การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

โดย

พรพิมล ศักดา

วรารัตน์ วัฒนชโนบล

สนับสนุนงบประมาณโดย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ประจำปีงบประมาณ 2558

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่กรุณาให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของเนื้อหา เพื่อให้งานวิจัยมีความตรงเชิงคุณภาพมากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สถาบันวิจัยและพัฒนา ที่อำนวยความสะดวก และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้การสนับสนุนทุนสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ ซึ่งจะใช้เป็นประโยชน์ต่อไป

คุณค่าและประโยชน์อันใดที่พึงจะเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญุตาแก่บิดามารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ของผู้วิจัยและผู้มีพระคุณทุกท่าน

พรพิมล ศักดา

สิงหาคม 2558

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : social 011/2558

ชื่อโครงการ : การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

ชื่อนักวิจัย : นางสาวพรพิมล ศักดา

การวิจัยเรื่อง การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรี เพื่อใช้ในการอ้างอิงและเป็นประโยชน์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี และ เพื่อออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี 1) กลุ่มแรก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี นักออกแบบ สมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น กลุ่มผู้บริโภคและบุคคลทั่วไป ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 100 ราย ในการตอบแบบสอบถามชุดแรก ที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางก่อนทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ 2) กลุ่มที่สอง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ นักวิชาการ นักออกแบบที่มีประสบการณ์จากหน่วยงานต่างๆ ผู้นำกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น จำนวนทั้งหมด 9 ท่าน ในการตอบแบบสอบถามชุดที่สอง หลังจากทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบแล้ว เพื่อวิเคราะห์หาข้อสรุปของต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

ผลการศึกษา พบว่า เอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรีคือ เอกลักษณ์ทางธรรมชาติ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา รูปหม้อน้ำลายวิจิตร ซึ่งใช้ประกอบในงานประเพณีต่างๆ เช่น งานสงกรานต์ของชาวมอญ ประเพณีรำมอญ ประเพณีการทำบุญตักบาตรพระร้อยแปด งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองนนท์ งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยา ใต้ฟ้านนท์ คุณภาพบรรจุภัณฑ์กล้วยอบ แผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ในภาพรวม จัดอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.67

คำสำคัญ : กราฟิก บรรจุภัณฑ์ เอกลักษณ์ท้องถิ่น กลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

E-mail Address : Pornpimol.Sak@rmutr.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : 1 ตุลาคม 2557 – 30 กันยายน 2558

Abstract

Code of project: social 011/2558

Project name : The Local Corporate Identity Design for Dried Banana Crisps Package of Bang Ruk Noi Woman' manuafacturer group, Noonthaburi.

Researcher name : Miss Pornpimol Sakda

: Research In a typical local identity, graphic design packaging for banana. Women produce sheets of Banana Crisps. District BangraknoiSubdistrict Nonthaburi The aim is to study and collect local identity Nonthaburi. For the sake of reference, and graphic design packaging Dried Banana Banana Crisps manufacturer of professional women. District And to design packaging prototypes Dried Banana Banana Crisps manufacturer of professional women . District BangraknoiSubdistrict Nonthaburi 1) The first group , including experts , culture and identity of jobs , designer women's groups , professional production Banana Crisps . Consumer groups And Guest There were 100 respondents in the first set. The identity of Nonthaburi. The data acquired as a guide before designing packaging prototypes 2) The second group includes experts on packaging design . Consisting of professors, scholars, designers with experience from various organizations. Officers Professional Women produce banana sheet total of nine respondents in the second set. After the third prototype design, packaging , and then analyzed for the conclusion of the original packaging .

The study found that local identity is of Nonthaburi. Unique natural Cultural identity, including pottery Fine-shaped radiator designs Being used in festivals such as Songkran traditions of the Mon Mon dance tradition of giving alms to the hundred. Fruit festival, and the great city of joy. Cultural Chao Phraya River banks blue packaging quality banana bliss. Women produce sheets of banana plate as a whole is in a very good level. With an average of 4.67

Keywords : Graphic Package Local identity Woman' manuafacturer group

---

E-mail Address : Pornpimol.Sak@rmutr.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : 1 October 2013 – 30 September 2014

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ก
บทคัดย่อภาษาไทย		ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ค
สารบัญ		ง
บทที่ 1	**บทนำ**	
	1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	2. วัตถุประสงค์การวิจัย	2
	3. ขอบเขตของการวิจัย	2
	4. นิยามศัพท์	3
	5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	
	1. ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดนนทบุรี	5
	2. เอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี	5
	3. สถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยว	14
	4. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	20
	5. ทฤษฎีการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์	22
	6. ข้อมูลผลิตภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น	35
	7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
บทที่ 3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	
	1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
	2. เครื่องมือที่ใช้	40
	3. การวิเคราะห์ข้อมูล	41
	4. การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์	41
	5. การวิเคราะห์ต้นแบบ	42
	6. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	42
	7. การถ่ายทอดผลการวิจัยสู่ชุมชน	42

บทที่ 4 ผลการวิจัย

1. ผลจากการสอบถามข้อมูล 43
2. ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล 43
3. ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น 44
4. ผลการวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น 45
5. สรุปผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น 47
6. ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น 52

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา 55
2. ข้อเสนอแนะ 56

บรรณานุกรม **58**

ภาคผนวก ก แบบประเมินประสิทธิภาพของวีดิทัศน์ **60**

ภาคผนวก ข แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญต่อวีดิทัศน์ 63

ประวัติผู้วิจัย **82**

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทที่ 1
บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้ประกาศนโยบายของคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ซึ่งประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการนาทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ (เสาวณี จุลิรัชนีกร และคณะ 2547) ผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้สู่ท้องถิ่นทำให้คนในชุมชนรู้สึกตื่นตัวและสร้างจุดสนใจให้กับพื้นที่โดยการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ของชุมชนมาใช้เป็นจุดขาย เกิดจากการผลักดันและส่งเสริมจากรัฐเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและคนในชนบท อีกทั้งเพื่อดารงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยให้คงอยู่ จากการผลิตภายในครัวเรือนมาสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมสู่วิสาหกิจชุมชนขนาดกลางก้าวไกลไปในตลาดโลกพัฒนาสู่อุตสาหกรรมต่อไป ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อสินค้า OTOP นั่นก็คือ บรรจุภัณฑ์ เนื่องจากสินค้า OTOP ต้องมีบรรจุภัณฑ์ และฉลากแสดงชื่อกลุ่ม ตามข้อกำหนดของทางการ เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทำให้กลุ่มแม่บ้านเริ่มจะมองเห็นความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ว่าเป็นตัวช่วยที่ดี ทาให้ผู้บริโภคมั่นใจ เพราะบรรจุภัณฑ์มิใช่เพียงทาหน้าที่ห่อหุ้มสินค้าเท่านั้น ยังทาหน้าที่บอกคุณสมบัติของสินค้าด้วย และส่วนใหญ่ก็จะมีความเข้าใจถึงประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างดีว่าทำให้สินค้าขายได้

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบางรักน้อย จัดตั้งเป็นกลุ่มสตรีผลิตกล้วยอบแผ่นโดยใช้ตู้พลังงานแสงอาทิตย์ซึ่งเป็นตู้ที่ต่อขึ้นเอง เนื่องจากราคากล้วยตกต่ำ ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบางรักน้อยผลิตเป็นประจำ ได้แก่ กล้วยอบแผ่นม้วน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงและเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกเป็นอย่างดี ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม ทำให้ทราบว่าต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นมีข้อบกพร่องที่ไม่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ เพราะใช้ที่เย็บกระดาษ เย็บปิดปากถุง ซึ่งไม่ค่อยเป็นที่ดึงดูดใจและไม่มีความแปลกใหม่แก่ผู้บริโภค รวมทั้งไม่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี

จากสถานการณ์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอโครงการการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น ที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี โดยใช้การออกแบบกราฟิกสื่อสารผ่านรูปภาพ ตัวอักษร สีสัน และการจัดวาง ตามหลักของการออกแบบ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางด้านการสื่อสาร และมีรูปแบบของเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่เหมาะสมเพื่อให้ชุมชนสามารถได้รับความ

ช่วยเหลือต่อยอดด้วยการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าผสมผสานกับเทคโนโลยี เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่อไป นอกจากนั้นยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปเป็นพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของฝากในผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นต่อไป รวมทั้งสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงเอกลักษณ์สำหรับจังหวัดต่างๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้เช่นกัน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรี เพื่อใช้ในการอ้างอิงและเป็นประโยชน์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

2. เพื่อออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ขอบเขตเนื้อหา เนื้อหาในการศึกษาประกอบด้วยหัวข้อหลัก ซึ่งเป็นเนื้อหาที่จะนำมารวบรวมและวิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 6 หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1.ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดนนทบุรี
2.เอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี
3.ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
4.ทฤษฎีการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์
5.ข้อมูลผลิตภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

3.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มแรก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี นักออกแบบ สมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น กลุ่มผู้บริโภค และบุคคลทั่วไป ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 100 ราย ในการตอบแบบสอบถามชุดแรก ที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางก่อนทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์

2) กลุ่มที่สอง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ นักวิชาการ นักออกแบบที่มีประสบการณ์จากหน่วยงานต่างๆ ผู้นำกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น จำนวนทั้งหมด 9 ท่าน ในการตอบแบบสอบถามชุดที่สอง หลังจากทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบแล้ว เพื่อวิเคราะห์หาข้อสรุปของต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

3.3 ขอบเขตทางด้านการออกแบบต้นแบบ และการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ทำการออกแบบจำนวนทั้งหมด 3 แบบ โดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามชุดแรก จำนวน 100 ชุด มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ จากนั้นใช้วิธีการคัดเลือกเพื่อสรุปหาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม จากการตอบแบบสอบถามชุดที่สอง จำนวน 9 ชุด โดย อาจารย์ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้นำกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

4. นิยามศัพท์

กราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะของงานออกแบบบนพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกางในการสื่อความหมาย ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ข้อความ และอารมณ์ ผ่านประสาท สัมผัสทาตา ให้เกิดการรับรู้และเข้าใจในการสื่อความหมายนั้น

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ห่อหุ้ม ปกป้องรักษา และคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเรียบร้อย เหมาะสม และสะดวกในการขนส่ง รวมทั้งสามารถอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้

เอกลักษณ์ท้องถิ่น หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสิ่งอื่นๆ เช่น ลักษณะเด่นของสังคม ประเพณี วัฒนธรรม ชนชาติ เป็นต้น ซึ่งสามารถพัฒนาคลี่คลายไปตามเงื่อนไขแห่งภาวะปัจจัยแต่ละช่วงสถานการณ์ได้

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรีได้อย่างแท้จริง

5.2 ได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี ที่สามารถสื่อความหมายถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

5.3 สามารถกระตุ้นให้กลุ่มนักออกแบบ เกิดการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ที่เน้นถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรีได้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรี ตั้งอยู่ในภาคกลาง บนฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นจังหวัด 1 ใน 5 ของจังหวัดปริมณฑล คือ นนทบุรี สมุทรปราการ นครปฐม สมุทรสาคร และปทุมธานี มีเนื้อที่ประมาณ 622 ตารางกิโลเมตร (เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ของจังหวัดในภาคกลางทั้งหมด จังหวัดนนทบุรีมีขนาดเล็กเป็นที่ 2 รองจากจังหวัดสมุทรสงคราม) โดยแม่น้ำเจ้าพระยาได้ตัดแบ่งพื้นที่ของจังหวัดออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก จังหวัดนนทบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 20 กิโลเมตร ประกอบด้วยอำเภอทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวย และอำเภอไทรน้อย มีองค์กรปกครองท้องถิ่นประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 2 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 6 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 34 แห่ง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม แต่เดิมประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้ และทำไร่ ทำนา ปัจจุบันพื้นที่ของจังหวัดซึ่งเคยเป็นสวนผลไม้และมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่อพยพมาจากทุกภาคของประเทศ นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนของจังหวัดในบางอำเภอยังเป็นที่รองรับการขยายตัวในด้านอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดิน และก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม เป็นจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่าพื้นที่ฝั่งตะวันออกของจังหวัดซึ่งเป็นพื้นที่มีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพฯ ด้วย

2. เอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี

ตราประจำจังหวัดนนทบุรี ณ ตำบลเกาะเกร็ด ในท้องที่อำเภอปากเกร็ด อันเป็นที่ตั้งชุมชนใหญ่ของชาวไทยเชื้อสายมอญนั้นเป็นแหล่งผลิตงานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่สร้างชื่อเสียงให้แก่เมืองนนทบุรี เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะ “หม้อน้ำลายวิจิตร” ที่บรรจงสร้างรูปทรงและลวดลายได้งดงามยิ่ง จนเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปมาช้านาน ทางราชการจึงนำภาพหม้อน้ำลายวิจิตรนี้มาเป็นตราประจำจังหวัด ดังที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน

ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า) สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2471 ลักษณะอาคาร มีขนาดกว้าง 11.55 เมตร ยาว 287.4 เมตร เนื้อที่ทั้งหมดของตัวอาคาร 2 ไร่ 2 งาน 51 ตารางวา ตัวอาคารเป็นตึกพื้นไม้สัก ทาสีไข่ไก่ ประตูหน้าต่างทาสีเขียวใบไม้ หลังคามุงด้วยกระเบื้องลูกฟูก ประดับ ด้วยงานไม้ลายวิจิตรที่ทำจากไม้สักทั้งหลัง มีรั้วเหล็กล้อมรอบตัวอาคาร 3 ด้าน ด้านหน้าเป็นสถานที่พักผ่อนชมบรรยากาศริมแม่น้ำเจ้าพระยา กรมศิลปากรจึงได้ขึ้นบัญชีเป็นโบราณสถานแห่งหนึ่งตามประกาศลงวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2524

คำขวัญจังหวัดนนทบุรี: นนทบุรี เคยเป็นเมืองเก่าแก่มาแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา จึงมีศาสนสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่น วัดปราสาท วัดโชติการาม วัดอัมพวัน และวัดเขมาภิรตาราม วัดเหล่านี้ยังคงรูปลักษณ์สถาปัตยกรรมอยุธยาที่นักประวัติศาสตร์ศิลปะบางคนเรียกว่า สกุลช่างนนทบุรี ไว้ให้ศึกษาและชื่นชมจนถึงทุกวันนี้ พร้อมกันนี้ เมืองนนทบุรีก็ยังเป็นแหล่งเครื่องปั้นดินเผา โดยภูมิปัญญาของชาวไทยเชื้อสายมอญที่เกาะเกร็ด เครื่องปั้นดินเผานี้ได้รับการสร้างสรรค์อย่างปราณีตงดงาม จนมีชื่อเสียงขจรขจายไปไกล ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจศิลปะพื้นบ้านล้วนรู้จักกันดี โดยเฉพาะ “หม้อน้ำลายวิจิตร” นอกจากนี้เมืองนนทบุรียังมีดินและน้ำอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรหลากหลายชนิด เพราะมีทั้งเรือกสวนไร่นา โดยเฉพาะทุเรียนนั้นชาวไทยรู้จักกันดีว่ามีรสชาติ หวาน มัน หอม อร่อยกว่าทุเรียนที่ปลูกในแหล่งอื่น จนได้รับการยกย่องว่าทุเรียนรสเลิศนั้นต้องเป็นทุเรียนเมืองนนท์ แต่น่าเสียดายว่าในปัจจุบันพื้นที่เกษตรกรรมดังกล่าวได้ถูกความเจริญทางวัตถุจากกรุงเทพรุกไล่จนเหลือพื้นที่น้อยลงทุกที ที่ดินมีราคาสูงขึ้นราวกันทองคำเกษตรกรเมืองนนทบุรีจึงขายที่ดินแล้วไปหาซื้อที่ดินในพื้นที่อื่นๆที่มีราคาถูกกว่าแทน “ศูนย์ราชการ” นั้นสร้างไว้อย่างสวยงามด้วยสถาปัตยกรรมไทยประยุกต์ และได้กลายเป็นความภาคภูมิใจอีกอย่างหนึ่งของชาวเมืองนนทบุรี เช่นเดียวกับ “พระตำหนักนนทบุรี”อันสง่างามของสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามกุฎราชกุมาร และ “สวนสวนสมเด็จพระศรีคนรินทร์” ซึ่งเป็นสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนของประชาชน ที่ร่มรื่นด้วยต้นไม้และสายน้ำ จังหวัดนนทบุรีได้นำลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้มาเป็นคำขวัญว่า“พระตำหนักสง่างาม ลือนามสวนสมเด็จ เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา วัดเก่านามระบือ เลื่องลือทุเรียนนนท์ งามน่ายลศูนย์ราชการ”

จากหลักฐานทางธรณีวิทยาที่ปรากฏในปบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางของประเทศไทย นักธรณีวิทยาสันนิษฐานว่าบริเวณนี้เคยเป็นท้องทะเลมาก่อน ต่อมาเมื่อเกิดการทับถมของตะกอนแม่น้ำสายต่างๆที่ไหลลงทะเลบริเวณนี้นานวันเข้าก็ตื้นเขินกลายเป็นดินปากแม่น้ำ ซึ่งเป็นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษ๖รกรรมอย่างยิ่ง จึงมีผู้คนอพยพเข้ามาอยู่อาศัยจนเป็นชุมชนขึ้นและพัฒนาเรื่อยมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์จนถึงยุคประวัติศาสตร์ บริเวณที่เป็นจังหวัดนนทบุรีในปัจจุบันก็

เช่นเดียวกันเพราะปรากฏว่าก่อนจะตั้งเมืองนนทบุรีขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยานั้น ได้มีชุมชนดั้งเดิมอยู่ก่อนแล้วโดยเรียกกันว่า “บ้านตลาดขวัญ”

จังหวัดนนทบุรีได้ชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่มีชื่อเสียงมาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ชื่อเสียงของผลไม้จากสวนเมื่อนนท์อย่างทุเรียน ก็ยังคงมีชื่อเสียงโด่งดังอยู่แม้ว่าพื้นที่เพาะปลูกจะเหลือน้อย นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งศิลปหัตถกรรมสำคัญ คือ การปั้นหม้อของชาวไทยเชื้อสายมอญ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในจังหวัดนนทบุรี แต่ในปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีกำลังจะกลายเป็นแหล่งโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร

เทศกาลงานประเพณี งานสงกรานต์ของชาวมอญ ประเพณีรำมอญ ประเพณีการทำบุญตักบาตรพระร้อยแปด งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองนนท์ งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยา ใต้ฟ้านนท์

ต้นไม้ประจำจังหวัด ต้นนนทรีบ้าน (Peltophorum pterocarpum (DC.) Backer ex K.Heyne วงศ์ Leguminosae)

ดอกไม้ประจำจังหวัด ดอกนนทรี

ตัวอักษรย่อ จังหวัดนนทบุรีใช้อักษรย่อ "นบ"

ที่ตั้งและอาณาเขตติดต่อ จังหวัดนนทบุรีตั้งอยู่ในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือค่อนทางเหนือ 20 กิโลเมตร มีพื้นที่ปกครองทั้งหมด 622.303 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 388,939.375 ไร่ โดยมีพิกัดภูมิศาสตร์อยู่ละติจูดที่ 13 องศา 47 ลิปดาเหนือ ถึงละติจูดที่ 14 องศา 04 ลิปดาเหนือ และลองจิจูดที่ 100 องศา 15 ลิปดาตะวันออก ถึงลองจิจูดที่ 100 องศา 34 ลิปดาตะวันออกและมีอาณาเขตจรดอำเภอและจังหวัดข้างเคียงเรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอลาดหลุมแก้ว และอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตดอนเมือง เขตหลักสี่ และเขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร (ฝั่งพระนคร)

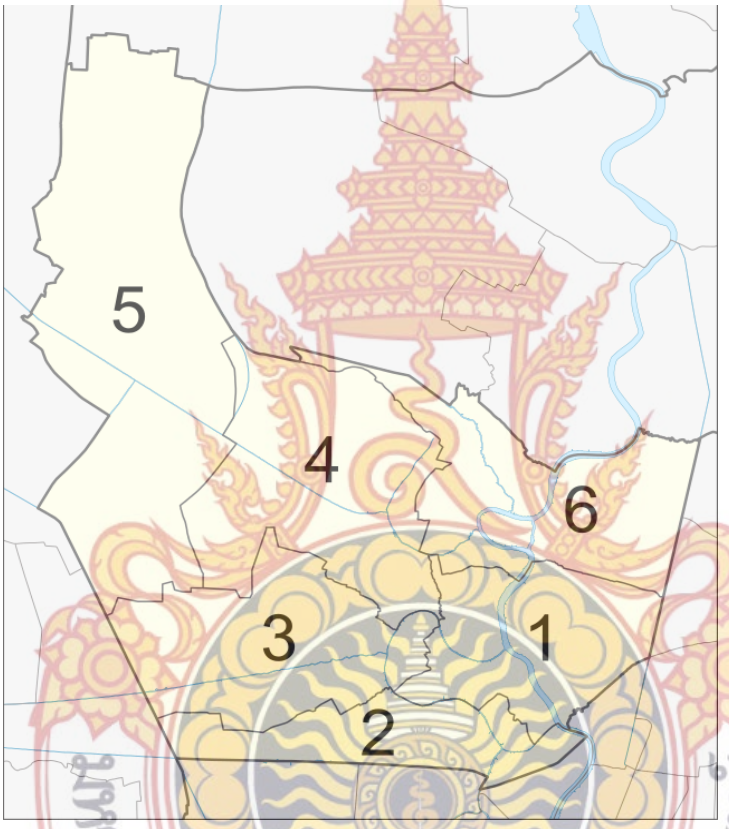
ทิศใต้ ติดต่อกับเขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี)

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอพุทธมณฑลและอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ลักษณะภูมิประเทศ จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแม่น้ำไหลผ่าน จึงแบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งตะวันตก มีพื้นที่ 3 ใน 4 ของจังหวัด พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มมีน้ำท่วมถึง มีคูคลองขนาดต่าง ๆ เชื่อมโยงกันหลายสายเหมือนใยแมงมุม มีการทำเรือกสวนไร่นา และฝั่งตะวันออกมีพื้นที่ 1 ใน 3 ของจังหวัด ได้แก่พื้นที่ในเขตเทศบาลนครนนทบุรีและเทศบาลนครปากเกร็ด เป็นเขตเมืองมี

ประชากรอยู่อย่างหนาแน่น อาจถือได้ว่าส่วนนี้เป็นส่วนหนึ่งของเมืองหลวง เพราะเขตแดนระหว่างนนทบุรีกับกรุงเทพมหานครนั้นแทบจะไม่เป็นที่รู้จัก

การแบ่งเขตการปกครอง จังหวัดนนทบุรีแบ่งเขตการปกครองส่วนภูมิภาค (ตามกฎหมายลักษณะปกครองท้องที่) ออกเป็น 6 อำเภอ 52 ตำบล 433 หมู่บ้าน แต่หากไม่นับรวมหน่วยการปกครองในเขตเทศบาลเมืองและเทศบาลนครซึ่งยุบเลิกตำแหน่งกำนันและผู้ใหญ่บ้านแล้ว จะมีทั้งหมด 34 ตำบล 328 หมู่บ้าน โดยอำเภอทั้ง 6 อำเภอของจังหวัดนนทบุรี มีรายชื่อและข้อมูลทั่วไปดังนี้ (ข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2556)



1. อำเภอเมืองนนทบุรี มีพื้นที่ 77.018 ตร.กม. ประกอบด้วย 10 ตำบล 26 หมู่บ้าน ประชากร 357,355 คน

2.อำเภอบางกรวย มีพื้นที่ 57.408 ประกอบด้วย 9 ตำบล 41 หมู่บ้าน ประชากร 116,261 คน

3.อำเภอบางใหญ่ มีพื้นที่ 96.398 ประกอบด้วย 6 ตำบล 69 หมู่บ้าน ประชากร 126,562 คน

4.อำเภอบางบัวทอง มีพื้นที่ 116.439 ประกอบด้วย 8 ตำบล 73 หมู่บ้าน ประชากร 252,179 คน

5.อำเภอไทรน้อย มีพื้นที่ 186.017 ประกอบด้วย 7 ตำบล 68 หมู่บ้าน ประชากร 59,494 คน

6.อำเภอปากเกร็ด มีพื้นที่ 89.023 ประกอบด้วย 12 ตำบล 51 หมู่บ้าน ประชากร 229,822 คน

อำเภอบางกรวย เป็นอำเภอที่มีขนาดพื้นที่เล็กที่สุดของจังหวัดนนทบุรี และเป็นอำเภอหนึ่งที่อยู่ติดกับกรุงเทพมหานคร แต่พื้นที่ส่วนใหญ่ยังคงวิถีชีวิตแบบเรือกสวนไร่นาเอาไว้อย่างชัดเจนอำเภอบางกรวยตั้งอยู่ทางใต้สุดของจังหวัด ห่างจากตัวจังหวัด 16.86 กิโลเมตร[2] มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางใหญ่และอำเภอเมืองนนทบุรี มีคลองขุดใหม่, คลองจีนบ่าย, ถนนบางม่วง-บางคูลัด, คลองหัวคูใน (วัดพระเงิน), คลองบางนา, คลองนาคเกี้ยว, คลองบางค้อ, คลองบางกอกน้อย, คลองวัดแดง, แนวรั้วหมู่บ้านเยาวพรรณ, ถนนบางศรีเมือง 1, คลองวัดสนาม, คลองบางสีทอง, ซอยบางกรวย-ไทรน้อย 30 (วัดรวกบางสีทอง), ซอยบางไผ่ ซอย 3 (วัดรวกบางสีทอง), ถนนบางไผ่พัฒนา, คลองธรรมบาล และคลองบางกรวยเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรีและเขตบางซื่อ (กรุงเทพมหานคร) มีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตบางพลัด, เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา (กรุงเทพมหานคร) มีทางรถไฟสายใต้, คลองบางกอกน้อย และคลองมหาสวัสดิ์เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอพุทธมณฑล (จังหวัดนครปฐม) มีคลองนราภิรมย์เป็นเส้นแบ่งเขต

อำเภอบางใหญ่ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนนทบุรี มีประชากรค่อนข้างมาก แต่เดิมตั้งอยู่บริเวณที่คลองสามสายมาบรรจบกันได้แก่ ปลายคลองอ้อมนนท์ สุดคลองบางกอกน้อย และต้นคลองบางใหญ่ แต่ปัจจุบันตัวอำเภอได้ย้ายมาอยู่ในหมู่บ้านบางใหญ่ซิตี้ ซึ่งได้รับความเจริญอย่างรวดเร็วจากการก่อสร้างถนนกาญจนาภิเษกและถนนรัตนาธิเบศร์ มีบริการที่ทันสมัย เช่น โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ตลาดกลางของจังหวัด หน่วยงานราชการ หมู่บ้านจัดสรรที่เกิดใหม่ ดังนั้น พื้นที่การเกษตรอาจไม่พบเห็นในเขตเมืองแล้ว โดยส่วนหนึ่งของเขตเมืองบางใหญ่อยู่ในพื้นที่ของอำเภอบางบัวทอง อำเภอบางใหญ่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกค่อนไปทางใต้ของจังหวัด ห่างจากตัวจังหวัดนนทบุรี 8.11 กิโลเมตร[2] มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอไทรน้อยและอำเภอบางบัวทอง มีคลองบางแพรก, แนวเส้นขนานคลองบางแพรก, แนวด้านหลังโรงเรียนอนุบาลรัตนาธิเบศร์, ลำรางบางน้อย, ซอยอธิเบศร์ 1, ลำรางบางน้อย, แนวรั้วหมู่บ้านกฤษดานคร 10, แนวเขตหมู่บ้านเกล้ารัตนา, แนวเขตหมู่บ้านร่มรื่นวิลล์, แนวด้านหลังหมู่บ้านเกล้ารัตนา, คลองบางเดื่อ (วัดบางเดื่อ) และคลองอ้อมเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรี มีคลองวัดประชารังสรรค์, ทางหลวงท้องถิ่น นบ.ถ 1-0010 (โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการฯ-วัดสวนแก้ว), ซอยบางกร่าง 25 (หน้าค่าย), ถนนหลังวัดยุคันธราวาส และคลองวัดยุคันธราวาสเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอบางกรวย มีคลองบางกอกน้อย, คลองบางค้อ, คลองนาคเกี้ยว, คลองบางนา, คลองหัวคูใน (วัดพระเงิน), ถนนบางม่วง-บางคูลัด, คลองจีนบ่าย และคลองขุดใหม่เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอพุทธมณฑล (จังหวัดนครปฐม) มีคลองนราภิรมย์เป็นเส้นแบ่งเขต

อำเภอบางบัวทอง เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนนทบุรี ในอดีตมีพื้นที่กว้างใหญ่มากโดยคลุมพื้นที่อำเภอไทรน้อย อำเภอบางใหญ่ และบางส่วนของอำเภอปากเกร็ด (ปัจจุบันแยกออกไปแล้ว) มีประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ พ.ศ. 2445 เดิมพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม แต่ปัจจุบันเมื่อความเจริญจากกรุงเทพมหานครแผ่ขยายออกมาจนถึงบางบัวทอง ทำให้มีหมู่บ้านจัดสรร บริษัทห้างร้าน สำนักงานจำนวนมาก รวมถึงหน่วยงานราชการต่าง ๆ ทยอยย้ายเข้ามาอยู่ในท้องที่นี้ แต่ก็ยังคงเห็นท้องนาบางส่วนอยู่ นอกจากนี้ อำเภอบางบัวทองยังเป็นอำเภอที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของจังหวัดนนทบุรีด้วย (และมีความหนาแน่นมากเป็นอันดับ 3) อำเภอบางบัวทองตั้งอยู่บนพื้นที่ฝั่งขวาแม่น้ำเจ้าพระยาของจังหวัดนนทบุรี ห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ 15.96 กิโลเมตร[2] มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอลาดหลุมแก้ว (จังหวัดปทุมธานี) และอำเภอปากเกร็ด มีคลองลากค้อน คลองลำโพ และแนวระวางโฉนดที่ดินระหว่างอำเภอบางบัวทองกับอำเภอปากเกร็ดเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอปากเกร็ด มีคลองชลประทานพระอุดม-บางบัวทอง (คลองแอน) แนวกำแพงหมู่บ้านลภาวัน 10 แนวกำแพงหมู่บ้านดิเอมเมอรัลด์พาร์ค 3 แนวกำแพงหมู่บ้านดิเอมเมอรัลด์การ์เด้นบางบัวทอง คลองขุนมหาดไทย (ท่าลาย) และคลองบางบัวทองเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรีและอำเภอบางใหญ่ มีคลองบางรักใหญ่ คลองอ้อม คลองบางเดื่อ (วัดบางเดื่อ) แนวด้านหลังหมู่บ้านเกล้ารัตนา แนวเขตหมู่บ้านร่มรื่นวิลล์ แนวเขตหมู่บ้านเกล้ารัตนา แนวรั้วหมู่บ้านกฤษดานคร 10 ลำรางบางน้อย ซอยอธิเบศร์ 1 ลำรางบางน้อย แนวด้านหลังโรงเรียนอนุบาลรัตนาธิเบศร์ แนวเส้นขนานคลองบางแพรก และคลองบางแพรกเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอไทรน้อย มีคลองตาชม คลองพระพิมล คลองลากค้อน คลองตาคล้าย และคลองลัดยายเป้าเป็นเส้นแบ่งเขต

อำเภอไทรน้อย เป็นอำเภอที่จัดตั้งขึ้นล่าสุด รวมทั้งมีพื้นที่มากที่สุดและมีจำนวนประชากรน้อยที่สุดในจังหวัดนนทบุรี สภาพพื้นที่ทั่วไปยังคงสภาพชนบทไว้ เช่น ท้องนา ท้องไร่ บ้านเรือนแบบเรียบง่าย แต่มีระบบสาธารณูปโภคชั้นสูง เช่น โรงไฟฟ้า บ่อขยะ คลองชลประทาน และยังพบวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวนนทบุรีอีกด้วย อำเภอไทรน้อยเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญระหว่างจังหวัดนนทบุรี นครปฐม ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา และสุพรรณบุรี อำเภอไทรน้อยตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียง

เหนือของจังหวัด โดยอยู่ห่างจากตัวจังหวัดเป็นระยะทาง 29.01 กิโลเมตร[2] และมีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอลาดบัวหลวง (จังหวัดพระนครศรีอยุธยา)

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอลาดหลุมแก้ว (จังหวัดปทุมธานี) และอำเภอบางบัวทอง มีคลองลากค้อน คลองลัดยายเป้า คลองตาคล้าย คลองลากค้อน คลองพระพิมล และคลองตาชมเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอบางใหญ่

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอพุทธมณฑลและอำเภอบางเลน (จังหวัดนครปฐม) มีคลองนราภิรมย์ คลองทวีวัฒนา คลองสิบศอก คลองสถาพรพัฒนา คลองพระพิมล คลองรางกระทุ่ม คลองสองด้วน คลองบางภาษี และคลองสองเป็นเส้นแบ่งเขต

อำเภอปากเกร็ด เป็นเป็นอำเภอที่มีตำบลมากที่สุดในจังหวัดนนทบุรี ที่ตั้งมีแม่น้ำเจ้าพระยาตัดผ่านตัวอำเภอ สภาพพื้นที่ทางฝั่งตะวันตกส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ต่าง ๆ ไร่นา ท้องทุ่ง ปศุสัตว์ดังเช่นในชนบท ส่วนทางฝั่งตะวันออกมีที่พักอาศัย อุตสาหกรรม ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต และยังเป็นที่ตั้งหน่วยงานราชการส่วนกลางของประเทศ ในอดีตอำเภอปากเกร็ดเคยขึ้นกับจังหวัดพระนครอยู่ช่วงหนึ่ง และบางตำบลเคยอยู่ในอำเภอบางบัวทอง อำเภอปากเกร็ดตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด และอยู่ห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศเหนือ 7.45 กิโลเมตร[2] มีพื้นที่การปกครองทั้งสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอลาดหลุมแก้วและอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี มีคลองสามวา คลองเจ็ก คลองตรง (คลองขุด) คลองพระอุดม แนวระวางโฉนดที่ดินระหว่างจังหวัดนนทบุรีกับจังหวัดปทุมธานี คลองบางตะไนย์ แนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา และคลองบ้านใหม่เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตดอนเมืองและเขตหลักสี่ (กรุงเทพมหานคร) มีคลองประปาเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรี มีคลองบางตลาด แนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยา และคลองวัดแดงเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรีและอำเภอบางบัวทอง มีคลองแม่ร่องกร่าง คลองบางบัวทอง คลองขุนมหาดไทย (ท่าลาย) แนวกำแพงหมู่บ้านดิเอมเมอรัลด์การ์เด้นบางบัวทอง แนวกำแพงหมู่บ้านดิเอมเมอรัลด์พาร์ค 3 แนวกำแพงหมู่บ้านลภาวัน 10 คลองชลประทานพระอุดม-บางบัวทอง (คลองแอน) แนวระวางโฉนดที่ดินระหว่างอำเภอปากเกร็ดกับอำเภอบางบัวทอง คลองลำโพ และคลองลากค้อนเป็นเส้นแบ่งเขต

ซึ่งในอำเภอปากเกร็ดนี้เองเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาซึ่งเป็นงานหัตถกรรมที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตมนุษย์มาช้านานหายพันปี มีการพัฒนาปรับปรุงรูปทรง ลวดลาย และกรรมวิธี

ผลิตต่อเนื่องกันมาตลอด เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและการเปลี่ยนแปลงแต่ละยุคแต่ละสมัย เครื่องปั้นดินเผาจึงมิได้เป็นเพียงแค่ภาชนะหรือเครื่องประดับฉาบฉวยเท่านั้น หากแต่มีความสำคัญต่อศิลปวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมชิ้นสำคัญที่เชื่อมโยงวิถีชีวิต ความเชื่อ ค่านิยม ความศรัทธาในศาสนาความเจริญทางด้านจิตใจตลอดจนภูมิปัญญาของผู้คนในอดีตจวบจนปัจจุบั

เครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนนทบุรีในปัจจุบันนั้นเป็นผลงานการสรรค์สร้างของช่างพื้นบ้านชาวไทยรามัญหรือคนไทยเชื่อสายมอญที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารขององค์พระมหากษัตริย์ไทยตั้งแต่ครั้งสมัยอยุธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ตอนต้น ชาวไทยรามัญเหล่านี้มีความชำนาญในการปั้นเป็นอย่างมาก จึงได้ประกอบอาชีพเป็นช่างปั้นถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ประเภท รูปทรง ลวดลาย และกรรมวิธีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของแต่ละแห่ง จะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างกันตามถิ่นที่ตั้งชุมชน โดยชาไทยรามัญที่อาศัยอยู่ในตำบลบางตะนาวศรีหรือตำบลสวนใหญ่ในปัจจุบันนั้นนิยมปั้นหม้อแกง กระทะ หม้อข้าว เตาหุงข้าว เตาขนมครก จานขนมครก และของใช้ในครัวเรือน ส่วนชาวไทยรามัญที่อาศัยอยู่บริเวณเกาะเกร็ดและท้องที่อำเภอปากเกร็ดนิยมปั้นเครื่องปั้นทั่วๆไป เช่น โอ่ง อ่าง กระถางและครก นอกจากนี้ ยังนิยมปั้นเครื่องปั้นที่มีลวดลายสวยงามโดยเฉพาะโอ่งน้ำ หม้อน้ำ และหม้อข้าวแช่ซึ่งในอดีตเครื่องปั้นประเภทนี้จะทำขึ้นในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น ทำให้แก่ผู้มีพระคุณ เพื่อเป็นที่ระลึกหรือถวายพระ โดยปั้นเป็นหม้อน้ำดื่มและหม้อน้ำมนต์มีการประดิษฐ์คิดค้นลวดลายและแกะสลักลงบนเครื่องปั้นอย่างงดงาม หรือเรียกโดยทั่วไปว่า “หม้อน้ำลายวิจิตร” หม้อน้ำลายวิจิตรนี้เป็นงานศิลปะพื้นบ้านที่เชิดหน้าชูตาจังหวัดเป็นอย่างมากกระทั่งทางราชการได้นำมาเป็นตราประจำจังหวัดนนทบุรีด้วย

หม้อบางตะนาวศรี เป็นชื่อเรียกภาชนะเครื่องปั้นดินเผาประเภทหม้อข้าว กระทะกระทะขนมครก กาน้ำที่ผลิตจากบ้านบางตะนาวศรี หรือบ้านหม้อ ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาระหว่างวัดเขมาภิรตารามไปทางเหนือวัดนครอินทร์สะพานพระราม ๕ ถึงวัดบางขวางจังหวัดนนทบุรี ชุมชนบางตะนาวศรีมีอาชีพ ปั้นหม้อตามความชำนาญของกลุ่มชาวมอญจากเมืองตะนาวศรีที่อพยพหลบภัยรุกรานจากพม่ามาตั้งแต่สมัยอยุธยาหม้อบ้านบางตะนาวศรีมีหลายชนิดเช่น หม้อข้าว หม้อกระดี่ หม้ออีแล่งหม้อปุ่ม หม้อทะนน หม้อเกลือ เฉพาะหม้อข้าวยังแบ่งเป็นหลาย ขนาดมีชื่อเรียกต่างๆ ได้แก่ หม้อทะนาน หม้อหนู หม้อกระจิบ หม้อกระจาบ หม้อกระจอกใหญ่ หม้อกระจอกเล็กและหม้อกระเจี๊ยบ นอกจากบ้านบางตะนาวศรีแล้ว บ้านบางไผ่ ซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตรงข้ามบ้านบางตะนาวศรีก็เป็นอีกแห่งหนึ่งที่ชาวบ้านมีอาชีพปั้นหม้อดินเผามาตั้งแต่ก่อน พ.ศ. ๒๔๕๑ ดังที่พระพนมสาระนริทร์ (นายนรินทร์ ภาษิตหรือ นายกลึง) ผู้ว่าราชการเมืองนครนายกที่ลาออกจากราชการเมื่อ รศ. ๑๒๗ (พ.ศ. ๒๔๕๑) ได้เขียน ประวัติตนเอง ไว้ว่า“...นับแต่ฉันได้ออกจาก ราชการมาได้เริ่มประกอบอาชีพโดยให้ครอบครัวปั้นหม้อดินขาย อาชีพในการปั้นหม้อมีรายได้ไม่น้อยกว่าเดือนละ๘๐ บาท และบางเดือนได้ราว ๑๐๐ บาท ก็มี..บุตรหญิงของฉัน ๒ คนที่แต่งงานแล้วก็ยังคงดำเนินอาชีพในการปั้นหม้ออยู่จนบัดนี้ ส่วนบุตรชายมีอาชีพในทางปั้นหม้อพี่น้องท้องเดียวกันกับฉันมีรวม ๓ คน ...ฉันมีญาติสนิท...อยู่บ้านข้างเคียงของฉันเขามีอาชีพในทางปั้นหม้อเหมือนกัน...”

เครื่องปั้นดินเผาบ้านบางตะนาวศรีและบ้านบางไผ่เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมและทำชื่อเสียงให้จังหวัดนนทบุรี เป็นอย่างมากในยุครัตนโกสินทร์ มีรายงานจากพระกรุงศรีบริรักษ์ ผู้ว่าราชการเมืองนนทบุรีถึงมหาอำมาตย์เอกเจ้าพระยายมราช เสนาบดีกระทรวงนครบาลเมื่อพ.ศ. ๒๔๕๘ ว่า

“ประณีต งดงาม น่าดู น่าใช้กว่าท้องถิ่นอื่น จัดเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อของชาวเมืองนนท์เป็นเวลาช้านาน”

"เกาะเกร็ด" เป็นเกาะกลางน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง มีฐานะเป็นตำบลหนึ่งในท้องที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีเนื้อที่ประมาณ ๔.๒ ตารางกิโลเมตรหรือ ๒,๖๒๕ ไร่ เป็นที่อยู่ของชาวไทยเชื้อสายมอญที่มีอาชีพปั้นเครื่องปั้นดินเผาเป็นส่วนใหญ่โดยมีพระเจดีย์มุเตาของวัดปรมัยยิกาวาส เป็นสัญลักษณ์ประจำฝั่งท่าน้ำของเกาะ"เกาะเกร็ด" เกิดจากการขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยาเมื่อปี พ.ศ. ๒๒๖๕ ในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ คลองลัดดังกล่าวเรียกว่า "คลองลัดเกร็ดน้อย" หรือ "คลองเตร็ดน้อย" ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทิศเนื่องจากไหลทางตรงได้สะดวกกว่าและกัดเซาะตลิ่งทำให้คลองสายนี้ขยายเป็นแม่น้ำลัดเกร็ด แผ่นดินตรงแหลมจึงกลายเป็นเกาะในรัชสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ระบุในโฉนดชื่อว่า เกาะศาลากุล ตามชื่อวัดศาลากุลที่สร้างโดยเจ้าพระยารัตนาธิเบศร์ (กุน รัตนกุล) ตั้งแต่สมัยธนบุรี ต่อมาเมื่อตั้งอำเภอปากเกร็ด จึงเรียกเป็น "เกาะเกร็ด" จนกระทั่งผ่านไปกระแสน้ำได้ค่อย ๆ เซาะฝั่งคลองน้อยให้ใหญ่ขึ้น จนส่วนที่เป็นแหลมถูกตัดขาดจากแผ่นดินและกลายเป็นเกาะกลางแม่น้ำในที่สุด เกาะเกร็ดเป็นย่านชุมชนที่มีความเจริญมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย เป็นทั้งชุมชนค้าขายและเป็นที่ตั้งด่านตรวจเรือต่าง ๆ ที่จะเดินทางผ่านไปมายังอยุธยา รวมถึงวัดวาอารามต่าง ๆ บนเกาะเกร็ดล้วนมีความสวยงาม ล้วนแล้วแต่เป็นศิลปะสถาปัตยกรรมในสมัยอยุธยาทั้งสิ้นแต่คงจะมาร้างคนเมื่อพม่ามายึดกรุงศรีอยุธยา หลังจากกอบกู้เอกราชได้พระเจ้าตากสินมหาราชจึงโปรดให้ชาวมอญที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานที่บริเวณเกาะเกร็ดแห่งนี้อีกครั้ง เกาะเกร็ดเป็นแหล่งเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี ถือว่าเป็นสินค้าประจำของเกาะเกร็ดเลยก็ว่าได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ขึ้นมายังฝั่งเกาะเกร็ด นิยมมาเดินเที่ยว ช้อปปิ้ง หาของอร่อยๆ กิน ไหว้พระ นั่งเรือชมรอบเกาะ สินค้าที่สิ่งที่เป็น "เอกลักษณ์" ของเกาะเกร็ด คือ "เครื่องปั้นดินเผา"

สถานที่สำคัญและสถานที่ท่องเที่ยว

แม้ปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีกำลังถูกความเจริญทางด้านอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจที่แผ่ขยายมาจากเมืองหลวงครอบงำ แต่ด้วยความที่เป็นเมืองเก่าแก่มาก่อน จึงมีมรดกทางวัฒนธรรมหลายแห่งให้ชาวเมืองนนท์ได้ภูมิใจและคนไทยได้เที่ยวชมจนกระทั่งปัจจุบัน

วัดเขมาภิรตารามเป็นวัดโบราณ สร้างสมัยอยุธยาหรือก่อนสมัยอยุธยา พระเจ้าอู่ทองทรงสร้าง เป็นวัดหลวงในสมัยอยุธยาราวปี พ.ศ. 1893 ในสมัยรัตนโกสินทร์ วัดเขมาภิรตารามเป็นวัดที่อยู่ในสังกัดบัญชีกฐินหลวงของสมเด็จพระบวรราชเจ้า กรมพระราชวังบวรมหาเสนานุรักษ์ในรัชกาลที่ 2 เดิมเรียกว่า วัดเขมา บางครั้งเรียกว่า วัดเข็นมา ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย สมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี โปรดให้สมเด็จเจ้าฟ้ามงกุฎพระราชโอรสซึ่งต่อมาได้เสด็จขึ้นครองราชสมบัติเป็นพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จไปเฝ้าสมเด็จพระบวรราชเจ้ามหาเสนานุรักษ์ เพื่อกราบทูลขอวัดเขมาเป็นวัดสำหรับกฐินในสมเด็จพระศรีสุริเยนทรา บรมราชินี จากนั้นได้ทรงบริจาคพระราชทรัพย์บูรณปฏิสังขรณ์วัดเขมาและมีการฉลองใน พ.ศ. 2371 ต่อมา ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงบูรณปฏิสังขรณ์เพื่อฉลองพระคุณสมเด็จพระบรมราชชนนี แล้วพระราชทานนามเพิ่มว่า วัดเขมาภิรตาราม วัดเขมาภิรตาราม อยู่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นพระอารามหลวงที่เก่าแก่ยิ่งของเมืองนนทบุรี สร้างขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยาเรียกว่า “วัด

เขมา” ในสมัยรัชกาลที่ 2 สมเด็จพระศรีสุริเยนทรามาตย์ทรงปฏิสังขรณ์อีกครั้งหนึ่งพร้อมกับอัญเชิญพระพุทธรูปหล่อเก่าแก่จากพระราชวังจันทรเกษมที่ อยุธยามาประดิษฐาน เป็นพระประธานในพระอุโบสถ และโปรดพระราชทานสร้อยนาม ว่าวัดเขมาภิรตาราม และที่วัดนี้เองที่ จอมพล ป. พิบูลสงคราม เคยเรียนหนังสือในสมัยเด็ก

วัดโชติการาม ตั้งอยู่ที่ตำบลบางไผ่ เดิมชื่อวัดสามจีน สร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2350 สิ่งที่น่าสนใจภายในวัดนี้คือ พระอุโบสถ ฐานอ่อนโค้งทรงสำเภา ด้านหน้ามีภาไล ซุ้มประตูหน้าต่างเป็นลวดลาย ปูนปั้นประดับเครื่องถ้วยลายคราม และเบญจรงค์ มีวิหารเป็นอาคารทรงโรงขนาด 3 ห้องฝาผนังทั้ง 4 ด้าน มีจิตรกรรมตั้งแต่พื้นจรดเพดาน ลายหน้าบัน ประตูเป็นไม้จำหลักรูปเสี้ยวกางสวยงามมาก ภาพหลังบานประตูเป็นภาพเขียนสีรูปแจกัน ดอกไม้บนพื้นแดง เพดานเป็นลายดอกไม้ แทรกภาพสัตว์ปีก

วัดปราสาท โบราณสถานแห่งชาติ ตั้งอยู่เลขที่ ๑๘ ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ตำบลบางกร่าง อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เป็นวัดสังกัดมหานิกาย ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาเมื่อ พ.ศ. ๒๓๑๐ เป็นปีที่เสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ ๒ แก่พม่า แต่สันนิษฐานกันว่าสร้างมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนกลาง ประมาณสมัยพระเจ้าทรงธรรม สร้างโดยเจ้าพระยากลาโหม (องค์ไล) ผู้ซึ่งต่อมาขึ้นครองราชย์ในพระนาม "พระเจ้าปราสาททอง" ต้นราชวงศ์ปราสาททอง เป็นพระราชบิดาของ สมเด็จพระนารายณ์มหาราช ตัวอุโบสถ ควรชื่นชมตั้งแต่ภายนอกที่มีรูปลักษณ์งดงาม กระทัดรัด เหมาะแก่ขนาดของชุมชนและจำนวนพระสงฆ์ที่ทำสังฆกิจ ที่สำคัญคือลักษณะโบสถ์จะโค้งตกท้องช้าง อันเป็นเอกลักษณ์ของโบสถ์สมัยอยุธยา ภายในมีภายวาดสมัยอยุธยาตอนปลาย ยุคเดียวกับ วัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี เป็นภาพทศชาติ มีพระประธานและพระพุทธรูปจัดเป็นหมู่รอบองค์พระประธานและมีพระอัครสาวกทั้งสองคือ พระโมคคัลลานะและพระสารีบุตร ดูจากฐานชุกชี เป็นสมัยอยุธยา นอกจากนี้ยังมีธรรมมาสน์สมัยโบราณ สร้างสมัยอยุธยาตอนกลาง -ปลาย งดงามมาก ตั้งอยู่ที่ศาลาการเปรียญ

วัดตำหนักใต้ เป็นวัดเก่าแก่ตามประวัติกล่าวว่าก่อนที่จะสร้างวัด พื้นที่นี้เคยเป็นพลับพลาที่ประทับชั่วคราวของพระเจ้ากรุงธนบุรี และจากหลักฐานที่ยังคงเหลืออยู่สันนิษฐานว่าวิหารและหอระฆังสร้าง ขึ้นเมื่อ พ.ศ.2367 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 พระประธานเป็นปางมารวิชัยสมัยสุโขทัย หน้าบันเป็นไม้สักแกะสลักเป็นรูปกระหนกดอกจอก มีรูปม้าทรงเครื่องอยู่ภายในกระหนกเก่าแก่และโบราณมาก และยังอยู่ในสภาพดี หาดูได้ยากในสมัยนี้

วัดชมพูเวก มีที่มาจากหัวหน้ามอญ กลุ่มบ้านท่าทรายไม่ทรายนามจริงของท่าน แต่ภายหลังชาวบ้านท่าทรายเรียกท่านว่า "ท่านพ่อปู่" ท่านพ่อปู่นำมอญกลุ่มที่ท่านควบคุมดูแลแยกจากมอญกลุ่มบ้านสามโคก บ้านปากเกร็ด แยกลงมาทางใต้ เมื่อมาถึงบ้านบางตลาด ส่วนหนึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่ปากคลองบางตลาดฝั่งเหนือ และบ้านท่าทรายฝั่งใต้ อีกส่วนหนึ่งกระจายลงมาที่คลองท่าทราย ท่านพ่อปู่ได้สำรวมดูภูมิประเทศที่จะตั้งบ้านเรือนอยู่อาศัย เห็นว่าสถานที่บริเวณนี้(วัดชมภูเวก)เหมาะที่จะสร้างที่อยู่อาศัย ด้วยเหตุผล 3 ประการ

1. สถานที่อยู่ในคลองไม่ไกลจากแม่น้ำเจ้าพระยามากนักประมาณ 18 เส้น (700 เมตร) สัญจรไปมาสะดวก

2. คลองท่าทรายไม่ไกลจากบ้านบางตลาด ไปมาหากันสะดวกไม่เกินครึ่งชั่วโมง

3. ความปลอดภัยจากศัตรูที่จะมารบกวนมีสูง เพราะอยู่ห่างจากแม่น้ำเจ้าพระยา ทรัพย์สมบัติ สิ่งของมีค่าที่ติดตัวมาจากเมืองมอญสามารถเก็บรักษาไว้ได้อย่างปลอดภัย

เมื่อท่านพ่อปู่และพี่น้องมอญ พิจารณาไตรตรองอย่างถี่ถ้วนดีแล้ว จึงตกลงใจพักอาศัยและสร้างบ้านเรือนจึงเกิดเป็นกลุ่มมอญ "บ้านท่าทราย" มอญเป็นชนชาติที่นับถือพระพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า มีศรัทธาในคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า เมื่อไปตั้งบ้านเรือนที่ใดก็จะต้องสร้างวัดขึ้นเป็นสถานที่เคารพสักการะ เป็นศูนย์รวมแห่งจิตใจ มอญกลุ่มที่อพยพมาพัก อยู่ ณ วัดชมภูเวก เมื่ออพยพมามีสัมภาระมากมายบรรทุกขนใส่เกวียนล้อเลื่อน แบกหาม กันมาจนถึงแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก เป็นเขตปลอดภัยจากพม่าข้าศึก ก็ได้หยุดขบวน ช้า วัว ควาย ตั้งค่ายพักแรมอยู่อาศัย เมื่อเข้าฤดูฝน ฝนก็ตกลงมา พวกสัตว์ที่อาศัยอยู่ด้วย เหยียบย้ำดินในบริเวณนี้เป็นเวลานานๆ ดินก็ละลายไหลตามน้ำ ทำให้เห็นเนินอิฐซึ่งอยู่ใต้พื้นดินโผล่ขึ้นมา เนินอิฐที่อยู่ใต้ดินมีมาแต่เมื่อใดไม่ปรากฏหลักฐาน มีขนาดกว้างพอประมาณ รอบๆ ฐานมีเศษอิฐหักอยู่มากมาย ชาวมอญสันนิษฐานว่าสถานที่นี้ คงเป็นสถานที่ก่อสร้างโบราณสถานมาก่อน เรื่องนี้ ปู่จิ๋ว ซึ่งเป็นปู่ของนายเชย ปั้นทอง เล่าให้นายเชยฟัง สมัยเด็กวัดอายุ 16 ปี ปู่จิ๋วอายุเกือบ 90 ปี ดังได้กล่าวข้างต้นแล้วว่า ชาวมอญนักถือพระพุทธศาสนาอย่างแรงกล้าจึงได้พวกใจกันสร้าง พระธาตุมุเตา ขึ้นบนฐานอิฐนั้น เพื่อประดิษฐ์สถานพระพุทธรูป พระธาตุ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย ตลอดจนอัฐิของผู้นำชาวมอญ เป็นสถานที่กราบไว้บูชา ต่อมาได้สร้างเป็นวัดขึ้น ประกอบกับบริเวณนั้นเป็นป่าไม้ มีต้นยาง ต้นหว้า ต้นพิกุลขนาดใหญ่ขึ้นมากมาย โดยเฉพาะต้นลูกหว้า มีขนาดใหญ่ พื้นที่ร่มรื่น เงียบสงบ วิเวก สมัยผู้เขียนประวัติเป็นเด็กต้นลูกหว้ายังพอมีให้เห็นหลายต้น ดังนั้นคำว่า "วัดชมภูเวก" หรือ "วัดชมพูวิเวก" เมื่อสันนิษฐานตามคำบอกเล่า ของผู้ใหญ่ในอดีต หรือสันนิษฐานตามภูมิประเทศ น่าจะตั้งชื่อวัดตามชื่อผู้สร้างคือท่านพ่อปู่ศรีชมภูเวก บวกกับลักษณะภูมิประเทศ อาจจะตั้งตามลักษณะภูมิประเทศอย่างเดียง กล่าวคือ "ชมภูเวก" เป็นภาษาบาลี แปลว่า ไม้หว้า "เวกหรือวิเวก" แปลว่า สงบเงียบ แต่การใช้อักษรภาษาสมัยนั้นอาจจะไม่ถูกต้อง ชมพู อาจเขียนเป็นชมภูเวก ในกรณีที่ตั้งชื่อวัดตามลักษณะภูมิประเทศมีผู้ใหญ่บางท่านให้ความเห็นว่า "ภู" แปลว่าเนินที่สูงเป็นจอม คำนี้มีมูลมาจาก เนินของพระธาตุมุเตา ที่พบครั้งแรกเมื่อชาวมอญอพยพมาอยู่ จะอย่างไรก็ตามเพื่อเป็นที่เข้าใจตรงกัน จึงขอสรุปว่า "วัดชมภูเวก" ตั้งชื่อตามผู้สร้างบวกกับภูมิประเทศอันสงบท่านพ่อปู่ศรีชมภูเวก ผู้นำชาวมอญ เป็นผู้ก่อสร้าง

ศาลากลางจังหวัดนนทบุรีหลังเก่า สร้างขึ้นในปี พ.ศ.2544 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เป็นอาคารไม้สัก 2 ชั้น ทรงยุโรปยุคแรกสมัยรัตนโกสินทร์ (ทรงไทยประยุกต์) ประดับงานสลักไม้ลายวิจิตร เป็นอาคารหลายหลังเชื่อมติดกันเป็นรูปเหลี่ยมผืนผ้า มีสนามอยู่ตรงกลาง หลังคามุงกระเบื้องลูกฟูก มีรั้วเหล็กล้อมรอบ เดิมเป็นอาคารโรงเรียนราชวิทยาลัยโดยในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงซื้อที่ดินจากชาวสวน จำนวน 550 ไร่ เพื่อเตรียมสร้างเรือนจำมหันตโทษ (เรือนจำบางขวาง) ต่อมาสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงแบ่งพื้นที่ 1 ใน 3 ส่วน มาสร้างอาคารโรงเรียนราชวิทยาลัยของกระทรวงยุติธรรม เป็นโรงเรียนประจำประเภทเดียวกับโรงเรียนวชิราวุธวิทยาลัย กรุงเทพฯ เพื่อเน้นสอนภาษาอังกฤษแก่นักเรียนที่จะไปเป็นผู้พิพากษา ซึ่งจะต้องเรียนกฎหมายตำราภาษาต่างประเทศและโปรดฯ ให้รวมโรงเรียนราชวิทยาลัย (ซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ) เข้าไว้ด้วย ตัวอาคารที่มีหลายหลังติดกัน

นั้นได้แบ่งให้ชั้นล่างเป็นที่เรียน ชั้นบนเป็นเรือนนอน หลังสุดท้ายที่เป็นตึกใช้เป็นโรงอาหารและหอประชุม ต่อมาปี พ.ศ. 2469 สมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ประเทศประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ จึงโปรดฯ ให้ยุบโรงเรียนราชวิทยาลัยโอนไปรวมกับโรงเรียนวชิราวุธที่กรุงเทพฯ ในปี พ.ศ. 2471 ได้ใช้อาคารเรียนมาเป็นที่ทำการศาลากลางจังหวัดนนทบุรี มีพระยาศิริชัยบุรินทร์ (เปี่ยม หงสเดช) เป็นผู้ว่าราชการจังหวัด ต่อมาเป็นที่ตั้งของวิทยาลัยมหาดไทย สถาบันดำรงราชานุภาพ กระทรวงมหาดไทย และส่วนหนึ่งเป็นที่ตั้งของโรงเรียนอนุบาลนนทบุรี อาคารศาลากลางจังหวัดนนทบุรีหลังเก่า ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน ตามประกาศราชกิจจานุเบกษาเล่ม 98 ตอน 63 วันที่ 28 เมษายน 2524

วัดสังฆทาน เป็นวัดเก่าแก่ ไม่ปรากฏหลักฐานว่าสร้างขึ้นมาตั้งแต่เมื่อไร แต่เดิมเป็นวัดร้าง ตั้งอยู่กลางสวนผลไม้ของชาวบ้าน พื้นที่ประมาณไร่เศษ มีเพียงพระพุทธรูปปูนปั้นโบราณ คือหลวงพ่อโต และศาลาไม้เก่าแก่ อย่างไรก็ดีจากการวิเคราะห์ชิ้นส่วนกระเบื้องเชิงชายหน้าอุดของหลังคาอุโบสถหลังเก่าที่ค้นพบ และพุทธลักษณะของหลวงพ่อโต สันนิษฐานอายุได้ ประมาณพุทธศตวรรษที่ 21-22 เมื่อหลวงพ่อสนอง กตปุญโญได้มาพบวัดสังฆทานครั้งแรก ในปี พ.ศ.2511 ท่านได้พิจารณาสถานที่ว่าเหมาะสมแก่การเผยแผ่พระพุทธศาสนาและปฏิบัติธรรม ท่านได้กลับมาอีกครั้งในปี พ.ศ. 2517 ในปีต่อมาจึงได้ร่วมกับพระเณรและชาวบ้าน ช่วยกันบูรณะองค์หลวงพ่อโต ในปี พ.ศ. 2536 หลวงพ่อสนองจึงดำริให้รื้อศาลาหลังเดิมที่ประดิษฐานหลวงพ่อโตออกเพื่อสร้างพระอุโบสถขึ้นแทน และหลวงพ่อสังวาลย์ เขมโก ได้วางศิลาฤกษ์สร้างพระอุโบสถในวันมาฆบูชา ปี พ.ศ. 2537 สิ่งที่น่าสนใจในสถานที่แห่งนี้คือ ภายในพระอุโบสถทรงเจดีย์ สถานที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ 2 พระองค์ ที่อัญเชิญมาจากประเทศศรีลังกา พระบรมสารีริกธาตุองค์หนึ่งมีลักษณะพิเศษ ซึ่งเป็นลักษณะที่ไม่ค่อยได้พบเห็นง่ายนัก คือองค์พระบรมธาตุเป็นรูพรุนขนาดเล็กทั่วทั้งองค์คล้ายฟองกระดูก ซึ่งทางวัดได้ถ่ายรูปและพิมพ์เป็นภาพขนาดใหญ่แสดงไว้บริเวณสถานที่ประดิษฐาน ทั้ง 2 พระองค์ และในบริเวณเดียวกันมีการจัดสถานที่ประดิษฐานพระอรหันตสาวกธาตุสมัยพุทธกาล และพระธาตุ-อัฐิ ครูบาอาจารย์สายหลวงปู่มั่นไว้อีกหลายองค์ นอกจากนี้ทางวัดยังมีการอัญเชิญพระบรมสารีริกธาตุ มอบให้แก่ประชาชนผู้ศรัทธาโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพียงเตรียมบัตรประชาชนเพื่อลงทะเบียนกับเจ้าหน้าที่ และขึ้นไปรับพระบรมสารีริกธาตุบนศาลาทรงไทยริมน้ำ ซึ่งจากการสอบถามเจ้าหน้าที่ทำให้ทราบว่าพระบรมสารีริกธาตุที่อัญเชิญมาแจกจ่ายนี้ เป็นส่วนที่เสด็จเพิ่มขึ้นเอง หลวงพ่อสนองจึงอนุญาตให้นำมาแจกจ่ายแก่พุทธศาสนิกชน จำนวนทั้งสิ้น 84,000 องค์

วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นโทชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศตะวันตก (ฝั่งขวา) ที่ตำบลบางศรีเมือง อำเภอเมืองนนทบุรี เยื้องศาลากลางจังหวัดไปทางทิศเหนือประมาณ 1 กิโลเมตรเศษ มีเนื้อที่ประมาณ 24 ไร่ 7 งาน 22 ตารางวา แบ่งออกเป็น 3 เขต คือ เขตพุทธาวาส เขตสังฆาวาส และเขตนอกกำแพงใหญ่ วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร เป็นพระอารามหลวง ที่มีความสำคัญ คู่บ้านคู่เมือง มาร่วม 135 ปีแล้ว พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 โปรดให้ทำการสร้างขึ้น ด้วยทรงมีพระราชดำริว่า บริเวณป้อมเก่า (ป้อมทับทิมสมัยกรุงศรีอยุธยา) ซึ่งตั้งอยู่ริมฝั่ง แม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก ใต้วัดตลาดขวัญ เมืองนนทบุรีเคยเป็นที่ตั้งนิวาสสถานของพระอัยกา พระอัยกี และเป็นสถานที่ประสูติของ สมเด็จพระศรีสุลาลัย พระราชชนนีพันปี หลวงแห่งพระองค์ เนื่องจากพระอัยกา (นามเดิม บุญจัน เคยเป็นผู้ว่าราชการ จังหวัดนนทบุรีที่ พระยานนทบุรีศรีมหาอุทยาน สมควรที่จะสร้างพระอารามหลวง ขึ้นไว้เพื่อเป็นการ เฉลิม

พระเกียรติพระอัยกา พระอัยกี และ สมเด็จพระราชชนนี จึงได้โปรดให้พระยาพระคลัง (ดิศ บุนนาค) สมุหพระกลาโหม เป็นแม่กอง สร้างวัดขึ้นในบริเวณนั้น โปรดให้สร้าง ป้อมปราการก่ออิฐถือปูน มีใบเสมา (ทำนองเดียวกับกำแพงพระบรมมหาราชวัง) เป็นรูป 4 เหลี่ยมไว้รอบวัดเพื่อเป็น อนุสรณ์ด้วย แล้ว พระราชทานนามพระอารามแห่งนี้ว่า "วัดเฉลิมพระเกียรติ" พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวยังสร้างวัดเฉลิมพระเกียรติไม่แล้วเสร็จก็ทรงประชวร และเสด็จสวรรคตเสียก่อน ต่อมา พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่อยู่ รัชกาลที่ 4 เสด็จเถลิงถวัลย์ราชสมบัติแล้วจึง ทรงรับพระราชภารกิจ ดำเนินการสร้างต่อ จนเสร็จเรียบร้อย วัดเฉลิมพระเกียรตินี้จึงเป็นอีกวัดหนึ่งในหลายๆ วัดที่รัชกาลที่ 3 ทรงสร้างค้างไว้ และรัชกาลที่ 4 ทรงรับเป็น พระราชภารกิจดำเนินการต่อ ภายในวัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหารมีอุโบสถที่สร้างด้วย สถาปัตยกรรมแบบไทยปนจีน มีภาพเขียนฝาผนังอันสวยงามด้านในประดิษฐาน พระประธานปางมารวิชัย หล่อด้วยทองแดง ทั้งองค์ หน้าตักกว้าง 6 ศอก สูงจรดพระเศียร 8 ศอก 2 คืบ 4 นิ้ว พระนามว่า พระพุทธมหาโลกาภินันทปฏิมา ส่วนภายนอกมีลายปูนปั้นประดับกระเบื้อง หน้าบัน ลวดลายปูนปั้นที่กรอบประตูหน้าต่าง สวยงามมาก

วัดปรมัยยิกาวาส เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่เลขที่ 51 หมู่ที่ 7 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี วัดปรมัยยิกาวาสเป็นวัดโบราณ น่าจะสร้างหลังจากพระเจ้าท้ายสระโปรดให้ขุดคลอง เมื่อ พ.ศ. 2264 ชาวเรือเรียก วัดปากอ่าว จนปี พ.ศ. 2307 พม่าบุกยึดเมืองนนทบุรี กลายเป็นวัดร้างเมื่อปี พ.ศ. 2317 ชาวมอญที่อพยพมาในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้บูรณปฏิสังขรณ์ใหม่ คนมอญเรียกว่า "เกี่ยมู้เกี้ยเต้ง" ในปี พ.ศ. 2417 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินทอดกฐินวัดมอญ 4 วัด ได้แก่ วัดปากอ่าว วัดรามัญ (วัดเกาะพญาเจ่ง) วัดบางพัง และวัดสนาม (สนามเหนือ) ต่อมาทรงเห็นว่าวัดปากอ่าวทรุดโทรมมาก จึงโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์วัดใหม่ทั้งวัดโดยรักษารูปแบบมอญไว้ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล สนองพระคุณพระเจ้าบรมมหัยยิกาเธอ กรมสมเด็จพระสุดารัตนราชประยูร ผู้ทรงอภิบาลพระองค์มาแต่ทรงพระเยาว์ และได้พระราชทานนามวัดว่า วัดปรมัยยิกาวาส ซึ่งมีความหมายว่า "วัดของพระบรมอัยยิกา" สิ่งสำคัญภายในวัดมีพระอุโบสถที่มีภาพจิตรกรรมฝาผนังแบบไทยประยุกต์ บานประตูหน้าต่างประดับ ลายปูนปั้นเขียนด้วยสี กำแพงแก้วรอบพระอุโบสถมีลวดลายที่สวยงาม เป็นกำแพงเหล็กอย่างดีทำมาจากยุโรป อีกทั้งด้านหลังพระอุโบสถมีพระเจดีย์รูปทรงแบบมอญซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จพระราชดำเนินมาทรงบรรจุพระบรมสารีริกธาตุที่พระมหารามัญเจดีย์นี้ เมื่อปี พ.ศ. 2427 และใกล้กันนั้นมีพระวิหารซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธไสยาสน์ขนาดใหญ่เป็นที่สามในอำเภอปากเกร็ด ส่วนด้านหน้าพระวิหารเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปหินอ่อน ซึ่งพระปฏิมากรชานชิวซูนทูลเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และมี "พระนนทมุนินท์" เป็นพระพุทธรูปปางขัดสมาธิเพชร หน้าตักกว้าง 1 เมตร สูง 1.65 เมตร หล่อด้วยโลหะ พระศาสนโสภณ (อ่อน) เจ้าคณะมณฑลกรุงเทพสร้างเป็นพระพุทธรูปประจำเมืองนนทบุรี พระยาราชสงครามเป็นผู้อัญเชิญมาประดิษฐานไว้ด้านใต้พระวิหารพระพุทธไสยาสน์ วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร มีประเพณีของเมืองสืบมาว่า เมื่อผู้ว่าราชการจังหวัดนนทบุรีย้ายมาดำรงตำแหน่งใหม่ ได้จัดพิธีรับอย่างเป็นทางการพร้อมมีพิธีนมัสการพระพุทธรูปประจำเมืองนนทบุรีที่วัดแห่งนี้ สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพื่อเป็นพระพุทธรูปประจำจังหวัดนนทบุรีประดิษฐานอยู่ในตู้กระจก ใต้พาไล ด้านหลังพระวิหารแห่งนี้ด้วย วัดมอญเก่าแก่แห่งนี้มีต้นไม้ใหญ่ให้ร่มเงามากมาย

ทั้งยังมีม้านั่งสำหรับชมทัศนียภาพอันสวยงามริมเกาะอีกด้วย นับได้ว่า เป็นวัดที่เชิดหน้าชูตาของชาวเกาะเกร็ดเป็นอย่างมากทีเดียว

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะในส่วนของกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในการเลือกซื้อสินค้าเมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์ โดยในที่นี้จะเสนอแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ใน 3 ประเด็นหลัก คือ

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2546)ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการประเมิน การครอบครอง และการใช้สินค้า หรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ด้วยตนเองหรือการใช้ในครัวเรือน

การซื้อหรือใช้สินค้า/บริการของผู้บริโภค สามารถเกิดขึ้นได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

Shiffman (1997) ระบุว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา (searching) การซื้อ (purchasing) การใช้ การประเมิน ดำเนินการ (disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2546) ได้สรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าหมายถึง กระบวนการตัดสินใจ หรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้า ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยส่วนบุคคล

1. ปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภค ประกอบด้วย

- ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าของผู้บริโภคโดยตรง

- การรับรู้ (perception) หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคเลือก จัดการและแปลความหมายสิ่งที่มากระทบ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5

- การเรียนรู้ (learning) หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ที่ผู้บริโภคได้รับความรู้ หรือประสบการณ์อันใหม่ อันจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในความคิด และพฤติกรรมของผู้บริโภค

- ความเชื่อ (belief) หมายถึง ความคิดที่บุคคลยึดเหนี่ยวต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

- ทัศนคติ (attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

- บุคลิกภาพ (personality) หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

2. ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

- ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย ครอบครัว (family) บทบาท/สถานะทางสังคม (social roles and status) และกลุ่มอ้างอิง (reference group)

- ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่เข้ามาเป็นตัวกำหนด และควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในลักษณะต่างๆ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภค เช่น การประพฤติปฏิบัติตน วิถีดำเนินชีวิต เป็นต้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิเช่น อายุ (age) วัฏจักรชีวิตครอบครัว (family life cycle) อาชีพ (occupation) สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ (economic circumstance) การศึกษา (education) และค่านิยมของบุคคล (value)

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler (1997) ระบุว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย 5ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา (problem recognition) ขั้นตอนการแสวงหาความรู้ (search for information) ขั้นตอนการประเมินทางเลือก (evaluation of alternatives) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (purchase decision) และทัศนคติหลังการซื้อ-การใช้ (post-attitudes)

ปุ่น และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 191) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประกอบต่างๆ ที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์จะได้รับการอ่านโดยประสาทตา ประสาทความรู้สึกของคน จะอ่านข้อมูลเปรียบเทียบกับประสบการณ์เดิมที่มี เช่น ยี่ห้อ สีสันในการออกแบบ หรืออาจมีการเปรียบเทียบกับข้อมูลของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งที่อยู่ใกล้ๆ แล้วทำการวิเคราะห์ ซึ่งขบวนการดังกล่าวจะกระทำอย่างเร็วมากโดยใช้เวลาไม่กี่วินาที

4. ทฤษฎีการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่สำคัญสำหรับนักออกแบบ ที่จะต้อง ทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะในส่วนของทฤษฎีและแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บรรจุภัณฑ์ รวมทั้งทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ได้สมบูรณ์มากที่สุด นอกจากนั้นยังสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเมื่อเห็นบรรจุภัณฑ์นั้นๆ โดยในที่นี้จะเสนอแนวคิดที่เกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใน 4 ประเด็นหลัก คือ

- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
- ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- แนวทางการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- ข้อกำหนดและกฎหมาย

1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ประชิด ทิณบุตร (2531) บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบของวัตถุภายนอก ที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้มีความปลอดภัย และสะดวกต่อการขนส่ง รวมทั้งช่วยเอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ทางการค้าและการบริโภค

อมรรัตน์ สวัสดิทัต (2545) บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การรวบรวมเพื่อเตรียมสินค้าสำหรับขนส่ง เพื่อช่วยในการเก็บรักษา การจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด โดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้สินค้าอาจบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่หนึ่งหรือหลายชนิดโดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีตั้งแต่ ขวด หลอด กระป๋อง ห่อ ถุง กล่อง ลัง โดยทำมาจากวัสดุต่างๆ กัน อาทิเช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ หรือไม้

แสงอรุณ กนกพงศ์ชัย (2543) บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การห่อ มัด รัด ร้อย วัตถุประสงค์ที่จะนำสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง และสิ่งนั้นมักเกิดขึ้นจากการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน ซึ่งแต่แรกคงเริ่มจากวัสดุง่ายๆ ที่หาได้ในท้องถิ่น และใช้กรรมวิธีที่แตกต่างกันออกไป

กล่าวโดยสรุปแล้ว บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ห่อหุ้ม ปกป้อง รักษา และคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเรียบร้อย เหมาะสม และสะดวกเมื่อต้องขนส่งไปยังสถานที่ต่างๆ และยังสามารถอธิบายรายละเอียดต่างๆ ที่จำเป็นของผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตัวของมันเอง

2. ประเภทของบรรจุภัณฑ์

Kotler (1997 : 253) กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (primary container) คือ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ที่มีความเหมาะสมต่อการนำเสนอขาย และช่วยรักษาสินค้าให้มีคุณประโยชน์คงเดิมจนกว่าสินค้าจะหมด

2) บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (secondary container) คือ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มสินค้า เพื่อปกป้องบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิและเพื่อความสวยงาม ช่วยให้จัดวางขายได้ง่าย ทำให้โดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าอื่น

3) บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนย้ายสินค้า (shipping package) เป็นส่วนหนึ่งของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ ที่ช่วยให้เกิดความสะดวก ปลอดภัย แก่ตัวสินค้าและการขนส่ง

3. บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

บทบาทสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในด้านการสื่อสาร มีดังนี้ (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และเตชา อัศวสิทธิถาวร, 2546)

1) บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องชี้บ่งให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าคืออะไร รวมทั้งทำหน้าที่เป็นตัวอธิบายสรรพคุณ บ่งบอกถึงลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิต ให้แก่ผู้บริโภคได้ทราบรวมทั้งข้อความต่างๆ ที่กฎหมายกำหนดอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจในสินค้าที่ซื้อไป

2) บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ทำให้สินค้าแตกต่างจากคู่แข่งชัดเจน

3) บรรจุภัณฑ์ช่วยในการขยายตลาด และรักษาส่วนครองตลาด (market share) การเปลี่ยนแปลงหีบห่อช่วยให้เกิดการตื่นตัวในสายตาผู้บริโภค หรือช่วยในการแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องมีลักษณะที่เด่นชัด สามารถแสดงตัวตนอย่างชัดเจนเมื่อวางโชว์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง และสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้านั้นๆ ได้

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากทางด้านการตลาดเนื่องจากผู้ซื้อได้หันมาให้ความสนใจกับบรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งบรรจุภัณฑ์เองยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการทั้งของผู้ซื้อและผู้ขายได้ในหลายๆ ประเด็น อาทิเช่น ช่วยป้องกันรักษาสินค้า ช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความสะดวก ช่วยในด้านการสื่อสารทางการตลาดรวมถึงช่วยส่งเสริมในการจัดจำหน่าย

4. ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ การเรียนรู้ ทำความเข้าใจ และประมวลความต้องการทางด้านการตลาด และความต้องการของผู้บริโภค เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อการจัดจำหน่าย ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและภาพลักษณ์ เพื่อสนองความต้องการด้วยต้นทุนที่

เหมาะสม ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิก

1. การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ (the structure packaging design) หมายถึง การกำหนดลักษณะ รูปร่าง ปริมาตร น้ำหนัก ขนาด การเลือกประเภทวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย การคุ้มครองรักษาคุณภาพสินค้าเหมาะสมกับกรรมวิธีการผลิตและการบรรจุ การขนส่ง ลำเลียง และการเก็บรักษา (สิตางศุ์ เจนวินิจฉัย, 2548)

หลักการสำคัญที่ควรคำนึงถึง ในการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย การกำหนดข้อมูลเบื้องต้น เช่น ข้อกำหนดของสินค้า วัสดุ กลุ่มผู้ซื้อ เป็นต้น อีกทั้งการกำหนดหน้าที่และความต้องการของผู้ซื้อ เช่น สินค้าต้องการอะไรจากบรรจุภัณฑ์ และผู้ซื้อต้องการอะไรจากบรรจุภัณฑ์ เพื่อกำหนดรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ โดยคำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์และความต้องการของผู้ซื้อควบคู่กันไป รวมทั้งการกำหนดกระบวนการผลิต การออกแบบให้มีการผลิตที่ไม่ยุ่งยาก ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลงให้มากที่สุด

ประชิด ทินบุตร (2531) กระบวนการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1) การกำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ (policy formulation or strategic planning) เช่น การตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิต เงินทุนงบประมาณการจัดการ และการกำหนดสถานการณ์ (situation) ของบรรจุภัณฑ์

2) การศึกษาข้อมูลและวิจัยเบื้องต้น (preliminary research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและวิศวกรรมการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและสอดคล้องกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่างๆ กรรมวิธีการผลิตและบรรจุหีบห่อ ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

3) ศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (feasibility study) โดยเริ่มจากการสเก็ตช์ (sketch design) ภาพ เพื่อแสดงถึงรูปร่าง ลักษณะ และส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้วิธีการขึ้นรูปแบบ 3 มิติ โดยสามารถนำเสนอแนวความคิดได้หลายแบบ เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุ การคำนวณเบื้องต้น เงินทุนงบประมาณ แล้วจึงพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

4) การพัฒนาและแก้ไขแบบ (design refinement) ขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบ จะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียด โดยจัดเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ กำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปร่าง รูปทรงหรือส่วนประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ด้วยการสร้างรูปจำลองง่ายๆ (mock up) ขึ้นมา ดังนั้นจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่างๆ เหล่านี้อย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อนำเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจ ในการพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับ หรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

5) การพัฒนาต้นแบบจริง (prototype development) เมื่อแบบโครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนา ผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาผู้ออกแบบต้องทำหน้าที่เขียนแบบเพื่อกำหนดขนาดรูปร่าง และสัดส่วนจริง ด้วยการเขียนภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแปลน(plan) รูปด้านต่างๆ (elevations) ทัศนียภาพ (perspective) หรือภาพแสดงการประกอบ (assembly)ของส่วนประกอบต่างๆ มีการกำหนดมาตราส่วน (scale) บอกชนิดและประเภทวัสดุที่ใช้ รวมถึงข้อความคำสั่งที่สื่อสารความเข้าใจกันได้ในขบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์จริง หากแต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียดเพื่อ นำไปผลิตจริงได้นั้น ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ (prototype)ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์โครงสร้าง และจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่างๆ ออกมาศึกษา ดังนั้น prototype ที่ทำขึ้น ควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียด ใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุด ในขั้นตอนนี้ควรมีการพิจารณารูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ร่วมกับลักษณะโครงสร้าง เพื่อสามารถนำผลงานมาคัดเลือกพิจารณา ถึงประสิทธิภาพของรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

6) การผลิตจริง (production) สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงาน ที่ต้องดำเนินงานตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบพิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงออกมาก่อนจำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นตัวอย่าง (pre-production prototypes) สำหรับการทดสอบทดลอง และวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีข้อบกพร่องต้องรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อย แล้วจึงรีบดำเนินการผลิต เพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

2. การออกแบบกราฟิก (graphic design)

สิตางศุ์ เจนวินิจฉัย (2548) การออกแบบกราฟิก (graphic design) หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจในอันที่จะให้ผลทางด้านจิตวิทยา (psychological effects) ต่อผู้บริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดความทรงจำบุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต โดยการใช้วิธีการออกแบบ รูปทรงเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ การใช้ศิลปะในการจัดวางรูปภาพ ตัวอักษร ตราสินค้า เครื่องหมายและสัญลักษณ์(logo) การใช้สี ตลอดจนการเลือกระบบการพิมพ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางด้านการสื่อสารตามต้องการ

1) หลักในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยหลักในการจัดวางให้สวยงามดังต่อไปนี้ คือ

ก. หลักการสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้า เพื่อสื่อสารและสร้างความเข้าใจในการซื้อสินค้า สร้างความเชื่อถือ และศรัทธาในคุณภาพของสินค้า

ข. หลักการผลิตที่ตอบสนองพฤติกรรมของผู้ซื้อโดยใช้แนวโน้มทางการตลาด เพื่อออกแบบให้ถูกต้องตามกลุ่มผู้ซื้อ

ค. หลักการกำหนดข้อมูลและจัดวางข้อมูล ภาพประกอบ การใช้สีให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสินค้าและกลุ่มผู้ซื้อ เช่น กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นวัยรุ่น การจัดวางและสีที่ใช้จะต้องให้ความรู้สึกสนุกสนานสดชื่น เป็นต้น

2) องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิก องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อยให้เลือก องค์ประกอบต่างๆ ที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และสินค้า รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ (class) ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาวส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์ อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้าสัญลักษณ์ทางการค้า รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดส่งเสริมการขาย รูปภาพส่วนประกอบของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (ถ้ามี) และรายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น

เมื่อมีการเก็บข้อมูลของรายละเอียดต่างๆ แล้ว จึงเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้มาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบ ดังนี้

ก. เด่น (stand out) ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงทำให้จำเป็นต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดูเด่นและสะดุดตา (catch the eye) จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรง และขนาด ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์ หรืออาจใช้การตั้งตราสินค้าให้เด่น เป็นต้น

ข. ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (brand image differentiate) เป็นความรู้สึกที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย เมื่อมีการสังเกตเห็นแล้วสามารถจูงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบตราภาพพจน์ให้มีความแตกต่างนี้ เป็นวิธีการออกแบบที่แพร่หลายมาก

ค. ความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นงานพาณิชย์ศิลป์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกร่วมที่ดี โดยเริ่มจากการทำให้เกิดความสนใจด้วยความเด่นและเปรียบเทียบรายละเอียดต่างๆ เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ โดยสร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ จึงก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือซื้อฉันสิ (buy me) จึงนับว่าเป็นรูปธรรมสุดท้าย ที่บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้มีขึ้น ด้วยเหตุนี้ การชักจูงหว่านล้อมโดยรูป คำบรรยาย สัญลักษณ์ หรือรางวัลที่ได้รับ ย่อมสร้างให้เกิดความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น

3) ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์มีส่วนปลีกย่อยที่ควรคำนึงถึง ดังนี้

ก. การตั้งจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (positioning) ของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่งย่อมทำให้ตั้งจุดหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่จำเป็นต้องค้นหาออกมา คือ จุดขาย หรือ USP (uniqueselling point) ของสินค้าที่จะ

โฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ข. การวางแผน ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นต้นเพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมายและขอบเขตของการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ การปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนว แตกต่างจากคู่แข่ง และการปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้โดยตรง ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งพร้อมทั้งทราบถึงนโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

จากข้อมูลของทางสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สพว.) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการวางแผนการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า ควรศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญก่อนเริ่มต้นการออกแบบ ตามหลัก 5W-2H คือ

Why : ทำไมจึงต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

Who : เพื่อใคร

Where : จัดจำหน่ายที่ไหน

What : สินค้าคืออะไร จุดเด่นมีหรือไม่

When : เมื่อไร กำหนดการเป็นอย่างไร

How : ดำเนินการอย่างไร

How much : ค่าใช้จ่ายเป็นเท่าไหร่การออกแบบผลิตภัณฑ์

ซึ่งคำตอบที่ได้รับจากการวิเคราะห์ผ่านหลักการ 5W-2H นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่อไป

แนวทางการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ภรดี พันธุภากร (2545) ได้กล่าวถึงข้อควรคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ว่ามีดังนี้

1) บรรจุภัณฑ์ควรทำหน้าที่อย่างครบถ้วน ในการปกป้องคุ้มครองสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ให้ความสะดวกในการขนย้าย ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และส่งเสริมการขาย

2) บรรจุภัณฑ์มีผลตรงตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบหรือไม่ เช่นความประหยัด สร้างภาพลักษณ์ใหม่ๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือช่วยยกระดับสินค้าหรือไม่

3) บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารได้ทั้งที่เป็น verbal (ข้อความภาษา) และที่เป็น non-verbal (วัสดุ รูปร่าง รูปทรง สีสัน ลวดลาย)

4) บรรจุภัณฑ์ต้องเหมาะสมกับสินค้าผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในแง่ของวัสดุ และรูปร่าง รูปทรง ของบรรจุภัณฑ์

5) บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความพึงพอใจ และมีผลกระทบทางจิตวิทยาหรือไม่ อย่างไร

6) บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของความเป็นสินค้าชุมชนหรือไม่ อย่างไร (ในด้านรูปแบบ วัสดุ รายละเอียด และข้อมูลข่าวสารต่างๆ)

7) บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับยุคสมัย และข้อจำกัดต่างๆ หรือไม่อย่างไร ทั้งในด้านของวัสดุ กระบวนการผลิต ที่ต้องใช้คนหรือเครื่องจักร และสามารถผลิตได้ในปริมาณมากน้อยอย่างไร

8) บรรจุภัณฑ์ควรเป็นการใช้วัสดุอย่างประหยัด ซึ่งต้องมีความเหมาะสมกับสินค้าภายในและควรเป็นบรรจุภัณฑ์ราคาประหยัด

9) บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน ควรเน้นความเรียบง่าย และเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม

10) บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชน ควรพัฒนาการออกแบบโดยใช้วัสดุภายในท้องถิ่นเป็นหลัก

เทคนิคการออกแบบ

1) การออกแบบเป็นชุด (package uniform) การออกแบบเป็นชุด เป็นเทคนิคที่นิยมใช้กันมาก จากกราฟิกง่ายๆ ที่เป็นจุด เส้น และภาพ นำมาจัดเป็นรูปบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตาหลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ดูง่าย สะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความง่าย สะอาดตา มีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัย ช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วน ความรู้สึกว่าเหมาะสมแก่การใช้งาน จะช่วยเสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้า

การออกแบบเป็นชุดของสินค้า ถ้าออกแบบได้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย จะมีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดี นอกจากนั้นการออกแบบเป็นชุดต้องยึดเอกลักษณ์บางอย่างบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นตัวเชื่อมให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้สัญลักษณ์ทางการค้า ใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ให้อยู่ในระดับเดียวกัน รวมไปถึงรูปแบบของตัวอักษร จะต้องเป็นสไตล์เดียวกันด้วย

2) การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ อาจดูเป็นภาพที่ปะติดปะต่อหรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในการอ่าน และประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาส ที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตร ขึ้นไปเป็นไปได้ยาก จึงต้องใช้พื้นที่บนหิ้งวางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่ เพื่อดึงดูดความสนใจ

ภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์ ควรเป็นภาพที่สามารถสร้างความประทับใจ หรือกระตุ้น ให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่นๆ การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์ ต้องระมัดระวังขั้นตอนการผลิตบรรจุภัณฑ์ เช่น การทับเส้น และการพิมพ์ บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอน มีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

3) การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เทคนิคการออกแบบนี้มีจุดมุ่งหมายหลัก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อตอบสนองแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก โดยรายละเอียดที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่น ในบางกรณีอาจมีการนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่น มาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อความแปลกใหม่ รายละเอียดที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มักจะพบว่ามีการพิมพ์ประโยคที่ว่า “ของฝากจาก.....” เพื่อเน้นหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่อ่านพบเกิดความต้องการที่จะซื้อเป็นของฝาก

นอกจากรายละเอียดของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝาก ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการนำกลับของผู้ซื้อ รวมไปถึงความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ ในการนำไปมอบเป็นของขวัญอีกด้วย

4) การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญ ค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่างๆ ที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญ ไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดี จึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่างๆ

สีกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และเตชา อัศวสิทธิถาวร (2546) ได้กล่าวถึงผลการสำรวจในประเทศสหรัฐอเมริกา เกี่ยวกับเรื่องของสี ว่าสีใดที่สะดุดตาผู้ดูมากที่สุด ผลปรากฏว่าความสะดุดตาของสี มีตามลำดับดังนี้ สีส้ม 21.4% สีแดง 18.6% สีน้ำเงิน 17.0% สีดำ13.4% สีเขียว 12.6% สีเหลือง 12.0% สีม่วง 5.5% และสีเทา 0.7% จะเห็นได้ว่าสีส้มและสีแดง สะดุดตามากที่สุด และมากกว่าสีเหลืองซึ่งที่จริงแล้วน่าจะสะดุดตาไม่น้อย อย่างไรก็ตามอาจจะขึ้นอยู่กับรสนิยม และวัตถุประสงค์การใช้สี ดังนี้

1) เมื่อต้องการความสงบและการพักผ่อนจะใช้ สีฟ้า และสีเขียว

2) เมื่อต้องการความสำคัญจะใช้ สีม่วง สีแดงอ่อน สีขาว สีเหลือง สีทองคำ และสีดำ

3) เมื่อต้องการความงาม จะใช้สีซึ่งเข้ากันอย่างกลมกลืนและสมดุล

นอกจากนี้การตลาดยังมีลักษณะพิเศษของตน โดยขึ้นอยู่กับรสนิยม เช่น คนผิวดำไม่นิยมสีน้ำตาลไหม้แต่จะชอบสีเหลือง ชาวตะวันออกชอบสีสดใสสว่าง เป็นต้น

สีที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่จะเป็นสีส้ม สีเหลืองอ่อน สีแดงสด สีเขียวอ่อน สีน้ำตาลอ่อน และสีน้ำตาล สำหรับเครื่องดื่มจะใช้สีเหลืองปนน้ำตาล สีเหลืองแดงหรือสีเขียวปนฟ้า เป็นต้น

สีน้ำตาล เป็นสีที่ให้ความรู้สึกขึงขังและมีประโยชน์ ให้ความรู้สึกของความสมบูรณ์ของชีวิต และงานประจำ

สีส้ม เป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงรัศมี และแสดงออกยิ่งกว่าสีแดง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว อบอุ่น ไม่ปลอดภัย เช่น ไฟที่กำลังไหม้อยู่ในเตาผิง

สีฟ้าหรือสีน้ำเงิน เป็นสีสันที่ลึกซึ้งแสดงถึงความเป็นชาย ให้ความรู้สึกพักผ่อน ให้ความรู้สึกเป็นผู้ใหญ่ แต่ก็ยังให้ความทรงจำในวัยเด็ก เป็นสีที่ให้ชีวิตชีวาแต่ไม่เท่ากับสีแดง ขณะที่เป็นสีที่เงียบแต่ไม่เท่ากับสีเขียว สีอ่อนจะดึงดูดน้อยกว่าสีเข้ม การมองให้ความรู้สึกสดชื่น สะอาด โดยเฉพาะเมื่อรวมกับสีขาว

สีน้ำทะเล (turquoise) ให้พลังงานดังเช่นไฟ แต่เป็นไฟเย็นที่มีความสดชื่นดังน้ำในทะเลสาบ

สีเหลือง เป็นสีที่มีรัศมีที่สุด เป็นสีสว่างและมีเสียงดัง เป็นความอ่อนวัยตรงกันข้ามกับสีฟ้า สีเหลืองทองให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ขณะที่สีเหลืองแกมเขียวให้ความรู้สึกของความไม่สบาย แต่เมื่อผสมกับสีแดงจะทำให้สบายตา ให้ความอบอุ่น ความพอใจ ดังเช่น สีเหลืองทองของทุ่งนา

สีม่วง เป็นสีที่แสดงถึงความเป็นกลาง และความคิดด้านอภินิหาร ซ่อนไว้ซึ่งความอิจฉา ความเศร้าโศก แต่เต็มไปด้วยความภาคภูมิ สง่างาม

สีดำ เป็นสีที่แสดงถึงความมืดและอึดอัด มักจะเป็นสัญลักษณ์ของความหมดหวังและความตาย มีคุณลักษณะของความสิ้นหวังหมดโอกาส ความเงียบที่ไม่มีอนาคต ให้มีความรู้สึก เป็นกลุ่มก้อนที่แข็งแรง ให้ความรู้สึกของความสง่างาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีผิวมัน

สีขาว เป็นสีที่แสดงออกถึงความบริสุทธิ์ โดยลักษณะของสีขาวมักจะก่อให้เกิดความรู้สึกของความอ้างว้างไม่มีจุดจบ แต่ก็ให้ความรู้สึกสดชื่น และความรู้สึกของความสะอาดเมื่อใช้กับสีน้ำเงิน

สีเทา ไม่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวเหมือนกับสีขาว หรือให้ความรู้สึกในทางเข้มแข็งเหมือนสีดำ แต่แสดงถึงความเป็นกลาง เป็นลักษณะของการไม่ตัดสินใจ ไม่มีพลังงานสีเทาอ่อนให้ความรู้สึกกลัว

สีเขียว เป็นสีที่เงียบที่สุด ไม่เอนเอียงไปทางใด สีเขียวจากธรรมชาติจึงแสดงออกถึงความหวังใหม่ของชีวิตใหม่ ถ้ารวมกับสีเหลืองจะแสดงออกถึงพลังงานและแสงสว่างแต่ถ้ารวมกับสีน้ำเงินจะดูเชื่องช้าเลื่อนลอย ไม่ว่าจะเป็นสีอ่อนหรือสีเข้ม สีเขียวยังให้คุณสมบัติที่ไม่แตกต่าง คือ ความเงียบ

สีแดง เป็นสีที่แสดงถึงความแข็งแรงมีชีวิตชีวา มีลักษณะเข้มแข็งและปราดเปรียว ให้ความรู้สึกที่สง่างามและมีเสน่ห์ เป็นสีร้อน สีแดงจะสะดุดตาเมื่อแรกเห็นทุกคนจะต้องมอง แต่ละโทนสีของสีแดงยังมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น สีแดง (scarlet) ให้ความรู้สึกมั่งคั่งมีอำนาจและสง่างาม ส่วน

สีแดงปานกลางให้ความรู้สึกถึงพลังงานการเคลื่อนไหวและความต้องการสามารถเลือกโทน (shade) สีแดงมาใช้โดยที่ให้ความรู้สึกเบิกบานมีชีวิตชีวา

สีชมพู เป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงความอ่อนหวาน เอียงอาย โรแมนติก แต่ขาดความมีชีวิตชีวา เป็นลักษณะของผู้หญิงและความรัก ความอ่อนโยน และมีเสน่ห์

การใช้สีที่เหมาะสม ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังที่ Meyers and Gerstman (2005 : 49) ได้กล่าวว่าไม่มีส่วนใดของบรรจุภัณฑ์ ที่จะสามารถมีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้ดีเท่ากับสีของบรรจุภัณฑ์ ดังเช่น การใช้สีโทนมืดบนบรรจุภัณฑ์ของกาแฟ ซึ่งแสดงถึงความมีคุณค่า คุณภาพ ความอบอุ่น การใช้โทนสีสว่างบนบรรจุภัณฑ์นมแสดงให้เห็นถึงความมีสุขภาพที่ดี สะอาด บริสุทธิ์ การใช้สีแดง สีเหลือง และสีส้ม เพื่อต้องการแสดงถึงความสนุกสนาน รื่นเริง การใช้สีสันที่ดูสะดุดตาบนบรรจุภัณฑ์ของเล่นเด็ก เพื่อสร้างความตื่นเต้น และการรับรู้ในพัฒนาการที่ดีของเด็ก

นอกจากนั้นสีของบรรจุภัณฑ์ ยังถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ในการแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามลักษณะการใช้งาน ซึ่งสีบนฉลากอาหารแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของอาหารแต่ละประเภท หรือใช้ในการแยกผลิตภัณฑ์หนึ่งออกจากผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆได้ อีกทั้งสีของบรรจุภัณฑ์ ยังได้ถูกนำมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ ในการจดจำในตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี

ตราสินค้า (branding)

หลักการสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือในเรื่องของทฤษฎีตราสินค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดวิธีหนึ่ง ที่ประกอบด้วยการนำสินค้าที่เห็นอยู่ทั่วๆ ไปซึ่งไม่มีความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง แต่เพิ่มคุณค่าพิเศษลงไปที่สินค้า แล้วสร้างภาพพจน์ของสินค้าด้วยการตั้งชื่อ การใช้บรรจุภัณฑ์และการโฆษณา เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับตัวสินค้านั้นๆ โดยทำการแยกประเภทของสินค้า และเจาะกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เพื่อขยายตลาดให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

ตราสินค้า หมายถึง สิ่งที่ผู้ซื้อจดจำได้ และทำการเลือก ณ จุดขาย เมื่อนำตราสินค้ามาใช้บนบรรจุภัณฑ์ จะแสดงให้เห็นถึงภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์นั้นๆ ที่บรรจุสินค้าอยู่ภายใน ซึ่งตราสินค้ามิได้มีความหมายเฉพาะตราอย่างเดียว แต่รวมถึงรูปทรง โครงสร้าง และการออกแบบทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า total branding

การสร้างตราสินค้าจนเป็นที่ยอมรับแก่กลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาและเงินทุนพอสมควร หากสามารถสร้างตราสินค้าจนเป็นที่ยอมรับได้แล้ว ตราสินค้าจะเป็นสินทรัพย์ที่ประเมินค่ามิได้ขององค์กรนั้นๆ เนื่องจากผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จะมีความซื่อสัตย์และเชื่อถือในตราสินค้านั้นๆ (brand loyalty)

การสร้างภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์และตัวสินค้า นับว่าเป็นงานที่ยากที่สุดในการออกแบบตราสินค้า ซึ่งภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้น จะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้ง่าย (recognition) จึงทำให้การออกแบบตราสินค้า จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ของตราสินค้ามาช่วยนอกเหนือจากสัญลักษณ์ทางการค้า ยังต้องมีชื่อและรูปภาพประกอบด้วย จะเห็นได้ว่าตราสินค้าเป็นที่รวมสิ่งที่มีคุณค่า (set

of values) ของตัวบรรจุภัณฑ์ ไว้ในความทรงจำของกลุ่มเป้าหมายตราสินค้าที่ดีจะสื่อให้ทราบถึงกลุ่มผู้บริโภคสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า และความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ สืบเนื่องจากตราสินค้ามีหน้าที่ทำให้ผู้ซื้อหรือกลุ่มเป้าหมาย สามารถจดจำสินค้าได้ โดยมีสัญลักษณ์ทางการค้าและการออกแบบกราฟิก ผนวกอยู่บนบรรจุภัณฑ์

ตราสินค้าที่ใช้กับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ในสัญลักษณ์ทางการค้าจะเป็นเครื่องหมายตัวแทนขององค์กร หากกิจกรรมทางด้านการตลาดกำหนดว่า จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ตราสินค้าจะได้รับการออกแบบใหม่ไปด้วย แต่สัญลักษณ์ทางการค้าส่วนใหญ่จะยังคงเหมือนเดิม แต่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว สัญลักษณ์ทางการค้าอาจจะมีการออกแบบหรือเปลี่ยนแปลงใหม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพบว่าไม่ทันสมัย และไม่สามารถสร้างความประทับใจได้

สรีระในการอ่านและประสาทสัมผัส

ปุ่นและสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ขั้นตอนความประทับใจในบรรจุภัณฑ์ จะเกิดในระยะไม่เกิน 3 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่กลุ่มเป้าหมายเริ่มอ่านได้ว่า เป็นสินค้าอะไร ผลิตโดยใคร ซึ่งส่วนประกอบในการออกแบบที่สำคัญ คือ จุดเด่นของสินค้าที่เรียกว่า unique selling point ซึ่งบรรจุภัณฑ์พยายามจะอวดและเชิญชวน ให้ติดตามรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ด้วยการหยิบขึ้นมาพิจารณาเปรียบเทียบ

1) สรีระในการอ่าน ณ จุดขาย

ผลการศึกษาสรีระในการอ่านของคนพบว่า การอ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่อยู่บนหิ้งโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ระยะห่างไม่เกิน 1 เมตร หรือประมาณ 90 เซนติเมตร โดยสายตาจะกวาดอ่านไปตามแนวราบ หรือแนวของหิ้งชั้นในระยะประมาณ 130 เซนติเมตร ซึ่งผลการศึกษาการอ่านในแนวดิ่งพบว่า ระดับความสูงที่สายตาให้ความสนใจมากที่สุด อยู่ที่ระดับความสูงจากพื้นประมาณ 110 เซนติเมตร หิ้งชั้นที่อยู่สูงจากพื้นตั้งแต่ระดับ 60 เซนติเมตร ถึง 125เซนติเมตร จะเป็นหิ้งชั้นที่ได้รับความสนใจมากกว่าหิ้งชั้นในระดับความสูงอื่นๆ โดยโอกาสที่สินค้าจะถูกหยิบจากชั้นที่มีสินค้าวางอยู่ในระดับความสูงที่ 93-100 เซนติเมตร จากพื้นจะมีมากที่สุด รองลงมา คือหิ้งชั้นที่สูงจากพื้น 120-145 เซนติเมตร ซึ่งจากระยะดังที่กล่าวมานั้น เป็นหน้าที่ของผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่จะต้องออกแบบส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เช่น ชื่อ ตราสินค้าเป็นต้น เพื่อให้ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ นอกจากนั้น การจัดตำแหน่งของส่วนประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเรียงตามลำดับก่อนหลังว่าจะไว้ที่จุดไหน บนบรรจุภัณฑ์ในแต่ละด้านรวมทั้งจะต้องเข้าใจถึงสรีระการอ่านของสายตาคน เมื่อเพ่งมองสิ่งของใดๆ ในระยะไม่เกิน 1 เมตร

2) สรีระในการอ่านบรรจุภัณฑ์

ผลการทดลองโดยใช้อุปกรณ์วัดการเคลื่อนไหวของสายตาคนพบว่า คนส่วนใหญ่มีการเคลื่อนไหวของลูกนัยน์ตาในการอ่านคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ

- เมื่อสายตาเริ่มเพ่งจากจุดเริ่มต้น จุดใดจุดหนึ่งเหมือนๆ กัน สายตาจะเริ่มอ่านจากทางซ้ายมือขึ้นสู่ข้างบน

- การกวาดสายตา จะเริ่มกวาดจากทางด้านซ้ายมือไปยังด้านขวามือในแนวตามเข็มนาฬิกา

- สายตาจะเสาะหาจุดสิ้นสุดในการอ่าน ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นทางขวามือข้างล่าง

ข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นกฎหมายสำหรับคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ผลิต อาทิเช่น พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พระราชบัญญัติอาหาร พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนพระราชบัญญัติอุตสาหกรรม เป็นกฎหมายที่ช่วยยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อควบคุมผู้ประกอบการแปรรูปอาหารให้ผลิตอาหารที่มีคุณภาพไม่ต่ำกว่าที่ระบุไว้

5. ข้อมูลผลิตภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบางรักน้อย ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2536 จัดตั้งเป็นกลุ่มสตรีผลิตกล้วยอบแผ่นโดยใช้ตู้พลังงานแสงอาทิตย์ซึ่งเป็นตู้ที่ต่อขึ้นเอง เนื่องจากราคากล้วยตกต่ำ โดยในระยะแรกนั้น มีสมาชิกทั้งกลุ่มสตรีอาสาพัฒนาและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั้งหมด จำนวน 12 คน ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลบางรักน้อยผลิตเป็นประจำ ได้แก่ กล้วยอบแผ่นม้วน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงและเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกเป็นอย่างดี โดยพนักงานผู้ผลิตจะคัดเลือกกล้วยน้ำว้าสุกงอม ผลขนาดใหญ่เป็นวัตถุดิบในการผลิต ส่วนกล้วยน้ำว้าขนาดเล็กจะผลิตเป็นกล้วยกวนหยี การดำเนินงานของกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในเรื่องงบประมาณและเครื่องมือต่างๆ เช่น เครื่องอบ เครื่องกวนและคอยแนะนำเทคนิคต่างๆ ซึ่งปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ การตลาด แม้ทางราชการพยายามที่จะช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แต่ตลาดยังแคบเพราะไม่สามารถกำหนดกลไกตลาดและราคาได้ และบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันยังขาดความน่าสนใจ และเป็นลักษณะของการใส่ถุงพลาสติกใส ไม่มีลวดลาย ไม่มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (การสัมภาษณ์โดยผู้วิจัย, 2557)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภสร ลิ้มไชยาวัฒน์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ที่มีต่อผู้บริโภคจากบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้ โดยพบว่าการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สินค้า มีผลในด้านการดึงดูดความสนใจ ความชอบ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทนั้นๆ ได้

บำรุง อิศรกุล (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยจัดแบ่งกลุ่มตามอิทธิพลของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ศาสนาและความเชื่อขนบธรรมเนียมประเพณี การกินอยู่ การแต่งกาย วิถีชีวิต ศิลปกรรม ศิลปะการแสดงการละเล่น นาฏศิลป์และดนตรี กีฬา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและความเชื่อ มีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์มากที่สุด ส่วนอิทธิพลของวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา จะมีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์น้อยที่สุด

ปิยพร ศรีสุขสวัสดิ์ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ระลึกที่เน้นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ โดยผลจากการศึกษาพบว่าสินค้าที่ระลึกในท้องถิ่นภาคใต้ในปัจจุบัน อาทิเช่น ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ ผ้ายกนคร ผ้าบาติค พวงกุญแจหนังตะลุงตัว หนังตะลุงสำหรับเชิด กำไลถมเงิน กระเป๋าสตางค์ย่านลิเพา กระดุมกะลามะพร้าว ขนมลากรอบ รังนกและเสื่อกระจูด มีผลตอบรับทางการตลาดไม่ดีเท่าที่ควร ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากรูปลักษณ์ของตัวบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม และขาดเอกลักษณ์พื้นถิ่น ดังนั้นการเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนารูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดผลการตอบรับทางการตลาดในทางที่ดีขึ้น

นรชัย รัตนสมบูรณ์ (2547) ได้ทำการศึกษาแนวทางการออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สินค้าชาวเขาเผ่าม้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้สามารถใช้เป็นเอกลักษณ์ประจำเผ่าม้งดอยปุย พบว่า การที่เราจะสามารถสร้างเลขนศิลป์ขึ้นมาเพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่นนั้น จำเป็นต้องศึกษาถึงจารีตประเพณี วัฒนธรรม การแต่งกาย การใช้สี ข้อห้ามต่างๆ รวมไปถึงอิทธิพลของลวดลายที่ชาวม้งได้เรียนรู้สืบต่อกันมา และสามารถนำสิ่งเหล่านั้นมาปรับให้เป็นรูปแบบเลขนศิลป์อย่างอิสระ โดยคำนึงถึงท้องถิ่น รวมถึงรูปแบบความน่าชื่อถือของเลขนศิลป์นั้น สิ่งสำคัญต้องไม่ขัดต่อจารีตประเพณี นอกจากนี้ยังรวมถึงการศึกษาสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบๆหมู่บ้านเพื่อหาวัสดุที่สามารถใช้ทำบรรจุภัณฑ์ใส่สินค้า ในที่นี้ได้แก่ ไม้ไผ่ ใยกัญชา ใยกัญชง ใยฝ้าย เป็นต้น ซึ่งทำให้ชาวบ้านม้งดอยปุยสามารถลดต้นทุนการซื้อบรรจุภัณฑ์จากที่อื่นมาใส่สินค้าได้ การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการหาแนวทางของการออกแบบเลขศิลป์ที่ใช้เฉพาะถิ่นเบื้องต้นเท่านั้น ยังคงสามารถที่จะนำข้อมูลเหล่านี้มาศึกษาหาแนวทางในการออกแบบในครั้งต่อไปได้อีกด้วย

สุทัศน์ ปาละมะ (2548)ได้ศึกษาการออกแบบตัวอักษรและภาพสำเร็จรูปในรูปแบบเลขนศิลป์ล้านนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบตัวอักษรและรูปภาพสำเร็จรูปที่สื่อถึง ศิลปวัฒนธรรมล้านนา เนื่องจากปัจจุบันงานเลขนศิลป์ส่วนใหญ่จะออกแบบโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และนักออกแบบเลขนศิลป์มีความต้องการสร้างสื่อที่มีความแตกต่างและสื่อสารได้ชัดเจน แต่ยังขาดองค์ประกอบที่สำคัญคือตัวอักษรและภาพที่จะนำมาสร้างงานออกแบบเลขนศิลป์ต่างๆ อันสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมล้านนาอย่างชัดเจนและสามารถนำไปใช้งานกับเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว แนวทางการศึกษาหารูปแบบของเลขนศิลป์ล้านนา มีวิธีการวิจัยโดยการศึกษาข้อมูลทางเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศิลปกรรมล้านนา แล้ววิเคราะห์หารูปแบบเฉพาะทางศิลปะ นำไปประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนาและทางการออกแบบเลขนศิลป์ โดยการวิจารณ์และหาข้อสรุปเพื่อนำไปแก้ไขผลงานเพื่อที่จะนำไปใช้จริงกับการออกแบบเลขนศิลป์ล้านนา ผลการวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นผลงานการออกแบบได้ดังนี้

1.ผลการออกแบบตัวอักษรภาษาไทยและอังกฤษ ลักษณะเป็นตัวพิมพ์พาดหัวที่ใช้ในการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ในระบบวินโดว์ แบ่งได้ 4 ชุด คือ ตัวพิมพ์ฝักขามล้านนา สื่อถึงอารยธรรม

สมัยประวัติศาสตร์ล้านนาด้านการเมืองการปกครอง ตัวพิมพ์ธรรมดาล้านนา สื่อถึงศิลปวัฒนธรรมในสมัยประวัติศาสตร์ล้านนาด้านพิธีกรรมและความเชื่อ ตัวพิมพ์ล้านนาไทยนิเทศ สื่อถึงประเพณีความรื่นรมย์ ตัวพิมพ์คนเมือง สื่อถึงวิถีชีวิตของคนล้านนายุคร่วมสมัย

2.ผลการออกแบบรูปภาพสำเร็จรูปลักษณะเป็นข้อมูลระบบ vector แบ่งได้ 5 ชุด คือ ชุดก่อนประวัติศาสตร์ล้านนาประกอบด้วยศิลปะสมัยเชียงแสนและหริภุญชัยในรูปแบบของลวดลายประติมากรรม จิตรกรรมและสถาปัตยกรรม ชุดหัตถกรรมล้านนา ประกอบด้วยเครื่องมือเครื่องใช้และลวดลายในงานหัตถกรรม ชุดสัญลักษณ์ล้านนา ประกอบด้วยภาพสัญลักษณ์แสดงสถานที่ท่องเที่ยว งานบุญประเพณี การละเล่น และการแต่งกายขอคนพื้นเมือง ชุดลวดลายตกแต่งสำเร็จรูป ประกอบด้วยภาพคิ้ว บัว ขอบ กรอบ พื้น ปิดท้ายเรื่อง ปุ่มและบัตรเชิญ

ธรรมธร ศรีสุรีย์ไพศาล (2555) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อมเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสืบค้นอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสาครเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเลขนศิลป์ ให้สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสาครเกิดความชัดเจนขึ้น มีความเป็นเอกภาพ ทั้งนี้เพราะที่ผ่านมาอิทธิพลทางวัฒนธรรมพม่าจากแรงงานต่างด้าวที่มีจำนวนมากถึงหนึ่งเท่าตัวของประชากรท้องถิ่นส่งผลต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอย่างมาก แนวทางการศึกษาหารูปแบบของเลขนศิลป์เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัด มีวิธีการวิจัยโดยเริ่มจากการค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อที่จะได้ข้อมูลทางด้านเชื้อชาติ วิถีการดำเนินชีวิต อาชีพ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยท้องถิ่นอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาครมากกว่า 50 ปี จำนวน 12 ท่าน จากนั้นสรุปผลการวิเคราะห์ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ จากนั้นนำผลงานออกแบบไปประเมินผลโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ทรงคุณวุฒิของจังหวัด และประชากรในจังหวัด เพื่อประเมินประสิทธิภาพของผลงานออกแบบในแง่การสื่อสาร การออกแบบ การใช้งานหาข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา รวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับอ้างอิงให้แก่ผู้ที่สนใจการออกแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดที่ต้องการแสดงถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี อันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม ผลงานการวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นผลงานการออกแบบได้ดังนี้ ตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสมุทรสาครใหม่, ตัวอย่างตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ,ตัวอย่างสีประจำจังหวัด, ตัวอย่างเลขนศิลป์พื้นฐานประจำจังหวัด, ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์และงานโฆษณาประชาสัมพันธ์, ตัวอย่างเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์, ตัวอย่างเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อม

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการศึกษาเรื่อง การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดของแต่ละขั้นตอนในการดำเนินงาน ที่ได้แสดงในแผนภูมิ มีวิธีการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลเบื้องต้นประกอบการศึกษา ประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากการสำรวจเบื้องต้น โดยการถ่ายภาพจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ซึ่งข้อมูลดังกล่าว ประกอบด้วย

ก. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างและการถ่ายภาพ

ข. รูปแบบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของฝากประเภทอื่นที่วางจำหน่ายในจังหวัดนนทบุรี

ค. ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ ตัวอักษร ชื่อของสถานที่ต่างๆ ในจังหวัดนนทบุรี เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาเอกลักษณ์ของจังหวัด โดยการรวบรวมภาพจากเอกสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งจากเว็บไซต์

ง. รูปภาพที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม หัตถกรรม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการถ่ายภาพจากสถานที่จริง รูปภาพจากสิ่งพิมพ์

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง โดยเนื้อหาหลักในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐาน เอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูก

เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ

1) ชุดแรก เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี นักออกแบบ สมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น กลุ่มผู้บริโภค และบุคคลทั่วไป ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 100 ราย ในการตอบแบบสอบถามชุดแรก ที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางก่อนทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

2) ชุดที่สอง สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ นักวิชาการ นักออกแบบที่มีประสบการณ์จากหน่วยงานต่างๆ ผู้นำกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น จำนวนทั้งหมด 9 ท่าน ในการตอบแบบสอบถามชุดที่สอง หลังจากทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบแล้ว เพื่อวิเคราะห์หาข้อสรุปของต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้ที่ตอบแบบต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นที่ออกแบบเรียบร้อยแล้ว ทั้ง 3 แบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (mean)

การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์

เมื่อได้ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ในขั้นต้นแล้ว จึงได้ทำการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. ศึกษาโปรแกรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น
   - โปรแกรมสำหรับวาดภาพ Adobe Illustrator cs6
   - โปรแกรมสำหรับการตกแต่งภาพ Adobe Photoshop cs6
   - โปรแกรมสร้างภาพสามมิติ 3D Max studio
2. จัดเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. ทำการร่างแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator cs6
4. ทำการวิเคราะห์และเลือกต้นแบบที่ร่างมาทำการออกแบบเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 แบบ โดยใช้โปรแกรมสำหรับวาดภาพ Adobe Illustrator cs6และโปรแกรมสำหรับการตกแต่งภาพ Adobe Photoshop cs6
5. เมื่อได้แบบร่างสองมิติที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำมาขึ้นแบบในรูปแบบสามมิติ โดยใช้โปรแกรม 3D Max studio เพื่อให้เห็นรูปแบบของกราฟิก รูปแบบโครงสร้าง
6. จัดทำต้นแบบให้ใกล้เคียงของจริงมากที่สุด โดยทำการขึ้นแบบกล่องจากกระดาษลูกฟูกที่เตรียมไว้ ได้เป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 แบบ ซึ่งพร้อมที่จะนำไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ต้นแบบ

ใช้วิธีการคัดเลือกต้นแบบที่เหมาะสม และใช้แบบสอบถามชุดที่สองในการวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากต้นแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำการออกแบบแล้ว เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อไป โดยนำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ ไปสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ นักวิชาการ ที่มีประสบการณ์จากหน่วยงานต่างๆ และผู้นำกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น จำนวนทั้งหมด 9 ท่าน จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการหาค่าเฉลี่ย

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

นำผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ในทุกๆ ด้าน จากแบบสอบถามชุดที่สองมาทำการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มีความเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษามากที่สุด

การถ่ายทอดผลการวิจัยสู่ชุมชน

นำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปนำเสนอต่อสมาชิกกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทที่ 4
ผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย เรื่องการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1) ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

2) ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

3) ผลการวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

4) สรุปผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

5) ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

4.1 ผลจากการสอบถามข้อมูล

ผลจากการสรุปข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดแรก ในเรื่องเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปลักษณะรูปภาพที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดของจังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ บุคคลสำคัญ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์

4.2 ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

4.4.1 โครงสร้างในการสื่อสารของกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี ที่มีต่อผู้บริโภค

ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิทำให้ทราบถึงโครงสร้างในดารสื่อสารของการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี ที่มีต่อผู้บริโภค จะประกอบด้วยโครงสร้างหลักๆอยู่ 2 ด้าน คือ

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

ข. การสื่อสารผ่านรูปแบบโครงสร้างและกราฟิก ประกอบด้วย วัสดุ รูปร่าง รูปทรง สีสัน ลวดลาย เป็นต้น

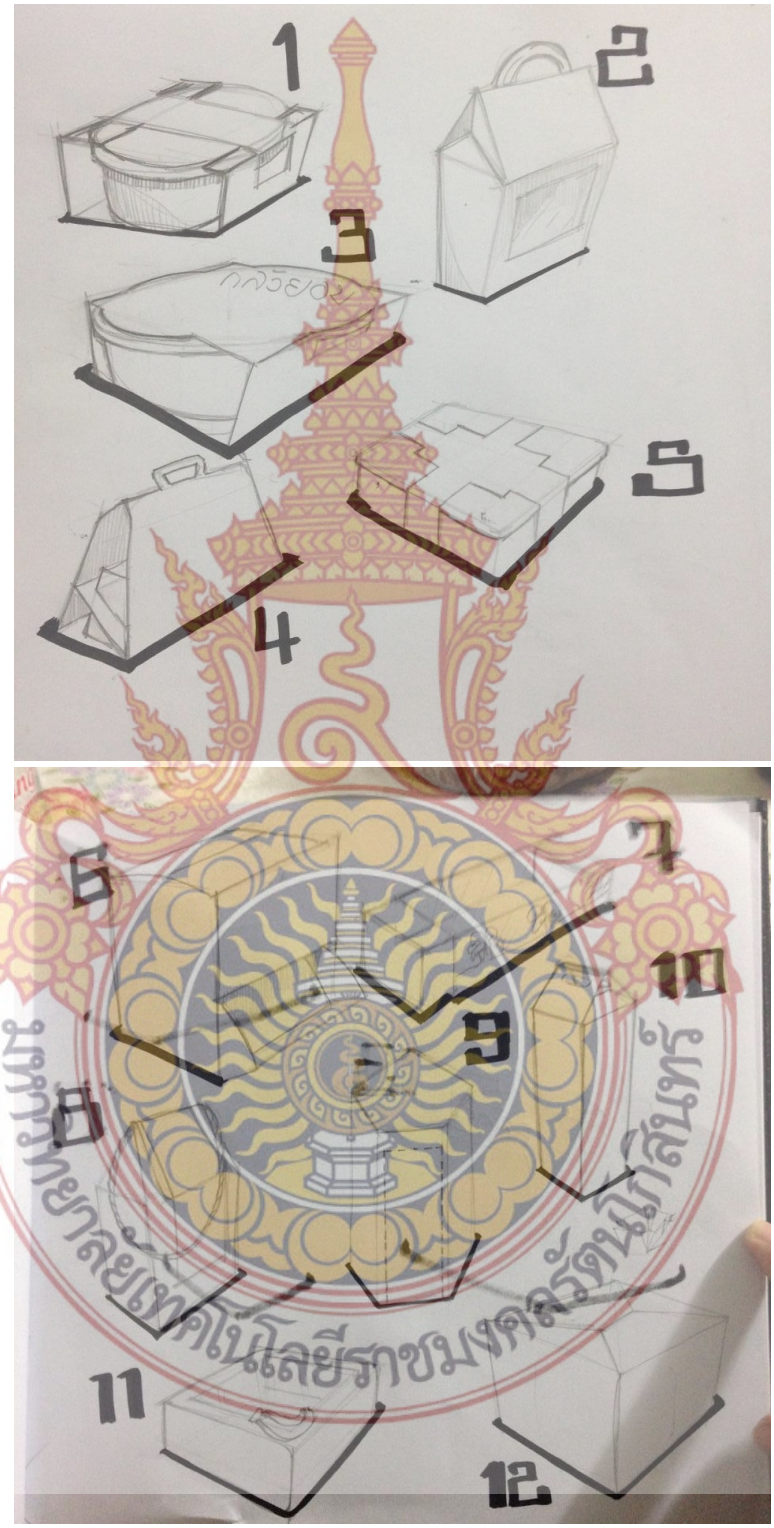
จากส่วนประกอบของโครงสร้างในการสื่อสารบรรจุภัณฑ์ โดยผ่านข้อความที่เป็นภาษา รวมทั้งรูปแบบของโครงสร้างและรูปแบบกราฟิกที่เหมาะสม จะมีผลในการที่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นได้

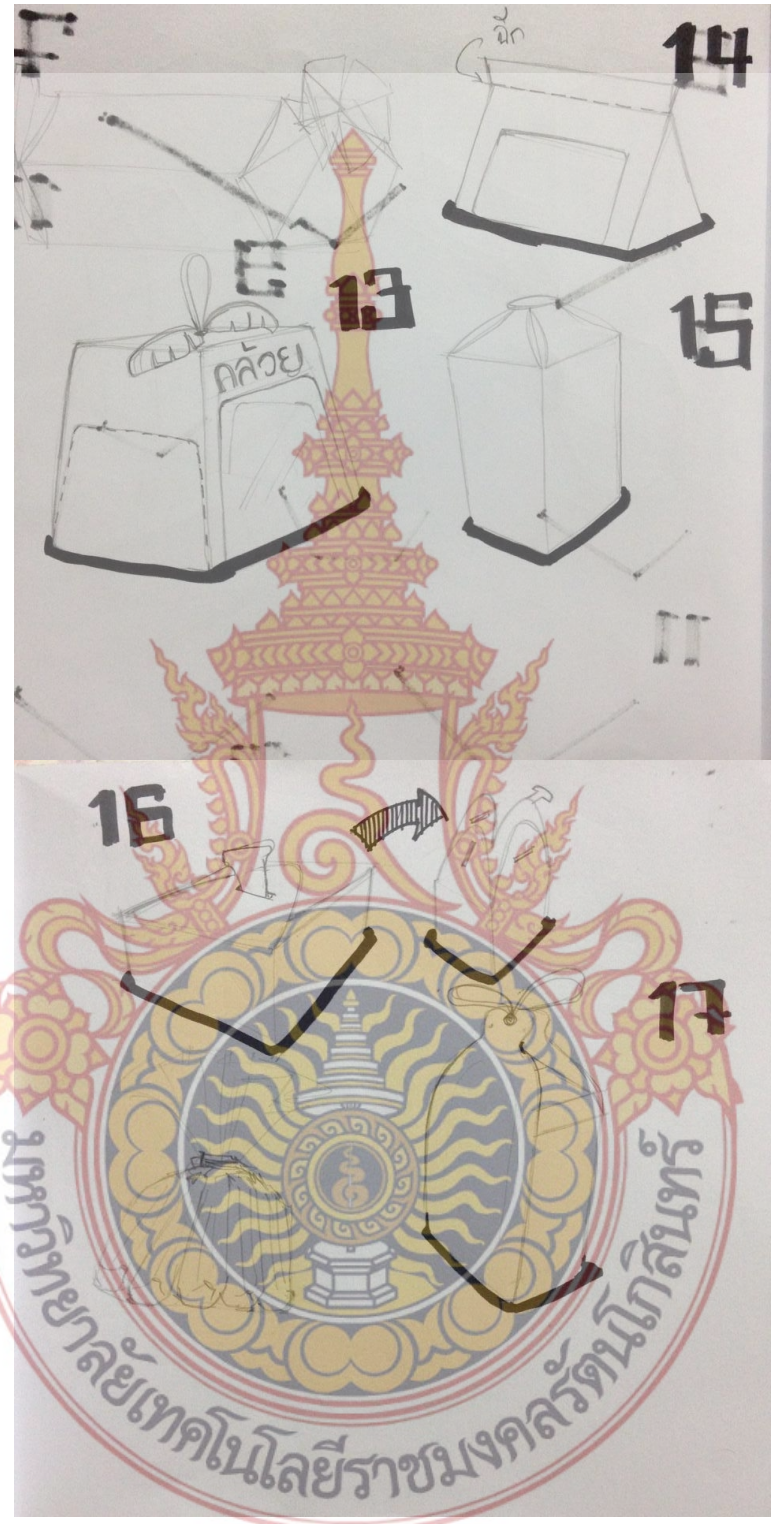
4.3 ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	ผลการวิเคราะห์
1.โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์	ควรมีความทนทานในการรับน้ำหนักจากการบรรจุผลผลิตและการเรียงซ้อนได้ดี มีรูปทรงที่เหมาะสมแก่การจัดวางและการเก็บรักษา สามารถบรรจุผลผลิตได้ง่ายและมีขนาดที่พอเหมาะกับปริมาณที่กำหนด ซึ่งในปัจจุบันโครงสร้างของกล่องมีขนาดที่เป็นมาตรฐานจึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา ทำให้ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างขึ้นใหม่
2.ลวดลายของภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ลวดลายของภาพกราฟิกบน ยังไม่มีความหลากหลาย ส่วนใหญ่ใช้ภาพกล้วยซึ่งมีลวดลายที่คล้ายคลึงกันทำให้ดูแล้วไม่น่าสนใจ ควรมีการปรับเปลี่ยนโดยการนำเอาเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรีมาใช้ในการออกแบบร่วมด้วยเพื่อสื่อให้เห็นว่ากล้วยอบนั้นเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนนทบุรี ที่มีรสชาติดี และมีคุณภาพบรรจุภัณฑ์
3. รูปแบบของตัวอักษรและข้อความบนบรรจุภัณฑ์	รูปแบบของตัวอักษรส่วนใหญ่ จะมีรูปแบบฟอนต์ที่มีลักษณะเหมือนตัวเขียนหรือลายมือ เช่น ฟอนต์ DS FreeHand, DSDusit, DS Lily, DS Modern, DS Ribbon, JS Toomtam, PSLIsara, PSL ChalalaiClassic เป็นต้น ส่วนในบางตัวอย่างมีการใช้รูปแบบฟอนต์ที่เป็นตัวหนาไม่มีหัว เช่น ฟอนต์ DB Erawan,DB SathornMedium, DB Silom เป็นต้น
4.สีสันและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์	สีของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ จะใช้สีหลัก 2 สี คือ สีสีเหลือง และสีเขียว จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวบรรจุภัณฑ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสีเหลืองซึ่งเป็นสีหลักที่สามารถสื่อถึงกล้วยได้เป็นอย่างดี
5.ความสะดวกในการใช้งาน	สามารถจับถือได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และสามารถพับเก็บในส่วนที่เป็นหูหิ้วเพื่อความสะดวกในการเรียงซ้อนได้เป็นอย่างดี
6.ปริมาณและน้ำหนักที่นิยมซื้อ	ขนาดมีความเหมาะสมสำหรับใช้เป็นของฝาก

4.4 ผลการวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

แบบร่างบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น 17 แบบ





ภาพการขึ้นต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น ทั้ง 4 แบบ

ภาพที่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่1

ภาพที่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่2

ภาพที่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่3

ภาพที่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่4

4.5 สรุปผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

ทำการศึกษาจากแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญ และแปลผลโดยใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยของคุณภาพ ดังนี้

ดีมาก	ให้	4.51-5.00	คะแนน
ดี	ให้	3.51-4.50	คะแนน
ปานกลาง	ให้	2.51-3.50	คะแนน
พอใช้	ให้	1.51-2.50	คะแนน
ยังใช้ไม่ได้	ให้	0.00-1.50	คะแนน

ตารางที่ ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 1

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 1	**ค่าเฉลี่ย**	**ความคิดเห็นต่อการออกแบบอยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย**
1.ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.21	ดี
2.ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	4.30	ดี
3.ความเหมาะสมของสีที่ใช้	4.25	ดี
4.ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	4.12	ดี
5.การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี	4.51	ดีมาก
6.ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	4.01	ดี

ตารางที่ ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 2

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 2	**ค่าเฉลี่ย**	**ความคิดเห็นต่อการออกแบบอยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย**
1.ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.16	ดี
2.ความเหมาะสมของลักษณะ	4.52	ดีมาก

ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์		
3.ความเหมาะสมของสีที่ใช้	4.02	ดี
4.ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	4.07	ดี
5.การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี	4.31	ดี
6.ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	4.23	ดีมาก

ตารางที่ ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 3

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 3	**ค่าเฉลี่ย**	**ความคิดเห็นต่อการออกแบบอยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย**
1.ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.20	ดี
2.ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	4.20	ดี
3.ความเหมาะสมของสีที่ใช้	4.53	ดีมาก
4.ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	3.97	ดี
5.การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี	4.57	ดีมาก
6.ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	4.30	ดี

ตารางที่ ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 4

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่ 4	**ค่าเฉลี่ย**	**ความคิดเห็นต่อการออกแบบอยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย**
1.ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.56	ดีมาก
2.ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	4.60	ดีมาก
3.ความเหมาะสมของสีที่ใช้	4.51	ดีมาก
4.ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	4.50	ดีมาก
5.การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัด	4.20	ดี

นนทบุรี		
6.ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	4.45	ดี

.

4.6 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 รูปแบบกราฟิกที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ เอกลักษณ์ทางธรรมชาติ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1. เอกลักษณ์ทางธรรมชาติ จากทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ที่มีอยู่หลายแห่งและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ รวมทั้งพืชพันธุ์และสัตว์ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย โดยเฉพาะโดยสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์มาจากธรรมชาติเหล่านี้ จะถูกนำมาดัดแปลงให้มีรูปแบบที่เหมาะสมและเข้าใจได้ง่ายเพื่อสื่อให้เห็นเอกลักษณ์ทางธรรมชาติของจังหวัดนนทบุรีที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของนนทบุรี เป็นสิ่งที่สั่งสมกันมานานจนถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของเมืองนนทบุรี ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา รูปหม้อน้ำลายวิจิตร ซึ่งใช้ประกอบในงานประเพณี ต่างๆ เช่น งานสงกรานต์ของชาวมอญ ประเพณีรำมอญ ประเพณีการทำบุญตักบาตรพระร้อยแปด งานเทศกาลผลไม้และของดีเมืองนนท์ งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยา ใต้ฟ้านนท์ เป็นต้น รวมทั้งรูปแบบลวดลายที่อ่อนช้อยซึ่งหาดูได้จากงานศิลปกรรม หัตถกรรม หรือจากภาพจิตรกรรมฝาผนังตามวัดวาอารามในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีลวดลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวในด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเมืองนนทบุรี รวมถึงรูปแบบของวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี

5.1.2 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

1)ในส่วนของโครงสร้างมีการปรับเปลี่ยนใหม่ให้มีความเหมาะสมมากขึ้น ระบบการพิมพ์มีการพิมพ์แบบออฟเซตเพื่อให้พิมพ์ได้สวยงาม มีความทนทานต่อความชื้นได้ดี นอกจากนั้นยังพัฒนาภาพลักษณ์ของสินค้าให้โดดเด่น โดยปรับรูปแบบของกราฟิกบนกล่องใหม่ให้สวยงามและน่าสนใจเมื่อต้องวางจำหน่าย

2) ผลลัพธ์ที่ได้บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ดีขึ้น มีสีสันสวยงาม ดูมีราคา เหมาะสมกับสินค้าที่ซื้อไปเป็นของฝาก

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 การพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ควรดูจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก นอกจากนี้ยังควรคำนึงถึงงบประมาณในการผลิตของผู้ประกอบการอีกด้วย การพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้ดูหลากหลายมากกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาจมีการพัฒนาจากวัสดุประเภทอื่นที่มีความเหมาะสม หรือเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เช่น การนำชะลอมมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

5.2.2 ในการนำข้อมูลจากการศึกษาในด้านเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบนั้น ควรนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา อาทิเช่น สี ลวดลายต่างๆ อาจจะมีรูปแบบที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่ง แต่ทางกลับกันอาจไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในอีกประเภทหนึ่งก็เป็นไปได้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บรรณานุกรม

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และเตชา อัศวสิทธิถาวร. **การบรรจุภัณฑ์.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ วังอักษร, 2546. หน้า 14-15.

ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็กซเปอร์เน็ท จำกัด, 2546. หน้า 11-12

นภสร ลิ้มไชยาวัฒน์. **ประสิทธิผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ (การโฆษณา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

บำรุง อิศรกุล. **ศึกษาอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์.** วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545.

ปิยพร ศรีสุขสวัสดิ์. **การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ระลึกที่เน้นเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้.** วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2547.

ประชิด ทิณบุตร. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์.** กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์, 2531.

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. **บรรจุภัณฑ์อาหาร.** กรุงเทพฯ : บริษัท แพคเมทส์ จำกัด, 2541.

สิตางศุ์ เจนวินิจฉัย. **การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์.** สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ, 2548.

เสาวณี จุลิรัชนีกร, สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์ และยุพาวดี สมบูรณกุล. **คู่มือฝึกอบรมผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).** ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 2547.

อมรรัตน์ สวัสดิทัต. **บทบาทบรรจุภัณฑ์ต่อการส่งเสริมสุขภาพ : บรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า.** กรุงเทพฯ : ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, 2545. หน้า 5.

Kotler, Philip. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.** 9th Edition. New Jersey : A Simon & Schuster Company, 1997.

แบบสอบถามเรื่อง การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี ทางผู้วิจัยจึงอยากขอความกรุณาท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อผลที่ได้จากการวิจัยนี้ จะสามารถนำไปนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นสำหรับของฝากจากจังหวัดนนทบุรี ที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมต่อไป ทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 คำถามเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่3 คำถามเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น

<u>แบบสอบถามส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล</u>

โปรดใช้เครื่องหมาย (✓) หน้าตัวเลือกที่ท่านเห็นว่ามีความเหมาะสมและเติมข้อมูลลงในช่องว่างเพื่อให้คำตอบมีความสมบูรณ์ตามความเป็นจริง

1.1 เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

1.2 อายุ

☐ 20 – 29 ปี ☐ 30 – 39 ปี ☐ 40 – 49 ปี

☐ 50 – 59 ปี ☐ 60 ปี ขึ้นไป

1.3 การศึกษาสูงสุด

☐ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี สาขา.....สถาบัน.....

☐ ระดับปริญญาตรี สาขา.....สถาบัน.....

☐ ระดับปริญญาโท สาขา.....สถาบัน.....

☐ ระดับปริญญาเอก สาขา.....สถาบัน.....

☐ อื่นๆ (กรุณาระบุ).....

1.4 อาชีพปัจจุบัน (กรุณาระบุลักษณะงาน)

☐ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ.....

☐ พนักงานบริษัท.....

☐ อาชีพอิสระ.....

☐ เจ้าของกิจการ.....

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

<u>แบบสอบถามส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี</u>

2.1 เมื่อกล่าวถึงข้อความต่อไปนี้ท่านนึกถึงอะไรมากที่สุด

"บุคคลสำคัญของจังหวัดนนทบุรี".....

"สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในจังหวัดนนทบุรี".....

"ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดนนทบุรี".....

"เอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี".....

2.2 คำจำกัดความของ "เอกลักษณ์ของนนทบุรี" ตามความคิดเห็นของท่านคือ

.....

.....

.....

.....

<u>ส่วนที่3 คำถามเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น</u>

โปรดใช้เครื่องหมาย (✓) หน้าตัวเลือกที่ท่านเห็นว่ามีความเหมาะสมและเติมข้อมูลลงในช่องว่าง เพื่อให้คำตอบมีความสมบูรณ์ตามความเป็นจริง

3.1 ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์สำหรับของฝากจากนนทบุรี ควรสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรีหรือไม่

☐ ควร ☐ เฉยๆ ☐ ไม่จำเป็น ☐ อื่นๆ.....

3.2 ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นเพื่อเป็นของฝากจากจังหวัดนนทบุรีในปัจจุบัน ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบให้สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรีหรือไม่

☐ ควร ☐ เฉยๆ ☐ ไม่จำเป็น ☐ อื่นๆ.....

3.3 ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นเพื่อเป็นของฝากจากจังหวัดนนทบุรี ควรใช้สีใดเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรีได้เหมาะสมที่สุด (ทำเครื่องหมาย ✓ ได้มากกว่า 1 ช่อง)

☐ สีแดง ☐ สีส้ม ☐ สีเหลือง ☐ สีเขียว ☐ สีน้ำเงิน

☐ สีทอง ☐ สีดำ ☐ สีน้ำตาล ☐ สีม่วง ☐ สีฟ้า

☐ อื่นๆ.....

3.4 ท่านคิดว่ารูปภาพบนบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นเพื่อเป็นของฝากจากจังหวัดนนทบุรี ควรใช้รูปภาพลักษณะใด

☐ ภาพวาด ☐ ภาพถ่ายเหมือนจริง ☐ อื่นๆ.....

3.5 ท่านคิดว่าลวดลายบนบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นเพื่อเป็นของฝากจากนนทบุรี ควรใช้ลวดลายแบบใดเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี ....
.....

(ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถาม)

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง การออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดนนทบุรี เพื่อใช้ในการอ้างอิงและเป็นประโยชน์ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี 2. เพื่อออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่นของกลุ่มอาชีพสตรีผลิตกล้วยอบแผ่น ตำบลบางรักน้อย จังหวัดนนทบุรี ทางผู้วิจัยจึงอยากขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความจริง เพื่อผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนารูปแบบกราฟิกที่สื่อถึงจังหวัดนนทบุรี และสามารถถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีอยู่หลากหลายประเภทโดยเฉพาะของฝากต่างๆ อีกทั้งยังช่วยในการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

สุดท้ายนี้ ทางผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

<u>แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์</u>

1. ชื่อ.....

2. อาชีพ/ตำแหน่ง .....

3. สถานที่ทำงาน .....

4. ความเห็นที่มีต่องานออกแบบ (5=ดีมาก, 4=ดี, 3=ปานกลาง, 2=พอใช้, 1= ควรปรับปรุง) กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่1	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์					
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้					
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี					
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่2	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์					
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้					
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี					
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่3	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์					
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้					
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี					
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่4	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์					
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้					
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี					
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

บรรจุภัณฑ์กล้วยอบแผ่น แบบที่5	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์					
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้					
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี					
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ สกุล นางสาวพรพิมล ศักดา

2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

3. หน่วยงานที่สามารถติดต่อได้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 96 หมู่ 3 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170โทรศัพท์ 0-2889-4585 โทรสาร 0-2889-4585
E-mail...microbus_sakda@hotmail.com, Pornpimon.Sak@rmutr.ac.th มือถือ 084-909-6555

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปริญญาตรี ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (นิเทศศิลป์) มหาวิทยาลัยบูรพา

5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

- การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และภาพประกอบ
- การออกแบบผลิตภัณฑ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- การออกแบบกราฟิกเคลื่อนไหว

6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

แหล่งทุน งบประมาณรายได้ ปีงบประมาณ 2556 เรื่อง การผลิตสื่อบทเรียนวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอนวิชา หลักการเขียนแบบเบื้องต้น กรณีศึกษา : นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (สถานะ: หัวหน้าโครงการ)

แหล่งทุน งบประมาณแผ่นดิน ปีงบประมาณ 2557 เรื่อง การนำเสนออัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ไทยโซ่งด้วยสื่อกราฟิกบรรยายข้อมูล (สถานะ: หัวหน้าโครงการ)

แหล่งทุน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ปีงบประมาณ 2557 เรื่อง การศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไททรงดำ กรณีศึกษาตำบลสระสี่มุม อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม (สถานะ: หัวหน้าโครงการ)