

การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เสื้อกนกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื้อกนกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

ขจร อิศราสุชีพ¹ และ ศุภสิทธิ์ วราศิลป์^{1*}

¹คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รับบทความ : 30 พฤศจิกายน 2568

แก้ไขบทความ : 24 มีนาคม 2569

ตอบรับบทความ : 24 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและความต้องการด้านตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อกนกแปรรูป 2) ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ต้นแบบเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ และ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลงานการออกแบบ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน โดยศึกษาข้อมูลเอกสารและสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื้อกนกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร เพื่อสำรวจอัตลักษณ์ ปัญหา และความต้องการด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และดำเนินการประเมินต้นแบบจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน รวมถึงประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคจำนวน 100 คน ผลการวิจัย พบว่าชุมชนมีผลิตภัณฑ์หลัก 3 ประเภท ได้แก่ เสื้อพับ กระเป๋าสตรี และที่รองจานรองแก้ว โดยต้องการพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่ทันสมัย โดดเด่น และสะท้อนอัตลักษณ์ รวมถึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้วิจัยทำการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 9 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ 3 ประเภท ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เสื้อกนก ถุงกระดาษ และแท็กสินค้า ผลการประเมินต้นแบบชี้ว่า ตราสัญลักษณ์แบบที่ 8 ซึ่งผสมผสานตัวอักษรภาษาอังกฤษ ตัวเขียนไทย และลายสานเสื้อกนก ได้รับการคัดเลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 ขณะที่บรรจุภัณฑ์เสื้อกนกแบบที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 80 ถุงกระดาษแบบที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 60 และแท็กสินค้าแบบที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 100 เป็นแบบที่เหมาะสมที่สุด ในส่วนของผลการประเมินจากผู้บริโภคจำนวน 100 คน พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดในทุกองค์ประกอบ ทั้งด้านโครงสร้าง กราฟิก และภาพลักษณ์แบรนด์ สรุปได้ว่า ผลงานการออกแบบที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชน สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในระดับสูง จึงมีศักยภาพในการนำไปใช้จริงและต่อยอดเชิงพาณิชย์ในอนาคต

คำสำคัญ : การออกแบบ ตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชน เสื้อกนก

*อีเมล : suphasit.w@rmutp.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

Package Logo Design to Promote Processed Reed Mats Products in Mudmee Weaving and Processed Reed Mats Community Enterprise Group Ban Huai Kaeo, Phichit Province

Khajon Aisarasuchip¹ and Suphasit Warasin^{1*}

¹Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Received: November 28, 2025

Revised: March 24, 2026

Accepted: March 24, 2026

Abstract

This research aims to 1) study the problems and needs regarding branding, control, and packaging of processed woven mat products; 2) design a prototype brand logo, control panel, and packaging to promote the products; and 3) assess consumer sentiment towards the design. The research employed various methodologies, studying documents and interviewing members of the Huay Kaew Phichit community enterprise, a ikat and processed woven mat community enterprise, to explore their identity, branding, and packaging needs. Evaluation was conducted among 5 individuals and 100 consumers. The research found that the community has three main product types: folding mats, placemats, and coasters. The research identified the need to develop a distinctive brand logo that reflects the community's identity and packaging that is clearly visible and consistent with the environment. The researcher designed a traditional brand logo (9 variations) and three types of packaging, including woven mat packaging and paper tags. And product tags, prototype research results indicate that logo type 8, which mentions English letters, Thai writing, and a large number of interconnected mat patterns, is the most important component at 60% in the packaging track type 3, body components at 80%, paper control system type 2 at 60%, and product tag type 2 upon request at 100%, to achieve maximum efficiency in that order. Results from a large number of consumers (100 people) found that the highest level in the system components, both in terms of graphic structure and brand image, in the design work can verify the performance of the community, create products and reputation from consumers in terms of leadership and leadership in practical application and continuous improvement.

Keywords: Design, Logo, Packaging, Community Enterprise, Reed Mat

*E-mail: suphasit.w@rmutp.ac.th (Corresponding Author)

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้กำหนดให้มีการพัฒนาผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจฐานรากสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) วิสาหกิจชุมชนจึงถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้ และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2563 ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัว ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง และกระทบโดยตรงต่อรายได้และความสามารถในการแข่งขันของ SME และวิสาหกิจชุมชนในหลายพื้นที่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและกฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การพึ่งพาตนเอง และการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการ ซึ่งล้วนเป็นฐานสำคัญของการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง ทั้งนี้ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในตลาดปัจจุบัน

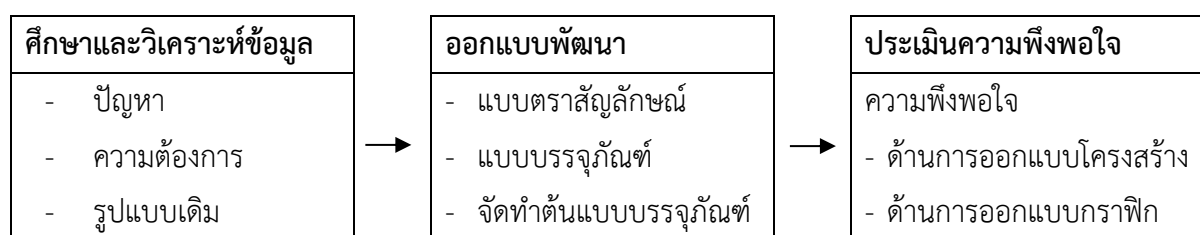
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป ตำบลห้วยแก้ว อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2547 และจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2548 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ เสื่อพับ กระเป๋าสตรี และของใช้จากเสื่อกก โดยเสื่อพับของชุมชนได้รับคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับสามดาว แม้กลุ่มจะมีชื่อเสียงด้านผ้าทอมัดหมี่ แต่ผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูปยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเพียงพอ ทั้งด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ความทันสมัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม (2564–2565) พบว่าสมาชิกยังขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถออกแบบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า

ดังนั้น การวิจัยที่มุ่งพัฒนา “ตราสัญลักษณ์” และ “บรรจุภัณฑ์” ของผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูปจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พัฒนาภาพลักษณ์ เพิ่มมูลค่า และเสริมความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนเป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างรายได้ให้ชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

กรอบแนวคิด



การดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) แนวคิดทฤษฎี การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ มาเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 1 เป็นการศึกษาปัญหาและความต้องการของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร ด้วยการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 2 นำข้อมูลที่ได้มาออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) จำนวน 9 รูปแบบ นำไปสอบถามความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสมจำนวน 1 แบบ จากนั้นนำตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือกไปออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ประเภท ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เสื่อกก กระจกตะขา และแท็กสินค้า ประเภทละ 3 รูปแบบ เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสมเป็นครั้งที่ 2 และนำไปทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 3 นำตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียพิจารณาเลือก มาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปแบบสอบถามความพึงพอใจกับผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ กระจกตะขา และแท็กสินค้า จำนวน 100 คน

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร จากการลงพื้นที่สำรวจของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร จากการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร มีผลิตภัณฑ์หลายประเภท ประกอบด้วย เสื่อพับ กระเป๋าสตรี ที่รองจาน รองแก้ว ในการ

กระบวนการประดิษฐ์ขึ้นงาน ใช้เทคนิคการตัดเย็บทั้งหมด ด้วยการเย็บมือ และการตัดเย็บด้วยเครื่องจักร ผู้ผลิตเป็นสมาชิกที่อยู่ในวิสาหกิจชุมชน สินค้าส่วนใหญ่ทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนั้นยังทำไว้ขายหน้าร้าน และนำไปขายตามงานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ การใช้ตราสัญลักษณ์ (Logo) ใช้ภายใต้ชื่อหมู่บ้าน คือ บ้านห้วยแก้ว ใช้เทคนิคการออกแบบโดยใช้รูปทรงเรขาคณิต และเส้น ใช้สีสันทากหลาย ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ชั้นในสุด ใช้ถุงแก้วพลาสติกใส เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าปลีกจะใช้ถุงแบบหุเจาะพลาสติก ใส่สินค้าให้ลูกค้า จากข้อมูลทั้งหมดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจชุมชน ได้สะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนี้

- ตราสัญลักษณ์ (Logo) เป็นตราที่ใช้มานานภายใต้ชื่อหมู่บ้าน คือ บ้านห้วยแก้ว ซึ่งสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการให้มีการปรับปรุงลักษณะของตราสัญลักษณ์ใหม่ ให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชน มีความทันสมัย ตอบรับการเปลี่ยนแปลงของโลก

- บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์รูปแบบดั้งเดิม ได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. 417/2558 เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2560 แต่เลขที่การรับรองกำลังจะหมดอายุลง จึงได้ดำเนินการขอพิจารณาใหม่ แต่ในครั้งนี้ไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้รับเหตุผลว่า บรรจุภัณฑ์แบบหุเจาะพลาสติก มีลักษณะการหยิบจับหรือหอบหิ้ว ไม่ดึงดูดความน่าสนใจ และไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีความประสงค์ให้ผู้วิจัยเข้ามาดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มรูปแบบใหม่

- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เสื่อกก กระจาด และแท็กสินค้า จึงต้องการให้ผู้วิจัยเข้ามาดำเนินการออกแบบที่ตอบโจทย์กับผลิตภัณฑ์มากขึ้น

2. ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

2.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) โดยออกแบบออกแบบในโปรแกรม (Illustration) จำนวน 9 รูปแบบ ซึ่งการออกแบบตราสัญลักษณ์ “HUAI DOKKAEW” มีแนวคิดหลักในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีความเป็นไทย ผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความร่วมสมัย โดยใช้ลวดลายเรขาคณิตและลายจกสานเป็นแรงบันดาลใจหลัก สื่อถึงความสามัคคี ความประณีต และความเชื่อมโยงของผู้นในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนและความยั่งยืน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ออกแบบภาพร่างความคิดตราสินค้า (Logo) ในโปรแกรม (Illustration)

ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์ (Logo) จำนวน 9 รูปแบบ นำไปสอบถามความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสม จำนวน 1 แบบ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผล ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์

n = 5

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	-	-
รูปแบบที่ 2	-	-
รูปแบบที่ 3	1	20
รูปแบบที่ 4	-	-
รูปแบบที่ 5	-	-
รูปแบบที่ 6	1	20
รูปแบบที่ 7	-	-
รูปแบบที่ 8	3	60
รูปแบบที่ 9	-	-

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมมากที่สุดอยู่ที่รูปแบบที่ 8 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 6 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญต่อตราสัญลักษณ์

ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อเสนอแนะ
ท่านที่ 1	การใช้สีเหมาะสมกับการจดจำของผู้บริโภค
ท่านที่ 2	รูปแบบที่ 8 เป็นรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้อย่างชัดเจน
ท่านที่ 3	-
ท่านที่ 4	รูปแบบที่ 8 สามารถนำตราสัญลักษณ์ไปต่อยอดกับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และสวยงาม
ท่านที่ 5	-

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ารูปแบบที่ออกแบบมีความเหมาะสม แสดงให้เห็นถึงความเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้อย่างชัดเจน การใช้สีเหมาะสมกับการจดจำ และสามารถต่อยอดกับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม

จากการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้ตามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ โดยสะท้อนถึง ความคิด การสื่อถึงภูมิปัญญา รากเหง้า รวมไปถึงวัฒนธรรม สร้างความงามผ่านโทนสีเรียบง่าย ทันสมัย ผสมรวมลายที่มีเอกลักษณ์ดึงดูดสายตา ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ภาพร่างความคิด (Sketch Design) ตราสัญลักษณ์ (Logo) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

2.2 ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์ (Logo) ที่ผ่านการเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ไปออกแบบภาพร่างความคิด (Sketch Design) ลงบนบรรจุภัณฑ์ และแท็กสินค้า ประเภทละ 3 รูปแบบ เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสมก่อนนำไปทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ได้ดังนี้

2.2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีแนวคิดหลักในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน ควบคู่กับความร่วมสมัย โดยนำลวดลายจากตราสัญลักษณ์ซึ่งพัฒนาจากลายจักสานและเรขาคณิตมาประยุกต์ใช้เป็นกราฟิกหลัก เพื่อสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสามัคคี และความประณีตของงานฝีมือชุมชน บรรจุภัณฑ์เสื่อกกหรือแผ่นคาดแบบหูกวี่ (Handle Carrier Sleeve) ถูกออกแบบให้มีรูปทรงเรียบง่าย ทันสมัย ใช้งานสะดวก และเหมาะสมกับการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ โดยคำนึงถึงทั้งความสวยงาม การปกป้องสินค้า และการสื่อสารข้อมูลอย่างชัดเจน กระจกดาษสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนควบคู่กับภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เลือกใช้โทนสีน้ำตาลธรรมชาติร่วมกับสีน้ำตาลเข้ม เพื่อสื่อถึงความอบอุ่น ความน่าเชื่อถือ และความยั่งยืน ส่วนแท็กสินค้าออกแบบเพื่อสื่อสารเรื่องราวของชุมชนผ่านงานกราฟิกที่ผสมผสานภูมิปัญญา

ท้องถิ่นกับความร่วมสมัย ใช้โทนสีน้ำตาล-ขาว สื่อถึงความเรียบง่าย เป็นธรรมชาติ และสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างเหมาะสมกับการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ดังภาพที่ 2 – 5



ภาพที่ 3 ออกแบบภาพร่างความคิด (Sketch Design) บรรจุภัณฑ์เสื้อก หรือแผ่นคาดแบบหูหิ้ว (Handle Carrier Sleeve)



ภาพที่ 4 ออกแบบภาพร่างความคิด (Sketch Design) ถุงกระดาษ



ภาพที่ 5 ออกแบบภาพร่างความคิด (Sketch Design) แท็กสินค้า

ผู้วิจัยนำบรรจุภัณฑ์ และแท็กสินค้า ไปสอบถามความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน (กลุ่มเดิม) เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสม จำนวน 1 แบบ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผล ดังตารางที่ 3 – 6

ตารางที่ 3 สรุปความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เลือก

n = 5

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	1	20
รูปแบบที่ 2	-	-
รูปแบบที่ 3	4	80

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์เลือกที่เหมาะสมมากที่สุดอยู่ที่ รูปแบบที่ 3 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่ 1 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 สรุปความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่มีต่อรูปแบบถุงกระดาษ

n = 5

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	1	20
รูปแบบที่ 2	3	60
รูปแบบที่ 3	1	20

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อ ถุงกระดาษที่เหมาะสมมากที่สุดที่ รูปแบบที่ 2 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 3 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 สรุปความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่มีต่อรูปแบบแท็กสินค้า

n = 5

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	-	-
รูปแบบที่ 2	5	100
รูปแบบที่ 3	-	-

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อแท็กสินค้าที่เหมาะสมมากที่สุดอยู่ที่ รูปแบบที่ 2 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 6 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญต่อบรรจุภัณฑ์และแท็กสินค้า

ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อเสนอแนะ
ท่านที่ 1	บรรจุภัณฑ์เลือก ความทันสมัย ควรใช้วัสดุที่แข็งแรง
ท่านที่ 2	-
ท่านที่ 3	-
ท่านที่ 4	ถูกกระดาศปรับขนาดของตราสัญลักษณ์ให้เล็กลง
ท่านที่ 5	บรรจุภัณฑ์เลือก เสนอให้ปรับสีให้ดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้น

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย ควรใช้วัสดุที่แข็งแรง และปรับสีให้ดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้น ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ปรับขนาดของตราสัญลักษณ์ที่อยู่บนถุงกระดาศให้เล็กลง

3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เลือกแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเลือกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเลือก มาทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปแบบสอบถามความพึงพอใจกับผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 100 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่ยินยอมให้ข้อมูลและสามารถประเมินตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ได้ โดยใช้แบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ในการวัดความพึงพอใจ จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ โดยมีการแบ่งช่วงระดับความพึงพอใจ ดังนี้ ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และสรุปผล โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเลือกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

n = 100

การออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo)	ระดับคะแนน $\bar{x}$	ระดับความพึงพอใจ
1. สื่อความหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.46	มากที่สุด
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน	4.40	มากที่สุด
3. มีความคิดสร้างสรรค์ มีความร่วมสมัย	4.74	มากที่สุด
4. มีความเหมาะสมขององค์ประกอบ	4.65	มากที่สุด
5. ง่ายต่อการจดจำและเข้าใจสำหรับทุกคน	4.54	มากที่สุด
6. สามารถที่จะแสดงในที่เป็นพื้นสีต่าง ๆ ได้ และพิมพ์ได้ง่าย	4.44	มากที่สุด
7. สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายชนิดของสื่อ	4.52	มากที่สุด
8. น่าประทับใจและมีเสน่ห์	4.41	มากที่สุด
รวม	4.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจต่อความคิดสร้างสรรค์ มีความร่วมสมัย ที่ค่าเฉลี่ย 4.74 มีความเหมาะสมขององค์ประกอบ ที่ค่าเฉลี่ย 4.65 ง่ายต่อการจดจำและเข้าใจสำหรับทุกคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.54 สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายชนิดของสื่อ ที่ค่าเฉลี่ย 4.52 สื่อความหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 สามารถที่จะแสดงในที่ที่เป็นพื้นที่ต่าง ๆ ได้ และพิมพ์ได้ง่าย ที่ค่าเฉลี่ย 4.44 ประทับใจและมีเสน่ห์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.41 และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน ที่ค่าเฉลี่ย 4.40 อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เสื่อกก ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

n = 100

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เสื่อกก	ระดับคะแนน $\bar{x}$	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.45	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.42	มากที่สุด
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอเหมาะพอดี ต่อจำนวนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.54	มากที่สุด
1.4 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.30	มากที่สุด
1.5 สามารถหิ้ว หรือหยิบจับได้สะดวก	4.65	มากที่สุด
รวม	4.47	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์		
2.1 สีสันทึบ มีความสดใส สวยงาม	4.26	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สวยงาม	4.44	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.45	มากที่สุด
2.4 ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.39	มากที่สุด
รวม	4.39	มากที่สุด
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เสื่อกก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เสื่อกก ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.47 และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.39

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบบรรจุกระดาช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

n = 100

การออกแบบบรรจุกระดาช	ระดับคะแนน $\bar{x}$	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.66	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.57	มากที่สุด
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอเหมาะพอดี ต่อจำนวนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.65	มากที่สุด
1.4 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.71	มากที่สุด
1.5 สามารถหิ้ว หรือหยิบจับได้สะดวก	4.81	มากที่สุด
รวม	4.68	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์		
2.1 สีสันทึ่มีความสดใส สวยงาม	4.51	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สวยงาม	4.45	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.67	มากที่สุด
2.4 ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.63	มากที่สุด
รวม	4.57	มากที่สุด
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุกระดาช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุกระดาช ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.68 และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.57

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบแท็กสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

n = 100

การออกแบบแท็กสินค้า	ระดับคะแนน $\bar{x}$	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านการออกแบบแท็กสินค้า		
1.1 รูปแบบของแท็กสินค้าโดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.46	มากที่สุด
1.2 วัสดุของแท็กสินค้ามีความเหมาะสม	4.56	มากที่สุด
1.3 แท็กสินค้ามีขนาดที่พอเหมาะพอดี	4.65	มากที่สุด
รวม	4.56	มากที่สุด

ตารางที่ 10 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบแท็กสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร

n = 100

การออกแบบแท็กสินค้า	ระดับคะแนน $\bar{x}$	ระดับความ พึงพอใจ
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนแท็กสินค้า		
2.1 สีเส้น มีความสดใส สวยงาม	4.42	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สวยงาม	4.49	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.51	มากที่สุด
2.4 ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.43	มากที่สุด
รวม	4.46	มากที่สุด
รวมทั้ง 2 ด้าน	4.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบแท็กสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื่อกกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบแท็กสินค้า ด้านการออกแบบแท็กสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.56 และด้านการออกแบบกราฟิกบนแท็กสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.46

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการด้านตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ออกแบบต้นแบบ และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสื่อกกแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่าตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เดิมไม่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ไม่ดึงดูดผู้บริโภค และไม่สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนจึงต้องการปรับปรุงรูปแบบให้มีความทันสมัย ใช้งานได้หลากหลาย และสอดคล้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการประเมินต้นแบบด้านตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์พบว่า ตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 8 และบรรจุภัณฑ์เสื่อกกแบบที่ 3 กระจกกระดาดแบบที่ 2 และแท็กสินค้าแบบที่ 2 ได้รับความความคิดเห็นสูงสุดจากผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากมีองค์ประกอบ สีเส้น และภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่น ส่วนผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคจำนวน 100 คน พบว่า ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์ ความร่วมสมัย ความชัดเจนในการสื่อความหมาย และความเหมาะสมของโครงสร้างและกราฟิก

โดยสรุป การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มคุณค่าและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เสื้อกแปรรูป ตลอดจนมีศักยภาพในการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและขยายโอกาสทางการตลาดในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่และเสื้อกแปรรูป บ้านห้วยแก้ว จังหวัดพิจิตร มีผลิตภัณฑ์หลัก 3 ประเภท ได้แก่ เสื้อพับ กระเป๋าสตริ และที่รองจานรองแก้ว ซึ่งใช้เทคนิคการตัดเย็บและการสานเป็นหัวใจสำคัญของงานฝีมือ ในส่วนของตราสัญลักษณ์เดิมภายใต้ชื่อหมู่บ้าน คือ บ้านห้วยแก้ว ซึ่งสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการให้มีการปรับปรุงลักษณะของตราสัญลักษณ์ใหม่ ให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ ของวิสาหกิจชุมชน มีความทันสมัย ตอบรับการเปลี่ยนแปลงของโลกใหม่โดยใช้รูปทรงเรขาคณิต และสีสันทันสมัยแบบเดิม ที่สะท้อนลักษณะ “การสาน” และใช้ชื่อ “Huai Dokkaew” เพื่อทำให้เกิดความทันสมัย สอดคล้องกับ แนวคิดของวิจัยที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อออกแบบตราสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์ต่อการรับรู้ของผู้บริโภค : กรณีศึกษาตำบลนางสี อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น พบว่า การออกแบบตราสินค้ามีความเหมาะสมระดับมาก ทั้งนี้เพราะชื่อตราสินค้า “นางสี” เป็นชื่อตำบลที่จดจำได้ง่าย สื่อความหมายถึงสถานที่ที่มีจุดเด่น นำไปใช้ได้มากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าสามารถปรับเปลี่ยนได้ และมีความยืดหยุ่น มีความสามารถในการแข่งขัน (โสภา และคณะ, 2567) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กัญญกุลณัช พิธาอัครชัย และรุ่งทิพย์ กันยา (2568) ที่ชี้ว่าการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์โดยมีส่วนร่วม กับชุมชนในการแสดงความคิดเห็น การให้คำแนะนำ การใช้สี สัญลักษณ์ ตัวอักษร รูปภาพที่สื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ในชุมชน

บรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มยังไม่ดึงดูด ไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม และไม่ผ่านเกณฑ์ มผช. อีกทั้งไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้กลุ่มต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ทำจากวัสดุย่อยสลายได้ เช่น กระดาษหรือถุงผ้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ของ กิตติศักดิ์ กองปัญญา และคณะ (2565) ชี้ว่า การบรรจุภัณฑ์ควรมีความสวยงามดึงดูดใจในการซื้อของผู้บริโภค และการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจะควบคู่กับความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ กลุ่มยังต้องการแท็กสินค้าที่มีข้อมูลติดต่อ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและช่องทางการสื่อสารกับผู้ซื้อตรงกับแนวคิดของบริษัท บิ๊กพลัส พับลิชชิง จำกัด (2562) ที่ชี้ว่าแท็กมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้สินค้าและกระตุ้นยอดขาย

ผลการออกแบบ พบว่า ตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 8 ได้รับการคัดเลือกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องจากมีเอกลักษณ์ทันสมัยและสื่ออัตลักษณ์ของกลุ่มได้ดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ที่มองว่าตราสินค้าคือองค์ประกอบที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และกับวิจัยของ วิศิษฐ์ เพียรการคำ และอรพิมพ์ สุขสุวรรณ (2565) ที่ว่าตราสัญลักษณ์สามารถสื่อสารถึงแนวคิดในการออกแบบตามสถานที่นั้น ๆ โดยสามารถสื่อสารถึงภาพลักษณ์ได้ ส่วนบรรจุภัณฑ์เสื้อกแปรรูปแบบที่ 3 ซึ่งเป็นโครงสร้างสายคาดที่เรียบง่ายและมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ถุงกระดาษเลือกรูปแบบที่ 2 ที่มีลวดลายการสานเสื้อก และแท็กสินค้าเลือกรูปแบบที่ 2 ที่มีข้อมูลครบถ้วนและดูทันสมัย

ด้านความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ ตราสัญลักษณ์ใหม่ในระดับมากที่สุด (4.52) เนื่องจากสามารถสื่ออัตลักษณ์ของงานสานได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Zhang (2025) พบว่า การศึกษาช่วยให้ผู้กำหนดกลยุทธ์แบรนด์เมืองและนักการตลาดตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบโลโก้ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของเมืองและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน บรรจุภัณฑ์เลือกได้รับความพึงพอใจสูงสุดด้านโครงสร้างที่ความสามารถในการหิ้วหรือหยิบจับ (4.65) และด้านกราฟิกที่รูปแบบตัวอักษรมีความสอดคล้องเหมาะสม (4.45) เช่นเดียวกับถุงกระดาษที่มีความพึงพอใจสูงสุดด้านโครงสร้างที่ความสามารถในการหิ้วหรือหยิบจับ (4.81) และด้านกราฟิกที่รูปแบบตัวอักษรมีความสอดคล้องเหมาะสม (4.67) ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ที่ว่าการจัดวางลดทอนและตัวอักษรมีผลต่อภาพลักษณ์และความน่าจดจำของสินค้า ส่วนแท็กสินค้าได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเช่นกัน (4.51) มาที่สุดที่ด้านขนาดและความเหมาะสม (4.65) สอดคล้องกับวิจัยที่ว่าภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์แบบไม่เป็นแบบแผนสามารถเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคได้ โดยมีการเสริมสร้างคุณค่าในตนเอง (self-enhancement) (Xu et al., 2025)

ข้อเสนอแนะ

- 1) ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือพัฒนางานบรรจุภัณฑ์ ควรเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ไปในทิศทางเดียวกัน หรือมีขนาดใกล้เคียงกัน เพราะขนาดของผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หากผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด จะส่งผลให้เพิ่มต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และอาจส่งผลให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่ตอบสนองกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ได้ครบทุกประเภท
- 2) ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ และปัญหาต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม ตรงตามความต้องการของของผู้ประกอบการและผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด
- 3) ในการออกแบบออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ด้วยโปรแกรม (Illustration) ไม่ควรกำหนดลายเส้นเวกเตอร์ที่มีขนาดเล็กเกินกว่า 1 พ้อยท์ (PT) เพราะเมื่อนำเข้าสู่กระบวนการพิมพ์หรือกระบวนการสกรีน จะทำให้ลายเส้นนั้นขาดได้

เอกสารอ้างอิง

- กัญญ์กุลณัช พิธชาอัครชัย และ รุ่งทิพย์ กันยา. (2568). การออกแบบตราสัญลักษณ์น้ำพริกเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลนายม จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก*, 14(1), 83–92. <https://doi.org/10.63271/rmuttosj.v14i1.273016>
- กิตติศักดิ์ กองปัญญา, วรศักดิ์ ทองศิริ และ ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ. (2565). กระบวนการวางแผนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตกระดาษบรรจุภัณฑ์กล่องลูกฟูก บริษัท กลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ จำกัด. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์*, 4(3), 155–168. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/article/view/258900>

- บริษัท บุ๊คพลัส พับลิชชิ่ง จำกัด. (2562, 6 สิงหาคม). *ป้ายแท้ที่ใครควรประกอบด้วยอะไรบ้าง*. Plusprinting by BookPlus. <https://is.gd/GnS5fc>.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย.
- วิศิษฐ์ เพียรการค้า และอรพิมพ์ สุขสุวรรณ. (2565). การออกแบบระบบเอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรกรณีศึกษา: ตราสัญลักษณ์ 115 ปี จากโรงเรียนฝึกหัดครูสู่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. *วารสารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มทร.พระนคร*, 1(2), 51-69. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JFAD/article/view/1234>
- โสภา หนูแดง, วิไลลักษณ์ บินดาร์, เสน่ห์ สำเนาเงิน และวรชัช ปู่สามสาย. (2567). การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อออกแบบตราสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์ต่อการรับรู้ของผู้บริโภค : กรณีศึกษาตำบลบางนางลี่ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารปาริชาติ*, 37(2), 291-308. <https://doi.org/10.55164/pactj.v37i2.267498>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The Millennium edition*. Prentice Hall.
- Xu, C., Niu, S., Wang, Y., & Sima, H. (2025). Does atypical packaging design enhance the appeal of healthy food? Evidence from multiple experiments. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 87, 104458. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104458>
- Zhang, B., Wang, Y., Zhou, Z., & Sun, X. (2025). The effect of logo design elements on city brand knowledge and awareness. *Marketing Intelligence & Planning*, 43(7), 1424–1442. <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2024-0254>