



Package Logo Design to Promote Product Identity for The Community Enterprise Hand-made Cloths Group in Nong Phan Chan, Ban Ka, Ratchaburi Province

Suphasit Warasin^{1*} Nion Dowcharoenporn²

^{1,2} Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

Research Article

Corresponding E-mail*

Suphasit.w@rmutp.ac.th*

Nion.d@rmutp.ac.th

Article Info

Received 31 Jul 2025

Revised 10 Oct 2025

Accepted 20 Oct 2025

Keywords

Logo design,
Community Enterprise,
Consumer satisfaction,
Packaging design

Abstract This research aimed to 1) study the problems and needs regarding the logo and packaging of the local textile weaving community enterprise group in Nong Panchan Subdistrict, Ban Kha District, Ratchaburi Province; 2) design a logo and packaging to promote products; and 3) examine consumer satisfaction with the design. This research utilized a mixed-methods approach. The results revealed that the enterprise group, with a diverse product range, required a new logo that reflected its identity and modernity. This logo also reflected environmentally friendly, low-cost packaging, and added product tags for each product.

Design Results: Experts selected a logo featuring the enterprise name, a weaving loom, and a local pattern (the Sun Pattern). The packaging was a light brown cardboard box with a clear window and a dark brown strap with the brand logo. The packaging was a white paper bag decorated with local fabric patterns, and a white product tag with a pattern and QR code. For more information, see the following: The satisfaction assessment revealed that consumers were highly satisfied with all components, including the logo that could be used with various background colors ($\bar{x}$ = 4.68), a sturdy packaging structure, and a strong packaging structure. Easy to open and close ($\bar{x}$ = 4.48), packaging bags that convey the identity of the enterprise ($\bar{x}$ = 4.49), and product tags that appropriately reflect the identity ($\bar{x}$ = 4.55). This research therefore indicates that designs that are consistent with local identity and modern standards can effectively promote the image and added value of community enterprise products.

การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

ศุภสิทธิ์ วราศิลป์^{1*} นีอร ดาวเจริญพร²

^{1,2} คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและความต้องการด้านตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี 2) ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบดังกล่าว โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ต้องการตราสัญลักษณ์ใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์และความทันสมัย รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ต้นทุนต่ำ และเพิ่มป้ายแท็กสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ผลการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญเลือกตราสัญลักษณ์ที่มีชื่อวิสาหกิจร่วมกับที่ทอผ้าและลวดลายท้องถิ่น (ลายพระอาทิตย์) กล่องบรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษสีน้ำตาลอ่อนเจาะหน้าต่างใส มีสายคาดสีน้ำตาลเข้ม พร้อมตราสินค้า ถุงบรรจุภัณฑ์แบบถุงกระดาษสีขาวตกแต่งด้วยลายผ้าท้องถิ่น และป้ายแท็กสินค้าสีขาวพร้อมลวดลายและ QR Code สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม

ผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อทุกองค์ประกอบ ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ที่สามารถใช้งานได้กับพื้นสีต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 4.68) กล่องบรรจุภัณฑ์ที่โครงสร้างแข็งแรง เปิด-ปิดสะดวก ($\bar{X}$ = 4.48) ถุงบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของวิสาหกิจ ($\bar{X}$ = 4.49) และแท็กสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.55) การวิจัยนี้จึงชี้ให้เห็นว่าการออกแบบที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและมาตรฐานสมัยใหม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การออกแบบตราสัญลักษณ์, วิสาหกิจชุมชน, ความพึงพอใจของผู้บริโภค, การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บทนำ

ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลางนับเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งมีผลต่อภาคสังคมและเศรษฐกิจอีกทั้งยังเป็นแหล่งสำคัญที่ก่อให้เกิดการจ้างงานในประเทศ การส่งเสริมให้ชุมชนจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ชุมชนสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัวและชุมชน โดยการประกอบกิจการที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการที่ดำเนินการโดยอาศัยทุนของตนและทุนของชุมชนที่มีเพื่อสร้างรายได้ แก้ไขปัญหาความยากจนและทำให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี มีเป้าประสงค์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมการผลิตภาคการเกษตร อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มาตรฐาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในส่วนของรูปแบบ เนื้อหา และภาพลักษณ์ เพื่อจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว

โดยเฉพาะจังหวัดราชบุรีเป็นเมืองเก่าแก่และมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมาย ซึ่งมีวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรในระดับจังหวัดอยู่ในระดับ 5 ดาว มีทั้งสิ้นจำนวน 26 รายการ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม 19 รายการ ผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกาย 5 รายการ และผลิตภัณฑ์ของใช้/ของตกแต่ง 2 รายการ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดอื่น ๆ จังหวัดราชบุรีมีสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว เป็นลำดับที่ 4 ของประเทศ (ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัด ปีงบประมาณ 2563) กรมส่งเสริมการเกษตร (Department of Agricultural Extension, 2011) วิสาหกิจในพื้นที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างงาน อาชีพแก่ประชาชนในชุมชนได้ อันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดและสามารถต่อยอดสู่สากลให้การสนับสนุนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบร่วมสมัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์หัตถกรรมไทยให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งเป็นรายได้ให้กับชุมชน โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ได้จดทะเบียนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รหัส 2-70-10-01/1-0022 โดยมีนางอารีย์ กงจก เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนางกุหลาบ อธิวาทิต เป็นรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนผ้าทอพื้นเมือง ตั้งอยู่ที่ 30 หมู่ที่ 6 ถนน ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เป็นแหล่งทอผ้ากะเหรี่ยงที่เป็นที่รู้จักและใหญ่ที่สุดของไทย กะเหรี่ยงในจังหวัดราชบุรี ที่มีการอนุรักษ์วิธีการทอผ้า ลวดลายผ้า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง ชุดแต่งกายสตรีแบบดั้งเดิม ชาวกะเหรี่ยงภายในพื้นที่จังหวัดราชบุรี และผู้ที่สนใจผ้าทอกะเหรี่ยงจะต้องมาหาซื้อผ้าทอกะเหรี่ยงที่บ้านบึงเหนืออยู่เสมอ และเป็นแหล่งเดียวที่สามารถมองเห็นพัฒนาการของการทอผ้าที่มีการสืบทอดจากอดีต และยังคงรักษาภูมิปัญญาการทอได้จนถึงปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์ **อารีย์ กงจก (Kongjok, 2022)** ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ได้กล่าวถึงความเป็นมาของผ้าทอกะเหรี่ยงจังหวัดราชบุรี พบว่าการทอผ้ากะเหรี่ยงของชาวกะเหรี่ยงบ้านบึงเหนือมีมาแต่อดีต เนื่องจากการดำเนินชีวิตของชาวกะเหรี่ยงที่เคร่งครัดในเรื่องประเพณีวัฒนธรรม พิธีกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างบ้านเรือนหรือการแต่งกายที่ผู้หญิงกะเหรี่ยงเกือบทุกครัวเรือนในหมู่บ้านจะต้องทอผ้าเป็น คือเมื่อแต่งงานมีลูกจะต้องทอผ้าไว้ให้ลูกเป็นผ้าสีขาว เมื่อครบเก้าเดือนคลอดลูกก็จะทอผ้าได้หลายผืน นำผ้ามาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าให้ลูกใส่อย่างง่าย ๆ ผ้าที่ทอใช้ในชีวิตประจำวันจะเป็นเสื้อกะเหรี่ยง ชิน ย่อม ผ้าโพก ผ้าห่ม หรือผ้าชนิดอื่น 1 จะเน้นความสวยงามและความหนาของเนื้อผ้า เพราะว่าหมู่บ้านติดเขตชายแดนภูเขา และมีป่าไม้มาก มีอากาศหนาวเย็น จึงต้องใส่เสื้อผ้าหนา เพื่อความอบอุ่นแก่ร่างกาย ซึ่งต่อมาความเจริญมีมากขึ้น การแต่งกายของชาวกะเหรี่ยงก็เริ่มเปลี่ยนไปตามสมัยนิยม แต่ก็ยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีการแต่งกายไว้บ้าง จะมีการแต่งกายด้วยชุดกะเหรี่ยงประจำท้องถิ่น ในงานประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีกินข้าวห่อ งานบวช งานแต่งงาน และงานสำคัญอื่น ๆ ความสัมพันธ์กับชุมชน ฝีมือ แรงงาน คือ คนในชุมชนอย่างแท้จริง ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันกันเหมือนญาติ พี่ น้อง มีการรวมกลุ่มสร้างความเข้าใจให้ตรงกันในการพัฒนาภูมิปัญญา การทอผ้ากะเหรี่ยงที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ให้สามารถดำรงอยู่ได้ไม่สูญหายไป และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับในตลาดปัจจุบัน จนสามารถสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนและสมาชิกภายในกลุ่มได้อีกด้วย **สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (Office of the Permanent Secretary for Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2022)** ปัจจุบันผ้าทอยังไม่ได้ถูกนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อจัดจำหน่าย แต่ยังคงทอเป็นผืนผ้าเพื่อจำหน่ายเท่านั้น ซึ่งผ้าทอนี้ได้รับ

มาตรฐานชุมชน (ม.พ.ช.)18(1)/2546 และเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP คัดสรรระดับ 5 ดาว จากการสัมภาษณ์คุณ กุหลาบ อีรัชวาติศ รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้กล่าวว่า ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เทคโนโลยีที่ทันสมัย มากยิ่งขึ้นส่งผลให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว สินค้าที่มีความเหมือนกันเกือบทุกภูมิภาค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จึงทำให้ยอดขายของชุมชนลดลง ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางของแผนพัฒนา จังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2561-2565 ได้ให้ข้อมูลว่า จุดอ่อนของจังหวัดราชบุรีคือผลผลิตส่วนใหญ่ยังไม่ได้ระดับ มาตรฐาน เพื่อการแข่งขันได้ในระดับสากล มีผลผลิตที่ยังไม่แตกต่าง ขาดการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการค้า ที่พัฒนาไปสู่แบรนด์ที่แข่งขันได้ รูปแบบการบริการยังไม่ได้พัฒนา เพื่อบริการกลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อ ทำให้คุณภาพ การบริการ การท่องเที่ยวยังไม่โดดเด่น ผู้ประกอบการและเกษตรกรขาดความรู้ ความเข้าใจทางการตลาด ทำให้ขาดระบบการจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการพัฒนาในยุคดิจิทัล การคิดค้นนวัตกรรมเพื่อการ ยกระดับการผลิตยังมีน้อย รูปแบบการพัฒนาเทคโนโลยียังพึ่งพาจากภายนอกเป็นหลัก รูปแบบการบริหาร จัดการการเพิ่มค่าของผลผลิต ภายใต้ตราสินค้าของจังหวัดยังขาดการประชาสัมพันธ์ และการจัดการตลาดที่ สอดคล้องระหว่างความต้องการ และการจัดการการตลาดของภาคการเกษตรยังไม่เข้มข้น **กุหลาบ อีรัชวาติศ** (Iratchawatit, 2023) การที่วิสาหกิจชุมชนร่วมเสนอแนวความคิดในการสร้างกระบวนการองค์ความรู้ใหม่ เพื่อปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่และการทำงาน of ชุมชน เพื่อการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากปัญหาของชุมชน อย่างแท้จริง **วรรณดี สุทธิสาร** (Sutthinrakorn, 2017)

จากการที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นสาเหตุให้คณะผู้วิจัยต้องเข้าพัฒนาความรู้ ออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ ให้มีความแตกต่างและดูมีมูลค่าเพิ่มขึ้น สนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า และนักท่องเที่ยว สามารถดึงดูดความสนใจให้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ถือว่าเป็นองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญยิ่งต่อ ผลิตภัณฑ์สินค้าทุกชนิด ทุกระดับการผลิต เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นต้องมีการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้ สินค้ามีความโดดเด่นและต่างไปจาก คู่แข่ง เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อได้ซื้อสินค้าหรือบริการ ทั้งในด้านที่จับต้องได้ อันได้แก่คุณลักษณะและ คุณสมบัติของตราสินค้าต่าง ๆ รูปลักษณ์ทางกายภาพของ สินค้า บรรจุภัณฑ์และเครื่องหมายสื่อสารต่าง ๆ และรวมถึงสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงสินค้ากับ ผู้บริโภค สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม พร้อมทั้งทำการยกระดับให้กับตัวสินค้าไปในตัวด้วย (Kotler & Armstrong, 2014)

ในยุคที่การแข่งขันทางเศรษฐกิจและสังคมมีความเข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจ ชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างรายได้ การจ้าง งาน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น การทำวิจัยจึงมีความจำเป็นเพื่อเป็นแนวทางใน การวิเคราะห์ปัญหา ศักยภาพ และโอกาสของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาความต้องการของตลาด กระบวนการผลิต และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ อันจะช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การทำวิจัยยังมีความสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่และเป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจ เชิงกลยุทธ์ ทั้งในด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และก้าวสู่ระดับสากลได้อย่างมั่นคง อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ การวิจัยในประเด็นนี้จึงไม่

เพียงมุ่งเน้นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หากแต่ยังส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ การเพิ่มรายได้ และการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในระยะยาว

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการยกระดับวิสาหกิจชุมชนและส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยการออกแบบตราสัญลักษณ์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยมุ่งหวังให้วิสาหกิจชุมชนส่งเสริมช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเอง ให้เป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ นักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็งและส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) แนวคิดทฤษฎี การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ศึกษาปัญหาและความต้องการตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ มาเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง

1. การรวบรวมข้อมูล

1.1 ศึกษาปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เพื่อรู้ถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ดั้งเดิมมีอยู่ในวิสาหกิจชุมชน รวมถึงศึกษาอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ ด้วยการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ คือ มีความเชี่ยวชาญหรือบทบาทเกี่ยวข้องกับการทอผ้า บรรจุภัณฑ์ การตลาด หรือการส่งเสริมชุมชน มีประสบการณ์อย่างน้อย 5 ปี และยินยอมให้ข้อมูล และการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2 นำข้อมูลที่ได้ มาออกแบบตราสินค้า (Logo) จำนวน 5 รูปแบบ นำไปสอบถามความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสม จำนวน 1 แบบ จากนั้นนำตราสินค้า (Logo) ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือกไปออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ ถุงบรรจุภัณฑ์ และแท็กสินค้าประเภทละ 5 รูปแบบ เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสมเป็นครั้งที่ 2 และนำไปทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.3 นำตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเลือก มาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปแบบสอบถามความพึงพอใจกับผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 100 คน โดยใช้หลักการประเมินตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับมากที่สุดถึงน้อยที่สุด และวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละในการสรุปผล

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่สำรวจ และจากการสัมภาษณ์ด้วยตนเองแบบเป็นทางการ (เป็นการสัมภาษณ์แบบนัดหมาย เวลา สถานที่ไว้) และจัดบันทึกพร้อมเก็บภาพถ่ายจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผล นำเสนอในรูปแบบความเรียง นอกจากนั้นยังรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ

2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ด้วยตนเอง วิเคราะห์และสรุปผล นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2.3 แบบสอบถามในส่วนของการสังเกตทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์ ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 3 ระยะ โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

1.1 ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี พบว่า มีผลิตภัณฑ์หลายประเภท ประกอบด้วย กระเป๋าใส่เหรียญ กล่องทิชชู ผ้าทอ พวงกุญแจ ถุงย่าม วิธีการผลิต มีการกระบวนการประดิษฐ์ชิ้นงาน ใช้เทคนิคการตัดเย็บทั้งหมด ด้วยการเย็บมือ และการตัดเย็บด้วยเครื่องจักร ผู้ผลิตเป็นสมาชิกที่อยู่ใน วิสาหกิจชุมชน สินค้าส่วนใหญ่ทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนั้นยังทำไวชายหน้าร้าน และนำไปขายตามงานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น OTOP ทั่วไทย เป็นต้น

1.2 ตราสัญลักษณ์ (Logo) ภายใต้ชื่อ “เชิงคีรี” ตัวหนังสือสีขาวบนพื้นหลังสีน้ำตาล เป็นตราที่ใช้มานาน ภายใต้ชื่อ “เชิงคีรี” ซึ่งประธานชุมชนและสมาชิกในชุมชนมีความต้องการให้มีการปรับปรุงลักษณะของโลโก้ใหม่ ให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ วิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี แต่ยังคงชื่อเดิมเอาไว้ นั่นคือ “เชิงคีรี” นอกจากนั้น ชื่อที่ใช้ควรมีชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปรากฏอยู่ในตราสัญลักษณ์ด้วย ปรับตัวอักษรและองค์ประกอบให้ทันสมัย สื่อสารง่าย

1.3 บรรจุภัณฑ์รูปแบบดั้งเดิม ได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. 417/2558 เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2560 แต่เลขที่การรับรองกำลังจะหมดอายุลง จึงได้ดำเนินการขอพิจารณาใหม่ แต่ในครั้งนี้ไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้รับเหตุผลว่า บรรจุภัณฑ์แบบหุเจาะพลาสติก มีลักษณะการหีบจับหรือหอบหิ้ว ไม่ดึงดูดความน่าสนใจ และไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้ จึงมีความประสงค์ให้ผู้วิจัยเข้ามาดำเนินการพัฒนาและปรุงตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มใหม่ ออกแบบสติ๊กเกอร์และป้ายแท็กสินค้าเพิ่มเติม เพื่อนำมาติดกับผลิตภัณฑ์ และคล้องกับผลิตภัณฑ์ให้ดูทันสมัยน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยให้มีข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนปรากฏอยู่ในป้ายแท็กสินค้า เช่น ชื่อวิสาหกิจชุมชน เบอร์โทรศัพท์ QR Code Facebook เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคที่สนใจสามารถติดต่อกลับมายังวิสาหกิจชุมชนได้สะดวก และสอดคล้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และแนวทางการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม

2. ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

2.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยออกแบบภาพในโปรแกรม (Illustration) จำนวน 5 รูปแบบ และดำเนินการนำแบบตราสินค้า สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่มีต่อรูปแบบตราสินค้า



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3



รูปแบบที่ 4



รูปแบบที่ 5

ภาพที่ 1 ออกแบบภาพร่างความคิดตราสัญลักษณ์ในโปรแกรม (Illustration)

ตารางที่ 1 สรุปความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	1	20.00
รูปแบบที่ 2	-	-
รูปแบบที่ 3	3	60.00
รูปแบบที่ 4	1	20.00
รูปแบบที่ 5	-	-

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อตราสัญลักษณ์ มากที่สุดอยู่ที่รูปแบบที่ 3 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 4 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญต่อตราสัญลักษณ์

ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อเสนอแนะ
ท่านที่ 1	ลักษณะตราสัญลักษณ์ควรใส่ชื่อวิสาหกิจลงไปด้วย ปรับลายพระอาทิตย์ให้กระจายทั่วตราสินค้า
ท่านที่ 2	ปรับขนาดของก๊ทอผ้าให้เหมาะสม
ท่านที่ 3	ลายพระอาทิตย์มีความเหมาะสมสวยงามควรใส่ก๊ทอผ้าเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์ของวิสาหกิจ
ท่านที่ 4	ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมสวยงาม รูปแบบดูทันสมัยเข้าถึงได้ง่าย
ท่านที่ 5	-

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นให้ปรับลดลายให้เหมาะสม ควรมีก๊ทอผ้าเพื่อเพิ่มเอกลักษณ์ของวิสาหกิจ และควรมีชื่อวิสาหกิจอยู่ในตราสัญลักษณ์

จากการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้มาปรับตราสัญลักษณ์ตามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ โดยสะท้อนถึง ความคิด ใช้ภูมิปัญญา รากเหง้า รวมไปถึงวัฒนธรรม สร้างความงาม ผ่านทอสีเรียบง่าย ทันสมัย ผสมรวมลดทอนที่ดึงดูดสายตา ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ร่างความคิด (Sketch Design) ตราสัญลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

2.2 ผู้วิจัยนำตราสัญลักษณ์ ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก ไปออกแบบภาพร่างความคิด ลงบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 ประเภท ได้แก่ กล่องบรรจุภัณฑ์ และถุงบรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้น ยังได้ออกแบบภาพร่างความคิด (Sketch Design) สติกเกอร์แท็กสินค้า เพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประเภทละ 5 รูปแบบ เพื่อพิจารณาเลือกแบบที่มีความเหมาะสมก่อนนำไปทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งมีผลดังนี้

2.2.1 กล่องบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3 แสดงรูปแบบของกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผู้เชี่ยวชาญพิจารณา

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกล่องบรรจุภัณฑ์

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	4	80.00
รูปแบบที่ 2	-	-
รูปแบบที่ 3	1	20.00
รูปแบบที่ 4	-	-
รูปแบบที่ 5	-	-

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อกล่องบรรจุภัณฑ์ มากที่สุด ได้แก่ รูปแบบที่ 1 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่ 3 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

2.2.2 ถุงบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4 แสดงรูปแบบของถุงบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผู้เชี่ยวชาญพิจารณา

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อถุงบรรจุภัณฑ์

n = 5

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	5	100.00
รูปแบบที่ 2	-	-
รูปแบบที่ 3	-	-
รูปแบบที่ 4	-	-
รูปแบบที่ 5	-	-

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อถุงบรรจุภัณฑ์ อยู่ที่รูปแบบที่ 1 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

2.2.3 แท็กสินค้า



ภาพที่ 5 แสดงรูปแบบของแท็กสินค้าที่ส่งผู้เชี่ยวชาญพิจารณา

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแท็กสินค้า

ผู้เชี่ยวชาญ	ความถี่	ค่าร้อยละ
รูปแบบที่ 1	-	-
รูปแบบที่ 2	-	-
รูปแบบที่ 3	-	-
รูปแบบที่ 4	1	20.00
รูปแบบที่ 5	4	80.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นต่อแท็กสินค้า มากที่สุด ได้แก่รูปแบบที่ 5 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่ 4 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ปรับลายและสีข้างถุงบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้น

3. ศึกษาความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

ผู้วิจัยนำตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเลือก มาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ จากนั้นทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปสอบถามความพึงพอใจกับผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 100 คน จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผล

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา

ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ สถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 100		
ข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	19	19.00
หญิง	81	81.00
รวม	100	100.00

ข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	19	19.00
อายุ 25 – 34 ปี	11	11.00
อายุ 35 – 44 ปี	34	34.00
อายุ 45 – 54 ปี	30	30.00
อายุ 55 ปีขึ้นไป	6	6.00
รวม	100	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	14	14.00
ข้าราชการ	24	24.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	5.00
รับจ้าง	23	23.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	34	34.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	100	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	30	30.00
ปริญญาตรี	55	55.00
สูงกว่าปริญญาตรี	15	15.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงสถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 19.00 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 81.00 ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 35 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาช่วงอายุ 45 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 ช่วงอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.00 และช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 24.00 รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 23.00 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.00 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.00 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อตราสัญลักษณ์ ของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ ของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

n = 100

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
1. สื่อความหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.53	มากที่สุด
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน	4.49	มากที่สุด
3. มีความคิดสร้างสรรค์ มีความร่วมสมัย	4.55	มากที่สุด
4. มีความเหมาะสมขององค์ประกอบ	4.42	มากที่สุด
5. ง่ายต่อการจดจำและเข้าใจสำหรับทุกคน	4.47	มากที่สุด
6. สามารถที่จะแสดงในที่ที่เป็นพื้นที่ต่าง ๆ ได้ และพิมพ์ได้ง่าย	4.68	มากที่สุด
7. สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายชนิดของสื่อ	4.61	มากที่สุด
8. น่าประทับใจและมีเสน่ห์	4.65	มากที่สุด
รวม	4.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออกแบบตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.55$ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสามารถที่จะแสดงในที่ที่เป็นพื้นที่ต่าง ๆ ได้ และพิมพ์ได้ง่าย $\bar{X} = 4.68$ น่าประทับใจและมีเสน่ห์ $\bar{X} = 4.65$ สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายชนิดของสื่อ $\bar{X} = 4.61$ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความร่วมสมัย $\bar{X} = 4.55$ สื่อความหมายได้ชัดเจน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ $\bar{X} = 4.53$ ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน $\bar{X} = 4.49$ ง่ายต่อการจดจำและเข้าใจสำหรับทุกคน $\bar{X} = 4.47$ และมีความเหมาะสมขององค์ประกอบ $\bar{X} = 4.41$ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และแท็กสินค้าของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อกล่องบรรจุภัณฑ์ ถุงบรรจุภัณฑ์ และแท็กสินค้า ของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

n = 100

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์		
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสม	4.41	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.33	มากที่สุด
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอเหมาะพอดี	4.36	มากที่สุด
1.4 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.48	มากที่สุด

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
1.5 สามารถหยิบจับได้สะดวก	4.29	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์		
2.1 สีสันท มีความสวยงาม	4.31	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สวยงาม	4.33	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.20	มากที่สุด
2.4 ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.19	มาก
2.5 บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ประจำวิสาหกิจได้ดี	4.16	มาก
รวม	4.30	มากที่สุด
การออกแบบบรรจุภัณฑ์		
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสม	4.29	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.22	มากที่สุด
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอเหมาะพอดี	4.38	มากที่สุด
1.4 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.41	มากที่สุด
1.5 สามารถหยิบจับได้สะดวก	4.36	มากที่สุด
รวม	4.33	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์		
2.1 สีสันท มีความสวยงาม	4.23	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สวยงาม	4.39	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.26	มากที่สุด
2.4 ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.22	มากที่สุด
2.5 บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ประจำวิสาหกิจได้ดี	4.49	มากที่สุด
รวม	4.33	มากที่สุด
การออกแบบแท็กสินค้า		
1.ด้านการออกแบบโครงสร้างแท็กสินค้า		
1.1 รูปแบบของแท็กสินค้าโดยรวมมีความเหมาะสม	4.33	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างแท็กสินค้ามีความเหมาะสม	4.20	มากที่สุด
1.3 แท็กสินค้ามีขนาดที่พอเหมาะพอดี	4.39	มากที่สุด
รวม	4.30	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนแท็กสินค้า		
2.1 สีสันท มีความสวยงาม	4.11	มาก
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สวยงาม	4.31	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.32	มากที่สุด

ข้อคำถาม	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
2.4 ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนแท็กสินค้า มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.54	มากที่สุด
2.5 แท็กสินค้าสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ประจำวิสาหกิจได้ดี	4.55	มากที่สุด
รวม	4.34	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชน ทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.30$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อกล่องบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.37$ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.24$ ในส่วนของถุงบรรจุภัณฑ์ ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.33$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อถุงบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.33$ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.32$ ความพึงพอใจต่อแท็กสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.34$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อแท็กสินค้า ด้านการออกแบบโครงสร้างแท็กสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.31$ และด้านการออกแบบกราฟิกบนแท็กสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.37$

สรุปและอภิปรายผล

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ตำบลหนองพันจันทร์ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 5 คน พบว่า ตราสัญลักษณ์เดิม “เชิงศิริ” ใช้นาน ไม่ปรากฏชื่อวิสาหกิจ และไม่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์เดิมใช้ถุงแก้วใสและถุงพลาสติกหุ้เจาะ เน้นประหยัดและหาง่าย แต่ไม่น่าสนใจ และไม่มีเอกลักษณ์ ความต้องการหลัก คือ ปรับปรุงโลโก้ให้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน เช่น การเพิ่มกิ๊ทอผ้าและลายพระอาทิตย์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย ดึงดูดสายตา สร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งออกแบบสติ๊กเกอร์และแท็กสินค้าใหม่

1.2 เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน พบว่า

1.2.1 ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 3 ได้รับความเห็นชอบมากที่สุด โดยเสนอให้ใส่ชื่อวิสาหกิจ ปรับลายพระอาทิตย์ และเพิ่มกิ๊ทอผ้าเพื่อเน้นอัตลักษณ์

1.2.2 กล่องบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1 ได้คะแนนสูงสุด

1.2.3 ถุงบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1 ได้คะแนนสูงสุด

1.2.4 แท็กสินค้า แบบที่ 5 ได้คะแนนสูงสุด

1.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์จากการสำรวจผู้บริโภค 100 คน พบว่า

1.3.1 ตราสัญลักษณ์ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชมความคิดสร้างสรรค์ ความร่วมสมัย การสื่อความหมายชัดเจน และการใช้งานได้หลากหลาย

1.3.2 กล่องบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า โครงสร้างใช้งานสะดวก และกราฟิกเหมาะสม

1.3.3 ถุงบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ใช้งานสะดวกและสื่อเอกลักษณ์ได้ดี

1.3.4 แท็กสินค้า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ขนาดพอเหมาะและสื่อเอกลักษณ์ได้ชัดเจน

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองตำบลหนองพันจันทร์ ยังไม่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ไม่สร้างการจดจำ และไม่เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จึงได้มีการออกแบบใหม่โดยผสมผสานที่ทอผ้าและลายพระอาทิตย์เข้ากับตัวอักษรร่วมสมัย พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย เห็นสินค้าได้ชัด และใช้ลดลายผ้าทอท้องถิ่นอย่างกลมกลืน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่าการออกแบบสามารถตอบโจทย์ทั้งด้านการสื่อสารอัตลักษณ์ ความสวยงาม และการใช้งานจริง โดยเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดการออกแบบ 4 มิติ คือ ความคิด ความงาม ความหมาย และประโยชน์ใช้สอย ซึ่งช่วยยกระดับภาพลักษณ์ สร้างมูลค่าเพิ่ม และคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบที่ร่วมสมัยและยั่งยืน

2. อภิปรายผล

2.1 เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ตราสัญลักษณ์เดิม “เชิงศิรี” ขาดการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนอย่างชัดเจน ไม่ระบุชื่อวิสาหกิจ และไม่สามารถสร้างการจดจำต่อผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ **อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง** (Chesamae & Gadmeang, 2021) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า การนำอัตลักษณ์มาใช้ในการนำเสนอผ่านตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ (โลโก้ชุมชน) ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์สามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนหรือทำให้ผู้ซื้อต้องการหาความหมายของตัวสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ในตราสินค้า และสอดคล้องกับวิจัยของ **มานพ และคณะ** (Chumun, et al., 2024) ที่กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าเรื่องเล่าและอัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตราสินค้า มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการรับรู้ การสร้างความเชื่อมั่น และความภักดีของนักท่องเที่ยว มากกว่าสินค้าที่ไม่มีตราสินค้าและอัตลักษณ์ แต่ทั้งนี้ต้องมีการสร้างเรื่องเล่า เพื่อสื่อสารถึงตราสินค้าและอัตลักษณ์ผ่านสื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง จึงจะสามารถทำให้ตราสินค้ายืนหยัดอยู่ในใจหรือความทรงจำของนักท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคง ขณะที่บรรจุภัณฑ์เดิมเน้นประหยัดต้นทุนและใช้งานง่าย แต่ไม่ดึงดูดความสนใจ ไม่เพิ่มมูลค่า และไม่สอดคล้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ความต้องการหลักของชุมชนคือการปรับปรุงตราสัญลักษณ์ให้สะท้อนเอกลักษณ์ผ้าทอพื้นเมือง โดยใช้สัญลักษณ์ “กัทอผ้า” และ “ลายพระอาทิตย์” ประกอบกับระบุชื่อวิสาหกิจชัดเจน รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ร่วมสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ **บุษยมาส ชื่นเย็น, อุมารินทร์ ราตรี, จตุพร จันทารัมย์ และโชคมกามาต พลศรี** (Chuenyen, Ratee, Jantaram, & Polsri, 2023) จากการวิจัย

เรื่องการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นเป็นการขายผลิตภัณฑ์เพื่อนำรายได้มาสู่ชุมชนอย่างยั่งยืนนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุดคือตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ต้องมีมูลค่าในตัวเอง มีความโดดเด่น น่าจดจำ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และมีคุณภาพ มีบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยดีสวยงาม

2.2 เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน การออกแบบโดยใช้กระบวนการคัดเลือกและปรับปรุงตามข้อเสนอของผู้เชี่ยวชาญทำให้ได้ตราสัญลักษณ์ที่ผสมผสานองค์ประกอบอัตลักษณ์ท้องถิ่น (ที่ทอผ้าและลายพระอาทิตย์) กับรูปแบบตัวอักษรที่ทันสมัย ทำให้เกิดการสื่อสารที่ชัดเจนและมีความแตกต่าง ผลนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการออกแบบเชิงวัฒนธรรมของดุสิต ทองเปรมจิตต์ (Dusit, 2021) ที่ว่าการนำลวดลายผ้าประจำถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์งานออกแบบ ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และช่วยเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปริญญ์ แสงอรุณ และ วาสนา สุนทร (Sang-aroon & Sunthorn, 2023) ที่พบว่า การออกแบบลวดลายเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกโดยใช้ทุนวัฒนธรรมแต่ละภาคของไไทยนั้นสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์

2.3 ผลการประเมินจากผู้บริโภคพบว่า ทั้งตราสัญลักษณ์ กล่อง ถุง และแท็กสินค้า ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนว่าการออกแบบสามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านความสวยงาม ความสะดวก และการสื่อสารอัตลักษณ์ได้อย่างครบถ้วน ผลนี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับวิจัยของพิชญาวีร์ ธิติจรุสชัย, พิเชษฐ์ พรหมใหม่ และยุพาภรณ์ อุไรรัตน์ (Thitijaruschai, Prommai, & Urairat, 2024) ที่บอกว่าองค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ คุณค่า เอกลักษณ์ ข้อความ สัญลักษณ์ ขนาด รูปทรง สีและวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ต่างก็ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือพัฒนางานบรรจุภัณฑ์ ควรเลือกเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นของวิสาหกิจ นำมาต่อยอดทางบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการขายให้กับวิสาหกิจ
2. ในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็น ที่ต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจอย่างมาก เนื่องจากจะต้องตอบสนองความต้องการของวิสาหกิจ และผู้บริโภคอีกด้วย
3. ในการออกแบบออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ด้วยโปรแกรม (Illustration) ไม่ควรกำหนดลายเส้นเวกเตอร์ที่มีขนาดเล็กเกินกว่า 1 พ้อยท์ (PT) เพราะเมื่อนำเข้าสู่กระบวนการพิมพ์หรือกระบวนการสกรีน จะทำให้ลายเส้นนั้นขาดได้ และลวดลายที่พิมพ์จะไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามแบบที่ออกแบบไว้

References

- Chesamae, A., & Gadmeang, Y. (2021). The development of packaging and branding for community products to link the cultural tourism of the Puranawas community, Thawi Watthana District, Bangkok. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 15(2), 79–90. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/250070> (In Thai)

- Chuenyen, B., Ratee, U., Jantaram, J., & Polsri, Ch. (2023). The model development of environmental packaging designs to create added value of Ban Pa Ao community products, Muang District Ubon Ratchathani Province. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 10(2), 31–48. Retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/269916> (In Thai)
- Chumun, M., La-onsri, W., La-onsri, W., Dangviroon, P., Sonsri, S., Jaikaew, A., Saipang, J., & Suwannapirom, P. (2024). Marketing promotion of community based tourism and local products through brand, storytelling, identity and business model of Pa Miang Sub-District, Doi Saket District, Chiang Mai Province. *Journal of Accountancy and Management*, 16(4), 87–104. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/266835> (In Thai)
- Department of Agricultural Extension. (2011). *Community enterprise information system*. Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension. Retrieved April 28, 2022, from <https://smce2023.doae.go.th/index.php> (In Thai)
- Iratchawatit, K. (2023). Personal interview conducted by the author [Personal interview].
- Kongjok, A. (2022). Personal interview by the author [Personal interview].
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). New York, NY: Pearson Publishing.
- Office of the Permanent Secretary for Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2022). *Basic data of community enterprises in Ratchaburi Province*. Retrieved April 23, 2023, from <https://www.opsmoac.go.th/bpsp-dwl-files-431391791103> (In Thai)
- Sang-Aroon, P., & Sunthorn, W. (2023). Thai product identity packaging to support souvenirs in 4 regions. *Design Echo*, 4(2), 17–25. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jdecho/article/view/266816> (In Thai)
- Sutthinrakorn, W. (2017). *Transformative learning and action research*. Bangkok: Siam Pritthana Publishing Co., Ltd. (In Thai)
- Thitijaruschai, P., Prommai, P., & Urairat, Y. (2024). Impacts of packaging design and online marketing communication on customer decision-making for brownies of Triple J Bakery brand. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(1), 1–24. <https://doi.org/10.14456/pnuhuso.2024.1> (In Thai)
- Thongpremjit, D. (2021). Souvenir design and exhibition booth development for Karen Hill Tribe of Banluang, Chomthong, Chiang Mai. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University*, 13(1), 214–232. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/irdssru/article/view/249784> (In Thai)