกิดมุมแหลมคม ทำให้แผ่นอะลูมิเนียมเกิดรอยปริแตกตามแนวนั้นเมื่อพิมพ์ได้ไม่นาน

- ปลายของแม่พิมพ์ด้านทั้งสองครั้ง ควรมีความยาวพอสมควร

ให้ลูกเบี้ยวภายในมีโอกาสจับยึดได้มั่นคงหากปล่อยให้ปลายลื่นสั้นลูกเบี้ยวภายในจะจับไม่อยู่

- ใช้น้ำมันเครื่องทาบาง ๆ ให้ทั่วพื้นหลังแม่พิมพ์แล้วใช้กระดาษรองหนุน

เป็นวิธีที่ค่อนข้างได้ผลดี เพราะกระดาษที่วบน้ำมันไว้จะป้องกันน้ำซึม และป้องกันสนิมกับตัวโม

2.5.4.11 สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ออฟเซต ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์คและไม่ว่าจะออกแบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบันทำให้ยังพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังต่อไปนี้



สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ออฟเซต

- มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
- มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
- ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
- ต้องการความประณีต สวยงาม
- เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพ สีที่ต้องการความสวยงาม
- มีงานอาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
- มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

## 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

### 2.6.1 พระราชบัญญัติ มาตรฐานชั่งตวงวัด พ.ศ.2466

พ.ร.บ. ฉบับนี้ร่างขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้บริโภคตามปริมาณที่กำหนด อุปกรณ์หรือเครื่องจักรใดๆ ที่ใช้ในการชั่ง ตวง วัดจะต้องได้รับใบรับรอง ส่วนหน่วยที่แสดงปริมาณของสินค้าตามมาตราชั่ง ตวง วัด ควรใช้ระบบเมตริกและตัวเลขที่ใช้สามารถใช้ตัวเลขอารบิกหรือตัวเลขไทยได้ ขนาดของตัวเลขและตัวอักษรที่ใช้ต้องไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

### 2.6.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐที่จัดขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง

เนื่องจากกฎหมายอื่นๆ ที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจนั้น เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการธุรกิจต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินการทางแพ่งก็เป็นภาระและเสียค่าใช้จ่ายมาก ทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จากดำเนินการคดีด้วยตัวเองได้

วิธีการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมกำกับดูแล และประสานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียน เพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชย ความเสียหายเมื่อถูกผู้ประกอบการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

2.6.2.1. สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อดังนี้

1) สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

- 2) สิทธิที่จะมีอิสระ ในการเลือกหาสินค้าและบริการ ไม่ผูกขาด
- 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย จากการใช้สินค้า หรือ บริการ
- 4) สิทธิที่จะได้ชดเชย ความเสียหายจากการให้สินค้าหรือบริการ

#### 2.6.2.2. องค์การของรัฐ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภค

- การโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา)
- ด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก)

มีคณะอนุกรรมการย่อยลงไปอีก เพื่อสอดส่องดูรับเรื่องร้องทุกข์พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้น

#### 2.6.2.3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า

ฉลากตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 กำหนดให้หมายความถึง “รูปรอยประดิษฐ์กระดาศหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อ บรรจุสินค้า หรือสอดแทรกไว้ร่วมกับสินค้าหรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า” รวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า พร้อมทั้งป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น

สินค้าควบคุมฉลากต่างประเทศที่นำเข้ามาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็นข้อความภาษาไทยมีความหมายตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อ พร้อมสถานที่ประกอบการของผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้น และต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตามประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า

สินค้าที่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลาก มีดังนี้

- 1) สิทธิที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ
- 2) สิทธิที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ
- 3) สินค้าที่ยังไม่มีกฎหมายควบคุม

#### 2.6.3 พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือ “สมอ.” เป็นหน่วยงานระดับกรมสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพ และรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ

#### 2.6.4 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งโลก เช่น องค์การการค้าระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization หรือ ISO) องค์การโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่นๆ

ทำการจัดระบบการจัดหมวดหมู่เป็นไปตามที่ ISO และประกาศใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 โดยแยกหมวดหมู่สาขาวิชาออกเป็น 40 สาขา แต่หมายเลขไม่ได้เรียงกัน โดยมีสาขาวิชาการบรรจุหีบห่อ และการแจกจ่ายสินค้าอยู่สาขาที่ 55 ส่วนเทคโนโลยีอาหารอยู่ในสาขาที่ 67

มาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คือ ข้อกำหนดทางวิชาการ ที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด

มอก.เป็นคำย่อมาจาก"มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม" หมายถึงข้อกำหนดทางวิชาการที่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุดโดยจัดทำออกมาเป็นเอกสาร และจัดพิมพ์เป็นเล่ม

ภายใน มอก.แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น เช่น เกณฑ์ทางเทคนิค คุณสมบัติที่สำคัญ ประสิทธิภาพของการนำไปใช้งาน คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิต และวิธีการทดสอบ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายมาตรฐาน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบ และได้รับการรับรองจาก สมอ. แล้วว่ามีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่กำหนดมีความปลอดภัยในการอุปโภค บริโภค มีประสิทธิภาพในการใช้งาน และมีคุณภาพสมราคา ปัจจุบัน สมอ. กำหนดเครื่องหมายมาตรฐานไว้ 3 ประเภท คือ

2.6.4.1 เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคซึ่งผู้ผลิตสามารถยื่นขอการรับรองด้วยความสมัครใจเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามเกณฑ์กำหนดมาตรฐาน



รูปที่ 2.16 เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป

ที่มา: <http://www.krumai.com/standard/page1.html>

2.6.4.2 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ เป็นเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ผลิตต้องทำตามมาตรฐาน และต้องแสดงเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัย



เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ

รูปที่ 2.17 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ

ที่มา : <http://www.krumai.com/standard/page6.html>

2.6.4.3 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นเครื่องหมายที่ให้การรับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนเพื่อช่วยพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล



รูปที่ 2.18 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา : <http://www.krumai.com/standard/page7.html>

## 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาประเภทและรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล” มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความต้องการต่อประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ต่างๆของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ของแผ่นโปสเตอร์ และแผ่นพับ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาและบุคลากรที่มีต่อรูปแบบของโปสเตอร์ และแผ่นพับ เพื่อการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยนานาชาติ

มหาวิทยาลัยมหิดล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย วิทยาลัยดุริยางค์ศิลป์ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 และบุคลากรวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 180 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- 1) แบบสำรวจความต้องการประเภทสื่อสิ่งพิมพ์
- 2) แบบประเมิน
- 3) รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์
- 4) แบบประเมินสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้เชี่ยวชาญ และ
- 5) แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย

โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสร้างสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล อันดับที่ 1 คือ สื่อโปสเตอร์ร้อยละ 28.43 อันดับที่ 2 แผ่นพับ ร้อยละ 17.45 อันดับที่ 3 ป้ายโฆษณาร้อยละ 15.27 อันดับที่ 4 จดหมายข่าว ร้อยละ 14.82 อันดับที่ 5 ใบปลิวร้อยละ 13.20 อันดับที่ 6 จุลสาร ร้อยละ 8.34 และอันดับที่ 7 แฟ้มเอกสาร ร้อยละ 2.51
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ มีความพึงพอใจต่อสื่อโปสเตอร์รูปแบบตัวแอล (= 4.70, S.D. = 0.31) เป็นอันดับ 1 และรองลงมาก็คือรูปแบบตัวเอส (= 4.55, S.D. = 0.61)
3. ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา มีความพึงพอใจต่อสื่อโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส (= 4.61, S.D. = 0.36) เป็นอันดับ 1 รองลงมาก็คือรูปแบบตัวแอล (= 4.39, S.D. = 0.62)
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ มีความพึงพอใจด้านรูปแบบสื่อแผ่นพับ แบบ 2 พับ (= 4.58, S.D. = 0.26) เป็นอันดับ 1 และรองลงมา คือ แผ่นพับ แบบ 3 พับ (= 4.36, S.D. = 0.31)
- ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา มีความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อแผ่นพับ แบบ 3 พับ (= 4.51, S.D. = 0.53) เป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ แผ่นพับ แบบ 2 พับ (= 4.21, S.D. = 0.51)
- กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อโปสเตอร์รูปแบบตัวเอส (= 4.56, S.D. = 0.55) เป็นอันดับ 1 และรองลงมาก็คือรูปแบบตัวแอล (= 4.55, S.D. = 0.54) ส่วนรูปแบบแผ่นพับกลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจต่อรูปแบบแผ่นพับ แบบ 3 พับ (= 4.54, S.D. = 0.57) เป็นอันดับ 1 และรองลงมาก็คือแผ่นพับ แบบ 2 พับ (= 4.53, S.D. = 0.57)

**การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการออกแบบกราฟิกโดยใช้ภาพประกอบในสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ของห้างสรรพสินค้าในเขตเมือง จังหวัดชลบุรี”** วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะของภาพที่ใช้ประกอบในสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ เหนือการคัดเลือกภาพมาใช้ประกอบในสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ และความพึงพอใจของผู้เข้ามาใช้บริการ ต่อภาพประกอบที่ใช้ในสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ของห้างสรรพสินค้าใน

เขตเมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ฝ่ายสร้างสรรค์สื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ และผู้เข้ามาใช้บริการห้างสรรพสินค้า ผลการวิจัยพบว่าประเภทและลักษณะของภาพในสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ของห้างสรรพสินค้า ในเขตเมือง จังหวัดชลบุรี ใช้โบรชัวร์ โปสเตอร์ และป้ายคัดเอาท์ เป็นสื่อบ่อยที่สุด โดยมีลักษณะภาพแสดงถึงแฟชั่นการแต่งกาย ชีวิตความเป็นอยู่ ได้แก่ เครื่องใช้ อุปกรณ์และบริโภค ภาพแสดงกิจกรรมพิเศษ ความบันเทิง สินค้าลดราคา มีเกณฑ์การคัดเลือกภาพมาใช้ประกอบในสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ต้องเป็นภาพที่มีความชัดเจนสื่อความหมายได้ดี ดูแล้วไม่กินจริง และมีความเหมาะสม สมดุล เข้าใจง่าย ซึ่งผู้เข้ามาใช้บริการห้างสรรพสินค้ามีความพึงพอใจในสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ ด้านข้อความประกอบภาพสินค้า ด้านการจัดวางภาพสินค้าและความเหมือนของภาพกับสินค้าจริง และด้านการดึงดูดความสนใจของขนาดสื่อโฆษณา ในระดับมากจนถึงปานกลาง

**การวิจัยเรื่อง “การออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์”** มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง “การออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์” โดยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ความสำคัญ หลักและองค์ประกอบศิลป์ ขั้นตอนการออกแบบ กลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบ คุณสมบัติของผู้ออกแบบและแนวโน้มและทิศทางของการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ นำมาประมวลผลข้อมูลเบื้องต้น จากเอกสาร ตำรา และบทความที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากนักวิชาการและนักวิชาชีพที่มีความรู้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสำคัญมากให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม มีราคาในการผลิตต่ำ เจ้าของสินค้าและบริการเลือกใช้ลำดับแรก ที่สำคัญเป็นสื่อที่เข้ากับลักษณะธรรมชาติมนุษย์ คือ การอ่านหนังสือที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด “ศิลปะ” ทำให้งานออกแบบสวยงาม “สี” คือ สิ่งที่มีอิทธิพลในใจขอ “ผู้บริโภค” การวางตำแหน่งและการกำหนดสัดส่วนให้กับการออกแบบงานโฆษณาเพื่อให้งานมีความโดดเด่นด้วยการศึกษางานศิลปะจะช่วยทำให้การออกแบบมีความน่าสนใจขึ้นที่สำคัญ “ศิลปะ” เกิดการย้อนยุคและสามารถนำกลับมาใช้กับงานออกแบบได้เสมอ ฉะนั้นผู้ออกแบบจึงต้องเป็นผู้คาดเดาที่ดี ขั้นตอนการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ จะเริ่มขึ้นจากการรวบรวม ข้อมูล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วยหลัก “จิตวิทยา” การศึกษาคู่แข่ง และการทำงานร่วมกันเป็นทีมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะช่วยให้งานออกมาตรงตามวัตถุประสงค์ กลยุทธ์และเทคนิคการออกแบบงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ โดยใช้ “ภาพ” ในการออกแบบ เพราะภาพจะมีผลต่อสายตา สำหรับคุณสมบัติของนักออกแบบในลำดับแรกนั้น ต้องศึกษาหาความรู้ ทั้งด้านศิลปะ การตลาด เปิดรับสิ่งใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา วิเคราะห์ตั้งปัญหาตั้งแต่ประเด็นเล็กๆ จนถึงประเด็นใหญ่ เพื่อผลการทำงานเป็นกระบวนการและเป็นขั้นตอน แนวโน้มและทิศทางของโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์จะมีความหลากหลาย แบ่งเป็นกลุ่มเฉพาะ มีเทคโนโลยีและเทคนิคใหม่ๆ ที่เข้ามาช่วยในการออกแบบให้ดีขึ้นตามลำดับ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” มีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ให้ได้มาซึ่งรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตของการวิจัย

3.1.1 ช่วงที่ 1 : การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

##### 1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของสภาพทั่วไป และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์ การสอบถามข้อมูล การลงสำรวจผลิตภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

##### 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ ประชากรภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และ ประชากรทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และกลุ่มตัวอย่างทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ

### 3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

#### 3.1.2 ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ

ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

##### 1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของสภาพทั่วไป และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์ การสอบถามข้อมูล การลงสำรวจผลิตภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

##### 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทยในประเทศ

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทยของจังหวัดสระบุรี

##### 3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

- ตัวแปรตาม ได้แก่ รูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย ที่ได้รับการออกแบบ

3.1.3 ช่วงที่ 3 : การศึกษาและการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย



## 1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อประเมินผลรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบที่ยาสมุนไพรรักษาจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ หลักการออกแบบกราฟิก เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างแบบการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบที่ยาสมุนไพรรักษาจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

## 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ ประชากรภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และ ประชากรทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบัน
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และกลุ่มตัวอย่างทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ

## 3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ศึกษาหลักการออกแบบกราฟิก สื่อประชาสัมพันธ์
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลกระทบที่ยาสมุนไพรรักษาจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

3.1.4 ช่วงที่ 4 : การนำผลการศึกษาด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานสู่สังคม ชุมชน

## 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ ประชากรภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และ ประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และ ประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ

## 2) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ศึกษาหลักการผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์ฯ

- ตัวแปรตาม ได้แก่ สร้างต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภณธ์ยาสมุณไพโรจากธรรมาชาติ กรณิศึกษาของสถาบันการแพทยแผนไทย

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ตามขั้นตอนการดำเนินงานของวัตถุประสงค์การวิจัย

- แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น(สำหรับกลุ่มเป้าหมาย) และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การเก็บข้อมูลด้านการพัฒนารูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ประชาชนภายในสถาบันการแพทย์แผนไทยและประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยสร้างเป็นแบบ Rating Scale เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์ และด้านการออกแบบกราฟิกงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.2.2 กระบวนการวิจัยกับการใช้เครื่องมือในการวิจัย

ช่วงที่ 1 : ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลในเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภณธ์ยาสมุณไพโรจากธรรมาชาติ กรณิศึกษาของสถาบันการแพทยแผนไทย

เพื่อใช้ประกอบในงานวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภณธ์ยาสมุณไพโรจากธรรมาชาติ กรณิศึกษาของสถาบันการแพทยแผนไทย”

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- การศึกษาค้นคว้า การจดบันทึก เพื่อใช้ในการสรุปผลเพื่อนำไปใช้ประกอบแนวความคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- แบบสอบถาม (สัมภาษณ์) ใช้สอบถามบุคลากรของสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสมาคมการแพทย์แผนไทย

ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- การศึกษาค้นคว้า การจดบันทึก เพื่อนำไปใช้ประกอบ

แนวความคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- แบบสอบถาม ใช้สอบถามบุคลากรของสถาบันการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี ประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการ และประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจในการรักษาแพทย์ทางเลือกของสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี)

ช่วงที่ 3 : ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์

ช่วงที่ 4 : ขั้นตอนการนำผลการศึกษาด้านการออกแบบรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ได้ไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานสู่สังคม ชุมชน

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลិតภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ช่วงที่ 1 : ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลិតภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

เป็นการเก็บข้อมูล โดยการวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา และผลงานที่เกี่ยวข้องการพูดคุย การสอบถาม สัมภาษณ์ ให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

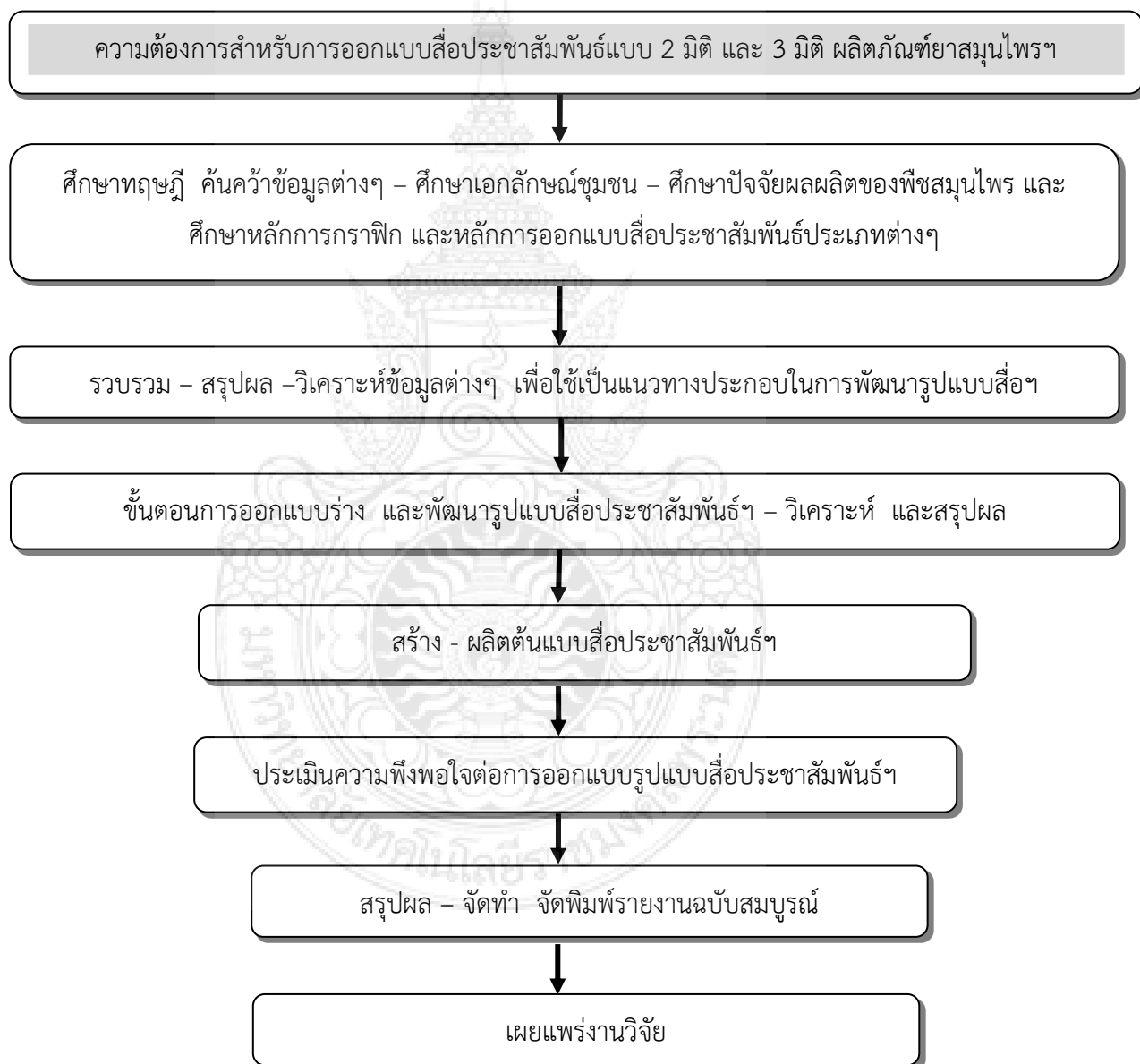
เป็นการเก็บข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และแบบสอบถาม การพูดคุยภายในสถาบันการแพทย์แผนไทย (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี) และประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 3 : ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่

เป็นการเก็บข้อมูล โดยการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลិតภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ช่วงที่ 4 : ขั้นตอนการนำผลการศึกษาด้านการออกแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานสู่สังคม ชุมชน

เป็นการเก็บข้อมูล ใช้ในการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย



รูปที่ 3.1 แผนผังแสดงขั้นตอนการระบวนการวิจัย

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) การพูดคุย สัมภาษณ์ และการจดบันทึก นำข้อมูลที่ได้จากการพูดคุย สัมภาษณ์มาสรุปผล และวิเคราะห์ เพื่อเป็นการกำหนดแนวความคิดในออกแบบรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งวัตถุประสงค์ เพื่อหาประสิทธิภาพ และสรุปผลเชิงสังเคราะห์

2) แบบสอบถาม

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม (แบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น (สำหรับกลุ่มเป้าหมาย) และแบบสอบถามประเมินผลความพึงพอใจต่อออกแบบรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่) มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Frequency)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการออกแบบรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ ได้แก่ ด้านโครงสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์ เป็นการวิเคราะห์ผล ดังนี้

เป็นการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลลัพธ์ที่นำเสนอจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย โดยนำเสนอในลักษณะตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม(สัมภาษณ์)ความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (กลุ่มเป้าหมาย)
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการประเมินความพึงพอใจ (กลุ่มเป้าหมาย)

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

การวิจัยครั้งนี้เป็น “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” โดยแบ่งการวิเคราะห์ตามแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์
  2. แผ่นพับ
  3. โปสเตอร์
  4. ป้ายโรลอัพ
  5. โปรโมชันแคร์เตอร์
1. บรรจุภัณฑ์ ได้แก่
  - 1.1 สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง
  - 1.2 สมุนไพรอบตัว
  - 1.3 สมุนไพรผงพอกหน้า
  - 1.4 ลูกประคบสมุนไพร

คุณลักษณะด้านโครงสร้างการใช้งาน เน้นการประหยัดพื้นที่การใช้สอย เพื่อให้ขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็กกะทัดรัด ไม่เปลืองพื้นที่ต่อการจัดวางเรียงสำหรับการจัดจำหน่ายเวลาออกงานแสดงตามสถานที่ต่าง ๆ เนื่องจากขนาดพื้นที่การจัดจำหน่ายมีน้อย ขนาดจำกัด วัสดุและ

รูปแบบโครงสร้างจะหาได้ในท้องตลาด โดยมีการพิจารณาจากการใช้งานที่เหมาะสมขึ้น อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนักแต่สามารถใช้งานได้ดี มีรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นทรงสี่เหลี่ยมที่ง่ายต่อการจัดวางซ้อนทับกัน สามารถเคลื่อนย้ายได้เมื่อยังไม่ใช้งาน จึงประหยัดพื้นที่ ส่วนวัสดุจะใช้เป็นถุงพลาสติกแบบซิปล็อค เพื่อกันในเรื่องอากาศ แสงสว่าง และความชื้น มิให้เข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นจึงช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางคุณสมบัติการใช้งานของพืชสมุนไพร ดังต่อไปนี้

#### 1.1 สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง

วัสดุที่ใช้เป็นลักษณะถุงพอลิเอทิลีน มีคุณสมบัติสำหรับการผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุด ถ้าเทียบกับฟิล์มพลาสติกชนิดอื่นๆ โดยพอลิเอทิลีนมีคุณสมบัติในการป้องกันได้ทั้งก๊าซต่างๆ ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่น น้ำมัน และแสงได้อย่างดีเยี่ยม ทำให้สามารถปกป้องและถนอมผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้ยาวนานกว่าฟิล์มชนิดอื่นๆ อลูมิเนียมพอลิเอทิลีนใช้ได้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร ยา ฯลฯ ทั้งที่เป็นของแข็งและของเหลว นิยมใช้บรรจุภัณฑ์อลูมิเนียมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการปกป้องจากแสง ความชื้น และต้องการรักษากลิ่นหอมให้ยาวนาน อาทิเช่น บรรจุอาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง, ช็อคโกแลต, ชา กาแฟ, ขนมหื่น ๆ ที่ต้องการคงความสมบูรณ์ของคุณภาพ

#### 1.2 สมุนไพรอบตัว

#### 1.3 สมุนไพรผงพอกหน้า

#### 1.4 ลูกประคบสมุนไพร

วัสดุที่ใช้เป็นลักษณะกระดาษอาร์ต (Art Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และเคลือบผิวให้เรียบด้านเดียวหรือทั้งสองด้าน การเคลือบอาจจะเคลือบมันเงาหรือแบบด้านก็ได้ มีสีขาว ใช้พิมพ์ภาพที่มีรายละเอียดสูง ทำให้ภาพคมชัดและออกมาสวยงาม น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 160 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงามงานพิมพ์สอดสี เช่น กล่องบรรจุสินค้าต่าง ๆ แคตตาล็อก โบรชัวร์

**2. แผ่นพับ** แผ่นพับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่จัดเป็นการเผยแพร่ข้อมูลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงชนิดหนึ่ง มีขนาดเล็ก พกพาได้สะดวก รวมทั้งแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วน ๆ ได้โดยไม่ต้องมีเลขหน้ากลาง ใช้กระดาษปอนด์ 120 แกรมม์ พิมพ์ 2 หน้า

**3. โปสเตอร์** เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีบทบาทต่อการประชาสัมพันธ์มากสื่อหนึ่ง เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวก กว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้บริโภคได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา โดยมุ่งเน้นเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบาย หรือกิจกรรมขององค์กร สมาคม เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร สมาคม โดยมุ่งหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง

ผลงาน บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบขององค์กร สมาคมที่มีต่อสังคม ใช้กระดาษปอนด์ 120 แกรมม์

**4. ป้ายโรลอัพ** หรือป้ายนิทรรศการเคลื่อนที่ หรือที่มีชื่อเรียกเล่นๆ ว่า เรือใบประกอบด้วยเสา และผ้าใบ สี ๆ มีรูปสวย ๆ เอาไว้ซึ่งเหมือนใบเรือ กำลังเป็นที่นิยมสำหรับการจัดนิทรรศการของหน่วยงานต่าง ๆ เพราะใช้ง่ายดี สีสดใสสวยงาม ทำให้ไม่ต้องเปลืองแรง เปลืองเวลา หลากๆ องค์กร ใช้การทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์โดยโรลอัพ (Roll-up) กันมากขึ้น อันเนื่องจากมีความสะดวก สบาย ง่ายต่อการเก็บรักษา ประหยัดพื้นที่ ราคาถูกกว่า การจ้างทำสื่อโฆษณาประเภทอื่น รูปแบบสีสันสะดุดตา ผู้พบเห็น

**5. โปรมอนชั่นเคาร์เตอร์** เป็นโต๊ะแสดงสินค้า ขวนชิมสินค้า โต๊ะสาธิต หรือโต๊ะจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ให้เช่าในห้างสรรพสินค้า ลักษณะสินค้า มีลักษณะเบา ขนย้ายง่าย น้ำหนักเบา ติดตั้งง่าย พับเก็บง่าย ผู้หญิงก็สามารถติดตั้งหรือพับเก็บได้สะดวก แผ่นเคลือบอย่างหนา มีหลายขนาด หลายดีไซน์

การพิมพ์ระบบออฟเซต เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดทั่วโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์ค และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไร การพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยิ่งพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
- มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
- ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
- ต้องการความประณีต สวยงาม
- เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพ สีสีที่ต้องการความสวยงาม
- มีงานอาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
- มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์

การวิจัยครั้งนี้เป็น“การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” จะเน้นถึงรูปแบบแนวทางการออกแบบที่มีความร่วมสมัย สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ จะเน้นการประยุกต์ใช้ของลวดลายไทยที่ต้องการให้มีความร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน จึงออกแบบให้เป็นลักษณะแบบลายไทยประยุกต์ และใช้โทนสีเหลืองทอง เป็นหลักในการออกแบบเพื่อให้งานดูหรู มีคุณค่า และมีการไล่น้ำหนักอ่อนแก่ให้เกิดมิติ ส่วนด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร จะใช้แนวทางการออกแบบให้ดูมีความทันสมัย ในการเพิ่มหรือขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมที่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ ให้มีกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานหันมาให้ความสนใจซื้อสินค้าและใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น โดยจะใช้โทนสีที่ดูสดใสขึ้น โดยแบ่งลักษณะการใช้สีตามลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมุนไพรอบตัว ที่ใช้โทนสีเหลืองส้ม



ลูกประคบสมุนไพร จะใช้โทนสีเขียว สมุนไพรผงพอกหน้า จะใช้โทนสีชมพู และสมุนไพรบรรเทาโรค ความดันโลหิตสูง จะใช้โทนสีฟ้าคราม การใช้ภาพประกอบ จะเป็นการนำภาพพืชสมุนไพรที่เกี่ยวข้องที่ใช้เป็นส่วนผสมของตัวยานั้น ๆ มาเป็นแนวทางการจัดภาพ และเลือกออกแบบการใช้ภาพที่เป็นลักษณะของภาพกราฟิกที่มีการตัดทอนภาพให้ดูง่ายขึ้น แต่ยังไม่อิงให้เหมือนลักษณะภาพเหมือนจริงของพืชสมุนไพรอยู่ และให้สื่อแสดงเอกลักษณ์ของการแพทย์แผนไทย เช่น การนวด การประคบ มาใช้เป็นภาพประกอบให้ดูมีเรื่องราวของวัตถุประสงค์ของสมาคม ที่สื่อถึงการรักษาพยาบาล และให้เกิดความเข้าใจที่ง่ายขึ้น โดยใช้แนวคิดของดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2537 : 8-9) ที่ว่า “บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิต และเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์ และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า”

#### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม(สัมภาษณ์)ความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (กลุ่มเป้าหมาย)

การวิจัยครั้งนี้เป็น “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นสำหรับใช้ประกอบการนำไปเป็นแนวคิดในการออกแบบของกลุ่มเป้าหมายจากแบบสอบถาม (แบบสัมภาษณ์) ดังนี้

##### ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 ชื่อ.....นายธนันท์ณัฐ.....นามสกุล.....พุ่มเจริญ.....
- 1.2 อายุ....69....ปี
- 1.3 ประสบการณ์การทำงาน...18....ปี
- 1.4 วัตถุประสงค์และบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการจัดตั้งสมาคมฯ
  - 1) เกสัชกรรมไทย
  - 2) นวดแผนไทย
  - 3) เวชกรรมไทย

##### ตอนที่ 2. ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

- 2.1 ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรชนิดใด/ตัวใด ที่มีความต้องการ/มียอดจำหน่ายสูงสุดในท้องตลาด
  - 2.1.1 สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง
  - 2.1.2 สมุนไพรอบตัว
  - 2.1.3 ลูกประคบสมุนไพร
  - 2.1.4 สมุนไพรพอกหน้า
  - 2.1.5 สมุนไพรบรรเทาโรคผิวหนัง

## 2.2 ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรชนิดใด/ตัวใด ที่มีความต้องการในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.2.1 สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง

2.2.2 สมุนไพรผงพอกหน้า

2.2.3 ลูกประคบสมุนไพร

2.2.4 สมุนไพรอบตัว

## 2.3 ลักษณะการกระจายสินค้า

ผลิตและจำหน่ายที่สมาคมการแพทย์ไทย จังหวัดสระบุรี, ศาลากลาง, กิจกรรมการออกร้านของหน่วยงานราชการ จังหวัดสระบุรี

## 2.4 จุดเด่น/จุดด้อย ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเดิม

**จุดเด่น :** บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป หาซื้อได้ง่าย ราคาไม่แพง

**จุดด้อย :** โครงสร้าง ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป ไม่เหมาะสมกับปริมาณ ขนาดบรรจุของสินค้าผลิตภัณฑ์ ขนาดสัดส่วนการใช้งานบางครั้งเล็ก บางครั้งใหญ่เกินไป และบาง ขาดง่ายเสียหายง่าย ข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ไม่ครบถ้วน ไม่สวยงาม

## 2.5 ราคาของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร/วิธีการกำหนดราคา

2.5.1 สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง ราคา 900 บาท ปริมาณสุทธิ 800 กรัม

2.5.2 สมุนไพรอบตัว ราคา 110 บาท ปริมาณสุทธิ 200 กรัม

2.5.3 ลูกประคบสมุนไพร ราคา 110 บาท ปริมาณสุทธิ 200 กรัม

2.5.4 สมุนไพรผงพอกหน้า ราคา 180 บาท ปริมาณสุทธิ 100 กรัม

## 2.6 ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

2.6.1 ประเภท

2.6.2 ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ

2.6.3 คุณค่าทางสมุนไพร

2.6.4 ขั้นตอนหรือวิธีใช้

2.6.5 การเก็บรักษา

2.6.6 วันที่ผลิตและวันหมดอายุ

2.6.7 คำบรรยายสรรพคุณ

2.6.8 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

## 2.7 แนวความคิดในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

ร่วมสมัย สามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคได้ทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ

### ตอนที่ 3. ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับสื่อโฆษณาฯ

#### 3.1 สื่อโฆษณาฯเดิม มีหรือไม่ อย่างไร

มี ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายไว้นิล

#### 3.2 จุดเด่น/จุดด้อย ของรูปแบบสื่อโฆษณาฯเดิมของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

**จุดเด่น :** ราคาไม่แพง ผลิตได้ง่าย ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล

**จุดด้อย :** ยังมีสื่อโฆษณาน้อย ประเภทของสื่อโฆษณาฯไม่หลากหลาย รูปแบบไม่น่าสนใจ

ขาดความสวยงาม ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กิจกรรม งานต่าง ๆ ของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน

#### 3.3 สื่อโฆษณาฯประเภทใด/ตัวใด(ตัวใหม่) ที่มีความต้องการทางการใช้งานของสมาคมฯ

3.3.1 โปรมชั่นเคาร์เตอร์

3.3.2 ป้ายโรลอัพ

3.3.3 แผ่นพับ

3.3.4 โปสเตอร์

#### 3.4 ราคา/งบประมาณ/วิธีการกำหนดราคา สำหรับการผลิตเพื่อการใช้งาน

-

#### 3.5 ข้อมูลรายละเอียดของสื่อโฆษณาฯ (ประกอบการออกแบบ)

3.5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต (สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี)

3.5.2 คำบรรยายสรรพคุณ/คุณค่าทางสมุนไพร

3.5.3 ขั้นตอนหรือวิธีการใช้งาน

3.5.4 เครื่องหมาย/สัญลักษณ์

3.5.5 ภาพประกอบ (กิจกรรม)

#### 3.6 แนวความคิดในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

ร่วมสมัย สามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคได้ทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ

### ตอนที่ 4. ข้อมูลเกี่ยวกับสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

#### 4.1 ชื่อสถานที่/หน่วยงาน

สมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

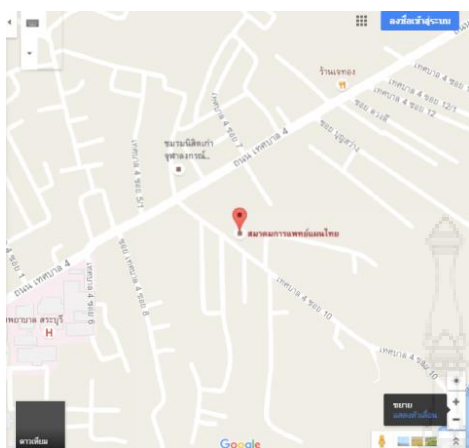
#### 4.2 ที่อยู่/สถานที่ติดต่อ/เบอร์โทรศัพท์

2/83 ซอย10 ถนนเทศบาล 4 ตำบลปากเพรียว อำเภอเมืองสระบุรี

จังหวัดสระบุรี 18000

เบอร์โทรศัพท์ 081-408-3419 / 089-238-8910

### 4.3 แผนที่/สถานที่ตั้ง



### 4.4 กิจกรรม/ขอบเขตของการทำงานของสมาคมฯ

4.4.1 เกสัศกรรมไทย

4.4.2 นวดแผนไทย

4.4.3 เวชกรรมไทย

### 4.5 รายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องหมาย/ตราสัญลักษณ์ หรือที่เกี่ยวข้อง



### ตอนที่ 5. ข้อมูลอื่นๆ

-

### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการประเมินความพึงพอใจ(กลุ่มเป้าหมาย)

#### ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. สถานภาพ	- สถานประกอบการ (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี)	37	37.00
	- ประชาชนที่มาใช้บริการของสมาคมฯ	63	63.00
	รวม	100	100

2. เพศ	ชาย	30	30.00
	หญิง	70	70.00
รวม		100	100
3. อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	9	9.00
	25 - 34 ปี	10	10.00
	35 - 44 ปี	25	25.00
	45 - 54 ปี	40	40.00
	55 ปีขึ้นไป	16	16.00
รวม		100	100
4. อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	4	4.00
	ข้าราชการ	10	10.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	2.00
	รับจ้าง	31	31.00
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	28	28.00
	อื่นๆ (แม่บ้าน/ว่างงาน)	25	25.00
รวม		100	100
5. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	72.00
	ปริญญาตรี	23	23.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	5	5.00
รวม		100	100

สรุปจากตารางที่ 4.1 สถานภาพของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นประชาชนที่มาใช้บริการของสมาคมฯ (ร้อยละ 63.00) ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง (ร้อยละ 70.00) ระหว่างช่วงอายุ คือ 45-54 ปี (ร้อยละ 40.00) กลุ่มอาชีพ คือ รับจ้าง (ร้อยละ 31.00) และระดับการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 53.00)

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย

รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD	
1. การกำหนดแนวความคิด (concept design) โดยรวมสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์	4.65	.533	มากที่สุด
2. การเลือกใช้ “ตัวอักษร/ข้อความ” มีเหมาะสม สวยงาม	4.55	.639	มากที่สุด

3. การเลือกใช้ “ภาพประกอบ” มีเหมาะสม สวยงาม	4.63	.586	มากที่สุด
4. การเลือกใช้ “โทนสี” มีเหมาะสม สวยงาม	4.60	.545	มากที่สุด
5. ผลงานการออกแบบ “บรรจุภัณฑ์” มีความเหมาะสม สวยงาม	4.73	.502	มากที่สุด
6. ผลงานการออกแบบ “แผ่นพับ” มีความเหมาะสม สวยงาม	4.47	.506	มาก
7. ผลงานการออกแบบ “โปสเตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม	4.65	.533	มากที่สุด
8. ผลงานการออกแบบ “โรลอัพ” มีความเหมาะสม สวยงาม	4.65	.533	มากที่สุด
9. ผลงานการออกแบบ “โปรโมชันแคร์เตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม	4.72	.501	มากที่สุด
10. งานวิจัยมีความน่าสนใจ และเกิดประโยชน์แก่ชุมชน สังคมเป็นอย่างดี	4.67	.572	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.63</b>	<b>0.545</b>	<b>มากที่สุด</b>

**สรุปจากตารางที่ 4.2** พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย ระดับความพึงพอใจมากที่สุด อันดับแรก คือ ผลงานการออกแบบ “บรรจุภัณฑ์” มีความเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.73 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อันดับสอง คือ ผลงานการออกแบบ “โปรโมชันแคร์เตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.72 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อันดับสาม คือ งานวิจัยมีความน่าสนใจ และเกิดประโยชน์แก่ชุมชนสังคมเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนสภาพโดยรวมของผลงานวิจัยนี้ มีค่าเฉลี่ย 4.63 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุป และอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย” ผู้วิจัยสามารถสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 5.2 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์
- 5.3 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่
- 5.4 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากการลงภาคสนาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของสภาพทั่วไป และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์ การสอบถามข้อมูล การลงสำรวจผลิตภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย ของประชาชนภายในสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี และประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการของสถาบันฯ ดังต่อไปนี้

##### 5.1.1. บรรจุภัณฑ์ ได้แก่

- 1) สมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง

วัสดุที่ใช้เป็นลักษณะถุงพอลิเอทิลีน มีคุณสมบัติสำหรับการผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุด ถ้าเทียบกับฟิล์มพลาสติกชนิดอื่น ๆ โดยพอลิเอทิลีนมีคุณสมบัติในการป้องกันได้ทั้งก๊าซต่าง ๆ ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่น น้ำมัน และแสงได้อย่างดีเยี่ยม ทำให้สามารถปกป้องและถนอมผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้ยาวนานกว่าฟิล์มชนิดอื่น ๆ จึงนิยมใช้บรรจุภัณฑ์อลูมิเนียมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการปกป้องจากแสง ความชื้น และต้องการรักษากลิ่นหอมให้ยาวนาน เช่น บรรจุอาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง, ช็อคโกแลต, ชา กาแฟ, ขนมอื่น ๆ ที่ต้องการคงความสมบูรณ์ของคุณภาพ

- 2) สมุนไพรอบตัว
- 3) สมุนไพรผงพอกหน้า
- 4) ลูกประคบสมุนไพร

วัสดุที่ใช้เป็นลักษณะกระดาษอาร์ต (Art Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และเคลือบผิวให้เรียบด้านเดียวหรือทั้งสองด้าน การเคลือบอาจจะเคลือบมันเงาหรือแบบด้านก็ได้ มีสีขาว ใช้พิมพ์ภาพที่มีรายละเอียดสูง ทำให้ภาพคมชัดและออกมาสวยงาม น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 160 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงามงานพิมพ์สอดสี เช่น กล่องบรรจุสินค้าต่าง ๆ แคตตาล็อก โบรชัวร์

5.1.2 แผ่นพับ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข้อมูลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงชนิดหนึ่ง มีขนาดเล็ก พกพาได้สะดวก รวมทั้งแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วน ๆ ได้โดยไม่ต้องมีเลขหน้ากลาง ใช้กระดาษปอนด์ 120 แกรมม์ พิมพ์ 2 หน้า

5.1.3 โปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารได้สะดวก กว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา โดยมุ่งเน้นเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย หรือกิจกรรมขององค์กร สมาคม เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร สมาคม โดยมุ่งหวังให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึง ผลงาน บทบาท ความสำคัญ และความรับผิดชอบขององค์กร สมาคมที่มีต่อสังคม ใช้กระดาษปอนด์ 120 แกรมม์

5.1.4 ป้ายโรลอัพ หรือป้ายนิทรรศการเคลื่อนที่ หรือที่มีชื่อเรียกเล่น ๆ ว่า เรือใบประกอบด้วยเสา และผ้าใบสี ๆ มีรูปสวย ๆ ใช้งานง่าย สีสันสวยงาม ทำให้ไม่ต้องเปลืองแรง เปลืองเวลา มีความสะดวกสบาย ง่ายต่อการเก็บรักษา ประหยัดพื้นที่ ราคาถูกกว่า รูปแบบสีสันสะดุดตาผู้พบเห็น

5.1.5 โปรโมชันเคาร์เตอร์ เป็นโต๊ะแสดงสินค้า ขวนชิมสินค้า โต๊ะสาธิต หรือโต๊ะจำหน่ายสินค้า ในพื้นที่ให้เช่าในห้างสรรพสินค้า มีลักษณะเบา ขนย้ายง่าย น้ำหนักเบา ติดตั้งง่าย พับเก็บง่าย

การพิมพ์ระบบออฟเซต เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์ค การพิมพ์ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพสี่สีที่ต้องการความสวยงาม มีความประณีต สวยงาม ดังนั้นทำให้ยิ่งพิมพ์จำนวนมากเท่าไรราคาที่จะยิ่งถูกลง

## 5.2 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์

จะเน้นถึงรูปแบบแนวทางการออกแบบที่มีความร่วมสมัยของสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ มีการประยุกต์ใช้ของลวดลายไทยมาผสมผสานทำให้เกิดความร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน เน้นใช้โทนสีเหลืองทองเป็นหลักในการออกแบบเพื่อให้งานดูหรู มีคุณค่า และมีการไล่น้ำหนักอ่อนแก่ของสีให้เกิดมิติ ส่วนด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร จะใช้แนวทางการออกแบบให้ดูมีความร่วมสมัย ในการเพิ่มหรือขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมที่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ ให้มีกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน หันมาให้ความสนใจซื้อสินค้าและใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น โดยจะใช้โทนสีที่ดูสดใส แบ่งลักษณะการใช้สีตามลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมุนไพรอบตัว ที่ใช้โทนสีเหลืองส้ม ลูกประคบสมุนไพร จะใช้โทนสีเขียว สมุนไพรผงพอกหน้า จะใช้โทนสีชมพู และสมุนไพรบรรเทาโรคความดันโลหิตสูง จะใช้โทนสีฟ้าคราม



การใช้ภาพประกอบ จะเป็นการนำภาพพืชสมุนไพรที่เกี่ยวข้องเป็นส่วนผสมของตัวยานั้น ๆ มาประกอบ เป็นเรื่องราวภายในการจัดภาพ ลักษณะจะเป็นภาพกราฟิกที่มีการตัดทอนภาพให้ดูง่ายขึ้น แต่ยังคง ลักษณะของภาพที่เหมือนจริงของพืชสมุนไพรอยู่ และใช้ภาพกิจกรรมต่างๆที่สื่อแสดงเอกลักษณ์ของ การแพทย์แผนไทย เช่น การนวด การประคบ มาใช้เป็นภาพประกอบให้ดูมีเรื่องราวของวัตถุประสงค์ ของสมาคม ที่สื่อถึงการรักษาพยาบาล และให้เกิดความเข้าใจที่ง่าย

### 5.3 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ตัวใหม่

**ตอนที่ 1** แสดงสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นประชาชน ที่มาใช้บริการของสมาคมฯ (ร้อยละ63.00) เพศส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง (ร้อยละ70.00) ระหว่างช่วงอายุ คือ 45-54 ปี (ร้อยละ40.00) กลุ่มอาชีพ คือ รับจ้าง (ร้อยละ31.00) และระดับการศึกษา คือ ต่ำกว่า ปริญญาตรี (ร้อยละ53.00)

**ตอนที่ 2** การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย ระดับความพึงพอใจมากที่สุด อันดับแรก คือ ผลงานการออกแบบ “บรรจุภัณฑ์” มีความเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.73 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อันดับสอง คือ ผลงานการออกแบบ “โปรโมชั่นแคร์เตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.72 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด อันดับสาม คือ ผลงานการวิจัยมีความน่าสนใจ และเกิดประโยชน์แก่ชุมชนสังคมเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนสภาพโดยรวมของผลงานวิจัยนี้ มีค่าเฉลี่ย 4.63 ความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ควรตั้งหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลเพื่อการเผยแพร่ ถ่ายทอดผลงานวิจัย และต่อยอดสำหรับการผลิต ใช้จริงเพิ่มขึ้น
2. ตราสัญลักษณ์ของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี อาจจะมีการปรับให้มีสีสัน เพื่อให้งานมีความน่าสนใจมากขึ้น งานดูไม่ล้นแต่แตกต่างภาพรวม
3. กล่องบรรจุภัณฑ์สมุนไพรผงพอกหน้า ขนาดบรรจุ 1 กล่อง/10 ซอง ควรออกแบบให้สามารถพับ หรือจัดวางให้สามารถจำหน่ายแบบต่อหน่วย 1 ซองได้
4. ควรเพิ่มภาพการดำเนินกิจกรรมของสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี ให้ครอบคลุม ตามวัตถุประสงค์และบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการจัดตั้งสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

# บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กุลนิภา เหลือบจำเริญ. 2549. **องค์ประกอบศิลป์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คู่มือการวาดไทยแบบมาตรฐาน ฝ่ายวิชาการ สมาคมแพทย์แผนไทยแห่งประเทศไทย. 2552.
- จินตนา ถ้ำแก้ว. 2555. **ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : สกายบุ๊ก.
- ฉัตรชัย อรรถปักษ์. 2550 . **องค์ประกอบศิลปะ**. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒนา.
- ชัยรัตน์ อัครวางกูร. 2548 . **ออกแบบให้โดนใจ**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนกรมส่งเสริมการค้าส่งออก.
- ตำราแพทย์แผนโบราณทั่วไป สาขาเภสัชกรรม. 2553.
- ทองเจือ เขียดทอง. 2549. **การออกแบบสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดบุ๊ก.
- ทวีเดช จีวบาง. 2540. **การเรียนรู้ทฤษฎีสี**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- นเร ขอจิตต์เมต. 2550. **Package Design เสกสรรปั้นแต่งบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : ฐานการพิมพ์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์หทัยเฮง.
- ประชิด ทิถบุตร. 2540. **การออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- ปริญญา ลักษิตานนท์. 2544 . **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- พีโลวรรณ ประกอบผล. 2540. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- รัจรี นพเกต. (2549). **การรับรู้**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2548. **การออกแบบกราฟิก**. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : ศิลปาบรรณาการ.
- ศิริพรรณ ปีเตอร์. 2548. **หลักการออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรม. 2557. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต**. กรุงเทพมหานคร.
- เสน่ห์ ธนารัตน์สฤกษ์ดี. 2555. **ทฤษฎีสีเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : รวมสารน.
- [www.imboonjung.com](http://www.imboonjung.com)
- [www.act-thailand.com](http://www.act-thailand.com)
- [www.ksmestartup.com](http://www.ksmestartup.com)
- [www.stou.ac.th](http://www.stou.ac.th)
- [www.km.thaicyperu.go.th](http://www.km.thaicyperu.go.th)
- [www.kmcenter.ago.go.th](http://www.kmcenter.ago.go.th)
- [www.gis.finearts.go.th](http://www.gis.finearts.go.th)

# ภาคผนวก



# ภาคผนวก ก

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย





## แบบสอบถาม(สัมภาษณ์)

การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

### คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลประกอบการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวคิดการศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อจากแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ด้วยคำตอบของท่านทุกข้อนั้นมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่าง(กลุ่มเป้าหมาย)ทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**แบบสอบถาม(สัมภาษณ์)ความต้องการข้อมูลเบื้องต้น  
สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (กลุ่มเป้าหมาย)**

**เรื่อง**

**การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

**ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

- 1.1 ชื่อ.....นามสกุล.....
- 1.2 อายุ.....ปี
- 1.3 ประสบการณ์การทำงาน.....ปี
- 1.4 วัตถุประสงค์และบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการจัดตั้งสมาคมฯ

**ตอนที่ 2. ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร**

- 2.1 ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรชนิดใด/ตัวใด ที่มีความต้องการ/มียอดจำหน่ายสูงสุดในท้องตลาด

.....  
.....

- 2.2 ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรชนิดใด/ตัวใด ที่มีความต้องการในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

.....  
.....

- 2.3 ลักษณะการกระจายสินค้า

.....  
.....

- 2.4 จุดเด่น/จุดด้อย ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเดิม

.....  
.....

- 2.5 ราคาของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร/วิธีการกำหนดราคา

.....  
.....

2.6 ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

.....

.....

.....

2.7 แนวความคิดในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

.....

.....

.....

**ตอนที่ 3. ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับสื่อโฆษณาฯ**

3.1 สื่อโฆษณาฯเดิม มีหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

3.2 จุดเด่น/จุดด้อย ของรูปแบบสื่อโฆษณาฯเดิมของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

.....

.....

.....

3.3 สื่อโฆษณาฯประเภทใด/ตัวใด(ตัวใหม่) ที่มีความต้องการด้านการใช้งานของสมาคมฯ

.....

.....

3.4 ราคา/งบประมาณ/วิธีการกำหนดราคา สำหรับการผลิตเพื่อการใช้งาน

.....

.....

3.5 ข้อมูลรายละเอียดของสื่อโฆษณาฯ(ประกอบการออกแบบ)

.....

.....

.....

3.6 แนวความคิดในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร

.....

.....

.....



ตอนที่ 4. ข้อมูลเกี่ยวกับสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

4.1 ชื่อสถานที่/หน่วยงาน

.....  
.....

4.2 ที่อยู่/สถานที่ติดต่อ/เบอร์โทรศัพท์

.....  
.....  
.....

4.3 แผนที่/สถานที่ตั้ง

.....  
.....

4.4 กิจกรรม/ขอบเขตของการทำงานของสมาคมฯ

.....  
.....

4.5 รายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องหมาย/ตราสัญลักษณ์ หรือที่เกี่ยวข้อง

.....  
.....

ตอนที่ 5. ข้อมูลอื่นๆ

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



## แบบสอบถาม

การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

### คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมา เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทยรูปแบบใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีประชาชนภายในสมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี และประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการของสมาคมฯ ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อจากแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ด้วยคำตอบของท่านทุกข้อมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มเป้าหมาย) ทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางมัทณี ปราโมทย์เมือง)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

แบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการประเมินความพึงพอใจ  
(กลุ่มเป้าหมาย)

เรื่อง

การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ตามความเป็นจริงของท่าน

**ตอนที่ 1.** สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**1. สถานะภาพ**

- สถานประกอบการ (สมาคมการแพทย์แผนไทย จ.สระบุรี)
- ประชาชนที่มาใช้บริการของสมาคมฯ

**2. เพศ**

- ชาย
- หญิง

**3. อายุ**

- ต่ำกว่า 25 ปี
- 25 – 34 ปี
- 35 –44 ปี
- 45 –54 ปี
- 55 ปีขึ้นไป

**4. อาชีพ**

- นักเรียน-นักศึกษา
- ข้าราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- รับจ้าง

- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- อื่น ๆ .....

#### 5. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

**ตอนที่ 2** แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ  
ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย

ลำดับ ที่	คุณลักษณะของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ (ตัวใหม่)	ระดับความพึงพอใจ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1	การกำหนดแนวความคิด (concept design) โดยรวม สามารถสื่อ ความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์					
2	การเลือกใช้ “ตัวอักษร/ข้อความ” มีเหมาะสม สวยงาม					
3	การเลือกใช้ “ภาพประกอบ” มีเหมาะสม สวยงาม					
4	การเลือกใช้ “โทนสี” มีเหมาะสม สวยงาม					
5	ผลงานการออกแบบ “บรรจุภัณฑ์” มีความเหมาะสม สวยงาม					
6	ผลงานการออกแบบ “แผ่นพับ” มีความเหมาะสม สวยงาม					
7	ผลงานการออกแบบ “โปสเตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม					
8	ผลงานการออกแบบ “โรลอัพ” มีความเหมาะสม สวยงาม					
9	ผลงานการออกแบบ “โปรโมชันคาร์เตอร์” มีความเหมาะสม สวยงาม					
10	งานวิจัยมีความน่าสนใจ และเกิดประโยชน์แก่ชุมชนสังคมเป็นอย่างดี					
<b>รวมทั้งสิ้น</b>						

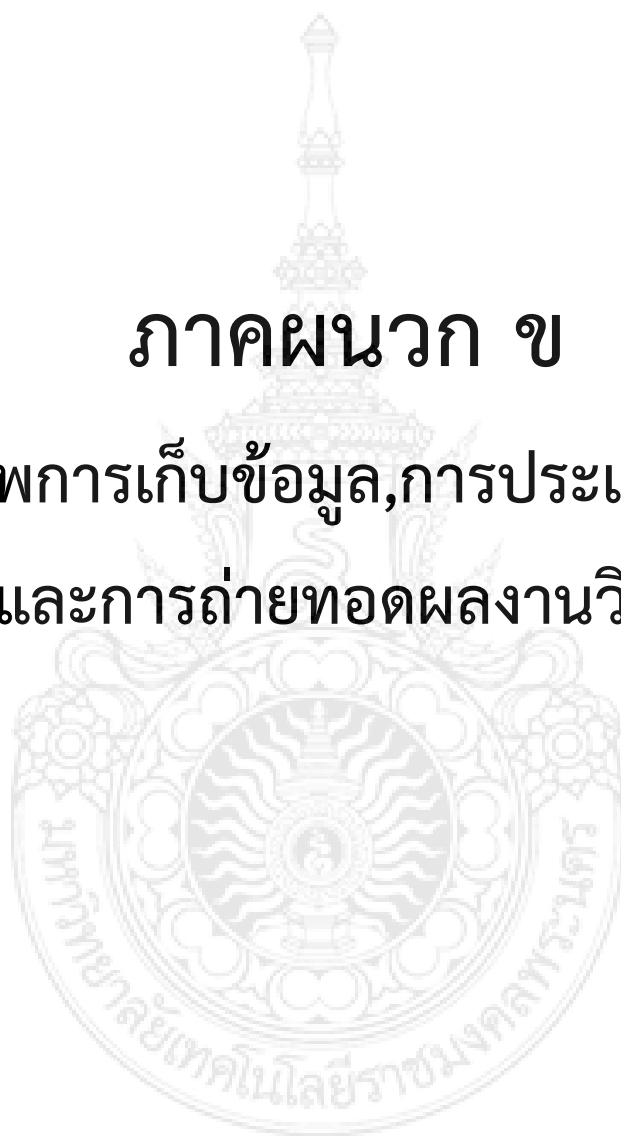
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

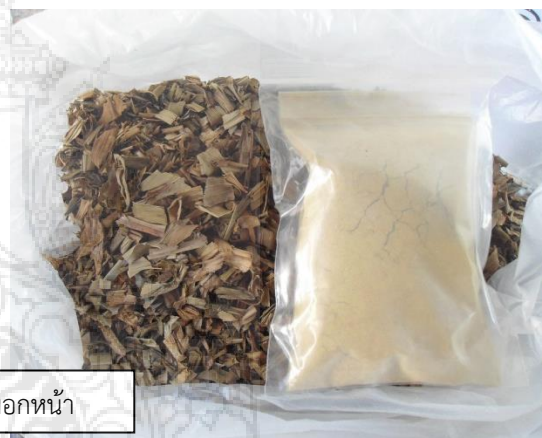
.....

ขอขอบคุณทุกท่านสำหรับการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

**ภาคผนวก ข**  
**ภาพการเก็บข้อมูล, การประเมินผล**  
**และการถ่ายทอดผลงานวิจัย**



ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่สำรวจ และการเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์  
(ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรของสมาคมการแพทย์แผนไทย)



สมุนไพรพอกหน้า



ลูกประคบสมุนไพร



สมุนไพรบรรเทาความดันสูง



ภาพบรรยากาศการลงพื้นที่เก็บข้อมูล และตรวจรายละเอียดข้อมูล  
(ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์/สื่อโฆษณา)



นายธนนท์ณัฐ พุ่มเจริญ  
ประธานสมาคมการแพทย์แผนไทย จังหวัดสระบุรี

ภาพบรรยากาศถ่ายทอดผลงานวิจัย เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์แก่ชุมชน สังคม  
(ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์/สื่อโฆษณา)





# ภาคผนวก ค

## ภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณา









## ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (สมุนไพรอบตัว)



## ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ลูกประคบสมุนไพร)

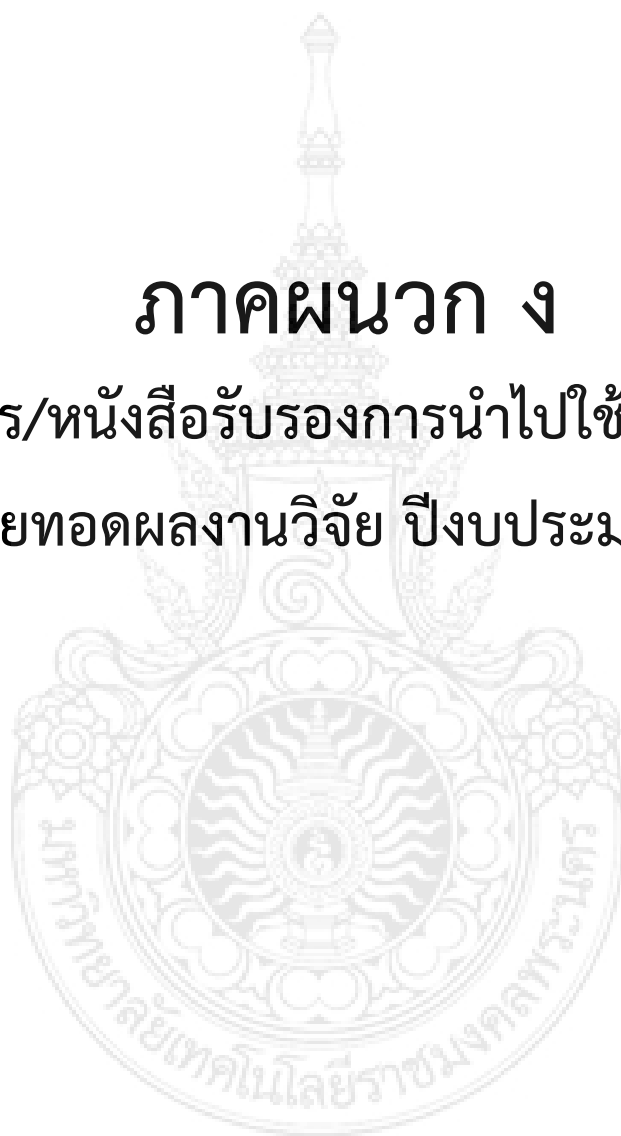


## ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (สมุนไพรผงพอกหน้า)



## ภาคผนวก ง

เอกสาร/หนังสือรับรองการนำไปใช้ประโยชน์  
และถ่ายทอดผลงานวิจัย ปีงบประมาณ 2559



# ประวัติคณะผู้วิจัย





## ประวัติคณะผู้วิจัย

### หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) **นางมัทรี ปราโมทย์เมือง**  
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) **Mrs.Mattanee Parmotmuang**
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน **3 1999 00380 15 4**
3. ตำแหน่งปัจจุบัน **อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)**
4. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3777 ต่อ 5002

E - Mail : mattanee2012@gmail.com

### 5. ประวัติการศึกษา

ค.อ.ม. (เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ศษ.บ. ออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

### 6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์

กลุ่มวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์

### 7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

#### 7.1 ผลงานวิจัย

7.1.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : -

7.1.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : -

7.1.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

- ปี 2556 การศึกษาและพัฒนาอุปกรณ์เขียนผ้าบาติกลายเขียนสำหรับ

ผู้ต้องขังเรือนจำพิเศษธนบุรี

- ปี 2557 การศึกษาและพัฒนาเส้นใยพืชมะละกอเพื่อการออกแบบ

บรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ปี 2558 การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จ.สระบุรี
- ปี 2559 การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย
- ปี 2559 การศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดขายสินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตอ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี

#### 7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -

#### 7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่

- ปี 2558 การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จ.สระบุรี



## ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. ชื่อ- สกุล (ภาษาไทย) **นายกรณ์พงศ์ ทองศรี**  
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) **Mr. Kornpong Thongsri**
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน **3 3299 00015 44 6**
3. ตำแหน่งปัจจุบัน **อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)**
4. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail

สาขาวิชาสถาปัตยกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3777 ต่อ 5002

โทรศัพท์ 085-9605-948

E-mail : Korn.urp@gmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ปี 2552 ผ.ม. (การวางแผนภาคและเมือง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปี 2546 สถ.บ. (สถาปัตยกรรมเมืองและชุมชน) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ การศึกษา

กลุ่มวิชา การออกแบบตกแต่งภายใน

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย เป็นต้น

- 7.1 ผลงานวิจัย

7.1.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : -

7.1.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : -

7.1.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

- ปี 2553 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของรูปแบบการถือครองที่ดิน :

กรณีศึกษาเปรียบเทียบบ้านมั่นคงชนบทตำบลวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา และบ้านมั่นคงชนบทตำบลดอนยอ จังหวัดนครนายก

- ปี 2557 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกระบวนการผลิตของ  
ตกแต่งบ้านจากวิชพีชเภาวัลย์และต้นไมยราบยักษ์ กลุ่มหมู่บ้านแปรรูปเพื่อการผลิตบ้านหนองคิม  
อำเภอประจันตคาม จังหวัดปราจีนบุรี

- ปี 2557 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกระบวนการผลิตของตกแต่ง  
บ้านจากไม้เหลื่อทิ้งจากการก่อสร้าง กลุ่มหมู่บ้านแปรรูปเพื่อการผลิตบ้านหนองโง้ง อำเภอประจันตคาม  
จังหวัดปราจีนบุรี

7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -

7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่

