

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

Logo and Packaging Design for Indigo Tie Dye Products, Pathum Thani Province.

Received
Revised
Accepted

August 16, 2023
October 30, 2023
December 6, 2023

จุฑามาศ เกียรติเวช¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจขนาดย่อมจะอยู่รอด หรือล้มเหลว ก็ขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการที่เรียกว่า “ผู้ประกอบการ” ที่จะต้องสะท้อนถึงความเป็นนักธุรกิจที่มองเห็นโอกาส โดยมุ่งหวังที่จะให้ธุรกิจรอด และเจริญเติบโต ดังนั้น แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างจากคู่แข่งทางการตลาด ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1) ออกแบบตราสินค้า จำนวน 3 รูปแบบ และนำมาคัดเลือก จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ พบว่า ตราสินค้า รูปแบบที่ 1 ได้คะแนนสูงสุด มีผลคะแนนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (มีค่าอยู่ที่ ค่าเฉลี่ย Mean = 4.33, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.80) 2) ออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างโดยเลือกใช้ กล่องลูกฟูกสีขาว ขนาด 27.5X5X20.5 เซนติเมตร โดยกล่องลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง และ ราคาไม่แพงมาก วัสดุทำจากธรรมชาติซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) ออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ฉลากสินค้า) ขนาด 15X17 เซนติเมตร โดยลดลายกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบนั้น เกิดจากการนำเอา ต้นคราม ประกอบไปด้วยใบของต้นครามและช่อดอกคราม มาตัดทอนและวาดให้เป็นภาพประกอบ ที่มีเอกลักษณ์และนำมาจัดองค์ประกอบศิลป์ และผลิตเป็นสติ๊กเกอร์ (PVC) ที่สีขาว 4) นำบรรจุภัณฑ์ ต้นแบบไปประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า มีผลคะแนนอยู่ในระดับ เหมาะสมมาก มีค่าอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย Mean = 4.40, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.61)

คำสำคัญ : ตราสินค้า, บรรจุภัณฑ์, ฉลากสินค้า ,ผ้ามัดย้อมคราม

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สาขาออกแบบอุตสาหกรรม



Abstract

This research aimed to 1) study the data of Indigo Tie Dye Products, Pathum Thani Province; 2) design logos and packaging for Indigo Tie Dye Products, Pathum Thani Province; and 3) assess satisfaction toward packaging design toward Indigo Tie Dye Products, Pathum Thani Province.

The results revealed that survival or failure of SMEs depended on business owners called “entrepreneurs” who must reflect being businesspersons with their vision toward opportunities and determination to make their businesses survive and grow further. Thus, the brand FINE HEART By Thanyanan had an idea to develop a logo and packaging with its own identity different from competitors. For this reason, the researcher intended to develop logos and packaging, of which results were concluded into each particular step as follows. 1) 3 logos were designed, and then selected by design experts. It was found that Logo 1 had the highest score, at the level of “very suitable” (Mean = 4.33, SD = 0.80). 2) The structural packaging was designed, using a corrugated white box size 27.5X5X20.5 cm. Basically, corrugated boxes are strong and not much expensive; and made of natural eco-friendly materials. 3) Packaging graphic (label) was design, size 15X17 cm. The graphic used relied on indigo plant, of which leaves and inflorescences were cut and drawn into a picture with identity, followed by composition arrangement. Next, the picture was brought to produce a PVC translucent white sticker. 4) The prototype was brought to assess satisfaction toward packaging design. The results revealed the score at the level of “very suitable” suitable (Mean = 4.40, SD = 0.61).

Keyword : Logo, Packaging, Label, Indigo Tie Dye Products

บทนำ

โดยทฤษฎีและรูปแบบทางการจัดการสำหรับธุรกิจขนาดย่อมจะมีความคล้ายคลึงกับการจัดการธุรกิจทั่วไป ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาและปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์เพียงแต่ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมอาจต้องการคุณลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากผู้จัดการในองค์กรธุรกิจทั่วไป ซึ่งผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการเอง เริ่มก่อตั้งธุรกิจจากทักษะและความสามารถของตนเอง จนมีการเจริญเติบโตและพัฒนาขึ้นเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ตามศักยภาพของแต่ละธุรกิจ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2558, 42)

ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมเหล่านี้จะอยู่รอดและเติบโต หรือล้มเหลวจนต้องปิดตัวลงในที่สุด ก็ขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการที่เรียกว่า “ผู้ประกอบการ” ซึ่งจะสะท้อนถึงความเป็นนักธุรกิจที่มองเห็นโอกาส มีวิสัยทัศน์ที่เปี่ยมไปด้วยศรัทธาอย่างแรงกล้า ซึ่งจะเป็นพลังผลักดันกิจการ และยอมรับความเสี่ยงในการที่จะเริ่มต้นเป็นเจ้าของกิจการ โดยมุ่งหวังที่จะให้ธุรกิจรอดและเจริญเติบโต เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้ประกอบการที่ดีจึงต้องควรมีคุณสมบัติที่สำคัญ 9 ประการ 1) มีความคิดสร้างสรรค์ 2) ให้ความสำคัญกับลูกค้า 3) มีความสามารถ 4) มีความมั่นใจ 5) มีความมุ่งมั่น 6) มีความใส่ใจ 7) เงินทุน 8) มีความต่อเนื่อง และ 9) มีเครือข่ายความสัมพันธ์ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2558, 42-44)

แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan ผู้ก่อตั้งได้นำเอาประสบการณ์จากการที่ตนเองได้เคยทำงานในโรงงานผลิตเสื้อผ้าส่งออกต่างประเทศ โดยนำเอาทักษะการตัดเย็บและการออกแบบเสื้อผ้าที่ได้สะสมประสบการณ์มากกว่า 20 ปี สู่อผู้ประกอบการของจังหวัดปทุมธานี ด้วยเป็นคนที่มีความมุ่งมั่นและสนใจในการย้อมสีผ้า จึงได้เริ่มศึกษาการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ได้แก่ สีจากต้นคราม สีจากแก่นฝาง เป็นต้น และนำเอากการย้อมสีธรรมชาติมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าหลากหลายชนิด เช่น เสื้อยืด กางเกง เป็นต้น จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการมีแนวคิดที่จะพัฒนาการตลาด ให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ผ่านการพัฒนาการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภค และต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ที่มีคุณภาพ

ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าการที่จะทำให้สินค้าแตกต่างจากคู่แข่งขั้นได้นั้น ตราสินค้าเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถทำได้ นักการตลาดและนักออกแบบที่มีความสามารถในการสร้างและบริหารตราสินค้าได้นั้น จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้า และระบุถึงลักษณะสินค้า คุณภาพของสินค้า รูปลักษณะของสินค้าในการซื้อแต่ละครั้งได้อย่างแม่นยำ (คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2555, 108)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญว่าควรจะต้องตัดสินใจผลิตภาชนะบรรจุออกมาในลักษณะรูปแบบอย่างไร จะใช้วัสดุอะไร จะสื่อความหมายให้ผู้บริโภครับรู้ได้อย่างไร จึงจะเหมาะสมที่สุด ทั้งด้านการคุ้มครองรักษา การใช้งานของผู้บริโภค การให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ทางการตลาดได้อย่างดีที่สุด ทั้งด้านการดึงดูดความสนใจ ความสวยงามเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย เป็นที่จดจำได้ง่าย (ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, 2555, 1)

การบรรจุภัณฑ์จึงเป็นการส่งเสริมการตลาด โดยบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ที่น่าพึงพอใจขององค์กรและตราสินค้า ทั้งนี้ก่อนการพิจารณาออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า ต้องพิจารณาก่อนว่า สินค้าจะถูกขายโดยตราสินค้าหรือถูกขาย (จงใจผู้ซื้อ) โดยภาพลักษณ์ขององค์กร จำเป็นต้องนำเสนอ สิ่งที่น่าพึงพอใจที่ปรากฏแก่สายตาผู้บริโภค ผ่านการออกแบบรูปร่างลักษณะ พื้นผิวของการออกแบบกราฟิกกลดลาย สีส้น เป็นต้น (ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, 2555, 235)

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม



จังหวัดปทุมธานี โดยการออกแบบมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม สวยงาม สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผ่านการออกแบบลดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์สินค้า และสามารถส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

1. กรอบด้านการออกแบบตราสินค้า คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (2555, 111) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบตราสินค้ามีหลักการที่สำคัญ ดังนี้
 - 1.1 ตราสินค้าควรใช้คำที่ง่ายต่อการออกเสียงสะกด
 - 1.2 ตราสินค้าควรบ่งบอกความสัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์
 - 1.3 ตราสินค้าควรมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวและไม่ควรไปซ้ำหรือใกล้เคียงกับคู่แข่ง
2. กรอบด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชัยรัตน์ อิศวางกูร (2550, 10) และ ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร (2555, 1) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือกลยุทธ์สำคัญในการตอบโจทย์การตลาดและกระแสหลัก ที่เน้นการสร้างประสบการณ์และอารมณ์ร่วมระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค กระตุ้นให้ผู้บริโภคกระหายที่จะได้เป็นเจ้าของ สร้างความผูกพันจนเป็นพันธสัญญา อันจะนำไปสู่การเป็น “แบรนด์” ในดวงใจผู้บริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญว่าควรจะต้องตัดสินใจผลิตภาชนะบรรจุออกมาในลักษณะรูปแบบอย่างไร จะใช้วัสดุอะไร จะสื่อความหมายให้ผู้บริโภครับรู้อย่างไร จึงจะเหมาะสมที่สุด ทั้งด้านการคุ้มครองรักษา การใช้งานของผู้บริโภค การให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ทางการตลาดได้อย่างดีที่สุดในด้านการสะดุดความสนใจ ความสวยงามเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย เป็นที่จดจำได้ง่าย ภายใต้ต้นทุนการบรรจุที่เหมาะสม ทั้งนี้หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์มี 2 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้
 - 2.1 การออกแบบโครงสร้าง ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการบรรจุหีบห่อ โดยเน้นถึงหน้าที่ในการคุ้มครอง รักษาคุณภาพของสินค้า การให้ความสะดวกในการลำเลียงขนส่ง เก็บรักษาโดยการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นั้น ต้องคำนึงถึงการเลือกใช้วัสดุ คุณภาพของวัสดุ ขนาดและรูปแบบของการบรรจุ วิธีการประกอบหรือขึ้นรูป ความแข็งแรงต่าง ๆ เป็นต้น

2.2 การออกแบบกราฟิก เป็นสิ่งช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยเน้นถึงการสื่อความหมาย การตกแต่งให้สวยงาม ดึงดูดผู้พบเห็นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้านั้น เช่น การออกแบบรูปทรงให้มีความสะดวกในการใช้สอย มีรูปภาพ ตัวหนังสือที่สวยงาม ฉลากที่เด่นชัด เป็นต้น (ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ และมนตรี ประจักษ์จิต, 2556, 176)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยสามารถเขียนประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan จำนวน 1 คน

2. เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

3.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ซื้อ

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ซื้อ จำนวน 100 คน

ขอบเขตในการวิจัย

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยสามารถเขียนขอบเขตในการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี มีขอบเขตในการวิจัย และตัวแปรที่ศึกษา คือการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประวัติความเป็นมา และแนวคิดด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม

2. เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม ขอบเขตในการวิจัยและตัวแปรที่ศึกษา คือผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาวិเคราะห์ และหาแนวทางในการออกแบบต่อไป

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี ขอบเขตในการวิจัยและตัวแปรที่ศึกษา คือผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ



ของผู้ซื้อที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ซื้อประเมินด้านการออกแบบต่าง ๆ แล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินมาวิเคราะห์ผลด้านความพึงพอใจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ตราสินค้าที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี
2. ได้แนวทางและขั้นตอนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นต่อไป
3. ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan จำนวน 1 คน
2. แบบประเมินการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน
3. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี จากผู้ซื้อ จำนวน 100 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. จากการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากเครื่องมือ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan จำนวน 1 คน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงพรรณนา เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ข้อมูลผลิตภัณฑ์ แนวทางการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์
2. แบบประเมินการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า ทำการประเมินการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน เลือกตอบตามความคิดเห็น แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามด้อย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี ทำการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากผู้ซื้อ จำนวน 100 คน เลือกตอบตามความคิดเห็น แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนน

มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4.51-5.00	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
3.51-4.50	หมายถึง	เหมาะสมมาก
2.51-3.50	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
1.51-2.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1.00-1.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ลงพื้นที่สัมภาษณ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan จำนวน 1 คน เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประวัติและความเป็นมาของแบรนด์ FINE HEART By Thanyanan
2. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมกับตลาดและกลุ่มเป้าหมาย
3. เก็บรวบรวมข้อมูลด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์
4. วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเรื่องของการออกแบบตราสินค้า เพื่อนำมาออกแบบตราสินค้า จำนวน 3 รูปแบบ
5. นำตราสินค้าที่ออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ ไปประเมินการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้าจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน จาก 3 รูปแบบ ให้เหลือ 1 รูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด
6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม โดยจะออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบรรจุภัณฑ์
7. นำผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบจริง ไปประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี จากผู้ซื้อ จำนวน 100 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
8. สรุปผลการวิจัย เรื่องการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 รายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
วัตถุประสงค์ : 1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี		
1) แบบสัมภาษณ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม	ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan จำนวน 1 คน	สรุปข้อมูลเป็นเชิงพรรณนา เพื่อหาแนวทางในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่อไป
วัตถุประสงค์ : 2. เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี		
1) แบบประเมินการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน	วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
วัตถุประสงค์ : 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี		
1) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี	ผู้ซื้อ จำนวน 100 คน	วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan	
1. ข้อมูลประวัติ	แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan ผู้ก่อตั้งได้นำเอาประสบการณ์จากการที่ตนเองได้เคยทำงานในโรงงานผลิตเสื้อผ้าส่งออกต่างประเทศ โดยนำเอาทักษะการตัดเย็บและการออกแบบเสื้อผ้าที่ได้สะสมประสบการณ์มามากกว่า 20 ปี สู่ผู้ประกอบการของจังหวัดปทุมธานี ด้วยเป็นคนที่มีความมุ่งมั่นและสนใจในการย้อมสีผ้า จึงได้เริ่มศึกษาการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ได้แก่ สีจากต้นคราม สีจากแก่นฝาง เป็นต้น และนำเอากาย้อมสีธรรมชาติมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าหลากหลายชนิด เช่น เสื้อยืด กางเกง เป็นต้น

ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan	
2. ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม	
3. แนวความคิดในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์	แนวความคิดในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จากผู้ประกอบการ แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan - ด้านการออกแบบตราสินค้า ผู้ประกอบการให้แรงบันดาลใจในการออกแบบ คือให้สื่อถึงการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมครามจากหัวใจ ด้วยความรัก โดยสีที่ใช้จะเป็นสีน้ำเงินที่ได้จากต้นคราม และสีชมพูที่ได้จากแก่นฝาง - ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้แรงบันดาลใจในการออกแบบ คืออยากให้ เป็นกล่องกระดาษที่สามารถเปิดปิดได้ง่าย และสามารถเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งไปในตัวด้วย โดยกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ฉลากสินค้า) ให้มีสีสันทันในโทนเดียวกับตราสินค้า เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ตารางที่ 3 ผลการออกแบบตราสินค้า แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan จำนวน 3 รูปแบบ
ตราสินค้า แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan

2.1 ขั้นตอนการออกแบบตราสินค้า แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan

ตราสินค้า แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan	
รูปแบบที่ 1	
รูปแบบที่ 2	

ตราสินค้า แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan	
รูปแบบที่ 3	

2.2 ขั้นตอนการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า โดยผู้วิจัยได้นำตราสินค้าที่ได้ออกแบบ จำนวน 3 รูปแบบ ไปประเมินการคัดเลือกตราสินค้า จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน

ตารางที่ 4 ผลคะแนนการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
1. ตราสินค้ามีสัญลักษณ์ที่จดจำได้ง่าย	4.33	1.15	3.67	0.57	3.33	0.57
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะตน	4.67	0.57	4.00	1.00	4.00	1.00
3. ตราสินค้าสื่อความหมาย และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.00	1.73	3.67	0.57	3.67	0.57
4. การเลือกใช้สีมีความเหมาะสม	4.67	0.57	4.33	0.57	4.00	1.00
5. ตัวอักษรประกอบตราสินค้ามีความเหมาะสม	4.00	0.00	3.33	0.57	3.67	0.57
รวม	4.33	0.80	3.80	0.66	3.73	0.74

จากตารางที่ 4 ผลการสอบถามด้านการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า ตามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน พบว่าตราสินค้า รูปแบบที่ 1 ได้คะแนนสูงที่สุด มีผลคะแนนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย Mean = 4.33, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.80)



ภาพที่ 1 : ตราสินค้า แบรนด์ FINE HEART By Thanyanan รูปแบบจริง
(ที่มา : จุฑามาศ ถัยรเวช, 2566)

2.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้าง เพื่อใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ผ้ามดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 5 บรรจุภัณฑ์โครงสร้าง

บรรจุภัณฑ์โครงสร้าง	
	บรรจุภัณฑ์โครงสร้าง เป็นกล่องกระดาษลูกฟูกสีขาว ขนาด 27.5X5X20.5 เซนติเมตร โดยกล่องลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงสามารถป้องกันสินค้าที่อยู่ภายในไม่ให้เกิดความเสียหาย อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ลูกฟูกยังมีราคาไม่แพงมาก วัสดุทำจากธรรมชาติซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังมีน้ำหนักเบาทำให้ประหยัดค่าขนส่ง (เจนยุทธ ศรีหิรัญ, 2563, 5)

2.4 ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ฉลากสินค้า)



ภาพที่ 2 : ฉลากสินค้า
(ที่มา : จุฑามาศ ถีयरเวช, 2566)

3. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี จากผู้ซื้อ จำนวน 100 คน



ภาพที่ 3 : บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้ามดัย้อมคราม
(ที่มา : จุฑามาศ ถัยรเวช, 2566)

ตารางที่ 6 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามดัย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD	ระดับ
1. รูปแบบและรูปทรง ของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.51	0.52	เหมาะสมมากที่สุด
2. กราฟิกและรูปภาพประกอบ สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ดี	4.18	0.73	เหมาะสมมาก
3. การใช้ตัวอักษร และการจัดวางตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.38	0.58	เหมาะสมมาก
4. บรรจุภัณฑ์ สามารถเปิดและปิดสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน	4.41	0.51	เหมาะสมมาก
5. การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.52	0.70	เหมาะสมมากที่สุด
รวม	4.40	0.61	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 6 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามดัย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี ตามความคิดเห็นจากผู้ซื้อ จำนวน 100 คน พบว่า มีผลคะแนนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย Mean = 4.40, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.61)

อภิปรายและสรุปผล

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามดัย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายและสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ้ามดัย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ แบรินด์ FINE HEART By Thanyanan ผู้ก่อตั้งได้นำเอาประสบการณ์จากการที่ตนเองได้

เคยทำงานในโรงงานผลิตเสื้อผ้าส่งออกต่างประเทศ โดยนำเอาทักษะการตัดเย็บและการออกแบบเสื้อผ้าที่ได้สะสมประสบการณ์มากกว่า 20 ปี ผู้ประกอบการของจังหวัดปทุมธานี ด้วยเป็นคนที่มีความมุ่งมั่นและสนใจในการย้อมสีผ้า จึงได้เริ่มศึกษาการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ได้แก่ สีจากต้นคราม สีจากแก่นฝาง เป็นต้น และนำเอาการย้อมสีธรรมชาติมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าหลากหลายชนิด เช่น เสื้อยืด กางเกง เป็นต้น

โดยผู้ประกอบการได้ให้แนวคิดในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไว้ดังนี้ 1) ด้านการออกแบบตราสินค้า ผู้ประกอบการให้แรงบันดาลใจในการออกแบบ คือให้สื่อถึงการทำผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมครามจากหัวใจ ด้วยความรัก โดยสีที่ใช้จะเป็นสีน้ำเงินที่ได้จากต้นคราม และสีชมพูที่ได้จากแก่นฝาง 2) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้แรงบันดาลใจในการออกแบบ คืออยากให้เป็นกล่องกระดาษที่สามารถเปิดปิดได้ง่าย และสามารถเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งไปในตัวด้วย โดยกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ฉลากสินค้า) ให้มีสีสັນไปในโทนเดียวกับตราสินค้า เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2. ผลการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี สามารถเขียนเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการออกแบบตราสินค้า แบนด์ FINE HEART By Thanyanan ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้า จำนวน 3 รูปแบบ และนำมาสอบถามด้านการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้าจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน เพื่อคัดเลือกให้เหลือ 1 รูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด พบว่าตราสินค้า รูปแบบที่ 1 ได้คะแนนสูงที่สุด มีผลคะแนนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย Mean = 4.33, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.80)

ตารางที่ 7 สรุปผลการออกแบบตราสินค้ารูปแบบที่ 1 (รูปแบบที่ถูกคัดเลือก)

สรุปผลการออกแบบตราสินค้ารูปแบบที่ 1 (รูปแบบที่ถูกคัดเลือก)	
เทคนิคในการออกแบบ	มีการใช้เทคนิคการออกแบบตราสินค้าแบบประเภทภาพร่วมกับตัวอักษร (Combination Marks) คือเป็นการออกแบบภาพสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้า และชื่อเรียกเครื่องหมายการค้าเต็ม การออกแบบลักษณะนี้ตราสินค้าจะง่ายต่อการเรียกและจดจำได้ง่าย (ศิริพรณ์ ปีเตอร์, 2549, 18)
Concept ในการออกแบบ	Concept: ทำจากหัวใจ การออกแบบตราสินค้าในครั้งนี้ ได้แรงบันดาลใจมาจากความทุ่มเทและความรักของผู้ประกอบการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมคราม เป็นการบ่งบอกว่าสินค้าทุกชิ้นทำจากหัวใจ จึงใช้รูปสัญลักษณ์ของหัวใจที่ได้ออกแบบให้เป็นเอกลักษณ์ มาเป็นจุดเด่นของตราสินค้า โดยผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมครามสีที่ได้มาจากธรรมชาติ เพราะทางแบรนด์ให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม



สรุปผลการออกแบบตราสินค้ารูปแบบที่ 1 (รูปแบบที่ถูกคัดเลือก)	
การใช้ภาพสัญลักษณ์	- ภาพสัญลักษณ์รูปหัวใจ สื่อถึงความรัก ความเอาใจใส่ และความจริงใจ - ภาพสัญลักษณ์รูปหยดสี เปรียบเสมือนงานศิลปะ ที่สื่อถึงจินตนาการและความสวยงาม
การใช้ตัวอักษร	การเลือกใช้ตัวอักษร ผู้วิจัยจะเลือกใช้ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (sans-serif typefaces) เป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีส่วนที่เป็นฐาน บางครั้งก็เรียกว่า ตัวไม่มีเชิง โดยมีลักษณะความหนาของเส้นตัวอักษรที่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร (อารยะ ศรีภักทยานบุตร, 2550, 81) ทั้งนี้ ลักษณะของตัวอักษรแบบนี้ จะเรียบง่าย ดูเป็นทางการ นิยมใช้ในงานพิมพ์ทั่วไปและงานประชาสัมพันธ์ เป็นต้น (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2547, 52)
การใช้สีในการออกแบบ	- การใช้สีในการออกแบบตราสินค้า จะใช้ 2 สี ได้แก่ สีน้ำเงินและสีชมพู ซึ่งทั้งสองสีนี้เกิดจากการนำเอาสีของธรรมชาติมาออกแบบ ดังนี้ 1) สีน้ำเงิน ได้มาจากต้นคราม 2) สีชมพู ได้มาจากแก่นฝาง - จิตวิทยาสี 1) สีน้ำเงิน หมายถึง ความห่วงใย และ 2) สีชมพู หมายถึง ความรัก
บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality)	“Caregiver” ผู้ห่วงใย โดยมีบุคลิกที่รักและห่วงใย ดูแลผู้อื่น ด้วยความรัก
ระดับความคิดเห็น (คะแนน)	รูปแบบที่ 1 ได้คะแนนสูงที่สุด มีผลคะแนนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย Mean = 4.33, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.80)

2.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้าง การออกแบบโครงสร้าง คือการกำหนดแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับวัสดุ รูปทรง รูปแบบ ขนาด และวิธีการเปิด-ปิด โดยบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่หลักในการปกป้องและมีต้นทุนที่เหมาะสม (สุภาภรณ์ ธีระจันทร์, 2559, 147) โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้กล่องลูกฟูกสีขาว ขนาด 27.5X5X20.5 เซนติเมตร โดยกล่องลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงทนทานความสะดวกรวดในการเคลื่อนย้ายและยังป้องกันสินค้าที่อยู่ภายในไม่ให้เกิดความเสียหายในกระบวนการขนส่ง อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ลูกฟูกยังมีราคาไม่แพงมาก วัสดุทำจากธรรมชาติซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังมีน้ำหนักเบาทำให้ประหยัดค่าขนส่ง (เจนยุทธ ศรีหิรัญ, 2563, 5) โดยกล่องลูกฟูกนั้น เป็นกล่องชนิดแบบพับได้ (Folding Carton) ซึ่งกล่องพับได้ จะได้รับความนิยมมากและใช้ได้กับผลิตภัณฑ์เกือบทุกชนิด เนื่องจากแบนราบได้เมื่อเป็นกล่องเปล่าทำให้ไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ในการเก็บและมีราคาไม่สูงมากนัก ผู้ประกอบการในปัจจุบันจึงเลือกใช้กันอย่างแพร่หลาย (มยุรี ภาคลำเจียก, 2560, 32)

2.3 ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ฉลากสินค้า) ฉลากสินค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในด้านการตลาด เพื่อการสื่อสารและยกระดับสินค้า อีกทั้งสร้างความสนใจ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า (มยุรี ภาคลำเจียก, 2560, 32) โดยผู้วิจัยได้ออกแบบฉลากสินค้า

ขนาด 15X17 เซนติเมตร โดยลดลายกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบนั้น เกิดจากการนำเอาต้นक्रम ประกอบไปด้วยใบของต้นक्रमและช่อดอกक्रम มาตัดทอนและวาดให้เป็นภาพประกอบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำมาจัดองค์ประกอบศิลป์ โดยภาพรวมของฉลากสินค้านั้น ผู้วิจัยจะออกแบบให้มีลักษณะความกลมกลืน (Harmony) กันทั้งภาพ ซึ่งความกลมกลืน (Harmony) จะต้องมีความสอดคล้องต้องกันทั้งวิธีการนำเสนอ รูปแบบตัวอักษรและภาพประกอบ ตลอดจนสีสันทัน (พงษ์ศักดิ์ไชยทิพย์, 2547, 50) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (ฉลากสินค้า) เสร็จแล้วก็จะเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นสติ๊กเกอร์ เพื่อใช้สำหรับการแปะติดบนโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกปรี้นสติ๊กเกอร์พลาสติก (PVC) ทึบขาว โดยสติ๊กเกอร์พลาสติกมีข้อดี คือทนน้ำและความชื้นได้ดี และไม่หลุดลอกได้ง่าย

3. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าหมัดย้อมคราม จังหวัดปทุมธานี พบว่า มีผลคะแนนอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย Mean = 4.40, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD = 0.61)

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถนำแนวทางในการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้
2. สามารถศึกษาแนวทางการพัฒนาแบรนด์สินค้า และแนวทางการช่วยส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อมในด้าน ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถส่งต่อการรับรู้ และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- คณาจารย์สาขาวิชาการตลาดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2555). หลักการตลาด Principles of Marketing. กรุงเทพฯ : ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- เจนยุทธ ศรีหิรัญ. (2563). รอบรู้เรื่องกล่องกระดาษลูกฟูก เกาะกระแสกล่องสำหรับขนส่งสินค้าออนไลน์. พิษณุโลก : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฉัตยาพร เสมอใจ (2558). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม Small Business Management. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยรัตน์ อัสวางกูร. (2550). ออกแบบให้โดนใจ คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบ. กรุงเทพฯ : หั้วชินการพิมพ์.
- ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร. (2555). การบรรจุภัณฑ์ PACKAGING. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. (2547). เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.



ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ และมนตรี ประจักษ์จิต. (2556). การบรรจุภัณฑ์. นนทบุรี : สำนักพิมพ์
เอ็มพันธ์.

มยุรี ภาคลำเจียก. (2560). คู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน สำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME. กรุงเทพฯ
: จินดาสาส์นการพิมพ์.

มยุรี ภาคลำเจียก. (2560). คู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน สำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอาง SME.
กรุงเทพฯ : จินดาสาส์นการพิมพ์.

ศิริพรณ์ ปิเตอร์. (2549). ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สุภาภรณ์ ธีระจันทร์. (2559). การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สุวัชนิบุ๊ค ฟรินตัง กรุป.

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). การออกแบบสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : วิสคอมเซ็นเตอร์.

