

การออกแบบกราฟิกเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านจังหวัดมหาสารคาม

วิชานา ทิวงษ์^{1*}

Graphic Design for Development of local textile products of Mahasarakham Province

Wichanat Tiwasing^{1*}

^{1*} คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{1*} Faculty of Architecture Urban Design and Creative Arts, Mahasarakham University

*Corresponding author E-mail address: aey333@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม โดยมีกรณีศึกษาคือกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน หมู่ 4 ตำบลเหล่า อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดมหาสารคาม เพื่อส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคามและเพื่อออกแบบตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม โดยให้นิสิตชั้นปีที่ 3 จำนวน 15 คน สาขาวิชานฤมิตศิลป์ วิชาเอกออกแบบกราฟิก คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ ได้ทำการออกแบบตราสินค้าจำนวน 15 รูปแบบ และออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 15 รูปแบบ โดยสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 200 คนในจังหวัดมหาสารคามและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ประกอบกับแบบสอบถามการรับรู้ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบกราฟิกตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 ชุด ได้แก่แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบตราสินค้า 15 รูปแบบ และแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 15 รูปแบบ สรุปผลการวิจัยการรับรู้ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า (Logo) พบว่าตราสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบคือรูปแบบที่ 1 โดยกลุ่มเป้าหมายชื่นชอบทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}=3.78$ ซึ่งสูงที่สุดจาก 15 รูปแบบ สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบที่ 13 เป็นที่ชื่นชอบที่สุดมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}=3.71$

ABSTRACT

This research aimed to raise a product brand for cloth weaving commodities in Mahasarakham province, using the case study of Baannongkaen, village 4th, Lao sub-district, Kosumpisai district in order to promote the sale and marketing strategy, create logos and packaging design for products of the commodities. 15 logo patterns and packaging design models were designed by 15 students, who are third-year students in the major of graphic design, Department of Creative Arts, Faculty of Architecture Urban Design and Creative Arts. The target samples were collected from 200 people in the Mahasarakham province. The research tool was a questionnaire which was separated into 2 parts: one was for 15 logo designs and the other was for 15 packaging design patterns. The results of this research found that the most satisfaction of the samples towards the designed logos was the 1st logo with $\bar{X}=3.78$, and the 13th style of the packaging design pattern was the most desired with $\bar{X}=3.71$.

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การออกแบบตราสัญลักษณ์และงานเรขศิลป์ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าเป็นของใคร การสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์กร (Corporate Identity) สามารถช่วยให้แบรนด์ (Brand) ของกลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคามมีความชัดเจนมากขึ้น โดยมีกลุ่มกรณีศึกษาคือกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน หมู่ 4 ตำบลเหล่า อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดมหาสารคาม

งานออกแบบเรขศิลป์ นิเทศศิลป์ (Graphic Design) ถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานหลักในการพัฒนาเอกลักษณ์ให้กับองค์กร การออกแบบตราสินค้า (Logo) เปรียบเสมือนกับสัญลักษณ์ภาพที่ใช้แทนชื่อสินค้าหรือชื่อองค์กร (วิรุณ ตั้งเจริญ. 2531) ดังนั้นตราสินค้าจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงบอกข้อมูลเบื้องต้นว่าสินค้านั้นๆ มีลักษณะแบบไหน แต่ตราสินค้ายังทำหน้าที่หลักในการสร้างความผูกพันและความทรงจำกับผู้บริโภคด้วยความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครของผลิตภัณฑ์ถือเป็นสิ่งเร้าอันดับแรกที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้เป็นอย่างดีและสร้างโอกาสให้กับผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการนำเสนอบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สามารถจดจำได้ง่าย (ชัยรัตน์ อัสวาท. 2548) ก็นับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้กับชุมชน เพราะผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดมักคล้ายคลึงกันไปหมด ตลอดจนเป็นการส่งเสริมการขายให้แก่ผลิตภัณฑ์และทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถขายตัวของมันเองได้ในตลาดยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. 2555) หากผู้ประกอบการสามารถสร้างอัตลักษณ์ให้แตกต่างและสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับผลิตภัณฑ์ได้ จะช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ทันทีและเพิ่มโอกาสในการขายอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้กลุ่มผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบเรขศิลป์ นิเทศศิลป์ด้วยการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน หมู่ 4 ตำบลเหล่า อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดมหาสารคาม เพื่อเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านให้ออกสู่ท้องตลาดที่กว้างขึ้น และเพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร รวมไปถึงการส่งเสริมการขาย และสิ่งสำคัญยิ่งเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นบ้านให้ยังคงอยู่ร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม เพื่อส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคามและเพื่อออกแบบตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐาน

การออกแบบกราฟิกสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม และสามารถส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบการวิจัย

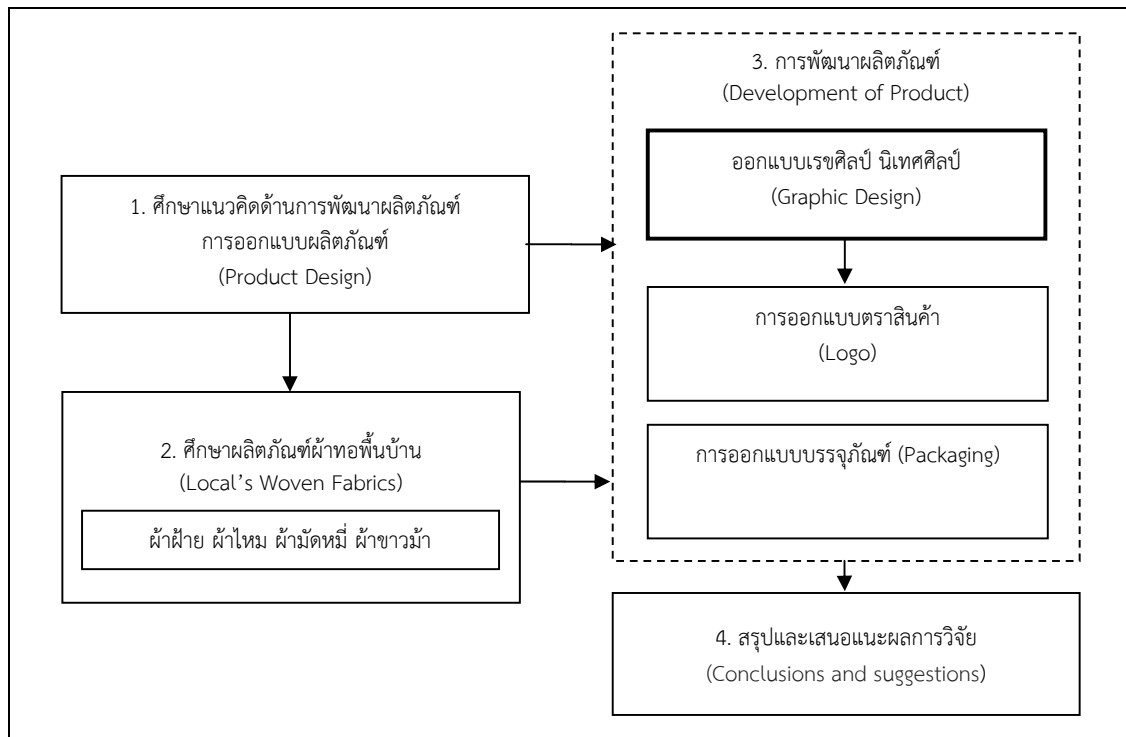
การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีของเกสตัลต์ (Gestalt Theory) ในประเด็นของเรื่องทัศนการรับรู้ (Visual Perception) (Bloom et al. 1956) และในประเด็นการรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบ (Principle of Design)

ประเด็นการรับรู้องค์ประกอบของการออกแบบ ศึกษาในขอบเขตของ

- การรับรู้เรื่องการออกแบบตราสินค้า (Logo)
- การรับรู้เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

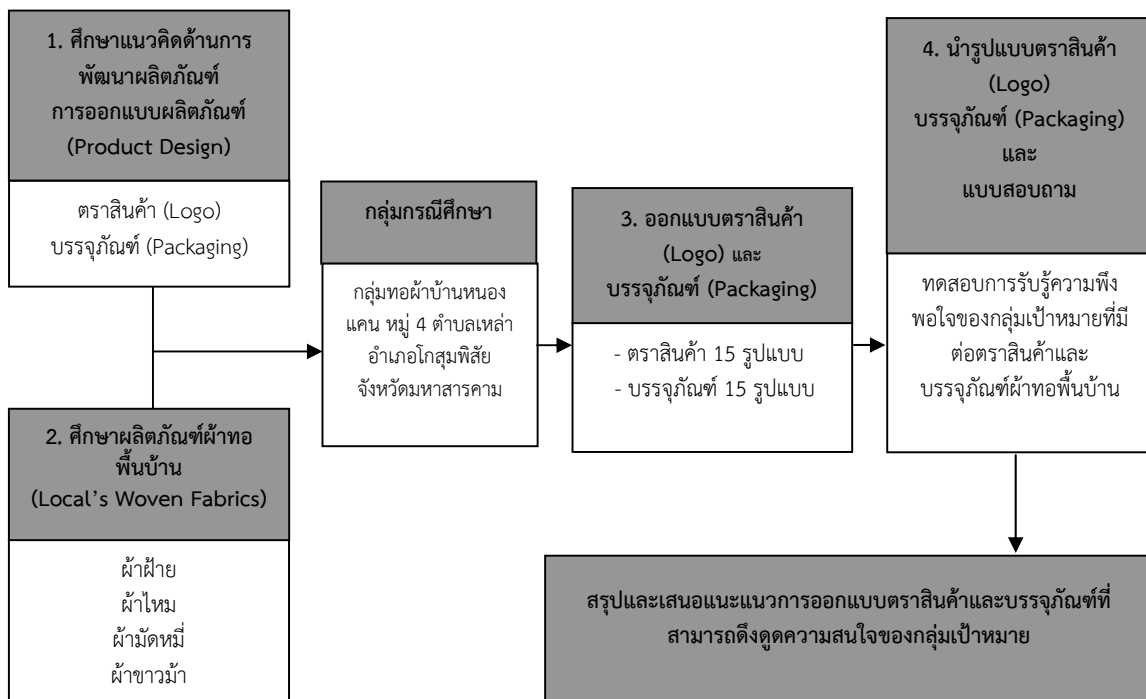
จากการศึกษาทฤษฎีการรับรู้ทั้ง 2 ข้างต้นนำไปสู่การเชื่อมโยงกรอบและกระบวนการวิจัยดังนี้

กรอบการวิจัย



ภาพ 1 การเชื่อมโยงกรอบของการวิจัย

กระบวนการวิจัย



ภาพ 2 แผนผังกระบวนการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน จำนวน 200 คน ในจังหวัดมหาสารคาม โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยทำการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540) โดยสอบถามบุคคลทั่วไปในจังหวัดมหาสารคาม

นิยามศัพท์

1. ทฤษฎีเกสตัลต์ (Gestalt Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นการศึกษากระบวนการรับรู้ เน้นความสำคัญที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ทั้งหมดในการรับรู้
2. ผ้าทอพื้นบ้าน (Local's Woven Fabrics) คือผืนผ้าที่เกิดจากการถักทอจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน โดยริเริ่มจากการรวมกลุ่มของคนในหมู่บ้านเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกเหนือจากฤดูการของการทำเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวอีสาน
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน (Development of local textile products) คือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านเป็นส่วนในการผลักดันผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากผ้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้สู่ชุมชน รวมถึงการสร้างงานให้กับคนในชุมชนด้วยการออกแบบตราสินค้า (Logo) และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
4. กราฟิก หมายถึงการออกแบบลวดลายและตัวอักษรให้ตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
5. ความพึงพอใจ หมายถึงกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจต่อการออกแบบลวดลายและตัวอักษรให้ตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเพื่อยกระดับสินค้าผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม โดยการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความน่าสนใจและเพื่อเป็นการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาดที่กว้างขึ้น การแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการผลักดันผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากผ้าซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้สู่ชุมชน รวมไปถึงการสร้างงานให้กับคนในชุมชนด้วยการออกแบบกราฟิกให้กับผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้ารวมถึงการทำบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สามารถจดจำได้ง่าย ก็นับว่าเป็นสิ่งสำคัญแล้วแต่เป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ทั้งสิ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคนหมู่ 4 ตำบลเหล่าอำเภอกอสนิมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม และลงพื้นที่บ้านหนองแคนเพื่อสัมภาษณ์และหาข้อมูลในการทำวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน ได้แก่ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาปัจจัยการออกแบบกราฟิกเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน ซึ่งประกอบด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์โดยในขั้นตอนนี้ได้นำเข้าสู่เนื้อหาของการวิจัย การออกแบบบรรจุ-ภัณฑ์ Packaging Design รหัส 1103302 มีนิสิตจำนวน 15 คน ได้ทำการออกแบบตราสินค้าและบรรจุ-ภัณฑ์หลากหลายรูปแบบเพื่อสร้างทางเลือกให้กับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน และได้มาซึ่งกรณีศึกษาประกอบด้วยตราสินค้า 15 รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ 15 รูปแบบ

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาปัจจัยการรับรู้ (Visual Perception) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าซึ่งประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

สี (Color) สีที่ใช้มีความเหมาะสม

ตัวอักษร (Font) ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม

ตราสินค้า (Logo) ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า และประเด็นตราสินค้ามีความน่าสนใจ

ศึกษาปัจจัยการรับรู้ (Visual Perception) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ซึ่งประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

สี (Color) สีที่ใช้มีความเหมาะสม

ตัวอักษร (Font) ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าประเภทผ้าทอ บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า รูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า ลวดลายบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินการรับรู้ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบกราฟิกเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน ซึ่งประกอบด้วยตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) โดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์หลากหลายรูปแบบเพื่อสร้างทางเลือกให้กับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน และได้มาซึ่งกรณีศึกษาประกอบด้วยตราสินค้า 15 รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ 15 รูปแบบ เพื่อนำไปสร้างใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

โดยการสอบถามกลุ่มเป้าหมายด้วยรูปภาพประกอบกับแบบสอบถาม และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำผลสรุปไปใช้ในการออกแบบรูปแบบตราสินค้าและรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน หมู่ 4 ตำบลเหล่า อำเภอกอสุณพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยรูปแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์และแบบสอบถามการรับรู้ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบกราฟิกคือตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 ชุด ได้แก่

3.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบตราสินค้า 15 รูปแบบ

ลักษณะแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบตราสินค้า ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องราวกราฟิกในการออกแบบตราสินค้าประเด็น สีที่ใช้มีความเหมาะสม ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าของชุมชน ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า และตราสินค้ามีความน่าสนใจ (ดังตารางที่ 3)

ตาราง 1 สเกลระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบตราสินค้า (Logo) ที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม

ประเด็นคุณสมบัติของตราสินค้า	ภาพที่ 1 - 15				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สีที่ใช้มีความเหมาะสม					
ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม					
ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าของชุมชน					
ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า					
ตราสินค้ามีความน่าสนใจ					

3.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 15 รูปแบบ

ลักษณะแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับโดยถามการรับรู้เรื่องราวกราฟิกในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ประเด็นสีที่ใช้มีความเหมาะสม บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า

ประเภทผ้าทอ บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า รูปทรงบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ (ดังตารางที่ 4)

ตาราง 2 สเกลระดับความพึงพอใจของของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ใช้ประกอบแบบสอบถาม

ประเด็นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์	ภาพที่ 1- 15				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สีที่ใช้มีความเหมาะสม					
ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม					
บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าประเภทผ้าทอ					
บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า					
รูปทรงบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า					
ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า					
บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ					

การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือบุคคลทั่วไปในจังหวัดมหาสารคามจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นผู้หญิงจำนวน 158 คนและผู้ชายจำนวน 42 คน โดยมีช่วงอายุเฉลี่ย 38 ปี (อายุระหว่าง 18 – 82 ปี)

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามกับภาพประกอบรูปแบบตราสินค้าไปสอบถามการรับรู้ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าทั้ง 15 รูปแบบโดยถามการรับรู้เรื่องกราฟิกในการออกแบบตราสินค้าประเด็น สีที่ใช้มีความเหมาะสม ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าของชุมชน ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า และตราสินค้ามีความน่าสนใจ และนำแบบสอบถามกับภาพประกอบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไปสอบถามการรับรู้ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 15 รูปแบบ โดยถามการรับรู้เรื่องกราฟิกในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเด็นสีที่ใช้มีความเหมาะสม บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าประเภทผ้าทอ บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า รูปทรงบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

รวมรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยทางสถิติ (Mean) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปสู่ขั้นตอนสรุปการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจให้กับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองแคน หมู่ 4 ตำบลเหล่า อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดมหาสารคาม (ดังตารางที่ 1 และ 2)

สรุปผลการวิจัย

การรับรู้ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่ต่อสินค้า (Logo) พบว่าตราสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบคือรูปแบบที่ 1 โดยกลุ่มเป้าหมายชื่นชอบทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}=3.78$ ซึ่งสูงที่สุดจาก 15 รูปแบบ สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบที่ 13 เป็นที่ชื่นชอบที่สุดมีค่าเฉลี่ย $\bar{X}= 3.71$

ตาราง 1 การรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า (Logo) รวม 15 รูปแบบ

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 1	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.86, SD = 0.76$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.93, SD = 0.81$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{x} = 3.82, SD = 0.81$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มอาชีพ			●			$\bar{x} = 3.55, SD = 0.86$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{x} = 3.73, SD = 0.81$
				●			
 รูปแบบที่ 2	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.14, SD = 0.81$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.05, SD = 0.94$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{x} = 3.01, SD = 0.87$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มอาชีพ	●					$\bar{x} = 2.94, SD = 0.96$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{x} = 3.04, SD = 0.94$
				●			
 รูปแบบที่ 3	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.32, SD = 0.77$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.35, SD = 0.82$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{x} = 3.31, SD = 0.87$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มอาชีพ			●			$\bar{x} = 3.20, SD = 0.83$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{x} = 3.22, SD = 0.82$
				●			
 รูปแบบที่ 4	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.04, SD = 0.78$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{x} = 3.27, SD = 0.82$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{x} = 3.22, SD = 0.85$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มอาชีพ			●			$\bar{x} = 3.05, SD = 0.88$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{x} = 3.13, SD = 0.89$
				●			

ตาราง 1 การรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า (Logo) รวม 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	○ ระดับความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมาย	หมายเหตุ
		1 2 3 4 5	
 รูปแบบที่ 5	สีที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.44, SD = 0.78$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.44, SD = 0.79$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน		$\bar{x} = 3.38, SD = 0.81$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		$\bar{x} = 3.25, SD = 0.82$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ		$\bar{x} = 3.27, SD = 0.84$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.20, SD = 0.85$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 2.97, SD = 0.87$
 รูปแบบที่ 6	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน		$\bar{x} = 3.10, SD = 0.83$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		$\bar{x} = 3.01, SD = 0.84$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ		$\bar{x} = 3.05, SD = 0.85$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 2.97, SD = 0.92$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.12, SD = 0.91$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน		$\bar{x} = 3.08, SD = 0.88$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		$\bar{x} = 3.00, SD = 0.86$
 รูปแบบที่ 7	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ		$\bar{x} = 3.01, SD = 0.95$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.47, SD = 0.86$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.53, SD = 0.83$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน		$\bar{x} = 3.49, SD = 0.87$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		$\bar{x} = 3.45, SD = 0.95$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ		$\bar{x} = 3.60, SD = 0.91$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.45, SD = 0.95$
 รูปแบบที่ 8	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน		$\bar{x} = 3.49, SD = 0.87$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		$\bar{x} = 3.45, SD = 0.95$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ		$\bar{x} = 3.60, SD = 0.91$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.45, SD = 0.95$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม		$\bar{x} = 3.45, SD = 0.95$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน		$\bar{x} = 3.49, SD = 0.87$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		$\bar{x} = 3.45, SD = 0.95$

ตาราง 1 การรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า (Logo) รวม 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 9	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.31, SD=0.89
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.38, SD=0.87
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			=3.29, SD=0.95
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			=3.23, SD=0.92
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			=3.27, SD=0.98
 รูปแบบที่ 10	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.44, SD=0.72
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.46, SD=0.72
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			=3.48, SD=0.90
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			=3.33, SD=0.86
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			=3.39, SD=0.82
 รูปแบบที่ 11	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.14, SD=0.76
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม		●				=2.96, SD=0.89
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			=3.04, SD=0.93
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า		●				=2.90, SD=0.91
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ		●				=2.99, SD=0.85
 รูปแบบที่ 12	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.35, SD=0.81
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			=3.38, SD=0.88
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			=3.34, SD=0.96
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			=3.37, SD=0.96
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			=3.40, SD=0.97

ตาราง 1 การรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า (Logo) รวม 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 กลุ่มกอนบ้านหนองแคน รูปแบบที่ 13	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.64, SD=0.76$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.67, SD=0.76$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{X} = 3.64, SD=0.87$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.49, SD=0.91$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.55, SD=0.87$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.29, SD=0.89$
 กลุ่มกอนบ้านหนองแคน รูปแบบที่ 14	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.29, SD=0.84$
	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{X} = 3.36, SD=0.94$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.32, SD=0.93$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.38, SD=0.93$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.11, SD=0.86$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.25, SD=0.86$
 กลุ่มกอนบ้านหนองแคน รูปแบบที่ 15	ตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน			●			$\bar{X} = 3.04, SD=0.91$
	ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 2.99, SD=0.93$
	ตราสินค้ามีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 2.95, SD=0.87$
	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.11, SD=0.86$

จากตารางที่ 1 พบว่าการรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับตราสินค้าในทุกๆ ประเด็นคุณสมบัติได้รับความชื่นชอบคือตราสินค้านั้นรูปแบบที่ 1 เป็นอันดับ 1 ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.78$ และเมื่อพิจารณารายละเอียดดังนี้ ตัวอักษรตราสินค้ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.93$ รองลงมาคือสีกับตราสินค้ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.82$ ตราสินค้ามีความน่าสนใจมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.73$ และตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.55$ ตามลำดับ ตราสินค้าที่อยู่ในระดับ 2 คือรูปแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.60$ และลำดับที่ 3 คือ ตราสินค้านั้นรูปแบบที่ 8 มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.51$

ตาราง 2 การรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รวม 15 รูปแบบ

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 1	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.65, SD=0.71$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.75, SD=0.76$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า			●			$\bar{X} = 3.56, SD=0.81$
	ประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.56, SD=0.80$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.59, SD=0.85$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.55, SD=0.84$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.52, SD=0.86$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.25, SD=0.86$
 รูปแบบที่ 2	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.23, SD=0.85$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.24, SD=0.91$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า			●			$\bar{X} = 3.23, SD=0.90$
	ประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.27, SD=0.90$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.31, SD=0.89$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.29, SD=0.80$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.53, SD=0.82$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.50, SD=0.85$
 รูปแบบที่ 3	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.53, SD=0.86$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.53, SD=0.83$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า			●			$\bar{X} = 3.49, SD=0.83$
	ประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.45, SD=0.88$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.37, SD=0.95$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			

ตาราง 2 การรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รวม 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 4	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.47, SD=0.80$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.43, SD=0.77$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.34, SD=0.88$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.34, SD=0.92$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.33, SD=0.94$
	ลดทอนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.34, SD=0.91$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.41, SD=0.85$
 รูปแบบที่ 5	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.54, SD=0.77$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.59, SD=0.81$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.61, SD=0.83$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.68, SD=0.88$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.58, SD=0.86$
	ลดทอนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.69, SD=0.89$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.55, SD=0.94$
 รูปแบบที่ 6	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.30, SD=0.76$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.30, SD=0.79$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.27, SD=0.74$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.28, SD=0.82$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.26, SD=0.82$
	ลดทอนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.13, SD=0.85$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.23, SD=0.85$

ตาราง 2 แสดงการรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รวมทั้ง 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 7	สีที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.50, SD=0.76$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.33, SD=0.80$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า						$\bar{X} = 3.37, SD=0.80$
	ประเภทผ้าทอ						$\bar{X} = 3.34, SD=0.86$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า						$\bar{X} = 3.40, SD=0.82$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.39, SD=0.83$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.42, SD=0.78$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ						$\bar{X} = 3.45, SD=0.69$
 รูปแบบที่ 8	สีที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.45, SD=0.69$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.53, SD=0.76$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า						$\bar{X} = 3.44, SD=0.84$
	ประเภทผ้าทอ						$\bar{X} = 3.50, SD=0.77$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า						$\bar{X} = 3.49, SD=0.78$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.50, SD=0.79$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.48, SD=0.80$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ						$\bar{X} = 3.41, SD=0.80$
 รูปแบบที่ 9	สีที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.48, SD=0.82$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.41, SD=0.84$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า						$\bar{X} = 3.40, SD=0.83$
	ประเภทผ้าทอ						$\bar{X} = 3.41, SD=0.79$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า						$\bar{X} = 3.48, SD=0.78$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.32, SD=0.86$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ						

ตาราง 2 แสดงการรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รวมทั้ง 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 10	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.46, SD=0.78$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.47, SD=0.74$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.42, SD=0.82$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.37, SD=0.74$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.44, SD=0.77$
	ลดทอนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.41, SD=0.79$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.43, SD=0.81$
 รูปแบบที่ 11	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.36, SD=0.79$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.22, SD=0.82$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.27, SD=0.88$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.30, SD=0.83$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.27, SD=0.86$
	ลดทอนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.20, SD=0.73$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.33, SD=0.84$
 รูปแบบที่ 12	สีที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.43, SD=0.79$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม			●			$\bar{X} = 3.45, SD=0.81$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอ			●			$\bar{X} = 3.40, SD=0.84$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า			●			$\bar{X} = 3.42, SD=0.77$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.34, SD=0.78$
	ลดทอนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า			●			$\bar{X} = 3.49, SD=0.81$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ			●			$\bar{X} = 3.40, SD=0.86$

ตาราง 2 แสดงการรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ (Packaging) รวมทั้ง 15 รูปแบบ (ต่อ)

รูปภาพ	ประเด็น	ระดับความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมาย					หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	
 รูปแบบที่ 13	สีที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.77, SD=0.79$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.69, SD=0.81$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า						$\bar{X} = 3.74, SD=0.85$
	ประเภทผ้าทอ						$\bar{X} = 3.67, SD=0.86$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า						$\bar{X} = 3.67, SD=0.89$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.67, SD=0.89$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.75, SD=0.88$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ						$\bar{X} = 3.60, SD=0.80$
 รูปแบบที่ 14	สีที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.62, SD=0.87$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.62, SD=0.84$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า						$\bar{X} = 3.62, SD=0.92$
	ประเภทผ้าทอ						$\bar{X} = 3.60, SD=0.85$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า						$\bar{X} = 3.68, SD=0.90$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.51, SD=0.90$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.21, SD=0.84$
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ						$\bar{X} = 3.28, SD=0.80$
 รูปแบบที่ 15	สีที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.27, SD=0.88$
	ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม						$\bar{X} = 3.29, SD=0.37$
	บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้า						$\bar{X} = 3.30, SD=0.84$
	ประเภทผ้าทอ						$\bar{X} = 3.32, SD=0.83$
	บรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มทอผ้า						$\bar{X} = 3.32, SD=0.83$
	รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						$\bar{X} = 3.28, SD=0.79$
	ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้า						
	บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ						

จากตารางที่ 2 พบว่าการรับรู้ด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ในทุกๆ ประเด็นคุณสมบัติได้รับความชื่นชอบคือบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 13 เป็นอันดับ 1 ค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.71$ และเมื่อพิจารณารายละเอียดประเด็นนี้ สีที่ใช้มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.77$ บรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.75$ บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอมีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.74$ ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม $\bar{X} = 3.69$ รูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้า ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้า $\bar{X} = 3.67$ ตามลำดับ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในระดับ 2 คือรูปแบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.61$ และลำดับที่ 3 คือ บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 3.49$

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลที่ปรากฏระดับความชื่นชอบตราสินค้ารูปแบบที่ 1 สูงที่สุดสามารถอธิบายรายละเอียดประเด็นต่างๆ ตามลำดับดังนี้ ชื่นชอบประเด็นตัวอักษรเป็นอันดับ 1 เนื่องจากประวัติกลุ่มผ้าบ้านหนองแคนมีแหล่งทำเลที่ตั้งเป็นต้นแคนใหญ่อยู่กลางแม่น้ำ เพราะฉะนั้นความพึงพอใจเรื่องตัวอักษรกับตราสินค้าจึงเป็นตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผ้าที่มีสัญลักษณ์เป็นต้นแคนที่โดดเด่น และตัวอักษรต้องง่ายต่อการจดจำได้ของกลุ่มเป้าหมาย ชื่นชอบประเด็นสีที่ใช้เป็นอันดับที่ 2 เนื่องจากกลุ่มผ้าที่ใช้เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ เพราะฉะนั้นความพึงพอใจเรื่องสีกับบรรจุภัณฑ์จึงเป็นโทนสีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมชาติเช่นสีเขียวที่ได้จากสีของใบไม้ สีน้ำตาลที่ได้จากลำต้นและสีของดิน ชื่นชอบประเด็นตราสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชนเป็นอันดับที่ 3 ชื่นชอบประเด็นตราสินค้ามีความน่าสนใจเป็นอันดับที่ 4 และชื่นชอบประเด็นตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้าเป็นอันดับที่ 5 เนื่องจากเป็นรูปแบบตราสินค้าที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผ้าที่มีสัญลักษณ์เป็นต้นแคนที่โดดเด่น อยู่กลางแม่น้ำ รวมทั้งมีตัวอักษรที่บอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าบ้านหนองแคนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้ง่าย และเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มผ้าแล้ว ตราสินค้ายังมีบทบาทเป็นอย่างมากในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และผลที่ปรากฏระดับความชื่นชอบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 13 สูงที่สุดสามารถอธิบายรายละเอียดประเด็นต่างๆ ตามลำดับดังนี้ ชื่นชอบประเด็นสีที่ใช้มีความเหมาะสมเป็นอันดับ 1 เนื่องจากประวัติกลุ่มผ้าบ้านหนองแคนเป็นกลุ่มผ้าที่ใช้เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ เพราะฉะนั้นความพึงพอใจเรื่องสีกับบรรจุภัณฑ์จึงเป็นโทนสีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมชาติเช่นสีเขียวที่ได้จากสีของใบไม้ และสีพื้นใช้สีน้ำตาลที่ได้จากลำต้นและสีของดิน ชื่นชอบประเด็นบรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจเป็นอันดับ 2 ชื่นชอบประเด็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับสินค้าประเภทผ้าทอเป็นอันดับ 3 ชื่นชอบประเด็นตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสมเป็นอันดับ 4 เนื่องจากเป็นตัวอักษรที่มีหัว อ่านง่ายและแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ชื่นชอบประเด็นรูปทรงมีความเหมาะสมกับตัวสินค้าและชื่นชอบประเด็นลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าเป็นลำดับที่ 5 เนื่องจากมีลักษณะรูปทรงที่เหลี่ยมเหมาะแก่การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าทอและการขนส่ง และใช้ลวดลายเอกลักษณ์ผ้าทอเพื่อสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ ชื่นชอบประเด็นบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้าเป็นลำดับที่ 6 เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์กลุ่มผ้าใช้เป็นโทนสีธรรมชาติ และสามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาผ้าทอของกลุ่มผ้าบ้านหนองแคน

ข้อเสนอแนะ

ผลของงานวิจัยยังเป็นตัวช่วยในการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ทางกลุ่มผ้าบ้านหนองแคนเลือกรูปแบบตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตรงตามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งส่งผลไปถึงกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด (Marketing) หรือเรียกได้ว่าสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มผ้าบ้านหนองแคน หมู่ 4 ตำบลเหล่า อำเภอกงสุมพิษัย จังหวัดมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

- ชัยรัตน์ อัสวาทกูร.(2548). **ออกแบบให้โดนใจ**. ปีที่พิมพ์ 2/2548 กรุงเทพมหานคร: วิทอินดีไซน์.
- ประชิด ทิณบุตร.(2531). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนตติ้งเฮ้าส์.
- ปริญญ์ ลักขิตานนท์. (2544).**จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร.
- ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ.(2541). **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ:หยีเองจำกัด.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540).**วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- วิรุณ ตั้งเจริญ.(2531). **ออกแบบกราฟิก**.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิมวอลอาร์ต.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์.(2555). **Packaging Design ออกแบบบรรจุภัณฑ์**. วาดศิลป์. กรุงเทพฯ.
- Bloom, B., Englehart, M. Furst, E., Hill, W., & Krathwohl, D. (1956).Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. Handbook I: Cognitive domain. New York, Toronto: Longmans, Green.