

การศึกษาและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนา เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ล้านนา¹

(Study and development of Lanna identity
graphic for packaging of Lanna product)

ศรีشنا เจริญเนตร^{*}

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ล้านนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก และพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาประยุกต์ใช้สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีการนำรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนามาใช้ในการออกแบบ ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับ 2 ดาว จำนวน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านโป่งร้อน ต.ใหม่พัฒนา อ.เกาะคา จ.ลำปาง (2) กลุ่มเจียรไนแก้วโป่งข่าม (ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ) บ้านไร่ ต.แม่ถอด อ.เถิน จ.ลำปาง (3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ธัญพืช (นายอาตุลย์ ลามา) ต.เกาะคา อ.เกาะคา จ.ลำปาง (4) กลุ่มผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปกล้วยบ้านสามขา ผลิตภัณฑ์กล้วยอบนุ่มลิ้น ต.หัวเสือ อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าปักประติษฐ์เคหะภัณฑ์บ้านน้ำไทรง ต.บ่อแฮ้ว อ.เมือง จ.ลำปาง นำผลการประเมินมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในด้านความเหมาะสมในการนำรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ การประเมินแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรกให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาที่นำมาประยุกต์ใช้บนบรรจุภัณฑ์ โดยแบ่งลงรายละเอียดเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มลวดลายล้านนาที่พบในงานประติมากรรม (2) กลุ่มลวดลายล้านนาที่พบในงานลายคำ (3) กลุ่มลวดลายล้านนาที่พบในงานจิตรกรรม (4) กลุ่มลวดลายล้านนาที่พบในงานหัตถกรรม พบว่ากลุ่มลวดลายที่พบในงานจิตรกรรมล้านนาเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกมีลักษณะเหมาะสมมากที่สุด สืบถึงความเป็นอัตลักษณ์ล้านนาได้มากที่สุด มีคะแนนประเมินเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.41 จากนั้นขั้นตอนที่สอง นำลวดลายทั้ง 4 กลุ่ม

¹ทุนวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

^{*}อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง

ไปใช้ในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อหาความพึงพอใจจากบุคคลทั่วไป โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรก เป็นเรื่องความพึงพอใจในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ พบว่าบุคคลทั่วไปให้คะแนนความพึงพอใจในทุกองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์มากกว่า 4 คะแนนซึ่งเป็นระดับดี โดยในด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีขนาดพอเหมาะกับการใช้งานกับการจับถือในทุกๆ ผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.45 ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์กล้วยอบต้นน้ำมีความเหมาะสมในด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.40 ในส่วนที่ 2 เป็นเรื่องความพึงพอใจในด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจด้านภาพประกอบที่มีการใช้งานที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.53 ผลิตภัณฑ์ลูกประคบโป่งร้อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจในการประเมินด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุด คือ 4.40 และจากผลการประเมินด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญและแบบสอบถามพบว่าได้ผลการประเมินที่สอดคล้องกัน คือมีความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของลูกประคบโป่งร้อนมากที่สุด เนื่องจากการใช้ลวดลายในกลุ่มลวดลายที่พบในงานจิตรกรรมล้านนา ซึ่งในที่นี้ใช้ลวดลายบุคคลซึ่งมีลักษณะท่วงท่าและการแต่งกายที่ชัดเจน แสดงออกถึงความเป็นล้านนา มีการวางองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสม ลวดลายมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และการใช้ตัวอักษรมีความเหมาะสมกลมกลืนกันเป็นอย่างดี

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ล้านนา/บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ล้านนา

Abstract

The study and development of Lanna structural identity for use in designing packaging for Lanna products. The aim is to investigate the structure of Lanna identity in the application of graphic design and develop this application for package design. The study was undertaken by an evaluation of consumer opinion regarding the design of Lanna style packaging. The evaluation used sample groups made up from 5 groups of 2-star community-based producers including;

1. Producers of the herbal compress product at Bahn Pong Rawn, T. Pattana Mai A. Koh Kha Lampang Province.
2. Producers of quartz crystal cut glass products (for jewelry) in Bahn Rai, T. Mae Tawt, A. Thoen, Lampang Province.
3. Producers of the model horses (Mr. Ahdulis Lamah) T. Ko Kha, A. Ko Kha, Lampang Province.
4. The community-based enterprise that process bananas to produce baked bananas at Bahn Sam Kha, T. Hua Sua, A. Mae Tha, Lampang Province.
5. Producers of embroidered fabric at Bahn Nam Thong, T. Baw Haew, A. Muang, Lampang Province.

The results from the evaluation were collected and subject to statistical analysis to determine frequency, percent and average. The evaluation was divided into 2 stages. The first stage involved the experts assessment of the Lanna styles applied to the packaging which determined 4 different groups of patterns which included;

1. The group of Lanna patterns that were derived from sculpture work.
2. The group of Lanna patterns that were derived from gold stencil work.
3. The group of Lanna patterns that were derived from paintings.
4. The group of Lanna patterns derived from folk craftwork.

It was found that the group of patterns derived from Lanna paintings had the most suitable characteristics to be applied in the graphic design, as it communicated the Lanna identity the best and had the highest average in the evaluation of 4.41. After this the second stage was to apply all 4 groups of patterns used in package design to the products from the 5 community-based sample groups in order to find the level of satisfaction from the general public. This stage of assessment was divided into 2 parts. The first part was about the level of satisfaction of the structure of the packaging. This showed that the general public gave a satisfaction level of over 4 for all the elements of the package thus it is a good level of satisfaction. Also the shape of the packaging was considered very suitable for handling in every product with a very high satisfaction level of 4.45. The packaging design for the baked banana products had the highest level of suitability for package design with an average level of 4.40.

The second part was an assessment of the level of satisfaction of the graphics on the packaging by finding the average level of satisfaction for the illustrations most suitable for promoting the product. The overall average level of satisfaction for this was 4.53. The herbal compress product from Bahn Pong Rawn received the highest level of satisfaction for the graphic design on the packaging with 4.40. The results of the packaging graphic design assessment from the specialist and the questionnaire to the general public both correspondingly found that the graphics design on the packaging of the herbal compress from Pong Rawn received the highest level of satisfaction. This was due to fact that the pattern used in the graphic was derived from Lanna style painting. This shows that the public clearly recognized the Lanna characteristics of the in the stylized costumes and poses of the graphic. The composition of the packaging is suitable. The pattern promotes the product and appropriate use of the Lanna writing blends it together well.

Keywords: Lanna Identity Packaging of Lanna Product

1. บทนำ

พื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนอันได้แก่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน น่าน เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่านมีอาณาบริเวณ ทางตอนเหนือของประเทศไทยหรือที่เรียกว่าดินแดนล้านนามีพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมแตกต่างจากวัฒนธรรมสากลโดยทั่วไปในหลายๆ ด้าน ชาวล้านนามีโครงสร้างพื้นฐานเป็นสังคมสายแม่ (Matriarchal Society) ให้ความสำคัญกับเพศหญิงที่ทำหน้าที่ดูแลเรื่องการเงินอยู่ และความอยู่รอดของครอบครัว และสิ่งที่ยังยึดถือต่อเนื่องมาจนทุกวันนี้คือการนับถือผีบรรพบุรุษ ที่ช่วยปกป้องรักษาความอยู่ดีกินดีของลูกหลานและญาติพี่น้อง รอดพ้นจากการเจ็บป่วยและความอัปมงคลต่าง ๆ จนเมื่อมีการแพร่เข้ามาของพุทธศาสนาที่มีรูปแบบที่ชัดเจนกว่า ชาวล้านนามีโลกทัศน์กว้างขึ้น เริ่มให้ความสำคัญต่อผู้ชาย นักปกครอง เจ้านาย พระสงฆ์ จนผู้ชายมีบทบาทมากขึ้นทางด้านความเชื่อและวัฒนธรรม ในขณะที่บทบาทของผู้หญิงที่นับถือผีก็ยังคงดำเนินอยู่ กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของชายชาวล้านนาที่มีความถนัดทางช่าง หรือความรู้ติดตัว อาจสร้างงานหัตถกรรม เช่น การทำเครื่องจักสาน ของใช้ในครัวเรือนหรือการสร้างบ้าน สิ่งก่อสร้างอื่น ซึ่งมีรูปแบบของงานที่มีลักษณะเฉพาะตัวสูง หากใครที่มีมือดีจะได้รับการสรรเสริญให้เป็นสลาหรือช่าง รูปแบบของงานหัตถกรรมล้านนาส่วนใหญ่่นั้นเกิดจากการสร้างสรรค์งานเพื่อวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และการสร้างงานเพื่อประโยชน์ใช้สอย ซึ่งมีลักษณะเด่นในลวดลาย รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ และเทคนิคในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม ในปัจจุบันการสร้างสรรคงานศิลปหัตถกรรมนั้นนับว่าเป็นภูมิปัญญาของชาวล้านนาที่ยังสืบทอดกันมาสามารถสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

อัตลักษณ์ล้านนามีความหมายในลักษณะกว้างๆ ที่แสดงตัวตน ชีวิตความเป็นอยู่แต่มีความชัดเจนในเรื่องรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะ วิถี พานิชพันธ์ (2549: 7-14) กล่าวถึงลักษณะพระพุทธรูปของล้านนามีลักษณะพระพักตร์ที่กลม มีความอ้วนเอน ส่วนลวดลายประดับก็จะใหญ่ๆ งานทางด้านประติมากรรม จะสนใจเรื่องของรูปร่าง (Form) มากกว่าความถูกต้อง รูปร่างและรูปทรงในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม มาจากลักษณะของพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ส่งผลให้งานในศิลปกรรมและงานหัตถกรรมของดินแดนล้านนามีรูปทรงส่วนใหญ่ที่มีลักษณะกลมมน แทนความอ้วนเอนและอุดมสมบูรณ์ รูปทรงที่ปรากฏเด่นชัด คือรูปทรงในงานประติมากรรม การปั้น การแกะสลัก การสร้างสรรค์งานแบ่งเป็นสกุลช่างที่รับอิทธิพลมาจากภาคกลาง และสกุลช่างพื้นเมือง ทำให้รูปแบบของรูปร่างรูปทรงที่ปรากฏแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ แต่ภาพรวมของรูปทรงที่ปรากฏจะเป็นจะเป็นลักษณะการมองไกลเพื่อความเด่นชัดเรียกว่า Long Shot มากกว่ารายละเอียดความถูกต้องในเรื่องของสัดส่วน รูปทรงในงานหัตถกรรมจะถูกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอย เช่น งานจักสาน กล่องข้าว กระบุง หรืออุปกรณ์จับสัตว์ สัตว์ที่ใช้ในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม ด้วยภูมิประเทศที่เป็นภูเขาหินทราย และมีดินแดงและดินเหลืองเป็นสีจากธรรมชาติ จึงนิยมนำมาใช้เขียนสีในงานเครื่องปั้นดินเผา และงานเครื่องเซรามิกที่มีต้นรักในป่าและสีชาดที่ผสมในยางรัก จึงเป็นลักษณะของสีที่เป็นเอกลักษณ์ในงานเครื่องเซรามิกคือ สีดำ และสีแดง ส่วนภาพเขียนหรืองานประดับตกแต่งในศาสนสถานนั้นนิยมเขียนลายทองบนพื้นแดง เพื่อแสดงให้เห็นถึงศรัทธาอันแรงกล้าในพุทธศาสนา ส่วนภาพจิตรกรรมโดยทั่วไปนั้นคู่สีที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นคู่สีน้ำเงินครามและสีแดง เป็นสีที่สังเกตได้ว่าสีที่ใช้ในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรมในดินแดน

ล้านนาจะใช้สีที่ได้จากธรรมชาติ ปรากฏเป็นคู่สีในงานที่แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่ผสมผสานธรรมชาติกับการสร้างสรรค์งานของชาวล้านนาได้อย่างลงตัว

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในกลุ่มภาคเหนือในปัจจุบัน หลังจากรัฐบาลได้ดำเนินการตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แล้วทำให้ชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศมีการตื่นตัวและมีการสร้างงานสร้างอาชีพ ทั้งอาชีพหลัก อาชีพเสริมกันเป็นวงกว้าง ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ในเขตภาคเหนือหรือกลุ่มล้านนาก็เป็นกลุ่มที่มีความสนใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องแต่ยังขาดการใส่ใจและแสดงลักษณะเด่นที่แสดงอัตลักษณ์ล้านนาที่ชัดเจน การให้ความรู้และคำแนะนำต่อผลิตภัณฑ์พื้นบ้านกับการใช้งานที่เหมาะสม การตลาดที่ดี มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่สื่อความเป็นล้านนา มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจจักผลิตภัณฑ์มากขึ้น ผลิตภัณฑ์ในชุมชนหลายอย่างที่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายในท้องตลาดนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบกราฟิกที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์ล้านนา ซึ่งเป็นการส่งเสริมความเป็นท้องถิ่นด้านหนึ่ง การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญและบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นสื่อโฆษณาที่สำคัญอย่างหนึ่ง (Silent Salesman) ดังนั้นถ้ามีการศึกษาและพัฒนา รูปแบบอัตลักษณ์ของล้านนาเพื่อทำเป็นกราฟิกสำเร็จรูปในการนำไปใช้งานได้อย่างสะดวกย่อมจะมีประโยชน์ต่อกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผลิตภัณฑ์พื้นบ้านล้านนาต่างๆ สามารถนำไปใช้และสร้างแบรนด์ของสินค้าของกลุ่มได้ อีกทั้งเป็นการเผยแพร่งานศิลปะล้านนาในรูปแบบร่วมสมัยที่ให้คนรุ่นใหม่สัมผัสได้ง่ายขึ้นจากลวดลายกราฟิกนี้

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่ศึกษาและพัฒนา รูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาขึ้น เพื่อเป็นแหล่งกราฟิกสำเร็จรูปที่กลุ่มผู้ผลิตสามารถนำไปใช้ได้สะดวกขึ้น ซึ่งจะมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่จะพัฒนาขึ้นร่วมกับกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ซึ่งการพัฒนา รวมถึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ การนำกราฟิกที่พัฒนาขึ้นมาใช้และเผยแพร่ในรูปแบบของไฟล์งานสำเร็จรูปพร้อมใช้บรรจุใน CD-ROM ซึ่งงานวิจัยนี้จะมีประโยชน์ต่อกลุ่มที่ผลิตสินค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีปัญหาเรื่องบรรจุภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมการตลาดและเพิ่มความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิต เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจและสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนในการคงไว้ในศิลปะและวัฒนธรรมไทย ล้านนาไม่ให้อสูญหายไป

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก
- 2) เพื่อพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 3) เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีการนำรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนามาใช้ในการออกแบบจำนวน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์

3. วิธีการดำเนินงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน

1.1 ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

จำนวนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 กลุ่ม โดยเลือกจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 50 กลุ่ม โดยกลุ่มที่เลือกคือกลุ่มผู้ผลิตที่มีปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับ 3-2 ดาว ลงมา มีกลุ่มผู้ผลิตดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านโป่งร้อน ต.ใหม่พัฒนา อ.เกาะคา จ.ลำปาง
- 2) กลุ่มเจียรไนแก้วโป่งข่าม ผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับ 144/1 นาบ้านไร่ ต.แม่ถอด อ.เถิน จ.ลำปาง
- 3) นายอาตุลย์ ลามา กลุ่มผลิตภัณฑ์ธมผ้าจำลอง ม.2 ต.เกาะคา อ.เกาะคา จ.ลำปาง
- 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปกล้วยบ้านสามขา ผลิตภัณฑ์ กล้วยอบนุ้มลั่น 99/1 ม.6 บ้านสามขา ต.หัวเสือ อ.แม่ทะ จ.ลำปาง
- 5) กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์เคหะภัณฑ์บ้านน้ำไทรงาม.5 ต.บ่อแก้ว อ.เมือง จ.ลำปาง

1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

- 1) อาจารย์ไพโรจน์ วีระประภา ตำแหน่งนักออกแบบอิสระและอาจารย์พิเศษ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 2) อาจารย์วิญญู ศักดาทร ตำแหน่งอาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมเกษตร สาขาวิชาพัฒนาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชี่ยวชาญด้านวัสดุและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านลวดลายล้านนา

- 1) อาจารย์ธีรชัย อักษรดิษฐ์ อาจารย์ประจำคณะวิจิตรศิลป์ ภาควิชาศิลปะไทย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 - 2) อาจารย์อนุกุล ศิริพันธ์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยแอลซีซีที จังหวัดลำปาง
- ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปกรรมล้านนา

1.4 ผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้ซื้อสินค้าในร้านค้าที่ขายของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง คือ การเข้าพัก ที่ชุมชนสถานที่ท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดราชการ ซึ่งเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมากกว่าวันปกติ โดยผู้วิจัยได้ทำการเจาะจงเลือกสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่ดังต่อไปนี้ ร้านขายของที่ระลึกบริเวณห้าแยกหอนาฬิกา ร้านขายของที่ระลึกบริเวณสถานีขนส่งจังหวัดลำปาง ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน

4. เครื่องมือที่ใช้วัดในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็นดังนี้

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการออกแบบกราฟิกโดยใช้หลักเกณฑ์ข้อมูล
2 ด้านคือ

1) ด้านรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนา ดังนี้

- 1.1) ลวดลายในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม
- 1.2) รูปร่างและรูปทรงในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม
- 1.3) สีที่ใช้ในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม
- 1.4) วัสดุและเทคนิคในงานหัตถกรรม

2) ด้านการพัฒนาารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
กราฟิก ดังนี้

- 2.1) สร้างความมีเอกลักษณ์
- 2.2) ดูเรียบง่ายสร้างความจดจำ
- 2.3) มีความเป็นสากล ร่วมสมัย
- 2.4) ใช้งานง่าย เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

แบบประเมินมีระดับและเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

- 5 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับที่ดีที่สุด
- 4 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับดี
- 3 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง ซึ่งแบ่งเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความต้องการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ และแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะของข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาและพัฒนาในการออกแบบ

ชุดที่ 2 แบบประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยการออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิก

ส่วนที่ 1 ประเมินด้านการออกแบบโครงสร้างที่ดี ดังนี้

- 1) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์รองรับผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม
- 2) รูปร่างเหมาะแก่การจับ ถือ หิ้ว
- 3) อำนวยความสะดวกต่อการนำผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้
- 4) ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรง

ส่วนที่ 2 ประเมินด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ดี ดังนี้

- 1) การดึงดูดความสนใจ
- 2) แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์หรือบุคลิกลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์

3) แสดงข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน

4) การจัดวางองค์ประกอบภาพ ตัวอักษร เหมาะสมสวยงาม

แบบประเมินมีระดับและเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

5 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับที่ดีที่สุด

4 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับดี

3 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีลักษณะการใช้งานที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.3 การสร้างเครื่องมือ (แบบประเมิน)

1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ล้านนา รูปแบบกราฟิกและรูปแบบบรรจุภัณฑ์

2) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3) สร้างแบบสอบถามและแบบประเมิน

5. การพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาและบรรจุภัณฑ์

วิธีการดำเนินการ

1) ติดต่อประสานงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปางเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเบื้องต้น

2) คัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการเรื่องรูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ แล้วเก็บข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์และวิเคราะห์ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมที่ใช้อยู่

3) สรุปสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

4) ศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาแบบดั้งเดิมเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาให้มีลักษณะเป็นงานกราฟิกเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

5) พัฒนาการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

6) นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญในเบื้องต้น เพื่อทำการพัฒนาแก้ไขในรายละเอียด

7) พัฒนารูปร่างภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 5 แบบ

8) เมื่อได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 5 แบบ ทำการประเมินตามวัตถุประสงค์ โดยสอบถามจากผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง

9) สรุปผลการดำเนินงาน และรายงานผลการดำเนินงาน

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่นำไปสู่การพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จ.ลำปาง ซึ่งเริ่มต้นด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือเป็นการค้นหา ศึกษาผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่ในชุมชน โดยมีวิธีการรวบรวมข้อมูลสรุปเป็นภาคเอกสารเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อทำการออกแบบรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจะต้องใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ลำดับหัวข้อดังนี้

1) การนำไปสู่ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความคิดเห็น ข้อมูลความต้องการเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ และแบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะของข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาและพัฒนา โดยผู้วิจัยใช้แบบประเมินกับผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ล้านนาและด้านการออกแบบจำนวน 4 ท่าน

2) จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เมื่อได้รูปแบบกราฟิกแล้วจึงนำมาใช้ในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 กลุ่ม

3) หลังจากได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผลิตภัณฑ์จำนวน 5 กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยจัดทำแบบประเมินวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเพื่อทดสอบตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ นำมาวิเคราะห์ผลและเขียนรายงานสรุป

7. การวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

7.1 วิเคราะห์ข้อมูลด้านเอกสารและงานวิจัย โดยเป็นการวิเคราะห์ที่ใช้หลักทฤษฎีเหตุผลมาเสนอในรูปแบบการบรรยายเพื่อหาความจริง ความคิดเห็นในด้านหลักการออกแบบรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

7.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบประเมิน ที่ได้จากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้บริโภค เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนา รูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

1) ตรวจสอบแบบสอบถาม แบบประเมินที่ผ่านการกรอรายละเอียดครบถ้วน

2) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

7.3 ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติดังต่อไปนี้

1) ค่าความถี่และค่าร้อยละ

2) ค่าเฉลี่ย (Mean)

7.4 สถานที่ทำการทดลอง/ เก็บข้อมูล

1) ห้องปฏิบัติการสาขาวิชาศิลปะการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง และบ้านเลขที่ 144 ถ.วังขวา ต.สบตุ๋ย อ.เมือง จ.ลำปาง

2) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่ม ในจังหวัดลำปาง

8. ผลการศึกษา

ผลการสรุปข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนาด้วยวิธีการสัมภาษณ์และกรอกแบบสอบถามแบบปลายเปิดจากกลุ่มผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านโป่งร้อน



รูปที่ 1

ผลิตภัณฑ์ลูกประคบ
สมุนไพรบ้านโป่งร้อน

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ กลุ่มเจียรไนแก้วโป่งข่าม



รูปที่ 2

ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ
กลุ่มเจียรไนแก้ว
โป่งข่าม

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 รถม้าจำลอง อาตุลย์ ลามา



รูปที่ 3

รถม้าจำลอง
อาตุลย์ ลามา



รูปที่ 4

ผลิตภัณฑ์
กล้วยอบต้นน้ำ



รูปที่ 5

ฉลากผลิตภัณฑ์
กล้วยอบต้นน้ำ

ผลิตภัณฑ์ที่ 5 ผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์เคหะภัณฑ์



รูปที่ 6

ผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์เคหะภัณฑ์



รูปที่ 7

ฉลากผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์
เคหะภัณฑ์

8.1 ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ

1) ด้านรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก จากผู้เชี่ยวชาญ

1.1) พัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานประติมากรรม

การศึกษาลวดลายล้านนาที่พบในงานประติมากรรม ซึ่งงานประติมากรรมแบบล้านนามีการสร้างขึ้นหลายเทคนิค ได้แก่ เทคนิคปูนปั้น และแกะไม้ มีลักษณะนูนต่ำ นูนสูง และลอยตัว โดยลวดลายได้เลือกนำมาพัฒนาเป็นลวดลายกราฟิกนั้น มีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ กลุ่มลายสัตว์และสัตว์หิมพานต์ ลายพันธุ์พฤกษา ลายประดิษฐ์

1.2) พัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานลายคำ

การศึกษาลวดลายล้านนาที่พบในงานลายคำ ซึ่งงานลายคำมีการสร้างขึ้นหลายเทคนิค ได้แก่ เทคนิคชุดลาย เทคนิคปิดทองลายฉลุ (stencil) และเทคนิคผสมลายชุดและปิดทองลายฉลุ โดยลวดลายได้เลือกนำมาพัฒนาเป็นลวดลายกราฟิกนั้นมีดังต่อไปนี้

1.3 พัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานจิตรกรรม

การศึกษาลวดลายล้านนาที่พบในงานจิตรกรรม ซึ่งงานจิตรกรรมส่วนใหญ่พบในวิหารล้านนาหรือสถาปัตยกรรมภายในวัด พระบฏ ฯลฯ โดยลวดลายที่ได้เลือกนำมาพัฒนาส่วนใหญ่เป็นลักษณะลวดลายที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตลักษณะท่าทางของมนุษย์โดยนำมาประยุกต์เป็นลวดลายกราฟิก

1.4) พัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานหัตถกรรม

การศึกษาลวดลายล้านนาที่พบในงานหัตถกรรม ซึ่งงานหัตถกรรมกับวิถีชีวิตของคนล้านนามีมากมายเกือบจะเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ใช้ในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็น ข้าวของเครื่องใช้ พิธีกรรมต่างๆ ที่เป็นแหล่งกำเนิดของเครื่องประกอบพิธีที่มีเอกลักษณ์แบบอย่างล้านนา เน้นน้อย ปัญญพวรรณ์ และคณะ (2537: 18) กล่าวไว้ว่า ในขณะที่ศิลปกรรมสำคัญเป็นสิ่งที่แสดงถึงความคิด ความเชื่อของผู้คนในอดีต หัตถกรรมก็เป็นสิ่งที่แสดงถึงชีวิตประจำวันของผู้คนในท้องถิ่นเป็นอย่างดี แม้ว่าหัตถกรรมจะเป็นงานฝีมือที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในระยยะสั้นๆ ไม่ใช่ถาวรวัตถุ แต่หัตถกรรมบ้านนา ก็เป็นที่รู้จักและนิยมเก็บสะสมกันในปัจจุบันมากมาย เช่น เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องเงิน ผ้าทอ และอื่นๆ ผู้วิจัยจึงได้ใช้สิ่งเหล่านั้นมาประยุกต์เป็นลวดลายกราฟิก

โดยการพัฒนาลวดลายทั้ง 4 กลุ่มขั้นตอนได้ทำการประเมินข้อมูล 2 ด้านคือ

(1) ด้านรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนา ดังนี้

- ก. ลวดลายในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม
- ข. รูปร่างและรูปทรงในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม
- ค. สีที่ใช้ในงานศิลปกรรมและงานหัตถกรรม
- ง. วัสดุและเทคนิคในงานหัตถกรรม

(2) ด้านการพัฒนาารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก ดังนี้

- ก. สร้างความมีเอกลักษณ์
- ข. ดูเรียบง่ายสร้างความจดจำ
- ค. มีความเป็นสากล ร่วมสมัย
- ง. ใช้งานง่าย เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ลวดลายล้านนาที่ออกแบบได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะในขณะเดียวกันได้ทำประเมินและให้ความเห็น รวมถึงคะแนนการประเมินที่ออกแบบแสดงในข้อที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกดังนี้

8.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก

1. การพัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานประติมากรรม



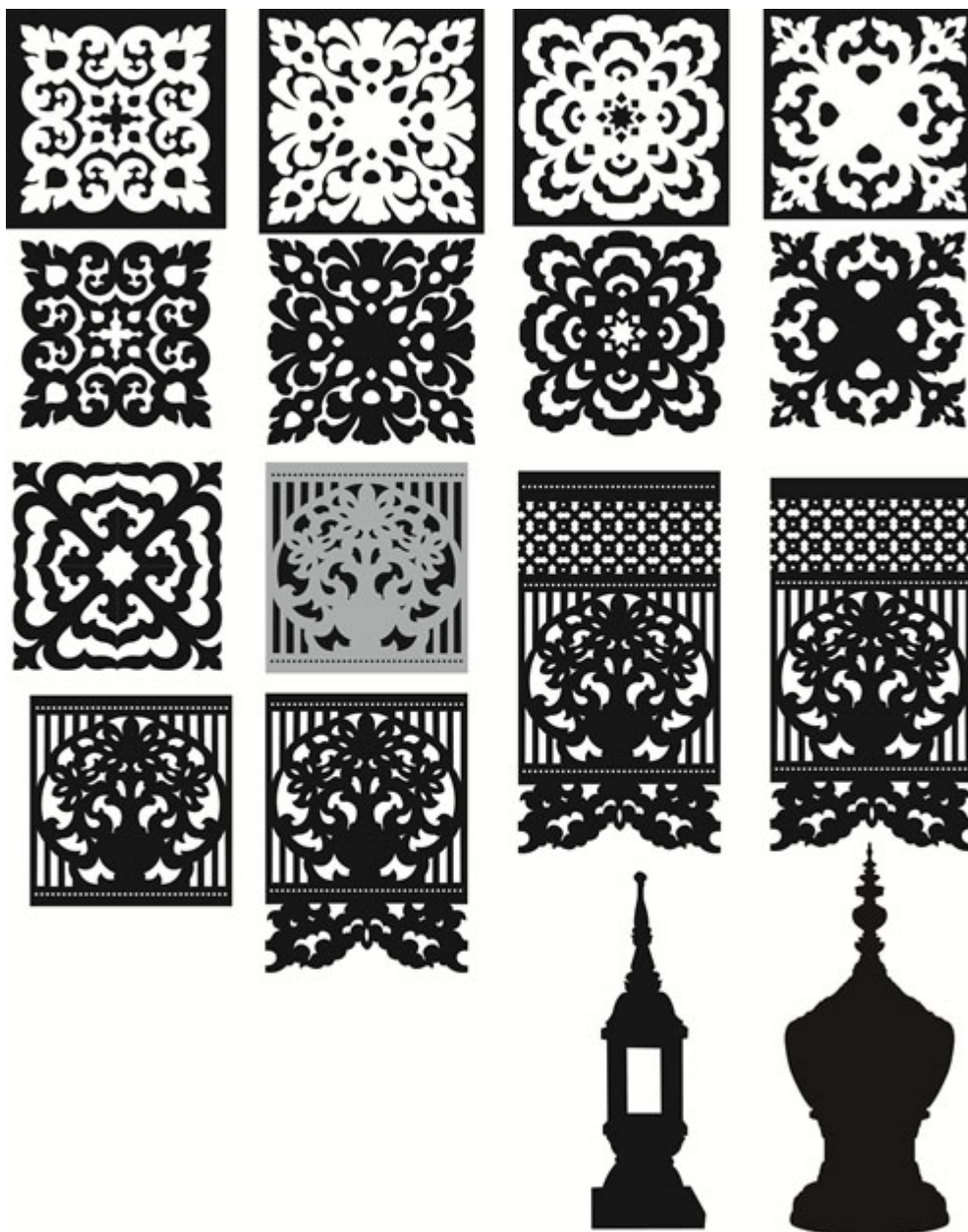
2. การพัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานลายคำ



3. การพัฒนาตลาดลายล้านนาที่พบในงานจิตรกรรม



4. การพัฒนาลวดลายล้านนาที่พบในงานหัตถกรรม



ลวดลายล้านนาที่พบในงานลายคำมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.41 คือในด้านแรกลวดลายที่ประยุกต์มากจากลวดลายและจากรูปทรงที่พบในงานศิลปกรรมและหัตถกรรมมีลักษณะที่นำมาประยุกต์ในการออกแบบกราฟิกแล้วมีความเหมาะสมมากที่สุด ในด้านที่ 2 ด้านการพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกลักษณะลวดลายที่ทำการออกแบบสามารถแสดงเอกลักษณ์ มีความเรียบง่ายสร้างความจดจำ มีความร่วมสมัยและ

สามารถนำไปใช้งานได้ง่าย ส่วนลวดลายล้านนาที่พบในงานประติมากรรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 3.83 ในด้านแรกลวดลายที่ประยุกต์มาจากลวดลายและจากรูปร่างรูปทรงที่พบบนงานศิลปกรรมและหัตถกรรมมีลักษณะที่นำมาประยุกต์ในการออกแบบกราฟิกแล้วมีความเหมาะสมน้อยที่สุด ในด้านที่ 2 ด้านการพัฒนาารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก ลักษณะลวดลายที่ทำการออกแบบในเรื่องการแสดงเอกลักษณ์ การสร้างความจดจำ มีความร่วมสมัย ก็มีความเหมาะสมโดยเฉลี่ยน้อยที่สุดอาจเป็นเพราะลักษณะงานประติมากรรมมีลักษณะ 3 มิติ ซึ่งมีความสวยงามเฉพาะ เมื่อประยุกต์เป็นลักษณะงาน 2 มิติ อาจทำให้ความเป็นเอกลักษณ์ของลวดลายดูลดลงและสื่อถึงความเป็นล้านนาล้นน้อยตามลงไปด้วย

8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีการนำรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนามาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ลูกประคบบ้านโป่งร้อน



ภาพคลีบบรรจุภัณฑ์
แบบที่ 1

ภาพแสดงลักษณะโครงสร้างแบบสามมิติ

นำลวดลายที่พัฒนามาจากลวดลายจิตรกรรมและลายคำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ลูกประคบบ้านโป่งร้อน

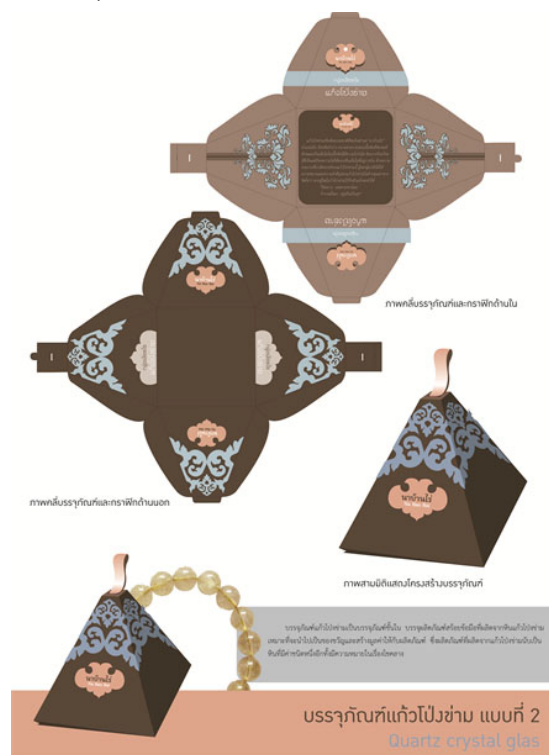


ภาพคลี่ฉลากบรรจุภัณฑ์
แบบที่ 2

ภาพแสดงลักษณะโครงสร้างแบบสามมิติ

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 ผลิตภัณฑ์แก้วโป่งข่าม

เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับสร้อยข้อมือทำจากแก้วโป่งข่าม เดิมบรรจุในถุงกำมะหยี่สีแดง สกรีนตราสัญลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงได้ออกแบบโดยใช้ลวดลายอัตลักษณ์ล้านนา มาเป็นส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์ดังนี้



นำลวดลายตัดกระดาษที่พบในงานหัตถกรรมล้านนา ลายคำ และลวดลายที่ประยุกต์มาจากงานประติมากรรมมาใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบข้างต้นนี้เป็นแบบโครงสร้างกระดาษพับขึ้นรูป

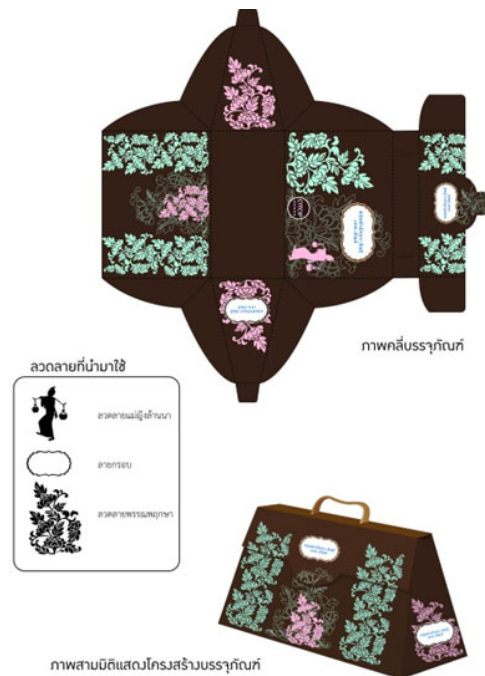


บรรจุภัณฑ์รถม้าจำลองเดิมเป็นกล่องกระดาษครอบสำหรับตั้งโชว์และใส่กล่องรัดเชือกฟางเพื่อจำหน่าย สำหรับการออกแบบโครงสร้างใหม่รูปแบบนี้เพื่อให้ขนย้ายได้สะดวกพร้อมกับตั้งโชว์ได้ด้วยเนื่องจากบรรจุภัณฑ์เดิมมีน้ำหนักของกระดาษที่มากและอันตรายในการขนย้าย จึงใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบเจาะช่องหน้าต่างเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายในและออกแบบพื้นหรือฉากหลังให้มีบรรยากาศจำลองด้วย โดยลดทอนอัตลักษณ์ที่นำมาใช้ ได้แก่ ลวดลายที่พัฒนามาจากลวดลายประติมากรรมและลายคำ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รถม้าจำลองนี้

ผลิตภัณฑ์ที่ 4 ผลิตภัณฑ์กล้วยอบต้นน้ำ บ้านสามขา



ผลิตภัณฑ์ที่ 5 ผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์เคหะภัณฑ์



บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้แต่ละผลิตภัณฑ์ได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นและข้อเสนอแนะ ในขณะเดียวกันได้ทำแบบสอบถามให้บุคคลทั่วไป (อายุ 18-มากกว่า 45 ปี) ประเมินและให้ความเห็นต่อลักษณะโครงสร้างของผลิตภัณฑ์และกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงคะแนนการประเมินจากบุคคลทั่วไปต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

ผลการประเมินจากแบบสอบถาม

1) ผลการประเมินด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จากแบบสอบถาม

จากคะแนนการประเมินองค์ประกอบด้านต่างๆ ของลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้แต่ละผลิตภัณฑ์ในตารางที่ 4.1 พบว่าบุคคลทั่วไปให้คะแนนความพึงพอใจในทุกร่องประกอบมากกว่า 4 ซึ่งเป็นระดับดี โดยเฉลี่ยบุคคลทั่วไปมีความพึงพอใจด้านรูปทรงบรรจุภัณฑ์ เฉพาะหน่วยมีขนาดพอเหมาะกับการใช้งานกับการถือจับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคือ 4.45 ส่วนบรรจุภัณฑ์ เฉพาะหน่วยมีการใช้วัสดุอย่างเหมาะสมนั้นมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในทุกด้านคือ 4.24 ผลิตภัณฑ์กล้วยอบต้นน้ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจในการประเมินด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยคือ 4.40 แต่ผลิตภัณฑ์ร่มจำลองอาตุลย์ ลามา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจในการประเมินด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต่ำที่สุดในผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยคือ 4.23 ส่วนคะแนนประเมินด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของลูกประคบ แก้วโป่งขาม และผ้าปักมีคะแนน เท่ากันคือ 4.37

2) ผลการประเมินด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จากแบบสอบถาม

คะแนนการประเมินองค์ประกอบด้านต่างๆ ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้แต่ละผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจด้านภาพประกอบมีการใช้งานที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้

อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยคือ 4.53 ส่วนภาพประกอบมีการจัดวางที่น่าสนใจนั้นมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในทุกด้านคือ 4.37 ผลลัพธ์ที่ลูกประกอบไปร้องเรียน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจในการประเมินด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยคือ 4.40 ผลลัพธ์ที่รุม้าจำลองอาตุลย์ ลามา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจในการประเมินด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ต่ำที่สุดในผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยคือ 4.23

จากผลการประเมินด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญและแบบสอบถามได้ผลการประเมินที่สอดคล้องกันคือ ความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของลูกประกอบไปร้องเรียนมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยมากที่สุดเพราะมีการใช้ลวดลายสีส้มเหมาะสม ลวดลายที่นำมาใช้มีบุคลิกชัดเจนลวดลายแสดงออกถึงความเป็นล้านนา มีการวางองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์เหมาะสม ลวดลายมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และการใช้ตัวอักษรมีความเหมาะสม ส่วนผลการประเมินที่ไม่มีความสอดคล้องกันคือ ความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลลัพธ์ที่รุม้าจำลองอาตุลย์ ลามา ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจด้านกราฟิกอยู่ในระดับสูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ แต่ผลจากแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อาจเป็นเพราะว่าบรรจุภัณฑ์รุม้าจำลองมีสีส้มไม่สะดุดตาและลวดลายที่นำมาใช้เน้นความเรียบและกลมกลืนกับโครงสร้างหลักของบรรจุภัณฑ์จึงทำให้ประเด็นในแบบสอบถามในข้อนี้ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ ผลการประเมินที่ไม่มีความสอดคล้องกันอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งคือ กล้วยอบต้นน้ำ เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจด้านกราฟิกอยู่ในระดับต่ำสุดกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพราะมีการใช้สีและลวดลายที่มากเกินไปทำให้ภาพรวมของผลจากการใช้ภาพประกอบในการสื่อสารยังไม่เหมาะสมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เนื่องจากเป็นลักษณะปิดทึบไม่เห็นผลิตภัณฑ์ข้างในดังนั้นภาพประกอบควรจะมีภาพผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน แต่รูปแบบอักษรที่นำมาใช้มีความเหมาะสมเนื่องจากเป็นรูปแบบอักษรที่มีบุคลิกความเป็นล้านนาชัดเจน แต่ถ้าดูผลการประเมินด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จากค่าเฉลี่ยโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ จากข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าบรรจุภัณฑ์บางชิ้นมีข้อบกพร่องแต่สามารถแก้ไขและพัฒนาต่อไปได้และบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่สามารถนำไปใช้ได้จริง และนำลวดลายล้านนาไปใช้ในงานลักษณะอื่นๆ ได้ ส่วนผลการประเมินจากแบบสอบถามค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดีถึงดีมากนั้นทำให้ประเมินได้ว่าบรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำการออกแบบนี้สามารถนำไปใช้และผลิตได้จริงโดยใช้ประเด็นจากผู้เชี่ยวชาญมาใช้เพื่อปรับปรุงบรรจุภัณฑ์บางชิ้นให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3. ผลการประเมินโดยเฉลี่ยของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้แต่ละผลิตภัณฑ์จากแบบสอบถาม

ผลจากคะแนนการประเมินโดยเฉลี่ยของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบโดยรวมแล้วคะแนนความพึงพอใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ พบว่าบรรจุภัณฑ์ของลูกประกอบไปร้องเรียนได้รับความพึงพอใจมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.44 และความพึงพอใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเรื่องโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลลัพธ์ที่รุม้าจำลองอาตุลย์ ลามา มีความพึงพอใจต่ำสุดในผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบ 5 ผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.29

9. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและพัฒนาแบบอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ การศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิก การพัฒนาแบบอัตลักษณ์ล้านนาในการนำมาประยุกต์ใช้

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีการนำรูปแบบอัตลักษณ์ล้านนามาใช้ในการออกแบบจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะดังนี้

ผลิตภัณฑ์กล้วยอบต้นน้ำ เป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปของชุมชนบ้านสามขาซึ่งผลิตภัณฑ์เดิมใช้บรรจุภัณฑ์เป็นภาชนะพลาสติกบางใสและใช้ฉลากสินค้าเป็นกระดาษสติ๊กเกอร์ติดบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่งผลเสียต่อผลิตภัณฑ์ภายในคือ กล้วยอบ ที่โดนแสงแดดแล้วจะเปลี่ยนสีทำให้ไม่น่ารับประทาน จึงเห็นควรว่าควรปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกขุนขาวและใช้กระดาษสติ๊กเกอร์ติดเต็มพื้นที่ในส่วนของฝาบรรจุภัณฑ์โดยออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยใช้รูปแบบอัตลักษณ์ล้านนา เมื่อนำชิ้นงานที่ออกแบบไปประเมินโดยใช้แบบสอบถามประเมินในส่วนต่างๆ จึงสรุปได้ว่ามีความพึงพอใจในระดับดี และมีส่วนที่ต้องแก้ไขและปรับปรุงตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำ สามารถนำไปใช้ได้จริงและองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์แสดงถึงอัตลักษณ์ล้านนา

รถม้าจำลองอาตุลย์ ลามา เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอกะเคา โดยบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เดิมนั้นเป็นลักษณะการห่อของผูกเชือกฟาง และผลิตภัณฑ์รถม้าจำลองมีกล่องกระดาษใสครอบอยู่ ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักรวมมาก จึงเห็นควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะกล่องที่มีการเจาะช่องหน้าต่างเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายในพร้อมกับหิ้วได้ เพื่อให้ผู้ที่ซื้อไปสามารถนำไปตั้งโชว์ได้ อีกทั้งมีน้ำหนักเบาขึ้นเพราะไม่ได้ใสครอบแก้ว เมื่อนำชิ้นงานที่ออกแบบไปประเมินโดยใช้แบบสอบถามประเมินในส่วนต่างๆ จึงสรุปได้ว่ามีความพึงพอใจในระดับดี และจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดีมาก ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งผลสรุปนี้อาจไม่ครอบคลุมในรายละเอียดปลีกย่อยในเรื่องของรสนิยม กลุ่มเป้าหมายในแต่ละผลิตภัณฑ์ ความเข้าใจในเรื่องลวดลายหรืออัตลักษณ์ล้านนาจากการทำแบบสอบถามจากบุคคลทั่วไป ดังนั้นผลสรุประหว่างผู้เชี่ยวชาญกับบุคคลทั่วไปจึงไม่สอดคล้องกันในบางประเด็น

ลูกประคบโป่งร้อน เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอกะเคา โดยบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เดิมนั้นเป็นถุงพลาสติกใส ใส่ฉลากกระดาษสำเนา ปิดปากถุงด้วยลวดเย็บกระดาษ จำหน่ายเป็นซองที่ระลึก ซึ่งไม่เชิญชวนให้ซื้อเป็นของฝาก จึงได้ออกแบบในส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นในเพื่อให้ดูน่าซื้อขึ้น 2 รูปแบบคือ เป็นแบบกล่องกระดาษชั้นรูปทรงสี่เหลี่ยมคางหมูและกล่องทรงกระบอกแบบมีฝา เมื่อนำชิ้นงานที่ออกแบบไปประเมินโดยใช้แบบสอบถามประเมินในส่วนต่างๆ จึงสรุปได้ว่ามีความพึงพอใจในระดับดีถึงดีมาก สอดคล้องกันทั้งจากแบบสอบถามและจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งภาพประกอบและลวดลายที่ใช้ในการออกแบบแสดงถึงความเป็นล้านนาชัดเจนทำให้สื่อสารได้ง่ายมากกว่าลวดลายแบบอื่นๆ ที่มีความกำกวมและซับซ้อนเกินไป

แก้วโป่งขาม นาน้ำไร่ เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอดง โดยบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เดิมนั้นเป็นกล่องพลาสติกฝาแก้วใส บรรจุในถุงก๊อปปี้สีแดงสกรีนลาย จึงได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยใช้กล่องเหล็กชนิดกลมและมีฉลากคาดติดบนบรรจุภัณฑ์ เมื่อนำชิ้นงานที่ออกแบบไปประเมินโดยใช้แบบสอบถามประเมินในส่วนต่างๆ จึงสรุปได้ว่ามีความพึงพอใจในระดับดี สอดคล้องกันทั้งจากแบบสอบถามและจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์เคหะภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอมือง โดยบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เดิมนั้นเป็นถุงพลาสติกใสมีฉลากกระดาษถ่ายสำเนา จึงได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

มีลักษณะเป็นถุงกระดาษขึ้นรูปสำหรับใส่ปลอกหมอนปักลาย เมื่อนำชิ้นงานที่ออกแบบไปประเมินโดยใช้แบบสอบถามประเมินในส่วนต่างๆ สรุปได้ว่ามีความพึงพอใจในระดับดี สอดคล้องกันทั้งจากแบบสอบถามและจากผู้เชี่ยวชาญ

10. ข้อเสนอแนะ

ผลิตภัณฑ์กล้วยอบต้นน้ำ เป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปของชุมชนบ้านสามขาเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารซึ่งมีความ อ่อนไหวต่อความรู้สึกของผู้บริโภคหลายด้าน สำหรับบรรจุภัณฑ์กล้วยอบที่เลือกมาเป็นบรรจุภัณฑ์กล่องทั้งในเรื่องความสะอาด ภาชนะที่บรรจุ อีกทั้งภาชนะบรรจุยังมีผลต่อคุณภาพอาหารภายในเมื่อเจออากาศ แสงแดด อาจทำให้คุณภาพอาหารเปลี่ยนสภาพได้ ดังนั้นการเลือกภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์มาใช้จะต้องมีความระมัดระวัง และปัญหาของกลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ การบรรจุภัณฑ์ที่ถูกสุขลักษณะ หรือการตรวจสอบคุณภาพอาหารเป็นเรื่องที่ย่างยากต้องใช้เครื่องมือและเทคนิคเฉพาะทาง ดังนั้นการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องมีการตรวจสอบอย่างละเอียดและใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ดังนั้นการบรรจุที่ต้องสัมผัสกับเนื้อผลิตภัณฑ์ควรเน้นความปลอดภัยมากกว่าความงามและเลือกวิธีที่เหมาะสมที่สุด และใช้เครื่องจักรที่เหมาะสม เช่น เครื่องแพ็คซอง ซีลปากถุง แล้วจึงบรรจุในบรรจุภัณฑ์ Commercial Packaging อีกชั้นหนึ่ง เพื่อส่งเสริมการขายและป้องกันผลิตภัณฑ์อีกชั้นหนึ่งซึ่งเป็นส่วนของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอาจต้องเพิ่มรายละเอียดของภาพประกอบที่เป็นภาพเหมือนจริง (ภาพถ่าย) หากใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดโปร่งแสงแต่ไม่โปร่งใส ซึ่งทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นภายใน จึงควรใช้ภาพประกอบที่ชัดเจน

ผลิตภัณฑ์นมจืดรสชาดูลย์ ลามา รูปแบบที่ได้ออกแบบใหม่นั้นเป็นแบบที่ปรับเปลี่ยนจากแบบเดิมที่ใช้กระจกเป็นตัวครอบ ให้เป็นแบบที่สามารถไขว้รัดนมจืดรสชาดูลย์และถือบรรจุภัณฑ์ได้ในตัวเองนั้นเป็นการแก้ปัญหาที่ลดน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ลงได้ และสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นอัตลักษณ์ด้วยลวดลายได้หลากหลายและมีเรื่องราวมากขึ้นซึ่งผู้ผลิตน่าจะนำไปใช้จริง แต่อาจมีข้อเสียคือต้องส่งโรงพิมพ์ในการผลิตทีละมากๆ เพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลง แต่ด้วยราคาของนมจืดรสชาดูลย์มีราคาค่อนข้างสูงก็ควรที่จะใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าสูงขึ้นและเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ผลิตภัณฑ์ลูกประคบโป่งร้อน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ในด้านโครงสร้างสามารถใช้ทั้ง 2 รูปแบบ แต่จะต้องเพิ่มตัวฐานกันกระแทกด้านในเพื่อให้ตัวลูกประคบไม่เคลื่อนไหวและคงสภาพเมื่อต้องมีการขนส่ง ส่วนในด้านการใช้ลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นั้นการใช้ลวดลายบุคคลล้านนนั้นมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ดีและสื่อสารได้ง่าย การผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ขึ้นรูปกล่องแบบสี่เหลี่ยมคางหมูอาจต้องมีการลงทุนในขั้นต้นสูงและต้องทำเก็บไว้ปริมาณมาก แต่รูปแบบกระป๋องกระดาษหรือ Composite Can ก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ได้เหมาะสมสำหรับผู้ผลิตรายย่อยและทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น อีกทั้งสามารถออกแบบฉลากสินค้าให้มีรูปแบบที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ และไม่ต้องพิมพ์เป็นจำนวนมากๆ อีกด้วย

ผลิตภัณฑ์แก้วโป่งขามนาบ้านไร่ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีขนาดเล็ก การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นโครงสร้างแบบ Folding Carton จึงไม่ค่อยเหมาะสมเพราะการใส่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ทำได้ยากและไม่ชัดเจน สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อาจต้องเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่ม

มูลค่าให้ผลิตภัณฑ์เพราะเป็นเครื่องประดับ อัญมณีมงคล และเพื่อให้กลุ่มชุมชนใช้งานบรรจุภัณฑ์สะดวกก็อาจจะใช้บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วอาจจะสร้างความเป็นอัตลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ด้วย ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า และป้ายสินค้าที่สามารถปรับเปลี่ยนได้หลายรูปแบบเหมาะกับการใช้งานกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก

ผลิตภัณฑ์ผ้าปักประดิษฐ์เคหะภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนผ้าฝ้ายปักลายซึ่งมีขนาดเล็ก จึงเลือกบรรจุภัณฑ์แบบถุงกระดาษเพื่อการใช้งานที่เอนกประสงค์ขึ้นเพราะภายในกลุ่มไม่ได้ทำเพียงแค่ปลอกหมอนอย่างเดียวแต่มีผลิตภัณฑ์ผ้ารูปแบบอื่นๆ อีกจึงออกแบบให้เป็นรูปแบบกิ่งของขั้วของฝากเพื่อให้ดูพิเศษกว่าถุงกระดาษธรรมดา การใช้ลวดลายค่อนข้างอิสระสามารถใช้ลวดลายล้านนาเพื่อแสดงอัตลักษณ์ได้หลากหลายเพราะกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำงานเป็นประเภทลายปักอยู่แล้ว ซึ่งอนาคตอาจจะเพิ่มลวดลายปักเป็นลวดลายล้านนาเพื่อส่งเสริมให้กลุ่มผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ และสร้างอัตลักษณ์ล้านนาให้กับกลุ่มได้อีกด้วย

สำหรับงานวิจัยนี้เป็นลักษณะของการศึกษาอัตลักษณ์ล้านนาเพื่อนำมาพัฒนาในการใช้งานกราฟิกโดยทดลองนำมาใช้บนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งลักษณะของลวดลายที่ได้มานั้นสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายไม่ว่างานสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ หรือประยุกต์ใช้ในงาน 3 มิติก็ได้ตามความเหมาะสม ซึ่งเจตนาของผู้วิจัยต้องการให้นำไปใช้งานได้ในวงกว้างในงานสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเป็นการเผยแพร่ลักษณะของลวดลายล้านนาให้มีการใช้งานมากขึ้น โดยหลังจากนี้จะทำการเผยแพร่ให้ผู้สนใจใช้ลวดลายตามช่องทางที่เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกษมณี หมั่นทำการ และคณะ, (2548). **ถาม-ตอบ 20 คำถามบรรจุภัณฑ์**, กรุงเทพฯ: บริษัท จิรายาคอมมูนิเคชั่น จำกัด.
- ชุดิมา สุภาพ, (2530). **การศึกษาคติความเชื่อและรูปแบบตุ๊กตาดั้งที่พบในจังหวัดลำปาง**, กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร
- จิรศักดิ์ เดชวงศ์ญา และคณะ, (2539). **หอไตรวัดพระสิงห์ ประวัติลักษณะศิลปกรรมและแนวทาง การอนุรักษ์**, เชียงใหม่: ธนบรรณการพิมพ์
- ชัยรัตน์ อัครวงกูร, (2548). **ออกแบบให้โดนใจ**, กรุงเทพฯ: บริษัททั้งฮั่วชินการพิมพ์.
- นภาพรณ คณานุรักษ์, **บรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด**, กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ, ม.ป.ป.
- ธีรยุทธ พึ่งเกียรติ, (2545). **สถิติเบื้องต้นและการวิจัย**, กรุงเทพฯ: สุทรไพศาล.
- ฐาปกรณ์ เครือระยา, (2551). **ศิลปกรรมท้องถิ่นทางพุทธศาสนาในเขตอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**, เชียงใหม่: เอกสารประกอบการวิจัย
- ศรีศักร วัลลิโภดม, (2545). **ประวัติศาสตร์โบราณคดี ของล้านนาประเทศ**, กรุงเทพฯ: พิมพ์ศ พันธ์ตั้ง เซ็นเตอร์ จำกัด.
- สันติ เล็กสุขุม, (2550). **ความสัมพันธ์จีน-ไทย โยงใยในลวดลายประดับ**, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เมืองโบราณ.

- สุรัสวดี อ๋องสกุล, (2539). **ประวัติศาสตร์ล้านนา**, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์.
- สุรพล ดำริห์กุล, (2545). **แผ่นดินล้านนา**, กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- สุรพล ดำริห์กุล, (2544). **ลายคำล้านนา**, กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- ศรีเลา เกษพรรณ, (2541). **ลี้ะเยี้ยะไร่ ไทใสนา**, เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, (2540). **ออกแบบกราฟิค**, กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาการ.
- วิลักษณ์ ศรีป่าซาง, (2545). **ขันดอกล้านนา**, เชียงใหม่: บริษัทมิ่งเมืองนวัตน์จำกัด.
- วิถี พาณิชพันธ์, **จิตรกรรมวัดเวียงต้า**, กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งกรุ๊ปจำกัด, ม.ป.ป.
- วิถี พาณิชพันธ์, (2547). **ร้อยลายสายละกอน**, กรุงเทพฯ: โอ เอส พรินต์.
- วิถี พาณิชพันธ์, (2549). **เอกสารประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบแนวทางล้านนา**, เชียงใหม่.
- วินุลย์ ลีสุวรรณ, (2547). **ภูมิปัญญาไทยวิถีไทย**, กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนซ์.
- Chuck Groth, (2006). **Exploring Package Design**, Canada: Thomson Delmar Learning.
- Gavin Ambrose and Paul Harris, (2011). **Packaging the Brand**, Switzerland: AVA Publishing SA.
- Giles calver, (2004). **What is Packaging Design**, Switzerland: Roto Vision SA.
- Ping Amranand & William Warren, (2001). **Art & Design of Northern Thailand**, Bangkok : Asia Books Co.,Ltd.
- Minami-Otsuka, (2007). **Package Form and Design Encyclopedia of Paper-Folding designs**, Japan: Pie Books.
- Steven Dupuis and John Silva, (2008). **Package design workbook**, USA: Rockport Publishers.
- [http://www.bunjupun.com/tag/เครื่องประดับ\(Online\) 2010](http://www.bunjupun.com/tag/เครื่องประดับ(Online) 2010)
- [http://www.bunjupun.com/tag/ทำสวน\(Online\) 2011](http://www.bunjupun.com/tag/ทำสวน(Online) 2011)
- [http://www.butterfire.com/index.php/projects/doi-num-sub-packaging-design/\(Online\)2010](http://www.butterfire.com/index.php/projects/doi-num-sub-packaging-design/(Online)2010)