บทที่ 6

ผลการวิเคราะห์

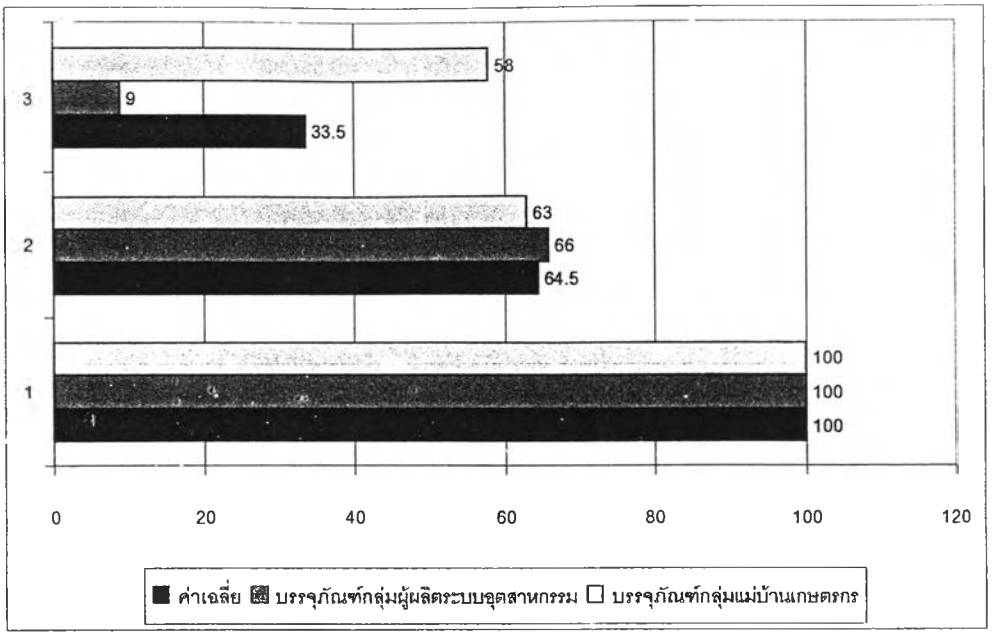
หลังจากที่ได้วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 24 ชิ้น และบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม จำนวน 29 ชิ้น รวม 53 ชิ้นตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และหลักการออกแบบเรขศิลป์เพื่อสร้างภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย ได้ข้อสรุป ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์นี้ได้จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด พบว่ามีการใช้เรขศิลป์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด ดังต่อไปนี้

1.1 บ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์

การบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์คือการบ่งบอกว่าสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์นั้นคืออะไร เป็นคุณสมบัติพึงมีของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านให้ความสำคัญ 100% ว่าเป็นคุณสมบัติที่เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นควรจะแสดง (หน้า 62) จากการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมพบว่ามีการใช้เรขศิลป์เพื่อบ่งชี้ประเภทของบรรจุภัณฑ์ดังต่อไปนี้



1. การใช้ตัวอักษรแสดงชื่อสินค้า
2. การใช้ภาพสินค้าหรือวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับสินค้า
3. การใช้สีของสินค้าหรือวัตถุดิบ

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อบ่งชี้ประเภทของผลิต-ภัณฑ์

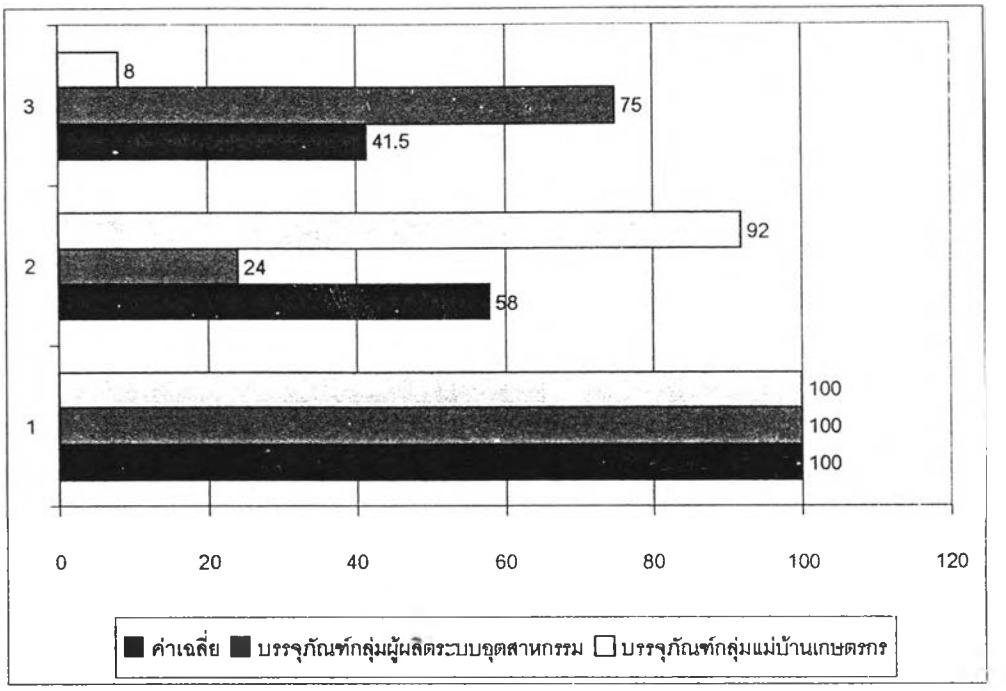
เรขศิลป์ที่นิยมใช้มากที่สุดสำหรับการบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์คือการใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงชื่อสินค้า โดยทั้งบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมใช้วิธีการนี้คิดเป็น 100% จากจำนวนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากการแสดงชื่อสินค้าด้วยอักษรถือเป็นสิ่งจำเป็นตามกฎหมายที่บรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นพึงมี

วิธีการบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่นิยมรองลงมาคือการใช้ภาพสินค้าหรือวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่นภาพของชิ้นกล้วยฉาบ หรือภาพผลกล้วยบนบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบ มีบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้วิธีนี้ 63% จากบรรจุภัณฑ์ภายกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมใช้ 66% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยการใช้จากทั้ง 2 กลุ่มคิดเป็น 64.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

การใช้สีของสินค้าหรือวัตถุดิบก็เป็นวิธีที่นิยมใช้เพื่อบ่งชี้ผลิตภัณฑ์เช่นกัน ตัวอย่างเช่น การใช้สีเหลืองของกล้วยบนบรรจุภัณฑ์กล้วยกวน มีบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้วิธีนี้ 58% จากบรรจุภัณฑ์ภายในกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมใช้ 9% จากบรรจุภัณฑ์ภายในกลุ่ม ค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 2 กลุ่มคิดเป็น 33.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

1.2 บ่งชี้ผู้ผลิตและหรือตราสินค้า

การบ่งชี้ผู้ผลิตโดยการใช้ตัวอักษรเป็นอีกวิธีหนึ่งที่บรรจุภัณฑ์ทุกชนิดพึงแสดงตามกฎหมายเช่นเดียวกับการบ่งชี้ประเภทสินค้า โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านก็ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติข้อนี้เป็น 100% เช่นเดียวกัน (หน้า 62)



1. การใช้ตัวอักษรแสดงชื่อผู้ผลิต
2. การใช้สัญลักษณ์แสดงชื่อผู้ผลิต
3. การใช้ตัวอักษรแสดงตราสินค้า

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อบ่งชี้ผู้ผลิตและหรือตราสินค้า

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีการใช้ตัวอักษรเพื่อบ่งชี้ชื่อผู้ผลิตบนบรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นทั้งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและของผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมคิดเป็น 100% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด รองลงมาคือการใช้สัญลักษณ์แสดงชื่อผู้ผลิต โดยพบวิธีการนี้บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวนมากคิดเป็น 92% จากบรรจุภัณฑ์ภายในกลุ่ม โดยสัญลักษณ์ที่ใช้คือสัญลักษณ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และสัญลักษณ์ของกรมส่งเสริมการเกษตร สำหรับการใช้สัญลักษณ์เพื่อบ่งชี้ผู้ผลิตของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมพบว่ามีการใช้เพียง 24% จากบรรจุภัณฑ์ภายในกลุ่ม เฉลี่ยแล้วคิดเป็น 58% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

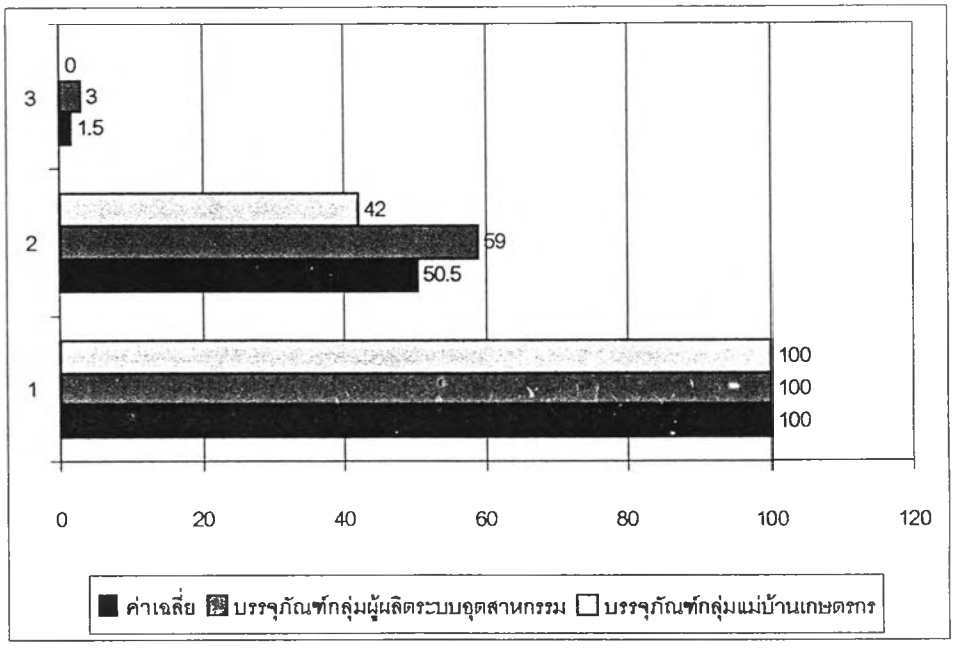
สำหรับวิธีการใช้เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งเพื่อบ่งชี้ตราสินค้าพบว่ามีการใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงตราสินค้ามากในกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมคิดเป็น 75% ของบรรจุภัณฑ์ภายในกลุ่ม แต่พบน้อยในบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคิดเป็น 8% ของบรรจุภัณฑ์ภายในกลุ่ม ตราสินค้าที่ใช้เช่น "แม่ทองห่อ" เป็นต้น สาเหตุที่มีการใช้ตราสินค้าน้อยเนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรส่วนใหญ่ไม่นิยมตั้งชื่อตราสินค้าขึ้นมาใหม่ แต่จะใช้ชื่อผู้ผลิตเช่น "กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเนินสมบูรณ์" แทนตราสินค้ามากกว่า ค่าเฉลี่ยรวมของการใช้ตัวอักษรแสดงตราสินค้าคิดเป็น 41.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

1.3 แสดงบุคลิกของสินค้าหรือตราสินค้า

การแสดงบุคลิกของตราสินค้าผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่การแสดงบุคลิกความเป็นพื้นถิ่นไทยเท่านั้นโดยจะไม่จะศึกษาการแสดงบุคลิกอื่นๆ บนบรรจุภัณฑ์ ทำให้คุณสมบัติพึงมีของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ข้อนี้ไปตรงกับการวิเคราะห์ในหัวข้อถัดไปเรื่องการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น ดังนั้นผู้วิจัยจะอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติข้อนี้ในหัวข้อถัดไป

1.4 แสดงคุณประโยชน์ของสินค้า

วิธีการแสดงคุณประโยชน์ของสินค้ามีการใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงคุณสมบัติ ข้อดี และผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากสินค้า เช่น การแสดงส่วนประกอบ หรือคำโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ คุณสมบัติพึงมีของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ข้อนี้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านให้ความสำคัญคิดเป็น 66% (หน้า 62) มีผลการวิเคราะห์ดังนี้



1. การใช้ตัวอักษรแสดงรายละเอียดของสินค้า
2. การใช้ตัวอักษรแสดงคำโฆษณาชวนเชื่อหรือของฝาก
3. การใช้ภาพแสดงคุณประโยชน์และวิธีใช้งานสินค้า

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อแสดงคุณประโยชน์ของสินค้า

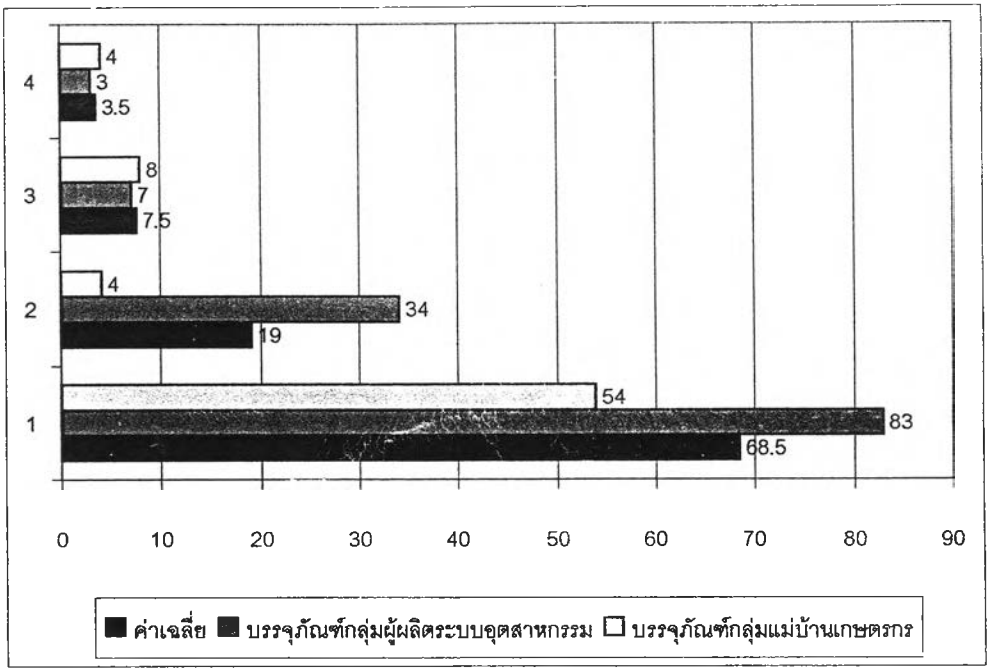
การใช้เรขศิลป์แสดงคุณประโยชน์ของสินค้าเนื่องจากตรงกับข้อกำหนดทางกฎหมาย บรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นทั้งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมจึงใช้ตัวอักษรแสดงรายละเอียดของสินค้า เช่น ส่วนประกอบและวิธีใช้งาน คิดเป็น 100% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

วิธีการรองลงมาที่นิยมใช้เพื่อแสดงคุณประโยชน์ของสินค้าคือการใช้คำโฆษณาชวนเชื่อ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมคิดเป็น 50.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยพบว่าบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 42% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 59% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้ภาพเพื่อแสดงคุณประโยชน์ของสินค้า โดยใช้ภาพประโยชน์ที่หลากหลายจากการใช้สินค้า เช่น บนบรรจุภัณฑ์น้ำพริก แสดงภาพการนำน้ำพริกไปใช้ประกอบอาหาร ใช้ทานกับข้าว เป็นต้น โดยพบจากบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมเท่านั้น คิดเป็น 3% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม

3.1 ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเป็นคุณสมบัติพึงมีที่จำเป็นสำหรับบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันที่ต้องขายตัวเองบนชั้นวางของที่เต็มไปด้วยสินค้าหลากหลายชนิดจากคู่แข่ง การทำให้บรรจุภัณฑ์โดดเด่นสังเกตเห็นได้จึงเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะขายได้มากขึ้น (หน้า 64-65) โดยผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับคุณสมบัติข้อนี้คิดเป็น 66%จากการวิเคราะห์พบว่ามีวิธีการใช้เรขศิลป์ที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจ ดังนี้



1. การใช้สีสดและสีตัดกัน
2. การใช้ภาพขนาดใหญ่
3. การใช้โทนสีแตกต่างจากคู่แข่ง
4. การจัดวางในทิศทางที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

วิธีการที่นิยมมากที่สุดสำหรับดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคคือการใช้สีสด และการใช้สีตัดกัน โดยพบว่ามีบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้วิธีการนี้ 54% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมใช้วิธีนี้มากถึง 83% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยแล้วมีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สีสดและสีตัดกันคิดเป็น 68.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

การใช้ภาพขนาดใหญ่เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ซึ่งโดยมากมักเป็นภาพของสินค้าที่ออกแบบให้มีขนาดใหญ่เกือบเต็มพื้นที่ด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ โดยพบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้วิธีการนี้ 4% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมนิยมใช้มากกว่าคิดเป็น 34% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยแล้วมีการใช้ภาพขนาดใหญ่คิดเป็น 19% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

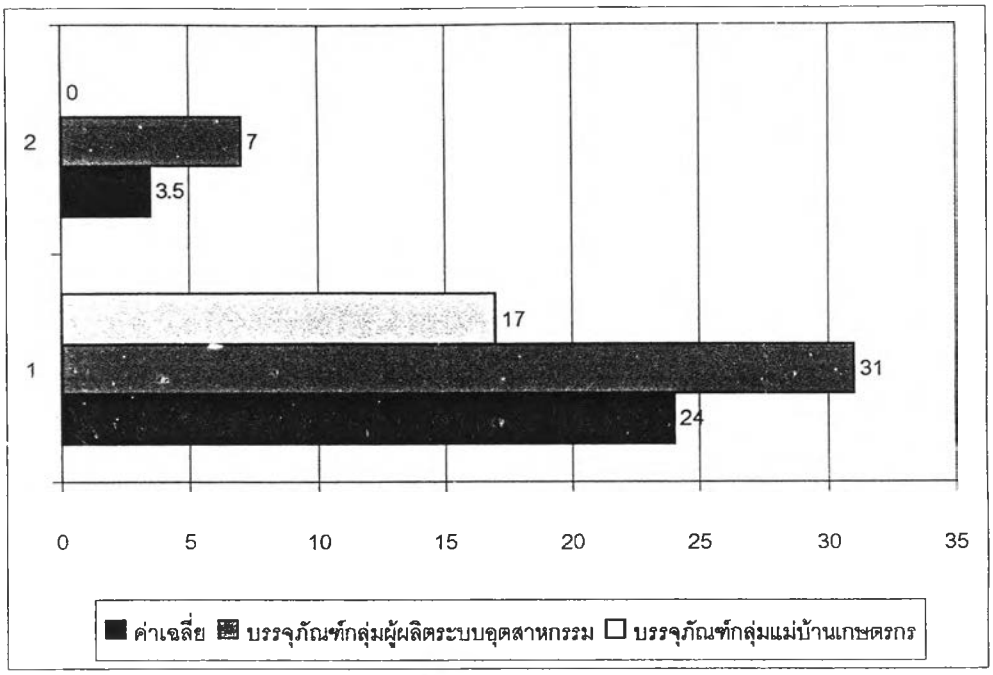
อีก 2 วิธีการสุดท้ายในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคคือการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อให้บรรจุภัณฑ์ดูโดดเด่นกว่าคู่แข่งเมื่อจัดวางเรียงกันอยู่บนชั้นวางสินค้า โดยพบว่ามีการใช้สีในโทนอ่อนหวานแตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ ที่นิยมใช้สีสดตัดกันบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 8% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 7% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม คิดเป็น 7.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

นอกจากนี้ยังพบการจัดวางเรขศิลป์ให้มีทิศทางที่แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น จัดวางให้องค์ประกอบเรขศิลป์ทั้งหมดอยู่ในแนวเฉียง แทนที่จะจัดวางในแนวนอนเหมือนบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ที่คุ้นเคย โดยพบการใช้วิธีการนี้บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตร 4% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 3% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยแล้วคิดเป็น 3.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

เนื่องจากหลักการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคคือการทำให้สินค้าโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง และจากผลการวิจัยพบว่าสินค้าจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมมีการใช้สีสดและสีตัดกันมากถึง 83% ของสินค้าในกลุ่มอยู่แล้ว หากใช้สีสดตัดกันเหมือนกับสินค้าที่มีอยู่อีกจะทำให้สินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตกรขาดความโดดเด่นแตกต่าง ดังนั้นการใช้สีสดตัดกันเพื่อดึงดูดความสนใจจึงเป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

1.6 ส่งเสริมการโฆษณาหรือรณรงค์

การส่งเสริมการโฆษณาหรือรณรงค์ คือการใช้องค์ประกอบศิลป์ต่างๆ เพื่อตอบรับกับกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือกลยุทธ์การตลาดที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้มากและเร็วยิ่งขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านให้ความสำคัญคิดเป็น 66% ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด มีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



1. การใช้สัญลักษณ์รางวัลและตรารับรองคุณภาพ
2. การใช้ตัวอักษรแสดงกิจกรรมส่งเสริมการขาย

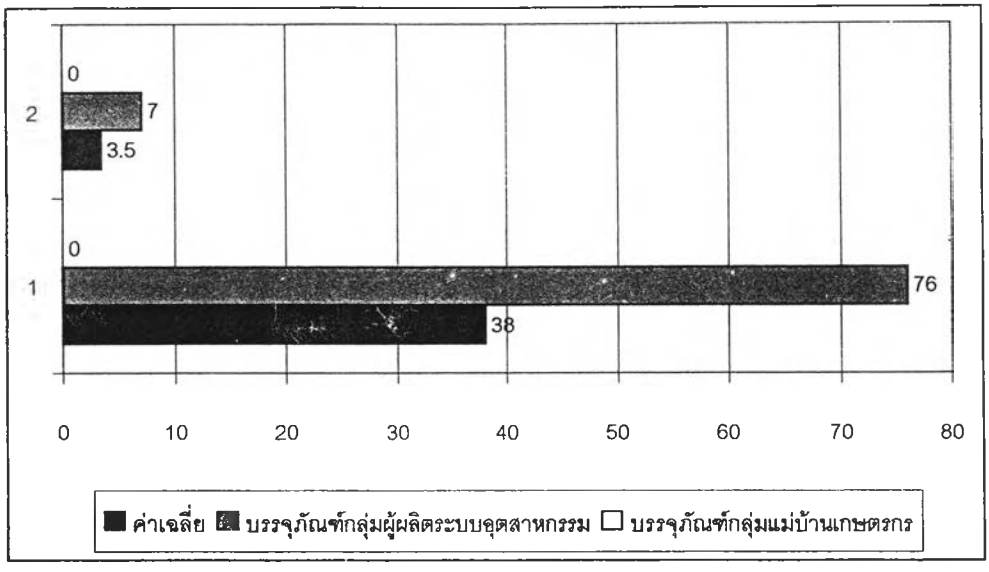
ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อส่งเสริมการโฆษณาหรือรณรงค์

การใช้เรขศิลป์เพื่อส่งเสริมการโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปที่นิยมใช้มากที่สุดคือการใช้สัญลักษณ์ของเหรียญรางวัลและตรารับรองคุณภาพต่างๆ ที่ออกโดยองค์กรเอกชนต่างๆ ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์เปิบพิศดาร ถนัดศรี ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้ามากขึ้น พบมีการใช้วิธีนี้บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 17% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 31% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยมีการใช้สัญลักษณ์รางวัลและตรารับรองคุณภาพคิดเป็น 24% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

นอกจากนี้ยังมีการใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ บนบรรจุภัณฑ์ แต่พบเฉพาะบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมท่านั้น คือการใช้ตัวอักษรแสดงว่ามีการเพิ่มปริมาณพิเศษ หรือมีของแถม 7% จากบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 3.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

1.7 อำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย

การอำนวยความสะดวกบนบรรจุภัณฑ์สามารถทำได้ทั้งสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย มีความสำคัญจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่านคิดเป็น 50% ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด จากการวิเคราะห์ได้ผลดังนี้



1. การใช้สัญลักษณ์รหัสแท่ง
2. การใช้ตัวอักษรแสดงตารางโภชนาการ

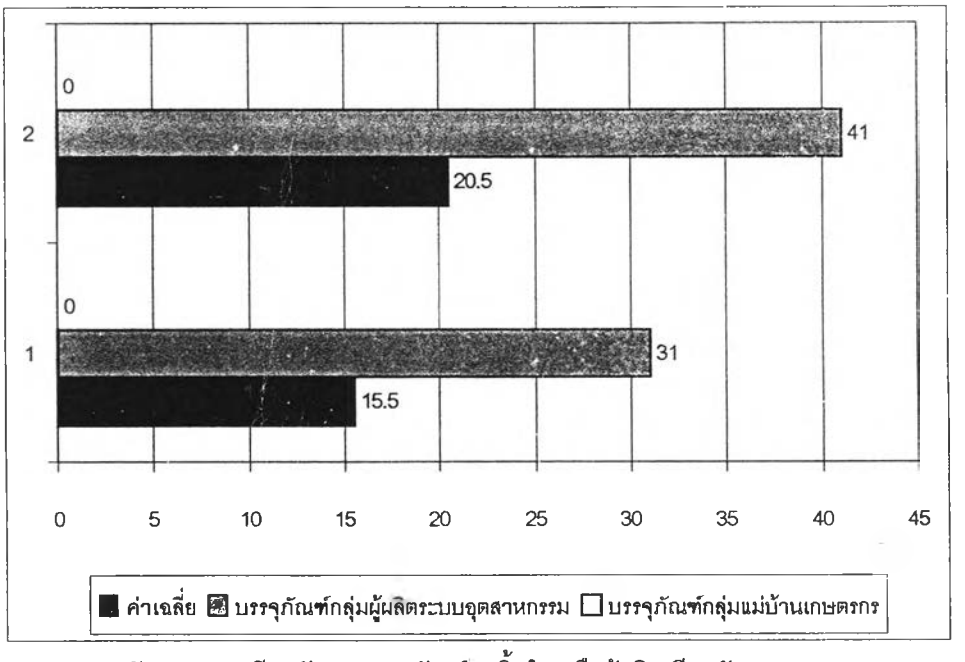
ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่ออำนวยความสะดวก

สำหรับการใช้เรขศิลป์เพื่ออำนวยความสะดวกบนบรรจุภัณฑ์พบมีการใช้เฉพาะบนบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมเท่านั้น โดยไม่พบเลยบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร วิธีที่นิยมมากที่สุดคือการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ขายโดยการใช้สัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar code) คิดเป็น 76% ของบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม คิดเป็น 38% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด อีกวิธีหนึ่งคือการใช้ตัวอักษรแสดงตารางโภชนาการ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคได้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสารอาหารที่จำเป็นในแต่ละวัน พบมีการใช้วิธีนี้บนบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 7% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 3.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังไม่ได้คำนึงถึงคุณสมบัติในการอำนวยความสะดวกของบรรจุภัณฑ์เลย จึงควรปรับปรุงให้บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีเรขศิลป์เพื่อการอำนวยความสะดวกมากขึ้นกว่าเดิม

2.1 **คงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกัน**

คุณสมบัติเรขศิลป์ในการคงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันจะใช้เฉพาะกับสินค้าที่มีหลากหลายประเภทที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายเดียวกันเท่านั้น ดังนั้น จึงไม่พบการใช้เรขศิลป์เพื่อตอบสนองต่อคุณสมบัติข้อนี้บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเลย เนื่องจากส่วนมากกลุ่มแม่บ้านหนึ่งกลุ่มจะผลิตสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่พบว่ามีใช้วิธีจัดวางแบบเดียวกันทุกชิ้นบนบรรจุภัณฑ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันเฉพาะ 41% บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม เฉลี่ยคิดเป็น 20.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด และบนสินค้าที่จัดวางเหมือนกันเหล่านั้นมีการใช้สีที่แตกต่างกันเพื่อการแบ่งแยกประเภท 31% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม คิดเป็น 15.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด



1. การจัดวางแบบเดียวกันบนบรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นในเครือผู้ผลิตเดียวกัน
2. การใช้สีแตกต่างกันเพื่อการแบ่งแยกประเภทสินค้า

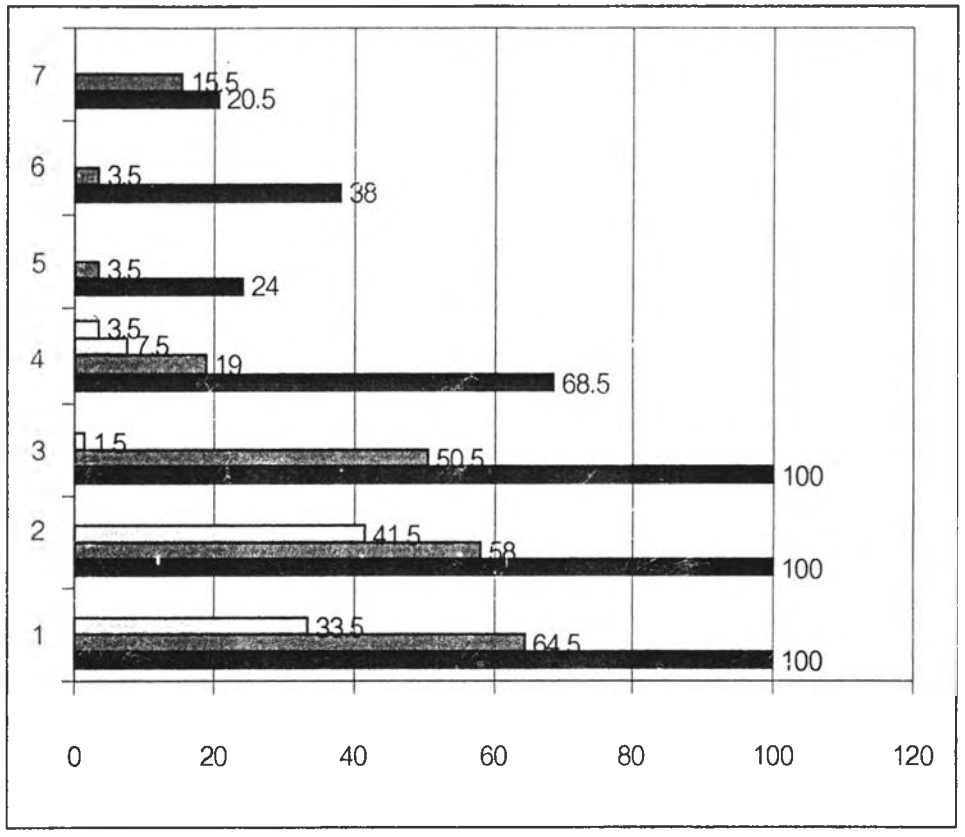
ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อคงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกัน

การที่ไม่มีการคงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแต่ละกลุ่มทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านขาดความน่าเชื่อถือและตัดโอกาสที่จะขายได้ไปโดยปริยาย เพราะต่างออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกมาวางแข่งกันเอง ทั้งๆ ที่ใช้ชื่อนำหน้าว่า "กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร" เหมือนกัน ดังนั้น การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม –

แม่บ้านเกษตรกรให้คงรักษาเอกลักษณ์เหมือนกันทั้งหมด จึงน่าจะเป็นหนทางในการแก้ปัญหาดังกล่าวได้ โดยการเน้นภาพลักษณ์ขององค์กรขนาดใหญ่ คือ "กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร" เป็นจุดขายร่วมกันจะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและเป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้ง่ายกว่าการแยกจำหน่ายและแข่งกันเองเหมือนแต่ก่อน

หลักการใช้เรขศิลป์ทั้งหมดเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด สามารถนำมาจัดลำดับตามองค์ประกอบของเรขศิลป์แต่ละชนิด ได้ข้อสรุปเป็นสถิติการใช้เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ดังต่อไปนี้

1. การจัดวางแบบเดียวกันบนบรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นในเครือผู้ผลิตเดียวกัน
   - การใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงชื่อสินค้า 100%
   - การใช้ภาพสินค้าหรือวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับสินค้า 64.5%
   - การใช้สีของสินค้าหรือวัตถุดิบ 33.5%
2. การใช้สีแตกต่างกันเพื่อการแบ่งแยกประเภทสินค้า
   - การใช้ตัวอักษรแสดงชื่อผู้ผลิต 100%
   - การใช้สัญลักษณ์แสดงผู้ผลิต 58%
   - การใช้ตัวอักษรแสดงตราสินค้า 41.5%
3. การแสดงคุณประโยชน์ของสินค้า
   - การใช้ตัวอักษรแสดงรายละเอียดของสินค้า 100%
   - การใช้ตัวอักษรแสดงคำโฆษณาชวนเชื่อ 50.5%
   - การใช้ภาพแสดงคุณประโยชน์และการใช้งานสินค้า 1.5%
4. การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
   - การใช้สีสด สีตัดกัน 68.5%
   - การใช้ภาพขนาดใหญ่ 19%
   - การใช้สีแตกต่างจากคู่แข่ง 7.5%
   - การจัดวางในทิศทางที่แตกต่างจากคู่แข่ง 3.5%
5. การส่งเสริมการโฆษณาหรือการรณรงค์
   - การใช้สัญลักษณ์รางวัลและตรารับรองคุณภาพ 24%
   - การใช้ตัวอักษรแสดงกิจกรรมส่งเสริมการขาย 3.5%
6. การอำนวยความสะดวก
   - การใช้สัญลักษณ์รหัสแท่ง 38%
   - การใช้ตัวอักษรแสดงตารางโภชนาการ 3.5%
7. การคงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกัน
   - การจัดวางเหมือนกันทุกชิ้น 20.5%
   - การใช้สีแตกต่างเพื่อการแบ่งแยกประเภทสินค้า 15.5%



ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด

จากตารางสรุปผลการวิเคราะห์รูปแบบเรขศิลป์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด พบว่ามีวิธีการเรขศิลป์หลายวิธีเพื่อตอบสนองคุณสมบัติแต่ละข้อ หากจะนำวิธีการทั้งหมดมาออกแบบลงบนบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจะเป็นไปได้ยาก ดังนั้นในการออกแบบผู้วิจัยจึงคัดเลือกวิธีการที่นิยมใช้มากที่สุดจากคุณสมบัติแต่ละข้อมาใช้ก่อนเป็นอันดับแรก และคัดเลือกวิธีที่นิยมรองลงมาใช้เป็นอันดับถัดไป แต่จะไม่ใช้ให้ครบทุกวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสวยงามและเหมาะสมเป็นสำคัญ

ยกเว้นคุณสมบัติการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคที่จะไม่ใช้วิธีที่นิยมที่สุด เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งทั่วไป (หน้า 161-162)

2. ผลการวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ตามหลักการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย พบว่ามีการนำองค์ประกอบของเรขศิลป์ต่างๆ มาใช้เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น ทั้งวิธีการที่ตรงตามหลักการเบื้องต้น วิธีการที่ตรงตามหลักการแต่ยังไม่มีผู้ใช้มาก่อน และวิธีการที่ไม่ตรงกับหลักการแต่สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นไทยได้เช่นเดียวกัน มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

หลักการเบื้องต้น		วิธีการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มรวมกัน	
		วิธีการที่ตรงกับหลักการ	**วิธีการที่ไม่ตรงกับหลักการ**
ภาพ	1.การใช้ภาพเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม		การใช้ภาพลวดลายจากจิตรกรรมไทยประดับขอบและมุม
	2.การใช้ภาพเลียนลักษณะพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติ		การใช้ภาพชาวบ้านแต่งกายในชุดพื้นเมือง
	3.การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม		การใช้ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น
สี	4.การใช้สีแบบดั้งเดิมของไทย	การใช้คู่สีของไทย	
ตัวอักษร	7.การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิม	ใช้ตัวอักษรแบบสุโขทัย อยุธยา และรัตนโกสินทร์	ใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงความเป็นไทยและสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่น
การจัด	8.การจัดวางแบบดั้งเดิม	การจัดวางแบบสมมาตร	
		การจัดวางภาพต้นแบบซ้ำจนเกิดเป็นลวดลาย	

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามหลักการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์สามารถจำแนกวิธีการออกแบบเรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นที่บรรจุภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างใช้ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1 วิธีการที่ตรงกับหลักการ

วิธีการที่ตรงกับหลักการ คือ วิธีออกแบบเรขศิลป์ที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างทั้งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมที่ตรงกับหลักการเบื้องต้นซึ่งได้จากบทที่ 3 ประกอบด้วย 4 วิธีได้แก่

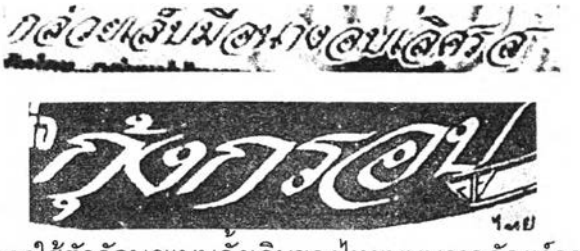
1. <u>การจัดวางแบบสมมาตร</u>

การจัดวางแบบสมมาตรเป็นวิธีการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการใช้การจัดวางแบบดั้งเดิมเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น พบว่าเป็นวิธีการที่นิยมใช้มากที่สุด โดยพบบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 75% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และพบบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 24% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 49.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

2. <u>การใช้ตัวอักษรดัดแปลงมาจากรูปแบบตัวอักษรแบบดั้งเดิม</u>

การใช้ตัวอักษรที่ดัดแปลงมาจากอักษรสุโขทัย อักษรอยุธยา และอักษรสมัยรัตนโกสินทร์ พบว่ามีการใช้อักษรทั้ง 3 รูปแบบนี้บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 29% และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 17% เฉลี่ยคิดเป็น 23% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ในจำนวนนี้เป็นอักษรแบบตัวคัดลายมือสมัยรัตนโกสินทร์มากที่สุด คิดเป็น 58% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดที่ใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิม และใช้อักษรอยุธยา 12% น้อยที่สุดคือตัวอักษรแบบสุโขทัยมีผู้ใช้ 9% จำจำนวนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดที่ใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิมเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น



ภาพที่ 34 ตัวอย่างการใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิมของไทยบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

3. <u>การจัดวางแบบซ้ำ</u>

การจัดวางแบบซ้ำเป็นอีกวิธีการหนึ่งตามออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการใช้การจัดวางแบบดั้งเดิมเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น ที่จัดวางภาพแบบซ้ำๆ จนเกิดเป็นลวดลายวิจิตรบรรจง พบว่ามีกลุ่มบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างใช้วิธีการนี้ตรงตามหลักการเบื้องต้น โดยพบบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 13% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 14% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 13.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

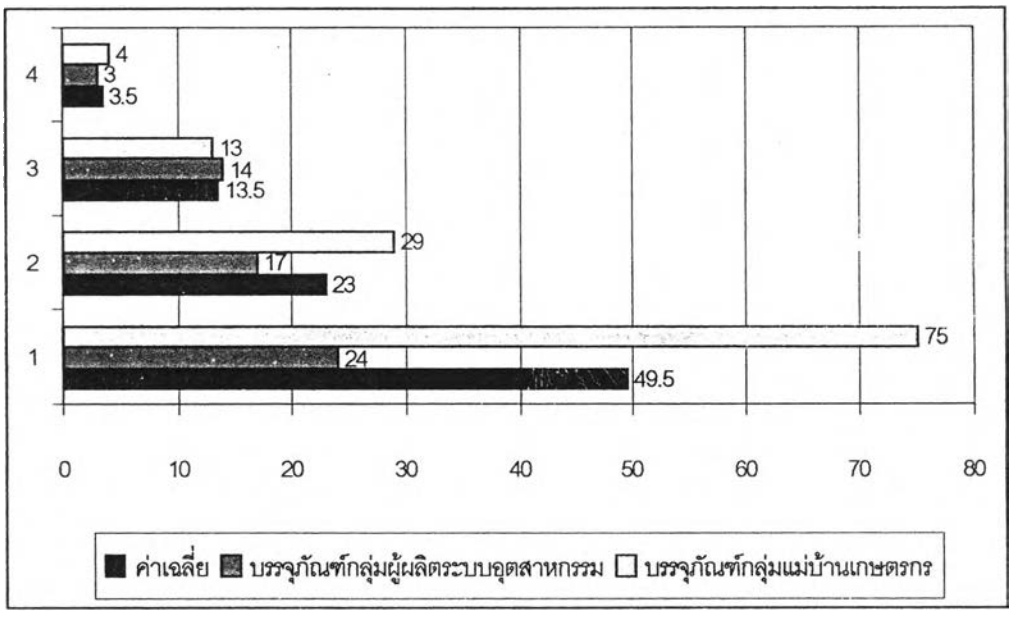
ภาพที่ 35 ตัวอย่างการจัดวางแบบซ้ำบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

4. <u>การใช้คู่สีของไทย</u>

พบว่ามีการใช้คู่สีของไทยแบบดั้งเดิม คือ การใช้สีพื้นเป็นสีเข้ม ตัดกับลวดลายที่ใช้สีสว่างแวววาว ได้แก่ สีแดงและสีทอง โดยมีการใช้วิธีการนี้บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 4% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 3% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 3.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ภาพที่ 36 ตัวอย่างการใช้คู่สีของไทยบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

จากผลการวิเคราะห์สรุปว่ามีวิธีการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและของผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมที่ตรงกับหลักการเบื้องต้น เรียงตามสถิติต่อไปนี้



1. การจัดวางแบบสมมาตร
2. การใช้ตัวอักษรดัดแปลงมาจากรูปแบบตัวอักษรดั้งเดิม
3. การจัดวางแบบซ้ำ
4. การใช้คู่สีของไทย

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างและตรงกับหลักการเบื้องต้น

2.2 วิธีการที่ตรงกับหลักการแต่ยังไม่มีผู้ใช้มาก่อน

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม จากหลักการเบื้องต้นในการออกแบบเรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทยที่ได้แนวทางมาจากทฤษฎีการสร้างภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่น จำนวนทั้งหมด 8 ทฤษฎี พบว่ามีเพียง 4 หลักการเท่านั้นที่ปรากฏการใช้งานจริงในประเทศไทย ส่วนอีก 4 ทฤษฎีที่คาดว่าจะสามารถสร้างภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ไทยได้ แต่ยังไม่มีผู้ใดเคยใช้วิธีการเหล่านี้มาก่อน ได้แก่

1. <u>การใช้ภาพเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม</u>

การใช้ภาพเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิมเป็นวิธีการที่คาดว่าจะสามารถสร้างภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ของไทยได้ ตามที่ญี่ปุ่นเคยทำและประสบความสำเร็จมาแล้ว โดยการเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิมของไทย ได้แก่ การห่อ การมัก และการจักสาน (หน้า 63-65)

2. <u>การใช้ภาพเลียนลักษณะพื้นผิววัสดุธรรมชาติ</u>

การใช้ภาพเลียนลักษณะพื้นผิววัสดุธรรมชาติที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์อาหารแบบดั้งเดิมของไทย ได้แก่ ไผ่หวาย ใบตอง ใบมะพร้าวและใบตาล รวมทั้งวัสดุประจำท้องถิ่นอื่นๆ (หน้า 66-67) คาดว่าจะสามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ได้เช่นกัน แต่ยังไม่ปรากฏมีผู้ใช้วิธีการนี้มาก่อนบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 กลุ่ม

3. <u>การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม</u>

การใช้วัสดุธรรมชาติของไทยประกอบอย่างเหมาะสม คือ เป็นวัสดุที่มีความคงทน และใช้ในปริมาณน้อย จะช่วยสร้างภาพลักษณ์พื้นถิ่นได้เช่นเดียวกัน โดยตัวอย่างของวัสดุธรรมชาติของไทยที่มีความเหมาะสม เช่น การใช้กระดาษสา และเชือกกล้วย เป็นต้น (หน้า 68)

4. <u>การใช้สีเบญจรงค์</u>

การใช้สีเบญจรงค์ คือการใช้สีที่เกิดจากการผสมแม่สีทั้ง 5 ของไทย นำมาใช้พร้อมๆ กัน เกิดรูปแบบหลากสี (หน้า 70-71) ซึ่งการใช้สีแบบเบจรงค์นี้จะไม่เหมาะสมนักในแง่การผลิตและการนำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย เพราะการพิมพ์สีมากจะทำให้ต้นทุนการผลิตสูงตามไปด้วย ความเป็นไปได้ในการประยุกต์หลักการใช้สีเบญจรงค์มาใช้บนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อให้เหมาะสมกับการผลิต คือ การลดปริมาณการใช้สีลงก็จะสามารถนำหลักการนี้มาประยุกต์เพื่อสร้างภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ไทยได้อย่างเหมาะสม

3. **วิธีการที่ไม่ตรงกับหลักเกณฑ์เบื้องต้น**

นอกจากวิธีการตามหลักเกณฑ์เบื้องต้นในการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากบทที่ 3 แล้ว จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างยังมีการค้นพบหลักการที่ไม่ตรงกับหลักเกณฑ์เบื้องต้นเลย แต่สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทยบนบรรจุภัณฑ์ได้เช่นเดียวกัน ประกอบด้วยวิธีการใช้องค์ประกอบศิลป์ 4 วิธี ดังต่อไปนี้

1. <u>การใช้ภาพลวดลายจากจิตรกรรมไทย</u>

จากผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่า มีการใช้ภาพลวดลายต้นแบบจากจิตรกรรมไทย ตัวอย่างเช่น ลายดอก และลายเถาต่างๆ ในการตกแต่งขอบ มุมหรือเป็นพื้นหลังของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นไทยบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตกรจำนวน 13% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 14% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 13.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ภาพที่ 37 ตัวอย่างการใช้ลวดลายจากจิตรกรรมไทยบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

2. <u>การใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงบุคลิกความเป็นไทย</u>

การใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงบุคลิกความเป็นไทย คือการใช้ตัวอักษรที่ออกแบบขึ้นมาใหม่โดยไม่ได้ดัดแปลงมาจากรูปแบบอักษรดั้งเดิมของไทยเลย แต่สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นไทยได้เช่นเดียวกัน พบมีการใช้วิธีการนี้บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 4% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม 14% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 9% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ภาพที่ 38 ตัวอย่างการใช้อักษรร่วมสมัยเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

3. <u>การใช้ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น</u>

การใช้ภาพอีกลักษณ์หนึ่งที่ค้นพบเป็นวิธีการใหม่บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของไทยที่สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นให้ปรากฏได้ คือ การใช้ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นแล้วยังสามารถบ่งชี้แหล่งที่มาของสินค้าได้อีกด้วย โดยพบการใช้วิธีการนี้บนบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่ม บนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการใช้วิธีการนี้ 4% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม และบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมใช้ 3% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 3.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

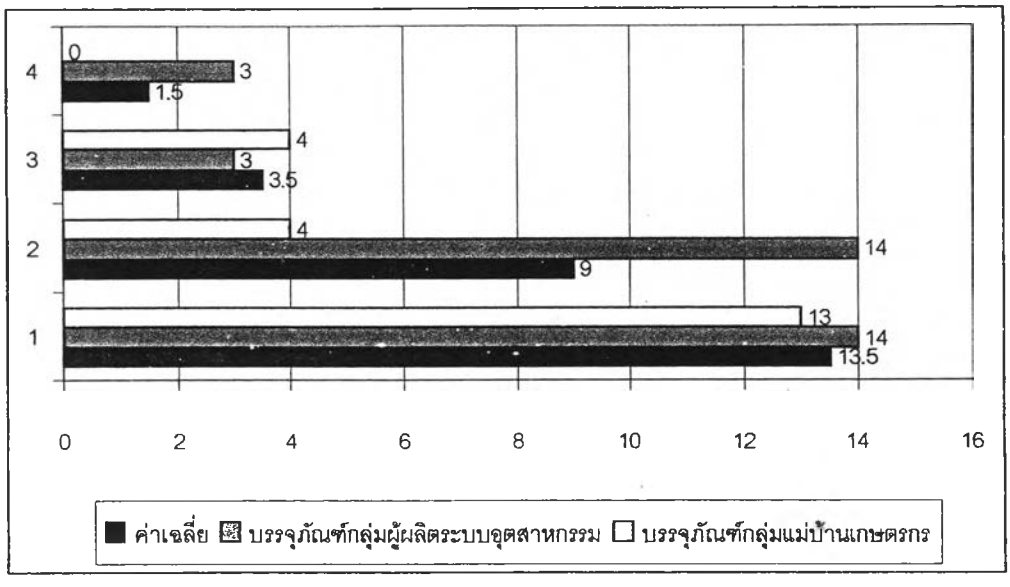
ภาพที่ 39 ตัวอย่างการใช้ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

4. <u>การใช้ภาพชาวบ้านแต่งกายในชุดพื้นเมือง</u>

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างพบว่ามีการใช้ภาพอีกลักษณะหนึ่งที่สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทยได้เช่นเดียวกันคือภาพชาวบ้านผู้ผลิตแต่งกายในชุดพื้นเมือง เช่น ชุดชาวเขาอยู่บนบรรจุภัณฑ์ซึ่งนอกจากจะสามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นได้แล้ว ยังสามารถบ่งชี้ถึงผู้ผลิตได้อีกด้วย แต่พบวิธีการนี้เฉพาะบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม คิดเป็น 3% ของบรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม เฉลี่ยคิดเป็น 1.5% ของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ภาพที่ 40 ตัวอย่างการใช้ภาพชาวบ้านแต่งกายชุดพื้นเมืองบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปสถิติการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกและกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมที่ไม่ตรงกับทฤษฎีแต่สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นได้เช่นเดียวกัน เป็นสถิติดังต่อไปนี้



1. การใช้ภาพลวดลายจิตรกรรมไทย
2. การใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงบุคลิกความเป็นไทย
3. การใช้ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น
4. การใช้ภาพชาวบ้านแต่งกายในชุดพื้นเมือง

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีคุณสมบัติเรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างและไม่ตรงกับหลักการเบื้องต้น

การนำผลการวิเคราะห์รูปแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เนื่องจากมีวิธีการใช้เรขศิลป์ที่หลากหลายมากจนไม่สามารถใช้ทุกวิธีการพร้อมกันบนบรรจุชิ้นเดียว ผู้วิจัยจึงต้องคัดเลือกวิธีการที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ โดยไม่นำทุกวิธีมาใช้แต่จะคัดเลือกโดยยึดหลักของการสร้างตราสินค้า คือ การทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้มีความโดดเด่นและสามารถแข่งขันกับตลาดได้ (หน้า 24)

เนื่องจากผลการวิเคราะห์แบ่งการใช้เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ตรงกับหลักการเบื้องต้น กลุ่มที่ตรงกับหลักการแต่ไม่ปรากฏการใช้งาน และกลุ่มที่ไม่ตรงกับหลักการเลย เมื่อนำทั้ง 3 กลุ่มมาพิจารณาคัดเลือกตามหลักการสร้างตราสินค้าพบว่าควรเลือกวิธีการที่ไม่ปรากฏการใช้งานมาก่อน เพื่อสร้างความแตกต่างโดดเด่นให้กับสินค้า แต่เนื่องจากกลุ่มที่ไม่ตรงกับหลักการแต่สามารถแสดงภาพลักษณ์ท้องถิ่นไทยได้ เป็นวิธีการแสดงภาพลักษณ์เฉพาะของไทยที่ไม่เคยปรากฏในหลักการใดๆ มาก่อน เป็นวิธีการมีความเป็นเอกเทศน์ของไทยสูง ผู้วิจัยจึงคัดเลือกกลุ่มนี้มาทำการออกแบบด้วย โดยคัดเลือกทุกวิธีการใน 2

กลุ่มมาใช้ แต่จะให้น้ำหนักความสำคัญกับแต่ละวิธีการไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความสวยงามและความเหมาะสมเป็นสำคัญ

ดังนั้นวิธีการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่เลือกใช้ในการออกแบบ ประกอบด้วย

วิธีการตรงกับหลักการเบื้องต้นแต่ไม่ปรากฏการใช้งานมาก่อน

1. การใช้ภาพเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม
2. การใช้ภาพเลียนลักษณะพื้นผิววัสดุธรรมชาติ
3. การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม
4. การใช้สีเบญจรงค์

วิธีการไม่ตรงกับหลักการเบื้องต้นแต่สามารถแสดงภาพลักษณ์ท้องถิ่นไทยได้

5. การใช้ภาพลวดลายจากจิตรกรรมไทย
6. การใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงบุคลิกความเป็นไทย
7. การใช้ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่น
8. การใช้ภาพชาวบ้านแต่งกายในชุดพื้นเมือง

สำหรับกลุ่มวิธีการใช้เรขศิลป์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นที่ตรงกับทฤษฎีและปรากฏการใช้งานอยู่ในปัจจุบันเนื่องจากเป็นวิธีการที่มีการใช้งานค่อนข้างมากในท้องตลาดอยู่แล้ว ผู้วิจัยจึงไม่เน้นที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ แต่จะเลือกบางวิธีการมาใช้ประกอบตามความเหมาะสม วิธีเหล่านั้น ได้แก่

1. การจัดวางแบบสมมาตร
2. การใช้ตัวอักษรดัดแปลงมาจากรูปแบบตัวอักษรแบบดั้งเดิม
3. การจัดวางแบบซ้ำ
4. การใช้คู่สีของไทย