

โครงการปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน
The Packaging Design Factors to reduce alcohol campaign for
youth people

(สัญญาเลขที่ 59-A1-0019 รหัสโครงการ 58-00-1258)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชนาท ทิวะสิงห์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตศิลป์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เมษายน 2560



โครงการปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน
(สัญญาเลขที่ 59-A1-0019 รหัสโครงการ 58-00-1258)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชนาท ทิวะสิงห์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตศิลป์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ได้รับทุนสนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เมษายน 2560



The Packaging Design Factors to reduce alcohol campaign for
youth people

(Contract no 59-A1-0019, 58-00-1258)

By

Dr.Wichanat Tiwasing

Faculty of Architecture Urban Design and Creative Arts

Maharakham University

This project was supported by

Center for Alcohol Studies

Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth)

April, 2017



บทคัดย่อ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นหนึ่งในเครื่องมือสื่อที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค งานวิจัยชิ้นนี้พยายามค้นหาปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อลดการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน โดยมีวัตถุประสงค์ประการแรกเพื่อศึกษาอิทธิพลของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประการที่สองเพื่อศึกษาลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อทดลองพฤติกรรมการเลือกซื้อ ประการที่สามเพื่อศึกษาการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการอยากซื้อและไม่ซื้อแอลกอฮอล์ และสุดท้ายการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน

การวิจัยประกอบด้วยสองขั้นตอนสำคัญ ในช่วงแรกงานวิจัยพยายามที่จะตรวจสอบคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของเยาวชนถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คุณลักษณะที่จะทดสอบ ได้แก่ สี พื้นผิว กราฟิก แบบอักษร ราคาและคำเตือนเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้แบบวัดแบบ Semantic differential หาความแตกต่างของความหมายในแบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มเยาวชน 100 คนในมหาวิทยาลัยมหาสารคามซึ่งรวมนิสิต 14 คนในสาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วย ขั้นตอนที่สองของการศึกษาพยายามที่จะทดสอบความถูกต้องของผลลัพธ์จากขั้นตอนแรก โดยให้นิสิต 14 คน ที่เรียนรายวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ สาขาานฤมิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามปัจจัยการรับรู้ของเยาวชนที่ได้จากขั้นตอนแรกเพื่อทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง ผลการวิจัยพบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ประกอบด้วย ปัจจัยการมีข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการบอกราคบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้ภาพเสมือนจริงบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้โทนสีร้อน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบปัมปุน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบด้าน ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบเป็นทางการ ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบทันสมัย ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบอ่อนหวาน ปัจจัยการมีภาพประกอบ และปัจจัยการใช้โทนสีทอง ตามลำดับ

และพบว่าปัจจัยการใช้สีดํากับสีขาว ปัจจัยตัวอักษรแบบหนากับตัวอักษรแบบบาง ปัจจัยตัวอักษรแบบทึบกับตัวอักษรแบบกลวงไม่มีผลต่อการรับรู้ทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเยาวชนในการรณรงค์ลดการดื่มสุรา

ABSTRACT

Packaging design is a one of the media tools used in communication between the products and the consumers. This research endeavors to find a factors of packaging design to reduce campaign for youth people. Firstly, it attempts to study the influence of packaging on alcohol purchasing behavior. Secondly, it endeavors to study the characteristics of the package to test purchasing behavior. Third, it tried to study the awareness of the youth on how packaging affects their choice to purchase alcoholic products. Finally, the research aims to determine if packaging design is based on psychological perceptions of youth.

The research comprises two major phases. In the first phase, the research attempts to investigate features influencing the visual perception of youth people vis-à-vis the perceived of factors on alcohol packaging. Features was tested include color, texture, graphic type, fonts, price and warning on packaging of alcohol by Semantic differential scale on questionnaires survey. The target sample was youth 100 people in the Mahasarakham University included fourteen students in Packaging Design Subject. The second phase of study attempts to test the validity of outcome from the first phase, fourteen packaging design models were created by students studying in Packaging Design Subject, containing shared features derived from the first phase, to be tested with the target group again. The results of this research found that the most preferred design included the warning message on the packaging, showed the price of the product, contained a realistic picture with warm tone colours, a matte, embossed surface, formal and modern character, non-hard character, whilst also showing an Illustration on the packaging, with golden tones, respectively.

And found that the factor of black and white use, Thick character with thin font Solid character with hollow letters does not affect the perception of the packaging design of youth in the campaign to reduce drinking alcohol.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่องปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเล่มนี้สำเร็จได้ด้วยการได้รับทุนสนับสนุนโดยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการศึกษาและการดำเนินการวิจัย และขอขอบคุณนิสิตชั้นปีที่ 3 เอกออกแบบกราฟิก สาขานฤมิตรศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย รวมทั้งเป็นกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย ผู้วิจัยจักขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

วิชนาถ ทิวะสิงห์

คำนำ

ในปัจจุบันปัญหาการดื่มสุราในประเทศไทยนับว่าเป็นปัญหาที่มีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดทั้งปัญหา ระดับครอบครัว สังคม และปัญหาสุขภาพ สืบเนื่องจากชาวทั้งทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อต่าง ๆ สุรามัก เป็นหนึ่งในข่าวที่เกิดขึ้น นำมาซึ่งสาเหตุต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุตามท้องถนน การทะเลาะเบาะแว้ง รวมถึง ปัญหาด้านสุขภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์นับว่าเป็นสื่ออย่างหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างตัวผลิตภัณฑ์กับ ผู้บริโภค เห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทมักออกแบบให้ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อ ด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น สี รูปทรง ภาพประกอบ และการโฆษณา สุราก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ และในการ สื่อสารกับผู้บริโภคนั้น อาจบ่งบอกถึงระดับของผู้บริโภค จากยี่ห้อ ราคา เป็นสินค้าที่มีปริมาณการบริโภคเพิ่ม สูงขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งที่มีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามไม่ให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ แสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือจูงใจไม่ว่าทางตรงหรือ ทางอ้อมก็ตาม และยังเป็นสินค้าที่มีภรณ์รงค์ไม่ให้ดื่ม ซึ่ให้เห็นถึงโทษ ไม่มีประโยชน์เลยแม้แต่น้อย แต่กลับเป็น สินค้าที่ยังขายได้ โดยเฉพาะกับเยาวชน วัยที่กำลังเติบโตไปเป็นอนาคตของชาติ ดังนั้นจึงเกิดโครงการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนขึ้น เพื่อได้เป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์ให้ ตระหนักถึงโทษและตามมาด้วยการดื่มสุราในเยาวชนลดน้อยลง เพื่อเชื่อมโยงไปถึงแนวทางการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

วิชนาถ ทิวะสิงห์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
คำนำ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญภาพ.....	VII
สารบัญตาราง.....	VIII
1. ความเป็นมา หลักการและเหตุผล.....	1
2. กรอบแนวคิด.....	1
3. วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
4. ระเบียบวิธีวิจัย.....	2
4.1 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	2
4.2 ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
4.3 รูปแบบการศึกษา.....	3
4.4 เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล.....	4
4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	5
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	5
5. กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ.....	5
6. ระยะเวลาดำเนินงาน.....	5
7. ผลการดำเนินงาน.....	6
8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	7
8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน.....	7
8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน.....	18
9. สรุปผลการวิจัย.....	22
9.1 สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการ ดื่มสุราในเยาวชน.....	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
9.2 สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการ ดื่มสุราในเยาวชน.....	23
10. อภิปรายผล.....	24
10.1 อภิปรายผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลด การดื่มสุราในเยาวชน.....	24
10.2 อภิปรายผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ ลดการดื่มสุราในเยาวชน.....	27
11. ข้อเสนอแนะ.....	29
เอกสารอ้างอิง.....	30
ภาคผนวก.....	32
ภาคผนวก ก ชื่อและรายละเอียดของผู้รับผิดชอบโครงการ.....	33
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถามรอบที่ 1).....	37
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถามรอบที่ 2).....	45
ภาคผนวก ง ภาพถ่ายกิจกรรมในการวิจัย.....	48
ภาคผนวก จ เอกสารตอบรับในการนำเสนอบทความทางวิชาการ (บทความวิจัย) ในโครงการ The European Conference on Education (ECE 2017).....	51
ภาคผนวก ฉ หนังสือเชิญจาก University of Gloucestershire, ประเทศสหราชอาณาจักร ในการความ ร่วมมือทางด้านวิจัยและทางด้านวิชาการ.....	53

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงการเชื่อมโยงกรอบของการวิจัย.....	2
2 แสดงการทบทวนวรรณกรรม.....	3
3 แผนผังกระบวนการวิจัย.....	4
4 แสดงระดับการวัดแบบ Semantic Differential เพื่อนำผลสรุปไปเป็นเกณฑ์ในการเสนอแนะแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน.....	4
5 ตัวอย่างรูปแบบ Pattern การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน.....	28
6 ตัวอย่างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน.....	28

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน..... 4
2	แสดงคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง..... 8
3	แสดงข้อมูลของการดื่มสุรา..... 9
4	แสดงข้อมูลของยี่ห้อสุราที่เลือกดื่ม..... 10
5	แสดงข้อมูลของความถี่ในการดื่มสุรา..... 11
6	แสดงข้อมูลประเด็นสุรามีประโยชน์หรือไม่..... 12
7	แสดงข้อมูลประเด็นรูปทรงบรรจุภัณฑ์..... 12
8	แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา..... 14
9	แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน..... 19
10	สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา ในเยาวชน..... 23
11	สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา ในเยาวชน..... 24

ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

1. ความเป็นมา หลักการและเหตุผล

ปัญหาการดื่มสุราในประเทศไทยนับว่าเป็นปัญหาที่ยิ่งใหญ่มาก ซึ่งก่อให้เกิดทั้งปัญหาระดับครอบครัว สังคม และปัญหาสุขภาพ สืบเนื่องจากข่าวทั้งทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อต่าง ๆ สุรามักเป็นหนึ่งในข่าวที่เกิดขึ้น นำมาซึ่งสาเหตุต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุตามท้องถนน การทะเลาะเบาะแว้ง รวมถึงปัญหาด้านสุขภาพ

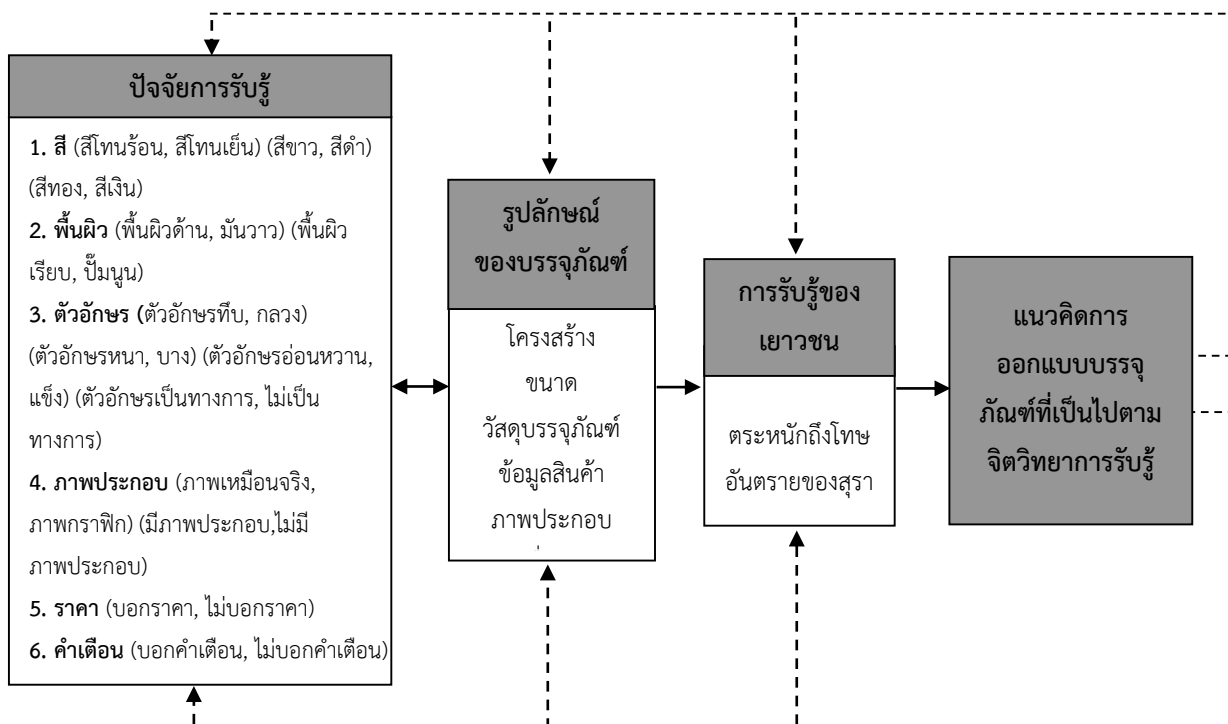
การออกแบบบรรจุภัณฑ์นับว่าเป็นสื่ออย่างหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างตัวผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค เห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทมักออกแบบให้ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อ ด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น สี รูปทรง ภาพประกอบ และการโฆษณา สุราก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์และในการสื่อสารกับผู้บริโภคนั้น อาจบ่งบอกถึงระดับของผู้บริโภค จากยี่ห้อ ราคา เป็นสินค้าที่มีปริมาณการบริโภคเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งที่มีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามไม่ให้โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือจูงใจไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม และยังเป็นสินค้าที่มีกรรมสิทธิ์ไม่ให้ดื่ม ซึ่งให้เห็นถึงโทษไม่มีประโยชน์เลยแม้แต่น้อย แต่กลับเป็นสินค้าที่ยังขายได้ โดยเฉพาะกับเยาวชน ภัยที่กำลังเติบโตไปเป็นอนาคตของชาติ

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการรณรงค์ลดการดื่มสุราผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งที่มาควบคู่กับสุรา เพื่อได้เป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์ให้ตระหนักถึงโทษและตามมาด้วยการดื่มสุราในเยาวชนลดน้อยลง จึงได้นำนิสิตที่เรียนด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ศึกษาปัญหาของสุรา และปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงไปถึงแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ซึ่งนิสิต นักศึกษานี้เป็นกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย และจะสามารถเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

2. กรอบแนวคิด

การวิจัยนี้มุ่งที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้านตัวแปรอิสระคือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตัวแปรตาม คือการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สุรา และเชื่อมโยงไปสู่แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 แสดงการเชื่อมโยงกรอบของการวิจัย

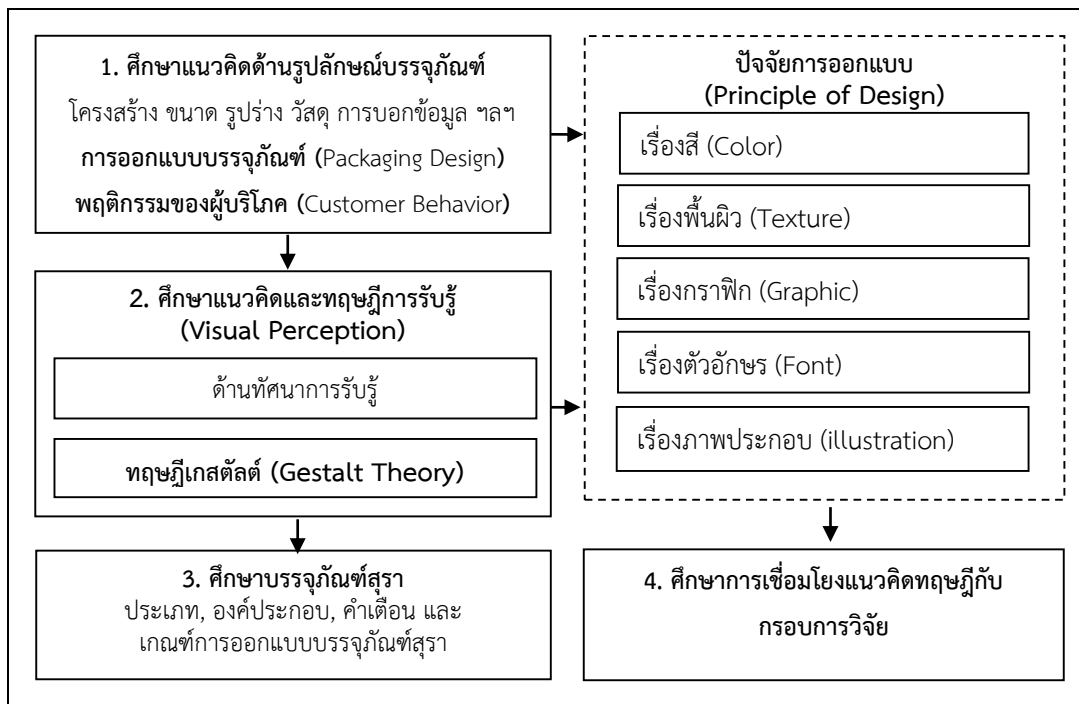
3. วัตถุประสงค์การศึกษา

- 3.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 3.2 เพื่อศึกษาลักษณะของบรรจุภัณฑ์เพื่อทดลองพฤติกรรมการเลือกซื้อ
- 3.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการอยากซื้อและไม่ซื้อแอลกอฮอล์
- 3.4 เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน

4. ระเบียบวิธีวิจัย

4.1 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยผู้วิจัยแบ่งประเด็นการศึกษาซึ่งประกอบไปด้วย ศึกษาแนวคิดด้านรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ (Visual Perception) ศึกษาบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อเชื่อมโยงไปสู่แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน และศึกษาการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีกับกรอบการวิจัย



ภาพประกอบ 2 แสดงการทบทวนวรรณกรรม

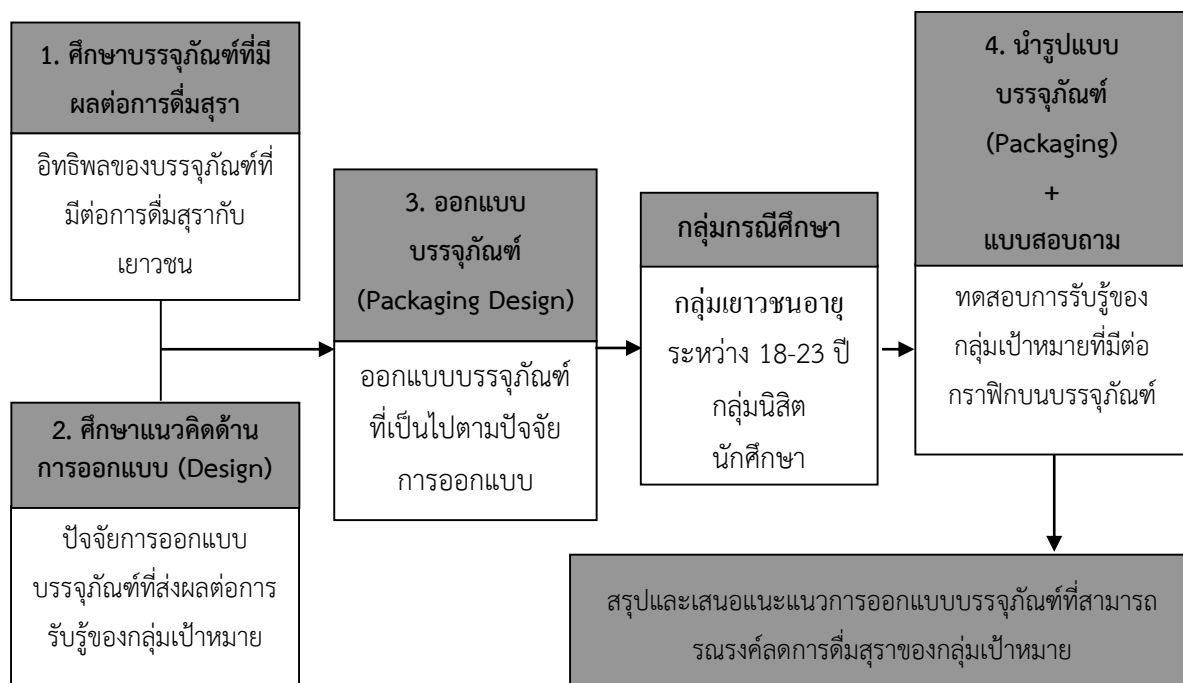
4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

การวิจัยนี้มุ่งที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้านตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สุรา และเชื่อมโยงไปสู่แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

4.3 รูปแบบการศึกษา

โดยทฤษฎีพื้นฐานของการศึกษางานวิจัยนี้ใช้ 2 แนวคิด คือ หนึ่งแนวคิดทฤษฎีของเกสตัลต์ (Gestalt) ในประเด็นของเรื่องการรับรู้ (Visual Perception) และการรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบ (Principle of Design) และสองแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อนำไปสู่แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

กระบวนการวิจัย



ภาพประกอบ 3 แผนผังกระบวนการวิจัย

4.4 เครื่องมือ/แบบเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยรูปแบบบรรจุภัณฑ์และแบบสอบถามการรับรู้ที่มีต่อการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 ชุด ได้แก่

แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ลักษณะแบบสอบถามการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องกราฟิกในการออกแบบประเด็น สี ตัวอักษร และภาพประกอบ

ภาพแสดงสเกลระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม

ประเด็นคุณสมบัติ	ภาพซ้าย A					0	ภาพขวา B				
	5	4	3	2	1		1	2	3	4	5
1. สีที่ใช้สามารถลดการตัดสินใจซื้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	เท่ากัน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
2. ตัวอักษรที่ใช้สามารถลดการตัดสินใจซื้อ											
3. ข้อความที่ใช้สามารถลดการตัดสินใจซื้อ											
4. ภาพประกอบที่ใช้สามารถลดการตัดสินใจซื้อ											

ภาพประกอบ 4 แสดงระดับการวัดแบบ Semantic Differential เพื่อนำผลสรุปไปเป็นเกณฑ์ในการเสนอแนะแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถลดการตัดสินใจซื้อในเยาวชน

7. ผลการดำเนินงาน

จากการดำเนินงานวิจัย ศึกษาปัจจัยทางด้านการออกแบบที่มีผลต่อการรับรู้ (Visual Perception) ของเยาวชนที่มีผลต่อการการรณรงค์ลดการดื่มสุรา ประกอบด้วยปัจจัย

เรื่องสี (Color) ในประเด็น สีโทนร้อนกับสีโทนเย็น สีดำกับสีขาว สีทองกับสีเงิน

เรื่องพื้นผิว (Texture) ในประเด็นพื้นผิวแบบด้านกับพื้นผิวแบบมันวาว พื้นผิวแบบเรียบกับพื้นผิวแบบปุ่มนูน

เรื่องกราฟิก (Graphic) ในประเด็น ภาพเหมือนจริงกับภาพกราฟิก มีภาพประกอบกับไม่มีภาพประกอบ

เรื่องตัวอักษร (Font) ในประเด็นตัวอักษรทึบกับตัวอักษรกลวง ตัวอักษรหนากับตัวอักษรบาง ตัวอักษรอ่อนหวานกับตัวอักษรแข็ง ตัวอักษรเป็นทางการกับไม่เป็นทางการ ตัวอักษรทันสมัยกับตัวอักษรโบราณ

ราคา (Price) บอกราคากับไม่บอกราคา

คำเตือน (Warning) มีคำเตือนกับไม่มีคำเตือน

ผู้วิจัยได้ศึกษาการรวบรวมข้อมูลบรรจุภัณฑ์สุราเพื่อให้ได้มาซึ่งกรณีศึกษา โดยเริ่มศึกษาประเภทรูปแบบบรรจุภัณฑ์สุราทั้งหมดที่ความแตกต่างของส่วนประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในประเด็นเรื่อง รูปทรง วัสดุ รูปร่าง ขนาด สี ตัวอักษร และภาพประกอบ ด้วยวิธีการทำ Delphi โดยจัดกลุ่มประเภทของสุราตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ได้ และพบว่าบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) คือตัวกล่อง และบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือตัวขวด และถ้าเอากรณีศึกษาที่ได้มารวมกับปัจจัยการออกแบบที่จะทำการศึกษาพบว่ามีหลายปัจจัยหลากหลายรูปแบบ และอาจนำมาซึ่งเครื่องมือแบบสอบถามที่เยอะหลายประเด็น ต้องใช้เวลามากในการตอบแบบสอบถาม และส่งผลให้ไม่ได้ข้อมูลที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบงานวิจัยเป็น 2 ชุด ภายใต้โครงการใหญ่คือ **โครงการวิจัยเรื่องปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน**

โครงการย่อย 1. ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน กรณีศึกษา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) ประเภทกล่อง

โครงการย่อย 2. ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน กรณีศึกษา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) ประเภทขวด

ผู้วิจัยกำลังอยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และออกแบบเครื่องมือในการวิจัย ดังเอกสารระเบียบวิธีวิจัย

8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัย ส่วนนี้จะกล่าวถึงผลของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด โดยการอธิบายและพิสูจนด้วยค่าทางสถิติเพื่อให้การวิจัยเป็นไปในเชิงประจักษ์ (Empirical) และแปลความหมายของข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติในการวิจัย เพื่อนำไปสู่คำตอบของการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยในการวิจัยครั้งนี้จะพิสูจนว่ามีปัจจัยอะไรบ้างในการออกแบบที่ส่งผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ดังนั้นงานวิจัยพยายามศึกษาค้นคว้าปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุระหว่าง 18 – 23 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มนิสิตและนักศึกษา จำนวน 100 คน ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นผู้ชาย 48 คน ผู้หญิง 52 คน อายุระหว่าง 18 – 23 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20 ปี

1.2 การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ศึกษาอยู่ในคณะและสาขาต่างๆ ดังนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ ประกอบด้วยสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ผังเมือง สาขาภูมิสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาสถาปัตยกรรมภายใน และสาขานฤมิตศิลป์ จำนวน 32 คน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสาขาภาษาไทย สาขาภาษาเพื่อการสร้างสรรค์งานสื่อสิ่งพิมพ์ สาขาประวัติศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษ สาขาภาษาและวัฒนธรรมอาเซียนเวียดนาม สาขาภาษาเกาหลี สาขาพัฒนาชุมชน สาขาภาษาจีน สาขาภาษาญี่ปุ่น และสาขาภูมิศาสตร์ จำนวน 33 คน คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม ประกอบด้วยสาขาการโรงแรม และสาขาการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน คณะศิลปกรรมศาสตร์ ประกอบด้วยสาขาการแสดง และสาขาทัศนศิลป์ จำนวน 7 คน คณะบัญชีและการจัดการ ประกอบด้วยสาขาบัญชี สาขาการตลาด สาขาการเงิน และสาขาการจัดการ จำนวน 12 คน คณะศึกษาศาสตร์ ประกอบด้วยสาขาคณิตศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ และสาขาจิตวิทยา จำนวน 3 คน คณะวิทยาการสารสนเทศ ประกอบด้วยสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สาขาสื่อสารมวลชน สาขานิเทศศาสตร์ และสาขาสื่ออนิเมต จำนวน 7 คน คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมเคมี จำนวน 1 คน คณะวิทยาศาสตร์ สาขาชีววิทยา จำนวน 1 คน คณะการเมืองการปกครอง สาขารัฐศาสตร์ จำนวน 1 คน คณะนิติศาสตร์ สาขานิติศาสตร์ จำนวน 1 คน

1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คน กรอกข้อมูล 90 คน ไม่ได้กรอกข้อมูล 10 คน รายได้ต่ำสุด 1,900 บาท รายได้สูงสุด 15,000 บาท รายได้โดยเฉลี่ย 6,576.66 บาทดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	ประเด็น	คุณลักษณะ	จำนวน (คน)	เฉลี่ย
1.	เพศ	กลุ่มนิสิตและนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม		
		- ชาย	48 คน	48
		- หญิง	52 คน	52
		รวม	100 คน	
2.	อายุ	ต่ำสุด 18 ปี สูงสุด 23 ปี		20.50
3.	การศึกษา	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ฝัังเมืองและนฤมิตศิลป์ สถาปัตยกรรมศาสตร์/สถาปัตยกรรมศาสตร์ฝัังเมือง/ ภูมิสถาปัตยกรรมศาสตร์/สถาปัตยกรรมภายใน และ สาขานฤมิตศิลป์	32 คน	32
		คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาภาษาไทย/ ภาษาเพื่อการสร้างสรรค์งานสื่อสิ่งพิมพ์/ ประวัติศาสตร์/ภาษาอังกฤษ/ภาษาและวัฒนธรรม อาเซียนเวียดนาม/ภาษาเกาหลี/พัฒนาชุมชน/ ภาษาจีน/ภาษาญี่ปุ่น/ภูมิศาสตร์	33 คน	33
		คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาการโรงแรม/ การจัดการท่องเที่ยว	2 คน	2
		คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาการแสดง/ทัศนศิลป์	7 คน	7
		คณะบัญชีและการจัดการ สาขาบัญชี/การตลาด/ การเงิน/การจัดการ	12 คน	12
		คณะศึกษาศาสตร์ สาขาคณิตศาสตร์/สังคมศาสตร์/ จิตวิทยา	3 คน	3
		คณะวิทยาการสารสนเทศ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์/ สื่อสารมวลชน/นิเทศศาสตร์/สื่อนฤมิต	7 คน	7
		คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมเคมี	1 คน	1
		คณะวิทยาศาสตร์ สาขาชีววิทยา	1 คน	1
		คณะกรรมการเมืองการปกครอง สาขารัฐศาสตร์	1 คน	1
		คณะนิติศาสตร์ สาขานิติศาสตร์	1 คน	1
4.	รายได้ต่อเดือน	ทั้งหมด 100 คน กรอกข้อมูล 90 คน ไม่ได้กรอก ข้อมูล 10 คน รายได้ต่ำสุด 1,900 บาท รายได้สูงสุด 15,000 บาท รายได้โดยเฉลี่ย	90 คน	6,576.66 บาท

2. ข้อมูลของการตีพิมพ์

2.1 สาเหตุที่กลุ่มเป้าหมายเลือกตีพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คนเลือกตีพิมพ์เพื่อการสมัครเป็นอันดับแรกจำนวน 30 คน (ค่าเฉลี่ย 28.8) เพื่อผ่อนคลาย เป็นอันดับ 2 จำนวน 18 คน (ค่าเฉลี่ย 17.3) เพื่อเข้าสังคม เป็นอันดับ 3 จำนวน 12 คน (ค่าเฉลี่ย 11.5) เลือกตีพิมพ์เพราะความชอบ เป็นอันดับ 4 จำนวน 7 คน (ค่าเฉลี่ย 6.7) เลือกตีพิมพ์เพราะ Promotion ลดแลก แจกแถม เป็นอันดับ 5 จำนวน 6 คน (ค่าเฉลี่ย 5.8) เพื่อนชวน เป็นอันดับ 6 จำนวน 5 คน (ค่าเฉลี่ย 4.5) โดนบังคับ เป็นอันดับ 7 จำนวน 4 คน (ค่าเฉลี่ย 3.8) ประเด็นออกหัก เป็นอันดับ 8 จำนวน 4 คน (ค่าเฉลี่ย 3.8) และประเด็นเพราะอยากลองเป็นอันดับสุดท้าย จำนวน 3 คน (ค่าเฉลี่ย 2.9) และ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลของการตีพิมพ์

ลำดับ	สาเหตุที่เลือกตีพิมพ์	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย
1	สมัคร	30	28.8
2	ผ่อนคลาย	18	17.3
3	เข้าสังคม	12	11.5
4	ความชอบ	7	6.7
5	Promotion ลดแลก แจกแถม	6	5.8
6	เพื่อนชวน	5	4.5
7	โดนบังคับ	4	3.8
8	ออกหัก	4	3.8
9	อยากลอง	3	2.9

2.2 ยี่ห้อสุราที่เลือกดื่ม

กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คน เลือกดื่มสุรายี่ห้อต่างๆ ดังนี้

1. ยี่ห้อแสงโสม จำนวน 38 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม อร่อย/หอมดี/เข้าสังคม/เพื่อนชวน/ผ่อนคลาย/ดื่มง่าย รสชาติโอเค/ราคาถูกพอซื้อได้/สิ้นคอดี/สมัคร/ชอบดื่ม/เพื่อนสั่ง/หากินง่าย ราคาถูก/หวานนุ่มละมุนอร่อย
2. ยี่ห้อเบน 285 จำนวน 15 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม อร่อย/เพื่อนชวน/โดนบังคับ/ชอบดื่ม/กินง่าย/ไม่ขมและเหม็นเหมือนยี่ห้ออื่น/ราคาถูก
3. ยี่ห้อเบียร์ช้าง จำนวน 13 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม สมัคร/อร่อย/ชอบ/อยากลอง/เพื่อนสั่ง/กินง่าย

4. ยี่ห้อรีเจนซี จำนวน 9 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม เพื่อนชวน/รสชาติดี/ชอบ/หอม หวาน ไม่บาดคอ/เศร้า
 5. ยี่ห้อเปียร์สิงห์ จำนวน 8 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม มีโปรโมชัน/สังสรรค์/ชอบอร่อย/ผ่อนคลาย/เพื่อนชอบ/เข้าสังคม/รสชาติดี
 6. ยี่ห้อหงษ์ทอง จำนวน 4 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม อร่อย/เพื่อนชวน
 7. ยี่ห้อไฮเนเก้น จำนวน 2 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ดื่มง่ายสุดในบรรดาแอลกอฮอล์/อร่อย
 8. ยี่ห้อ Breezer จำนวน 2 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม อร่อย
 9. ยี่ห้อJohnnie Walker Green จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ถูกดี
 10. ยี่ห้อRED จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม อยากรักพักผ่อน
 11. ยี่ห้อFull moon จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ไม่หนักมาก
 12. ยี่ห้อPASSPORT จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม รสชาติดี
 13. ยี่ห้อสพาย ฟูลมูน จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ไม่แรง
 14. ยี่ห้อไรท์ จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ผ่อนคลาย
 15. ยี่ห้อแม่โขง จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ราคาไม่แพง
 16. ยี่ห้อโซจู จำนวน 1 คน เหตุผลที่เลือกดื่ม ดื่มง่าย กลิ่นไม่แรง
- ไม่ได้กรอก 1 คน-----

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลของยี่ห้อสุราที่เลือกดื่ม (กรอกข้อมูลทั้งหมด 99 คน ไม่กรอกข้อมูล 1 คน)

ลำดับ	สาเหตุที่เลือกดื่มสุรา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย
1	ยี่ห้อแสงโสม	38	38.38
2	ยี่ห้อเบน 285	15	15.15
3	ยี่ห้อเปียร์ช้าง	13	13.13
4	ยี่ห้อรีเจนซี	9	9.09
5	ยี่ห้อเปียร์สิงห์	8	8.08
6	ยี่ห้อหงษ์ทอง	4	4.04
7	ยี่ห้อไฮเนเก้น	2	2.02
8	ยี่ห้อBreezer	2	2.02
9	ยี่ห้อJohnnie Walker Green	1	1.01
10	ยี่ห้อRED	1	1.01
11	ยี่ห้อFull moon	1	1.01
12	ยี่ห้อPASSPORT	1	1.01

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลของยี่ห้อสุราที่เลือกดื่ม (ต่อ)

ลำดับ	สาเหตุที่เลือกดื่มสุรา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย
13	ยี่ห้อสพาย พูลมูน	1	1.01
14	ยี่ห้อไรท์	1	1.01
15	ยี่ห้อแมโขง	1	1.01
16	ยี่ห้อโซจู	1	1.01

2.3 ความถี่ในการดื่มสุรา

พบว่ากลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คน ดื่มสุราทุกวัน จำนวน 4 คน (ค่าเฉลี่ย 3.8) ดื่มวันเว้นวัน จำนวน 10 คน (ค่าเฉลี่ย 9.6) ดื่มสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 30 คน (ค่าเฉลี่ย 28.8) ดื่มเดือนละครั้ง จำนวน 10 คน (ค่าเฉลี่ย 9.6) ดื่มนานๆ ครั้ง จำนวน 37 คน (ค่าเฉลี่ย 35.6) และอื่น ๆ โปรตระกูล จำนวน 13 คน (ค่าเฉลี่ย 12.5) (อื่น ๆ โปรตระกูลแล้วแต่อารมณ์/แล้วแต่คนชวน/บางโอกาส/2-3 ครั้งต่อเดือน/สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง/เดือนละ2-3ครั้ง/3วัน แล้วเว้น 4 วันเว้น)

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลของความถี่ในการดื่มสุรา

ลำดับ	ความถี่ในการดื่มสุรา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย
1	ดื่มทุกวัน	4	3.8
2	ดื่มวันเว้นวัน	10	9.6
3	ดื่มสัปดาห์ละครั้ง	30	28.8
4	ดื่มเดือนละครั้ง	10	9.6
5	ดื่มนานๆ ครั้ง	37	35.6
6	อื่น ๆ โปรตระกูล	13	12.5

2.4 ประเด็นสุรามีประโยชน์หรือไม่

พบว่ากลุ่มเป้าหมายนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 100 คน เลือกตอบประเด็นสุรามีประโยชน์ จำนวน 39 คน (ค่าเฉลี่ย 37.5) กลุ่มเป้าหมายนิสิตนักศึกษาเลือกตอบประเด็นสุราไม่มีประโยชน์ จำนวน 57 คน (ค่าเฉลี่ย 54.8) และประเด็นอื่น ๆ โปรตระกูล จำนวน 8 คน (ค่าเฉลี่ย 7.7) (อื่นๆ โปรตระกูล เพื่อสังสรรค์ผ่อนคลาย/ช่วยให้ลืมความเศร้า/ได้เพื่อน/มีทั้งข้อดีข้อเสีย/มีทั้งข้อดีข้อเสีย บางครั้งการเข้าสังคมด้วยการกินเหล้าด้วยกันก็ช่วยให้คุยกันง่ายขึ้น)

ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลประเด็นสุรามีประโยชน์หรือไม่

ลำดับ	ประเด็นสุรามีประโยชน์หรือไม่	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย
1	ประเด็นสุรามีประโยชน์	39	37.5
2	ประเด็นสุราไม่มีประโยชน์	57	54.8
3	ประเด็นอื่น ๆ โปรดระบุ	8	7.7

3. ข้อมูลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ประเด็นรูปทรงบรรจุภัณฑ์

พบว่านิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คน เลือกบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกสามารถบรรจุเครื่องดื่มสุราในขวดขนาดได้เป็นอันดับแรก จำนวน 50 คน (ค่าเฉลี่ย 48.1) รูปทรงสี่เหลี่ยมทรงเตี้ย เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 39 คน (ค่าเฉลี่ย 37.5) และรูปทรงสี่เหลี่ยมทรงสูง เป็นอันดับที่ 3 จำนวน 13 คน (ค่าเฉลี่ย 12.5) ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลประเด็นรูปทรงบรรจุภัณฑ์

ลำดับ	ประเด็นสุรามีประโยชน์หรือไม่	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย
1	 บรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอก	50	48.1
2	 บรรจุภัณฑ์รูปทรงสี่เหลี่ยมทรงเตี้ย	39	37.5
3	 บรรจุภัณฑ์รูปทรงสี่เหลี่ยมทรงสูง	13	12.5

3.2 ประเด็นปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การศึกษาปัจจัยทางการออกแบบที่มีผลต่อการรับรู้ (Visual Perception) ของเยาวชนที่มีผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุรา ประกอบด้วยปัจจัยการออกแบบดังนี้

เรื่องสี (Color) ในประเด็น สีโทนร้อนกับสีโทนเย็น สีดำกับสีขาว สีทองกับสีเงิน

เรื่องพื้นผิว (Texture) ในประเด็นพื้นผิวแบบด้านกับพื้นผิวแบบมันวาว พื้นผิวแบบเรียบกับพื้นผิวแบบปุ่มนูน

เรื่องกราฟิก (Graphic) ในประเด็น ภาพเหมือนจริงกับภาพกราฟิก มีภาพประกอบกับไม่มีภาพประกอบ

เรื่องตัวอักษร (Font) ในประเด็นตัวอักษรทึบกับตัวอักษรกลวง ตัวอักษรหนากับตัวอักษรบาง ตัวอักษรอ่อนหวานกับตัวอักษรแข็ง ตัวอักษรเป็นทางการกับไม่เป็นทางการ ตัวอักษรทันสมัยกับตัวอักษรโบราณ

ราคา (Price) บอกราคากับไม่บอกราคา


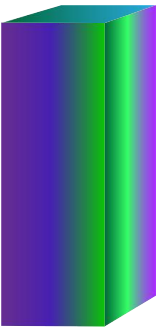
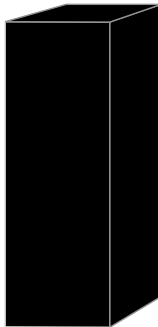

คำเตือน (Warning) มีคำเตือนกับไม่มีคำเตือน

สรุปผลการวิจัยการศึกษาปัจจัยทางการออกแบบที่มีผลต่อการรับรู้ (Visual Perception) ของเยาวชนที่มีผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราจากการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับแรก อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 3.92$ S.D. 2.56 ประเด็นการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 2 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 4.44$ S.D. 2.99 ประเด็นประเด็นการใช้ภาพเหมือนจริงบนบรรจุภัณฑ์สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 3 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 4.61$ S.D. 2.65 ประเด็นสีโทนร้อนสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 4 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 4.82$ S.D. 3.32 ประเด็นพื้นผิวแบบปุ่มนูนสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 5 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 7.07$ S.D. 3.16 ประเด็นพื้นผิวแบบด้านสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 6 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 5.10$ S.D. 2.94 ประเด็นตัวอักษรแบบเป็นทางการสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 7 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 5.21$ S.D. 2.73 ประเด็นตัวอักษรแบบทันสมัยสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 8 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 5.41$ S.D. 2.91 ประเด็นตัวอักษรแบบอ่อนหวานสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 9 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 5.48$ S.D. 3.01 ประเด็นมีภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 10 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 5.51$ S.D. 2.96 ประเด็นโทนสีทองสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 11 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 5.90$ S.D. 3.10 ตามลำดับ

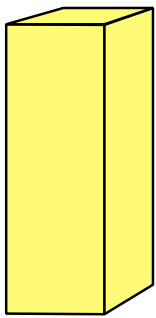
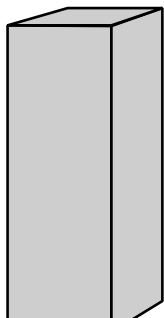
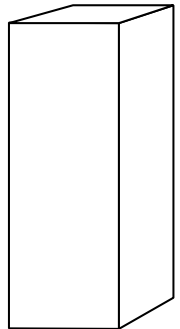
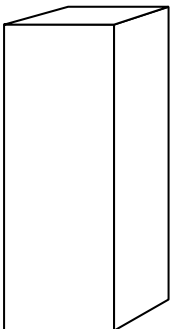
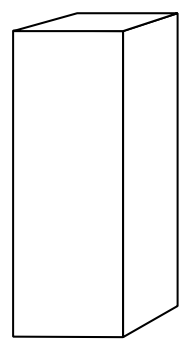
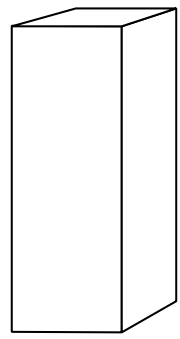
และประเด็นการใช้สีขาวบนบรรจุภัณฑ์สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 12 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 6.45$ S.D. 3.20 ประเด็นใช้ตัวอักษรแบบบางสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 13 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 6.08$ S.D. 2.96 และประเด็นใช้ตัวอักษรแบบกลางสามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนเป็นอันดับ 14 อยู่ที่ระดับ $\bar{X} = 6.06$ S.D. 3.04

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าประเด็นการใช้โทนสีขาวกับโทนสีดำ ประเด็นตัวอักษรแบบหนา กับตัวอักษรแบบบาง และประเด็นตัวอักษรแบบทึบกับตัวอักษรแบบกลาง แทบจะไม่มีผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ดังสรุปในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา



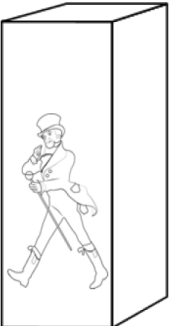
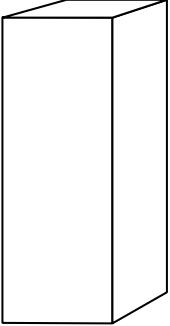
	รูปภาพ	● ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง)											รูปภาพ
		5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1.	<p>ประเด็นการรับรู้เรื่อง “สี”</p>  <p>A. สีโทนร้อน</p>						● $\bar{X} = 4.82, SD=3.32$						 <p>B. สีโทนเย็น</p>
2.	 <p>A. สีดำ</p>						● $\bar{X} = 6.45, SD=3.20$						 <p>B. สีขาว</p>

ตารางที่ 8 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา (ต่อ)

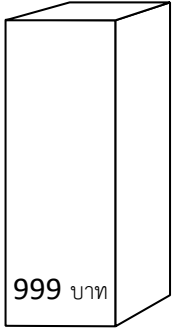
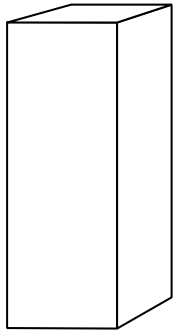

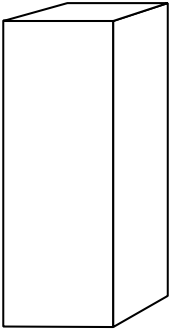
	รูปภาพ	● ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง)										รูปภาพ	
		5	4	3	2	1	0	1	2	3	4		5
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11
3.	 A. สีทอง												 B. สีเงิน
							● $\bar{X} = 5.90, SD = 3.10$						
4.	ประเด็นการรับรู้เรื่อง “พื้นผิว”  A. พื้นผิวแบบด้าน												 B. พื้นผิวมันวาว
							● $\bar{X} = 5.90, SD = 2.94$						
5.	 A. พื้นผิวแบบเรียบ												 B. พื้นผิวแบบป็นูน
							● $\bar{X} = 7.07, SD = 3.16$						

*หมายเหตุ ประเด็นการรับรู้เรื่องสีเงินและสีทองในการสอบถามเลือกใช้สีเงินและสีทองจริงในการทดสอบ และประเด็นการรับรู้เรื่องพื้นผิวในการเก็บข้อมูลใช้พื้นผิวที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสัมผัสได้จริง

ตารางที่ 8 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา (ต่อ)

	รูปภาพ	ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง)										รูปภาพ		
		5	4	3	2	1	0	1	2	3	4		5	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	
6.	<p>ประเด็นการรับรู้เรื่อง “ภาพประกอบ”</p>  <p>A. ภาพเหมือนจริง</p>													 <p>B. ภาพกราฟิก</p>
							$\bar{X} = 4.61, SD = 2.65$							
7.	 <p>A. มีภาพประกอบ</p>													 <p>B. ไม่มีภาพประกอบ</p>
							$\bar{X} = 5.51, SD = 2.96$							
8.	<p>ประเด็นการรับรู้เรื่อง “ตัวอักษร”</p> <p>Brand</p> <p>A. ตัวอักษรทึบ</p>													<p>Brand</p> <p>B. ตัวอักษรกลวง</p>
							$\bar{X} = 6.06, SD = 3.04$							
9.	<p>Brand</p> <p>A. ตัวอักษรหนา</p>													<p>Brand</p> <p>B. ตัวอักษรบาง</p>
							$\bar{X} = 6.08, SD = 2.96$							
10.	<p><i>Brand</i></p> <p>A. ตัวอักษรอ่อนหวาน</p>													<p>Brand</p> <p>B. ตัวอักษรแบบแข็ง</p>
							$\bar{X} = 5.48, SD = 3.01$							
11.	<p>Brand</p> <p>A. ตัวอักษรเป็นทางการ</p>													<p><i>Brand</i></p> <p>B. ตัวอักษรไม่เป็นทางการ</p>
							$\bar{X} = 5.21, SD = 2.73$							

ตารางที่ 8 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรา (ต่อ)

	รูปภาพ	● ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง)										รูปภาพ			
		5	4	3	2	1	0	1	2	3	4		5		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11		
12.	Brand A. ตัวอักษรแบบทันสมัย						●								Brand B. ตัวอักษรแบบโบราณ
							●								
13.	ประเด็นการรับรู้เรื่อง “ราคา”  A. บอกราคา						●								 B. ไม่บอกราคา
							●								
14.	ประเด็นการรับรู้เรื่อง “คำ เตือน”  A. มีคำเตือน						●								 B. ไม่มีคำเตือน
							●								

การวิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเพื่อเชื่อมโยงการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อหาข้อสรุปและเสนอแนะปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน โดยสามารถสรุป อภิปรายผลรวมไปถึงเสนอแนะแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

จากการศึกษาวิจัย ในส่วนนี้จะกล่าวถึงการนำผลของข้อมูลปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนมาดำเนินการออกแบบสร้างรูปแบบ (3D Packaging) ตามปัจจัยการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างโดยให้นิสิตในรายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สาขานฤมิตรศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 14 คน ได้ 14 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากนั้นนำรูปแบบที่ได้ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง (recheck) เพื่อนำผลสรุปไปเป็นเกณฑ์ในการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด โดยการอธิบายและพิสูจน์ด้วยค่าทางสถิติเพื่อให้การวิจัยเป็นไปในเชิงประจักษ์ (Empirical) และแปลความหมายของข้อมูล โดยใช้ค่าสถิติในการวิจัย เพื่อนำไปสู่คำตอบของการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยในการวิจัยครั้งนี้จะพิสูจน์ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างในการออกแบบที่ส่งผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยพยายามศึกษาค้นคว้ารูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนคือกลุ่มนิสิตและนักศึกษา จำนวน 100 ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นผู้ชาย 26 คน ผู้หญิง 74 อายุระหว่าง 18 – 23 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20 ปี

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุรา

การศึกษารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้ (Visual Perception) ของเยาวชนที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุรา

สรุปผลการวิจัยการศึกษารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้ (Visual Perception) ของเยาวชนที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุรา จากการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับแรก จำนวน 79 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 20 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 7 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 3 จำนวน 19 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 6 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 4 จำนวน 15 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 5 จำนวน 17 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 6

จำนวน 14 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 10 สามารถนรณรงค์
 ลตการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 7 จำนวน 15 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการ
 ออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 9 สามารถนรณรงค์ลตการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 8 จำนวน 14
 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 13 สามารถนรณรงค์ลตการดื่ม
 สุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 9 จำนวน 11 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุ
 ภัณฑ์รูปแบบที่ 8 สามารถนรณรงค์ลตการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 10 จำนวน 14 คน กลุ่ม
 ตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 11 สามารถนรณรงค์ลตการดื่มสุราใน
 เยาวชนได้เป็นอันดับที่ 11 จำนวน 11 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 รูปแบบที่ 14 สามารถนรณรงค์ลตการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 12 จำนวน 13 คน กลุ่มตัวอย่าง
 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 12 สามารถนรณรงค์ลตการดื่มสุราในเยาวชนได้
 เป็นอันดับที่ 13 จำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2
 สามารถนรณรงค์ลตการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 14 จำนวน 14 คนตามลำดับดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลตการดื่มสุราในเยาวชน

ลำดับที่	รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง) 100 คน		หมายเหตุ
		N 100 คน	จำนวน (คน)	
1.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5 	100 คน	79 คน	
2.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 	100 คน	20 คน	

ตารางที่ 9 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง) 100 คน		หมายเหตุ
		N 100 คน	จำนวน (คน)	
3.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 7 	100 คน	19 คน	
4.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 6 	100 คน	15 คน	
5.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 	100 คน	17 คน	
6.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4 	100 คน	14 คน	

ตารางที่ 9 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง) 100 คน		หมายเหตุ
		N 100 คน	จำนวน (คน)	
7.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 10 	100 คน	15 คน	
8.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 9 	100 คน	14 คน	
9.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 13 	100 คน	11 คน	
10.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 8 	100 คน	14 คน	

ตารางที่ 9 แสดงการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็นของเยาวชน (กลุ่มตัวอย่าง) 100 คน		หมายเหตุ
		N 100 คน	จำนวน (คน)	
11.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 11 	100 คน	11 คน	
12.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 14 	100 คน	13 คน	
13.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 12 	100 คน	10 คน	
14.	บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 	100 คน	14 คน	

9. สรุปผลการวิจัย

9.1 สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

สรุปผลการวิจัยการศึกษาปัจจัยทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้ (Visual Perception) ของเยาวชนที่มีผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราจากการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามจำนวน 100 คน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ประกอบด้วยปัจจัยการมีข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้ภาพเสมือนจริงบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้โทนสีร้อน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบปมูนูน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบด้าน ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบเป็นทางการ ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบทันสมัย ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบอ่อนหวาน ปัจจัยการมีภาพประกอบ และปัจจัยการใช้โทนสีทอง ตามลำดับ

และพบว่าปัจจัยการใช้สีดำกับสีขาว ปัจจัยตัวอักษรแบบหนา กับตัวอักษรแบบบาง ปัจจัยตัวอักษรแบบทึบกับตัวอักษรแบบกลวงไม่มีผลต่อการรับรู้ทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเยาวชนในการรณรงค์ลดการดื่มสุรา ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

ลำดับ	ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน
1.	ปัจจัยการมีข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์	✓
2.	ปัจจัยการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	✓
3.	ปัจจัยการใช้ภาพเสมือนจริงบนบรรจุภัณฑ์	✓
4.	ปัจจัยการใช้โทนสีร้อน	✓
5.	ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบปมูนูน	✓
6.	ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบด้าน	✓
7.	ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบเป็นทางการ	✓
8.	ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบทันสมัย	✓
9.	ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบอ่อนหวาน	✓
10.	ปัจจัยการมีภาพประกอบ	✓
11.	ปัจจัยการใช้โทนสีทอง	✓
12.	ปัจจัยการใช้สีดำกับสีขาว	X
13.	ปัจจัยตัวอักษรแบบหนา กับตัวอักษรแบบบาง	X
14.	ปัจจัยตัวอักษรแบบทึบกับตัวอักษรแบบกลวง	X

หมายเหตุ : ✓ ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการรับรู้ของเยาวชนในการรณรงค์ลดการดื่มสุรา

X ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีผลต่อการรับรู้ของเยาวชนในการรณรงค์ลดการดื่มสุรา

9.2 สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

การวิจัยพยายามศึกษาค้นคว้ารูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มนิสิตและนักศึกษา จำนวน 100 คน ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นผู้ชาย 26 คน ผู้หญิง 74 คน อายุระหว่าง 18 – 23 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20 ปี พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับแรก กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 7 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 6 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 10 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 7 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 9 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 8 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 13 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 9 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 8 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 10 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 11 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 11 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 14 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 12 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 12 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 13 กลุ่มตัวอย่าง 100 คน เลือกรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับที่ 14 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 สรุปผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

ลำดับ	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์
1.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5
2.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3
3.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 7
4.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 6
5.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1
6.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4
7.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 10
8.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 9
9.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 13
10.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 8
11.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 11
12.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 14
13.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 12
14.	รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2

10. อภิปรายผล

10.1 อภิปรายผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะอภิปรายผลการศึกษปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเพื่อเชื่อมโยงการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของเยาวชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อณรงค์ลดการดื่มสุรา ประกอบด้วยปัจจัยการมีข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้ภาพเสมือนจริงบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้โทนสีร้อน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบปัมปูน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบด้าน ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบเป็นทางการ ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบทันสมัย ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบอ่อนหวาน ปัจจัยการมีภาพประกอบ และปัจจัยการใช้โทนสีทอง ตามลำดับ

และพบว่าปัจจัยการใช้สีดำกับสีขาว ปัจจัยตัวอักษรแบบหนากับตัวอักษรแบบบาง ปัจจัยตัวอักษรแบบทึบกับตัวอักษรแบบกลวงไม่มีผลต่อการรับรู้ทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเยาวชนในการณรงค์ลดการดื่มสุรา ดังตารางที่ 9

ปัจจัยการมีข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากการมีข้อความเตือนบนบรรจุภัณฑ์สุราเป็นการสื่อสารข้อความที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน สอดคล้องกับ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม นักวิชาการฝ่ายระวางกลยุทธการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่กล่าวว่า ผลวิจัยในต่างประเทศยืนยันว่า การติดป้ายคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์แอลกอฮอล์ โดยเน้นไปที่ผลเสียต่อสุขภาพ สามารถช่วยให้อัตราการดื่มลดลง (Nation TV - เว็บไซต์สถานีข่าวอันดับ 1 ของเมืองไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2560)

ปัจจัยการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากคนส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับความคุ้มค่าของของเล่นที่เลือกซื้อกับราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Völckner Franziska (The dual role of price: decomposing consumers' reactions to price, 2008) เรื่องการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภค และการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์สุราซึ่งนักดื่มส่วนใหญ่มักเป็นเยาวชนที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง ดังนั้นการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่จะได้รับ การบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์สุราจึงมีส่วนช่วยในการรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้

ปัจจัยการใช้ภาพเสมือนจริง ปัจจัยการมีภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนาง อารีกุล พวงสุวรรณ นักวิจัยศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) กล่าวว่า (ศวส.) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้จัดทำโครงการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเรื่องการรับรู้และทัศนคติของเยาวชนไทยต่อมาตรการข้อความคำเตือนประกอบภาพสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือ 95.5% คิดว่าภาพคำเตือนบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีตัวอย่างในร่างประกาศกระทรวงสาธารณสุข มีผลให้เยาวชนไม่ต้องการดื่มได้มากกว่าการมีข้อความคำเตือนเพียงอย่างเดียว และอีก 80.1% คิดว่าหากมีภาพคำเตือนจะสามารถเตือนใจและเพิ่มการรับรู้ถึงผลกระทบการดื่มได้มากกว่าข้อความคำเตือนเพียงอย่างเดียว ส่วน 81% เห็นว่าภาพคำเตือนจะลดแรงดึงดูดความน่าลองของฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ (อารีกุล พวงสุวรรณ. คม ชัด ลึก: 2553)

ปัจจัยการใช้โทนสีร้อนมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากโทนสีร้อนเป็นโทนสีที่สามารถกระตุ้นการดึงดูดความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการใช้สี สีร้อน (Warm Colors) มีอิทธิพลต่อการดึงดูดและกระตุ้นอารมณ์ได้มากกว่าโทนสีอื่นๆ สีเหล่านี้จะกระตุ้นความสนใจต่อผู้พบเห็นได้เร็ว (หลักการใช้สี, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2555)

ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบปั๊มูนมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากเป็นพื้นผิวที่โดดเด่น สะดุดตา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rolf Lasson et

al. (Embossed packaging laminate and method of making laminate, August 2004) เรื่องการใช้เทคนิคปั๊มูนบนบรรจุภัณฑ์สามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจ

ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบด้านมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชนเนื่องจากการใช้พื้นผิวแบบเงา มันวาวบนบรรจุภัณฑ์ เป็นผิวสัมผัสที่มีความสะอาดตา ดูทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์เรื่องความเด่น (Stand Out) ได้กล่าวว่า ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง ตัวบรรจุภัณฑ์จำต้องออกแบบให้เด่นสะอาดตา (Catch the Eye) จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง Improving the appearance of metal packaging coatings with Eastman™ cellulose esters (Coatings Market Technical Tip, 2008) พื้นผิวมันวาวก่อให้เกิดลักษณะที่น่าสนใจในตลาดปัจจุบัน ผิวมันวาวสามารถดึงดูดความสนใจและโดดเด่นได้มากกว่าพื้นผิวแบบด้าน จึงเชื่อมโยงถึงการใช้พื้นผิวแบบด้านมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราเพราะทำให้ไม่น่าสนใจ และโดดเด่นต่อการรับรู้ของเยาวชน

ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบเป็นทางการมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากเป็นตัวอักษรที่มีความชัดเจน อ่านง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบตัวอักษรจะทำหน้าที่ในการให้รายละเอียดของสินค้าและยังทำหน้าที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ทางอ้อมได้ด้วย (กรุงเทพธุรกิจ April, 2008)

ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบทันสมัย ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบอ่อนหวานมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากเป็นตัวอักษรที่สะอาดตา สามารถดึงดูดความสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประชิด ทิณบุตร (ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์, 2530) การใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดสายตา เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ตัวอักษรควรเป็นสิ่งเร้า การสื่อสารและกระตุ้นผู้อ่าน

ปัจจัยการใช้โทนสีทองเมื่อเปรียบเทียบกับโทนสีเงิน พบว่าโทนสีทองมีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน เนื่องจากโทนสีทองเป็นโทนสีที่มีความสว่าง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การใช้สีทองบ่งบอกถึงคุณค่า รสนิยม ความเจริญรุ่งเรือง และพลังอำนาจของเพศชาย สีทองทำให้ทุกสิ่งที่อยู่รอบๆ สว่างสดใส ช่วยเพิ่มความอบอุ่นและดึงดูดความร่ารวย นอกจากนั้นยังนำมาซึ่งความสุขสมหวัง ความสำเร็จในชีวิต อำนาจ มิตรภาพ และการมองโลกในแง่ดี สุขภาพที่ดี การใช้สีทองอย่างสมดุลจะช่วยให้เป็นที่รักและเข้าถึงจิตวิญญาณ ช่วยพัฒนาจิตวิญญาณ วุฒิภาวะ และปัญญา แต่หากใช้มากเกินไปจะดึงดูดความเห่อหึงทะนงตน ความเป็นวัตถุนิยม ความโลภ ความไม่ไว้ใจและความเป็นคนช่างเรียกร้องอีกด้วย (<http://www.beger.co.th/หลากหลายไอเดียสี/ความหมายและพลังของสีแต่ละสี>, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2560)

ปัจจัยการใช้สีดำกับสีขาว ไม่มีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโกสุม สายใจ กับแนวคิดที่ว่า คนส่วนใหญ่จะชอบภาพที่มีสีสะอาดสดใสมากกว่า ภาพขาวดำ ชอบภาพหลาย ๆ สีมากกว่าสีเดียว และชอบภาพที่เป็นกลุ่มสีร้อนมากกว่าสีเย็น (โกสุม สายใจ, 2540)

ปัจจัยตัวอักษรแบบหนากับตัวอักษรแบบบาง ปัจจัยตัวอักษรแบบทึบกับตัวอักษรแบบกลวงไม่มีผลต่อการรับรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน แต่อย่างไรก็ตามตัวอักษรแต่ละแบบมีบุคลิกที่แตกต่างกันในการเลือกใช้ตัวอักษรในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงความเหมาะสมในการใช้งาน ตัวอักษรควรเป็นสิ่งเร้า การสื่อสารและกระตุ้นผู้อ่านซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประชิด ทิณบุตร (ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์, 2530)

10.2 อภิปรายผลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะอภิปรายผลการศึกษารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน โดยสามารถอภิปรายผลดังนี้

รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุระหว่าง 18 – 23 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มนิสิตและนักศึกษา จำนวน 100 คน ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นผู้ชาย 26 คน ผู้หญิง 74 คน อายุระหว่าง 18 – 23 ปี โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20 ปี พบว่ารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5 สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้เป็นอันดับแรกเนื่องจากในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เลือกใช้การมีข้อความคำเตือนและมีภาพประกอบเป็นภาพเสมือนจริงที่สื่อสารให้รับรู้ถึงผลกระทบที่เกิดจากการดื่มสุรา มีการบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยการใช้โทนสีร้อน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบปัมปูน ปัจจัยการใช้พื้นผิวแบบด้าน ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบเป็นทางการ ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบทันสมัย ปัจจัยการใช้ตัวอักษรแบบอ่อนหวาน และปัจจัยการใช้โทนสีทอง ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน



ภาพประกอบ 5 ตัวอย่างรูปแบบ Pattern การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน



ภาพประกอบ 6 ตัวอย่างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน

11. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการรับรู้ปัจจัยของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน และการศึกษาการรับรู้รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน (Generalization) ตามแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามจิตวิทยาการรับรู้ของเยาวชน ซึ่งส่งผลไปถึงการเชื่อมโยงระหว่างความพยายามรณรงค์ลดการดื่มสุราของเยาวชน

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการรณรงค์ลดการดื่มสุราผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อได้เป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์ให้ตระหนักถึงโทษและตามมาด้วยการดื่มสุราในเยาวชนลดน้อยลง และจากการศึกษาการวิจัยพบว่าบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) คือตัวกล่อง และบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือตัวขวด ในงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน กรณีศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) ประเภทกล่อง ผู้วิจัยขอเสนอแนะการออกแบบงานวิจัยเป็น 2 ชุด ภายใต้โครงการใหญ่คือโครงการวิจัยเรื่องปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน ประกอบด้วย

โครงการย่อย 1. ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน กรณีศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Outer Package) ประเภทกล่อง คืองานวิจัยฉบับนี้

โครงการย่อย 2. ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน กรณีศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) ประเภทขวด

เสนอแนะให้ศึกษาปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน กรณีศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) ประเภทขวด เพื่อเชื่อมโยงไปถึงรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชนได้อย่างครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรุงเทพธุรกิจ Post by: Anunta Intraaksorn. April 2008. **การใช้บรรจุภัณฑ์ในการสร้างภาพลักษณ์ หรือ Branding**. [Online]. Available:

http://www.tcdconnect.com/content/detail.php?ID=3495&sphrase_id=38177
November 13, 2012.

โกสุม สายใจ. 2540. **สีและการใช้สี**. กรุงเทพมหานคร: สายใจพริ้นติ้ง.

ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548. **ออกแบบให้โดนใจ**. ปีที่พิมพ์ 2/2548 กรุงเทพมหานคร: วิทอินดีไซน์.

นิษฐา หุ่นเกษม Nation TV - เว็บไซต์สถานีข่าวอันดับ 1 ของเมืองไทย อ่านต่อที่

<http://www.nationtv.tv/main/content/social/378434237/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2560)

ปาพจน์ หนูนภักดี. 2553. **Graphic Design Principles**. พิมพ์ครั้งที่ 1 นนทบุรี: ไอดีซีฯ 360 หน้า.

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 1

กรุงเทพมหานคร: หยี่เฮงจำกัด.

ปริญ ลักษิตานนท์. 2544. **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร.

ประชิด ทิณบุตร. 2530: 29 **ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์** [Online]. Available:

http://www.mew.6com/composer/package/package_.13php

วารสารเชิงความรู้เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมกราฟิกพิมพ์และบรรจุภัณฑ์. July-September 2012.

NEVIA NEWS by Gold East paper & CAS paper Vol.3, No. 9.

อารีกุล พวงสุวรรณ. 2553. วิจัยระบุภาพเตือนขวดเหล้าช่วยลดนักดื่มหน้าใหม่: คม ชัด ลึก [Online].

<http://www.komchadluek.net/news/socail/68661>

ภาษาอังกฤษ

Coatings Market Technical Tip TT-91. 2008, **Improving the appearance of metal**

Packaging coatings with Eastman™ cellulose esters, Eastman Chemical

Company Corporate Headquarters, Kingsport, TN 37662-5280 U.S.A. [Online].

Available: http://www.eastman.com/Literature_Center/T/TT91.pdf

Lee.T.L., 1992. “**Visual Design Part I _ Point, Line, Plane**” p. 24, p.26.

Linda Groat and David Wang. 2008. **Architectural Research Methods** Published

by John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey. Pages 268-269.

Olga Ampuero and Natalia Vila. November 2, 2006. “**Consumer perceptions of product packaging**” Journal of Consumer Marketing Volume 23, pp.100-112.

Rolf Lasson et al. (**Embossed packaging laminate and method of making laminate**, August 2004)

Völckner Franziska (**The dual role of price**: decomposing consumers' reactions to price, 2008)

เว็บไซต์

<http://www.beger.co.th/หลากหลายไอเดี่ยสี/ความหมายและพลังของสีแต่ละสี>, สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2560

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ชื่อและรายละเอียดของผู้รับผิดชอบโครงการ
(ประวัติ ผลงาน ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง)

ประวัติ

1. ชื่อ- นามสกุล นางสาววิชนาถ ทิวะสิงห์
2. ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์
3. การศึกษา
 - ปีการศึกษา 2545 ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาอนุมิตศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตศิลป์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 - ปีการศึกษา 2547 ปริญญาครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยี
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 - ปีการศึกษา 2556 ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาสหวิทยาการการวิจัยเพื่อการออกแบบ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
4. ประสบการณ์
 - พ.ศ. 2546 นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ดอกไม้แห่งของมูลนิธิโครงการหลวง
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 - พ.ศ. 2546 ออกแบบภาพประกอบเอกสารการเรียนการสอนรายวิชา
วิทยาศาสตร์ และพระพุทธศาสนาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 และ 3
 - พ.ศ. 2548 วิทยากรบรรยายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านรูปแบบ
บรรจุภัณฑ์ในงานสัมมนาเครือข่าย OTOP
 - พ.ศ. 2552 อาจารย์พิเศษ คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกวิทยาเขตอุเทนถวาย
 - พ.ศ. 2553 อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์วิทยาเขตเพาะช่าง
 - พ.ศ. 2554-2555 ศึกษาและวิจัยที่ Faculty of Computing, IT and Multimedia
University of Gloucestershire ประเทศสหราชอาณาจักร
 - พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาอนุมิตศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
5. คุณสมบัติพิเศษ/ความเชี่ยวชาญ/ความสนใจพิเศษ
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบกราฟิก

6. ผลงานตีพิมพ์

- พ.ศ. 2552 นำเสนอและตีพิมพ์ผลงาน บทความวิจัยในหัวข้อ "Conflicting purchasers' and users' appeal toward a design goal: a case of toy packing design determining children and parent' purchasing decision" ของโครงการ 8th Biennial Conference on Environmental Psychology. ณ ประเทศ สวิตเซอร์แลนด์
- พ.ศ. 2553 นำเสนอและตีพิมพ์ผลงานบทความวิจัยในหัวข้อ “CONFLICTING PURCHASERS AND USERS APPEAL TOWARD A DESIGN GOAL DETERMINING CHILDREN AND PARENTS' PURCHASING DECISION: A CASE OF TOY PACKING DESIGN” ของโครงการ The World, Conference on Psychology, Counselling and Guidance ณ ประเทศตุรกี
- พ.ศ. 2553 นำเสนอและตีพิมพ์ผลงาน Elsevier’s Procedia Social & Behavioral Sciences ในหัวข้อ Distinctive Design Perception: A case of toy packaging design determining children and parents’ purchasing decision ณ ประเทศ มาเลเซีย
- พ.ศ. 2556 ตีพิมพ์ผลงานวิจัย Design Principles and Practices: An International Journal-Annual Review, Volume 7, 2013, pp.29-43. ในหัวข้อ Design Goals and Attention Differentiations among Target Groups: A Case of Toy Packaging Design Attracting Children and Parents’ Purchasing Decision
- พ.ศ. 2558 ตีพิมพ์ผลงานวิจัยวารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรม ศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร “การออกแบบกราฟิกเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน ของจังหวัดมหาสารคาม”
- พ.ศ. 2558 นำเสนอและตีพิมพ์ผลงานโครงการ Business and Social Sciences Research Conference, 10-11 December 2015, Ambassador Hotel, Bangkok, Thailand
- พ.ศ. 2558 ตีพิมพ์บทความวิชาการเรื่อง “Aesthetic Categories and Changing Ideas of 'Design' since Ancient Times” (Article ID: EAD-2-THAI-003) to be included in the section on

Thailand in Volume II of The Encyclopedia of Asian Design.

พ.ศ. 2559

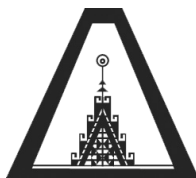
นำเสนอและตีพิมพ์ผลงานโครงการ The European Conference on Arts & Humanities (ECAH2016) ในหัวข้อ Graphic Design on Packaging for Development of Local Textile Product: A case of Cloth Weaving Commodities in Mahasarakham Province Thailand ณ เมือง Brighton ประเทศสหราชอาณาจักร

ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(แบบสอบถาม รอบที่ 1)

ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน



แบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน”

นิสิตหลักสูตรนฤมิตรศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตรศิลป์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลัง
ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน” จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบ
แบบสอบถามนี้อย่างสมบูรณ์ และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ความร่วมมือของท่านจะเป็น
ประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

ผู้วิจัย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

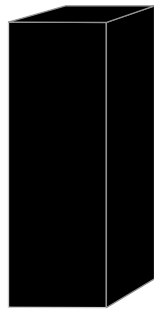
ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบสนอง

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษา
ปริญญาตรี สาขา.....
คณะ.....
5. รายได้ต่อเดือน/เดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลของการดื่มสุรา

1. สาเหตุที่เลือกดื่มสุรา
() อากหัก () อยากลอง () เพื่อนชวน () สังสรรค์
() เข้าสังคม () ความชอบ () โดนบังคับ () ผ่อนคลาย
() Promotion; ลด, แลก, แจก, แถม () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ยี่ห้อสุราที่คุณเลือกดื่ม
.....เหตุผลที่เลือกดื่ม.....
3. ความถี่ในการดื่ม
() ทุกวัน – วันเว้นวัน () ทุกสัปดาห์
() ทุกเดือน () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. คุณคิดว่าสุรามีประโยชน์หรือไม่
() มี () ไม่มี
() อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. จากรูปภาพท่านคิดว่าภาพซ้ายหรือภาพขวา ที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้มากกว่ากัน



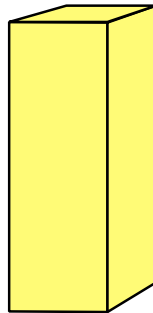
A. สีดำ



B. สีขาว

ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพซ้าย A					0	ภาพขวา B					
	5	4	3	2	1		1	2	3	4	5	
สีที่ใช้สามารถรณรงค์ลดการทิ้งสุรา												

3. จากรูปภาพท่านคิดว่าภาพซ้ายหรือภาพขวา ที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้มากกว่ากัน



A. โทนสีทอง

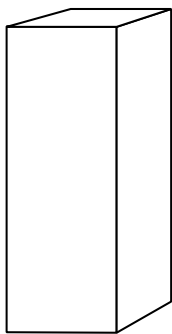


B. โทนสีเงิน

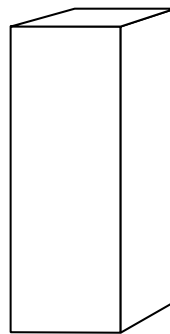
ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพซ้าย A					0	ภาพขวา B					
	5	4	3	2	1		1	2	3	4	5	
สีที่ใช้สามารถรณรงค์ลดการทิ้งสุรา												

*หมายเหตุ ประเด็นการรับรู้เรื่องสีเงินและสีทองในการสอบถามเลือกใช้สีเงินและสีทองจริงในการทดสอบ

4. จากรูปภาพท่านคิดว่าภาพซ้ายหรือภาพขวา ที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้มากกว่ากัน



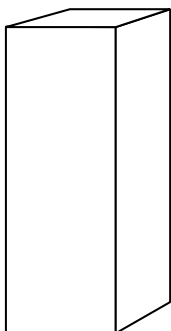
A. พื้นผิวด้าน



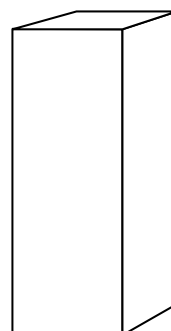
B. พื้นผิวมนวาว

ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพซ้าย A						ภาพขวา B					
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
พื้นผิวที่ใช้สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุรา												

5. จากรูปภาพท่านคิดว่าภาพซ้ายหรือภาพขวา ที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้มากกว่ากัน



A. พื้นผิวเรียบ

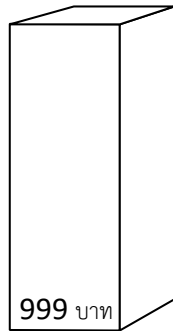


B. พื้นผิวป้มนูน

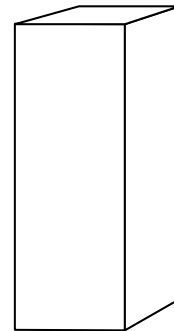
ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพซ้าย A						ภาพขวา B					
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
พื้นผิวที่ใช้สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุรา												

*หมายเหตุ ประเด็นการรับรู้เรื่องพื้นผิวในการเก็บข้อมูลใช้พื้นผิวที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสัมผัสได้จริง

13. จากรูปภาพท่านคิดว่าภาพซ้ายหรือภาพขวา ที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้มากกว่ากัน



A. บอกราคา



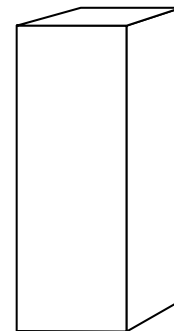
B. ไม่บอกราคา

ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพซ้าย A						ภาพขวา B					
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
ตัวอักษรที่ใช้สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุรา												

14. จากรูปภาพท่านคิดว่าภาพซ้ายหรือภาพขวา ที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้มากกว่ากัน



A. มีคำเตือน



B. ไม่มีคำเตือน

ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพซ้าย A						ภาพขวา B					
	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5	
ข้อความที่ใช้สามารถรณรงค์ลดการดื่มสุรา												

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นอื่นๆเกี่ยวกับแบบสอบถามและภาพประกอบ (กรุณาตอบคำถามเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงเครื่องมือในครั้งต่อไป)

.....

.....

.....

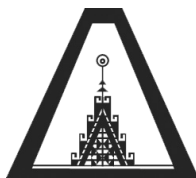
.....

ภาคผนวก ค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(แบบสอบถาม รอบที่ 2)

รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน



แบบสอบถามเรื่อง “ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรในเยาวชน”

นิสิตหลักสูตรนฤมิตรศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตรศิลป์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำลังทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุรในเยาวชน” จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามนี้อย่างสมบูรณ์ และขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ความร่วมมือของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างสูง

ผู้วิจัย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ.....ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สุร

1. คุณคิดว่าบรรจุภัณฑ์สุรรูปแบบใดไม่น่าดื่มที่สุด (ให้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยใส่หมายเลขตามลำดับ)

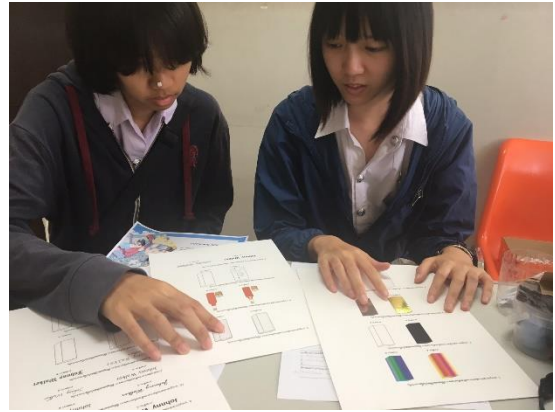
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 1 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 2 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 3 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 4 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 5 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 6 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 7 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 8 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 9 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 10 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 11 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 12 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 13 หมายเลข.....
- ไม่น่าดื่มอันดับที่ 14 หมายเลข.....

จงเรียงลำดับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่น่าตีพิมพ์ที่สุด

1. 	2. 	3. 	4. 
5. 	6. 	7. 	8. 
9. 	10. 	11. 	12. 
13. 	14. 		

ภาคผนวก ง
ภาพถ่ายกิจกรรมในการวิจัย

ภาพประกอบการเก็บแบบสอบถามรอบที่ 1 ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเพื่อเชื่อมโยงการรับรู้
ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพประกอบการเก็บแบบสอบถามรอบที่ 2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรณรงค์ลดการดื่มสุราในเยาวชน



ภาคผนวก จ

เอกสารตอบรับการนำเสนอบทความทางวิชาการ (บทความวิจัย)
ในโครงการ The European Conference on Education (ECE 2017)

ภาคผนวก ฉ

หนังสือเชิญจาก University of Gloucestershire, ประเทศสหราชอาณาจักร
ในการความร่วมมือทางด้านวิจัยและทางด้านวิชาการ



15th Mar 2017

Professor Shujun Zhang
Applied Computing and
Technology The University of
Gloucestershire The Park
Campus Cheltenham, GLSO
2RH UK

Assistant Prof. Dr. Wichanat Tiwasing
Faculty of Architecture, Urban Design and
Creative Arts Mahasarakham University,
Kamriang District Mahasarakham
Province, 44150, Thailand.

cc. Assistant Prof. Dr. Pondej Chaowarat

Dear Assistant Prof. Dr. Wichanat Tiwasing,

I writing to invite you to come to The University of Gloucestershire to jointly prepare the upcoming conference paper for the ECE2017 conference on 30 June-2 July 2017 on the research title "**The Packaging Design Factors to reduce alcohol campaign for youth people: A Case Study of Packaging Design's Classroom**". We can work together from June and also discuss continuing research and preparation of papers for submission to high quality international journals.

You will also have an opportunity to meet colleagues and I do hope you are able to attend and I understand you would like to be in the UK between June 19th 2017 and July 25th 2017, which would be ideal.

Yours Sincerely

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Shujun Zhang".

Dr. Shujun Zhang
Professor in Applied Computing and Technology
E-mail: szhang@glos.ac.uk
Tel: 0044-1242 71426

International, Intercultural, Interdisciplinary

Jurys Inn Brighton Waterfront, Brighton & Hove, United Kingdom

Friday, June 30 - Sunday, July 2, 2017

Wichanat Tiwasing
Mahasarakham University, Thailand
March 9, 2017

Contact Email: aey333@hotmail.com
Presentation Type: Oral Presentation

Submission Title: The Packaging Design Factors to Reduce Alcohol Campaign for Youth People: A Case Study of Packaging Design's Classroom
Submission Number: 36656

Authors: Wichanat Tiwasing

Dear Dr. Tiwasing,

On behalf of the IAFOR local organising committee and the ECE2017 Organising Committee, I am pleased to inform you that your proposal, "The Packaging Design Factors to Reduce Alcohol Campaign for Youth People: A Case Study of Packaging Design's Classroom", has met the accepted international academic standard of blind peer review, and has been accepted for Oral Presentation at ECE2017.

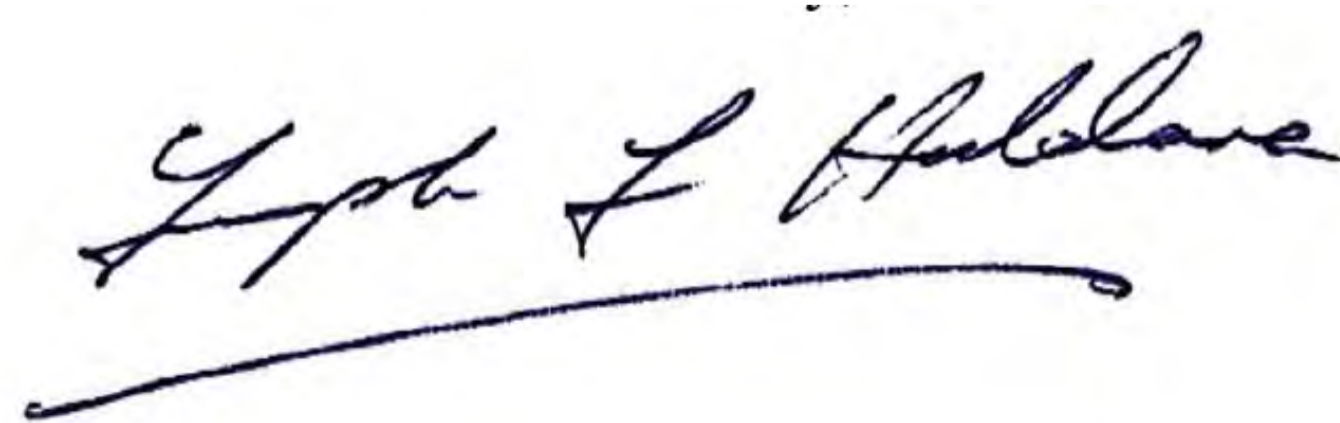
The conference will be held in Brighton, United Kingdom, at The Jurys Inn Brighton Waterfront from the afternoon of Friday, June 30th to Sunday, July 2nd, 2017. For more detailed information about the conference, please visit the conference website.

If you cannot present for any reason, please notify the conference administration team at ece@iafor.org. If there is a day that you are unable to present, please contact the administration team at the time of registration. Not everyone can be accommodated with preferential dates and time, so please limit any request of this nature to unavoidable situations.

To confirm your participation in the conference please register by Tuesday, May 16th 2017.

Thank you for submitting to The European Conference on Education 2017. All of us affiliated with the organization aim to make this conference a success.

Yours Sincerely,



Joseph Haldane, Ph.D. (London), F.R.A.S.
President, IAFOR

iafor