

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกฮาหยัก

The Packaging and Branding Design for Ha yak Souvenir Product

นิรชา ศรีภิลลา

Niracha Sriphila

niracha.sr3@gmail.com

กิตติศักดิ์ ธรรมศักดิ์ชัย

Kittisak Tammasakchai

kittisak54630710@Gmail.com

สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
Program Packaging Design, Rajamangala University of Technology Isan

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายักษ์รวมถึงเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายักษ์ โดยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องและทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้า โครงสร้างและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้แนวคิดการนำสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ วัดที่สำคัญในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ผ่านการเล่าเรื่องจากตัวการ์ตูนหายักษ์ที่มีสีสันแตกต่างกันตามเรื่องราวและสถานที่ 5 สถานที่ ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม, วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร, วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร, วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร และวัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าได้ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ผลการประเมินพบว่า ด้านตราสินค้านำแบบที่ 2 จากแนวคิดการนำรูปทรงของปากตัวการ์ตูนหายักษ์มาออกแบบให้เป็นตัวอักษร มีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ที่ใช้แนวคิดจากกำแพงวัดและใบเสมาของวัด มีความเหมาะสมมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และส่วนของด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ที่ใช้แนวคิดลายไทยจากภาพวาดบนกำแพงวัด ได้แก่ ลายประจายามมาประยุกต์ใช้เป็นลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.42) จากนั้นนำมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบและนำไปประเมินความพึงพอใจโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คน จากบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกหายักษ์ ซึ่งผลจากการประเมินความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ พบว่าการออกแบบตราสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49) การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) และการออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.32)

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์, ตราสินค้า, ของที่ระลึก, หายักษ์

Abstract

This research is the design of packaging and brand mark of Ha yak souvenir product. The aim is study about problem state and demand of Ha yak souvenir product including designing packages and brand mark of the product. The researcher studies about the related data and analysis for designing brand mark, structure and graphic on the packages from Tourist attraction, the Important temple in Rattanakosin island area by storytelling of The Ha yak cartoon characters that different colors for 5 temple tourist attraction Including Temple of the Emerald Buddha, Wat Arun Ratchawararam Ratcha woramahawihan, Temple of the Reclining Buddha, Wat Saket Ratchaworamahawihaan and Wat Suthat Thepwararam Ratchaworamahawihan. The designing packages and brand mark to be assessed by the experts for choose the best designs and production of packaging prototypes. From the assessment found that the brandmark design 2 by the Ha yak cartoon characters mouth shape concept, apply to be alphabet, the average is 4.25 means that optimal. The packages structure design 1 by the boundary marker of a temple concept, the average is 4.20 means that optimal and graphic on package design 3 by the temple wall painting concept, Siamese pattern for apply to graphic on packaging, the average is 4.22 means that optimal. Then development to new prototypes packages and satisfaction assessment by 103 Sample in Ha yak product distribution locations. The evaluation of satisfaction found that the brand mark design was in the highest level of satisfaction, the average is 4.49. the design of packages structure was in highest level of satisfaction, The average is 4.37 and the design of graphic was in the highest level of satisfaction, The average is 4.32.

Keyword: Packaging, Brand mark, Souvenir Product, Ha yak

บทนำ

ยักษ์ มีการกล่าวถึงทั้งในทางศาสนาและวรรณคดีต่างๆ ที่มีประภูททั้งภาพวาดตามจิตรกรรมฝาผนัง กำแพงวัดหรือโบสถ์โดยทั่วไป และในลักษณะของรูปปั้นโดยเฉพาะยักษ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยุ้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้แก่ ยักษ์วัดพระแก้ว ยักษ์วัดโพธิ์ และยักษ์วัดแจ้ง ที่แสดงให้เห็นถึงศิลปะวัฒนธรรม ความเชื่อผสมผสานกับจินตนาการ และงานฝีมือของช่างไทยในอดีต มีความเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงศิลปะประจำชาติไทยในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมักจะให้ความสนใจและถ่ายภาพคู่กับยักษ์ดังกล่าวเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึกอยู่เสมอ

ผลิตภัณฑ์ฮ้ายักษ์เกิดจากผู้ประกอบการมีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทตัวการ์ตูนสำหรับตั้งโชว์ (Mascot) ที่ต้องการสื่อถึงเอกลักษณ์ทางศิลปะวัฒนธรรมของประเทศไทย จึงได้แรงบันดาลใจมาจากรูปภาพยักษ์ในจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ที่มีการเสื่อมและหลุดร่อนออกของสีตามกาลเวลา จึงเกิดภาพของยักษ์ที่มีลักษณะไม่มีลวดลายบนตัว คงเหลือไว้แต่รูปร่างบางส่วน จึงได้นำมาออกแบบและลดทอนรายละเอียดต่างๆ ลง จึงได้ออกมาเป็นลักษณะตัวการ์ตูนฮ้ายักษ์ ที่เป็นยักษ์เด็กตัวอ้วน ไม่มีลวดลาย มีเพียงลักษณะเด่นบริเวณปากและตา และได้มีการต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไปแต่ผลิตภัณฑ์ฮ้ายักษ์ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์และนำเสนอสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้มีความสนใจที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮ้ายักษ์ ให้เกิดเหมาะสมกับตัวสินค้าและราคา สามารถสร้างความดึงดูดและความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการจับจ่ายซื้อสินค้าที่ระลึกกันเป็นจำนวนมากทำให้สินค้าของที่ระลึกกลายเป็นสินค้าที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศ ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้แต่ละ ท้องถิ่นมีรายได้และอาชีพจากการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของสินค้าพื้นเมือง จึงทำให้อธุรกิจ สินค้าที่ระลึกได้รับความนิยม และแพร่หลายมากขึ้น (สุรีย์ เข็มทอง, ม.ป.ป.:2)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮ้ายักษ์ โดยออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและสอดคล้องกับศิลปะวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์และช่วยส่งเสริมทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดที่สำคัญ

ในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ โดยออกแบบให้มีความแตกต่างจากสินค้าของที่ระลึกทั่วไป สามารถยกระดับสินค้าให้มีเป็นที่รู้จักและสร้างความประทับใจกับผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น โดยมีขอบเขตแนวของการออกแบบพัฒนา คือ

- 1) บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์ ด้วยแนวความคิด วัดพระแก้ว จำนวน 1 ชิ้น
- 2) บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์ ด้วยแนวความคิด วัดสระเกศ จำนวน 1 ชิ้น
- 3) บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์ ด้วยแนวความคิด วัดโพธิ์ จำนวน 1 ชิ้น
- 4) บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์ ด้วยแนวความคิด วัดสุทัศน์ จำนวน 1 ชิ้น
- 5) บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์ ด้วยแนวความคิด วัดอรุณ จำนวน 1 ชิ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์
2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินโครงการเป็นการจัดทำวิจัยเชิงประยุกต์ที่ได้นำผลมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อแก้ปัญหาหรือเพื่อการตัดสินใจ ผู้จัดทำโครงการวิจัยได้ทำการค้นคว้า ข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ตลอดจนทำการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ใช้และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การศึกษาเป็นไปอย่างมีขั้นตอน

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎีของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5% ซึ่งเท่ากับ 103 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 138 คน

2. เครื่องมือที่ใช้

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค พร้อมทั้งข้อมูลประกอบการออกแบบ

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ปัญหา ความต้องการของผู้ประกอบการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ นำมาสรุปประเด็นสร้างเป็นคำถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ความคิดเห็นเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและแนวทางแก้ไขและนำไปสร้างเป็นแนวความคิดการออกแบบ

3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายักษ์ โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบ และประเมินความพึงพอใจจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.3 การประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้องที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่ที่เหมาะสม

สรุปผลการออกแบบ

1. วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก

จากการศึกษาและการสังเกตของผู้วิจัยเกี่ยวกับสภาพปัญหาของบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกส่วนใหญ่พบว่า รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีวางจำหน่ายโดยทั่วไปจะมีลักษณะที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์มากกว่าการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์และสถานที่ต่างที่มีความเชื่อมโยงกัน หรือ ข้อมูลที่มีลักษณะเชิญชวน แนะนำ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้นๆ และบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถช่วยในเรื่องของการส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าและราคาเท่าที่ควร อีกทั้งการนำเสนอในรูปแบบของการนำศิลปวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบทั้งรูปร่างและลวดลายต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์และสื่อถึงที่มาของตัวผลิตภัณฑ์ที่ดียิ่งขึ้นได้

ในด้านความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์ เบื้องต้น ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมนั้นสอดคล้องกับปัญหาบรรจุภัณฑ์ของทีระลีกส่วนใหญ่ดังที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยและผู้ประกอบการได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ฮายักษ์ไปในแนวทางเดียวกับคือ บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบของการเล่าเรื่องผ่านตัวละครฮายักษ์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงเรื่องราวและที่มาของตัวผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัดที่สำคัญในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่เหมาะสมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับวัดต่างๆ ในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและนิยมไปเที่ยวชมเป็นจำนวนมาก และเป็นวัดที่มีความสำคัญของประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สวยงาม มีคุณค่าทั้งในด้านศิลปะและด้านจิตใจต่อผู้ที่มาเที่ยวชม ซึ่งได้แก่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม, วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร, วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร, วัดสระเกศราชวรมหาวิหาร และวัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร นำมาใช้กำหนดเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสำหรับแนะนำและเชิญชวนรวมไปถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ ต่อผู้บริโภค

3. วิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์

ผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์ได้แรงบันดาลใจมาจากรูปภาพยักษ์ในจิตรกรรมฝาผนังตามวัดต่างๆ ที่มีการหลุดร่อนออกของสีตามกาลเวลา จึงเกิดภาพของยักษ์ที่มีลักษณะไม่มีลวดลายบนตัว คงเหลือไว้แต่รูปร่างบางส่วน จึงได้นำมาออกแบบและลดทอนรายละเอียดต่างๆ ออกมาเป็นตัวการ์ตูนฮายักษ์ ที่มีลักษณะเป็นยักษ์เด็กตัวอ้วน มีเพียงปากและตา จากนั้นได้มีการต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของทีระลีกขึ้นมา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุเรซิน ซึ่งมีความแข็งแรงแต่สามารถแตกหักได้ง่าย ผลิตภัณฑ์จึงต้องการให้มีการปกป้องเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายในระหว่างการนำพาหรือการขนส่งได้

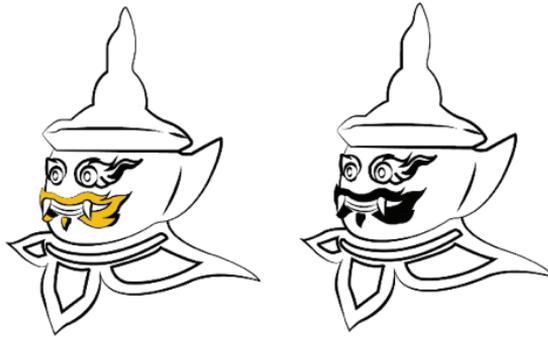


ภาพที่ 1 แสดงลักษณะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮา yak

(นिरชา ศรีภิลลา.2562)

4. วิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินการออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮา yak

ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้าออกเป็น 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ภาพรูปแบบตราสินค้าแนวทางที่ 1

(นिरชา ศรีภิลลา.2562)

แนวความคิดที่ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์แบบที่ 1 ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้า โดยการนำลักษณะใบหน้าของผลิตภัณฑ์ฮา yak มาออกแบบ ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61



ภาพที่ 3 ภาพรูปแบบตราสินค้าแนวทางที่ 2
(นिरชา ศรีภิลลา.2562)

แนวความคิดที่ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์แบบที่ 2 ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้า โดยการนำลักษณะรูปทรงของปากตัวผลิตภัณฑ์ฮายักษ์มาออกแบบให้เป็นลายเส้นและนำตัวอักษรฮายักษ์มาจัดวางให้เป็นลักษณะคล้ายฟันของยักษ์ ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41



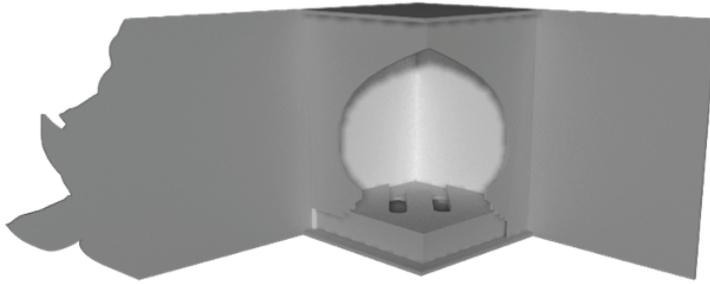
ภาพที่ 4 ภาพรูปแบบตราสินค้าแนวทางที่ 3
(นिरชา ศรีภิลลา.2562)

แนวความคิดที่ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์แบบที่ 3 ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้า โดยการออกแบบลักษณะส่วนหัวของผลิตภัณฑ์ฮายักษ์ให้ออกมาเป็นลายเส้นผสมกับตัวอักษรฮายักษ์โดยจัดวางให้เป็นแนวนอน ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63

สรุปผลจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกี่ยวกับตราสินค้าพบว่าตราสินค้าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมากที่สุดในการนำมาใช้เป็นตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.41

5. วิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินการออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก ฮ้ายักษ์

ผู้วิจัยออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮ้ายักษ์ออกเป็น 3
รูปแบบ ดังนี้



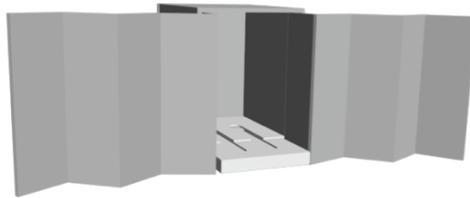
ภาพที่ 5 ภาพรูปแบบโครงสร้างแนวทางที่ 1
(นिरชา ศรีภิลลา.2562)

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 โดยใช้แนวคิดจากใบเสมาที่อยู่
ส่วนบนของกำแพงวัดต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ซึ่งผลการประเมินจากผู้
เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ
0.68



ภาพที่ 6 ภาพรูปแบบโครงสร้างแนวทางที่ 2
(นिरชา ศรีภิลลา.2562)

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 โดยใช้แนวคิดจากรูปทรงของยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ เช่น รถ เรือ รถไฟฟ้า ที่สื่อถึงการขนส่งผู้โดยสารไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86



ภาพที่ 7 ภาพรูปแบบโครงสร้างแนวทางที่ 3
(นिरชา ศรีภักลา.2562)

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 โดยใช้แนวคิดจากลักษณะของบานประตูวัดต่างๆ มาใช้ในการออกแบบ ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55

สรุป ค่าเฉลี่ยจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ดี มีความแปลกใหม่ รูปทรงมีความงาม เหมาะสมกับสินค้า สามารถปกป้องคุ้มครองสินค้าได้เป็นอย่างดี สามารถชักจูงในการซื้อสินค้าได้ เฉลี่ยอยู่ที่ 4.6 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.68 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด

6. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของทีระลึกฮายักษ์



ภาพที่ 8 ภาพรูปแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 1
(นिरชา ศรีภักลา.2562)

การออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ผู้วิจัยได้ออกแบบในลักษณะของการนำภาพจริงของผลิตภัณฑ์มาจัดวางไว้ตรงด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47



ภาพที่ 9 ภาพรูปแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2
(นिरชา ศรีภักลา.2562)

การออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ผู้วิจัยได้ออกแบบในลักษณะของการนำภาพบริเวณและสภาพแวดล้อมของวัดแต่ละสถานที่มาออกแบบให้เป็นเรื่องราวให้มีความน่าสนใจ โดยกำหนดคาแร็คเตอร์ของตัวละครสายักษ์ขึ้นมาเพื่อเป็นไกด์นำเที่ยวของสถานที่นั้น ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69



ภาพที่ 10 ภาพรูปแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 3
(นिरชา ศรีภักลา.2562)

การออกแบบขวดลวดลายบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยการนำ ศิลปะลายไทยบนกำแพงหรือฝาผนังในบริเวณวัดต่างๆ มาออกแบบ โดยใช้ลายประจำยาม มาประยุกต์เป็นลวดลายของบรรจุภัณฑ์และใช้ลักษณะของตัวฮายักษ์แบ่งครึ่งมาจัดวาง ให้มีความโดดเด่น ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63

สรุปผลจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ พบว่ารูปแบบลวดลาย บนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมมากที่สุด โดยได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 และมี ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63

7. วิเคราะห์ข้อมูลวัสดุเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์

การวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องวัสดุผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางกำหนด น้ำหนักคะแนน โดยมีคะแนนรวม เท่ากับ 20 คะแนน และพิจารณาผลรวมของคะแนน มากที่สุดในการตัดสินใจ ซึ่งวัสดุกระดาษ ถือได้ว่าเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้มากที่สุด มีด้วยกันหลายประเภทสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่าย และสวยงาม โดยทั่วไปจะขึ้นอยู่กับ ความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและชนิดของกระดาษที่น่าจะเลือกใช้ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ แสดงความเหมาะสมของวัสดุ

สรุป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ กระดาษที่ได้คะแนนในการวิเคราะห์มากที่สุดคือกระดาษจ้วบึง เพราะกระดาษจ้วบึงเหมาะสำหรับการรองรับน้ำหนักของสินค้าและมีความแข็งแรงเป็นอย่างมาก โดยกระดาษชนิดนี้นั้นก็สามารถที่จะ นำไปประกอบเป็นสินค้ามากมายหลากหลายรูปแบบด้วยกัน

8. สรุปการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์



ภาพที่ 11 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์ ด้านหน้า
ที่มา : นิรชา ศรีภักลา, 2563



ภาพที่ 12 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮา yak ด้านใน

ที่มา : นีรชา ศรีภิลลา, 2563



ภาพที่ 13 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮา yak การวางต่อกันเป็นแผนที่ ด้านหลัง

ที่มา : นีรชา ศรีภิลลา, 2563



ภาพที่ 14 แสดงลักษณะตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮา yak

ที่มา : นีรชา ศรีภิลลา, 2563

9. การวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าที่ออกแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์ของทีระลิกฮายักษ์

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าที่พัฒนาขึ้น

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์	4.36	0.79	พอใจมาก
2. ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.49	0.75	พอใจมาก
3. ตราสินค้าสามารถสื่อสารและสร้างความเข้าใจในตัวสินค้าได้	4.56	0.74	พอใจมากที่สุด
4. สีสันเหมาะสมกับตราสินค้า	4.52	0.78	พอใจมากที่สุด
5. ตราสินค้ามีความแตกต่างจากตราสินค้าคู่แข่ง	4.59	0.71	พอใจมากที่สุด
6. ตราสัญลักษณ์สามารถสื่อความหมายได้ง่ายแม้มีขนาดเล็ก	4.46	0.79	พอใจมาก
7. สามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ภายใต้แบรนด์ฮายักษ์ได้	4.48	0.88	พอใจมาก
8. ความสวยงามของตราสัญลักษณ์โดยรวม	4.46	0.79	พอใจมาก
เฉลี่ย	4.49	0.78	พอใจมาก

สรุป ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคในด้านตราสินค้า อยู่ในระดับที่พอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 โดยผู้บริโภคให้เหตุผลเกี่ยวกับตราสินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่งมากที่สุด รองลงมาคือตราสินค้าสามารถสื่อสารและสร้างความเข้าใจในตัวสินค้าได้ เป็นต้น

ตารางที่ 2 ตารางแสดงความพึงพอใจจากผู้บริโภคด้านโครงสร้างและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1. บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ดี	4.45	0.58	พอใจมาก
2. บรรจุภัณฑ์มีความแปลกใหม่	4.26	0.76	พอใจมาก
3. รูปทรงมีความงาม เหมาะสมกับสินค้า	4.32	0.72	พอใจมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถรองรับน้ำหนักสินค้าได้ดี	4.67	0.59	พอใจมากที่สุด
5. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.58	0.61	พอใจมากที่สุด
6. สามารถมองเห็นสินค้าได้ง่าย ชัดเจน	4.27	0.74	พอใจมาก
7. บรรจุภัณฑ์สามารถโชว์สินค้าได้อย่างเหมาะสม	4.17	0.79	พอใจมาก
8. สามารถชักจูงในการซื้อสินค้าได้	4.26	0.68	พอใจมาก
เฉลี่ย	4.37	0.68	พอใจมาก
ด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์			
1. ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4.26	0.57	พอใจมาก
2. ตัวหนังสือสามารถอ่านได้ง่ายสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.28	0.74	พอใจมาก
3. ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตา	4.32	0.72	พอใจมาก
4. ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน	4.17	0.75	พอใจมาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์แหล่งการท่องเที่ยว	4.29	0.71	พอใจมาก
6. องค์ประกอบของภาพ สี และตัวอักษรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน	4.44	0.63	พอใจมาก
7. ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้	4.52	0.71	พอใจมากที่สุด
เฉลี่ย	4.32	0.69	พอใจมาก

สรุป การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจจากผู้บริโภคในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์พบว่าอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยเท่ากับ 0.68 โดยผู้บริโภคให้เหตุผลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองสินค้าได้เป็นอย่างดี และผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจจากผู้บริโภคที่มีต่อกราฟิกพบว่าอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ยเท่ากับ 0.69 โดยผู้บริโภคให้เหตุผลเกี่ยวกับกราฟิกสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์มากที่สุด

สรุปผลงานวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิจัยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราข้อมูลเพื่อการออกแบบได้จากผู้ประกอบการทางออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลในลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์ โดยนำไปใช้เก็บข้อมูล

1.2 สรุปผลการวิจัยด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

1) สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ก) กรรมวิธีในการผลิตผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์

ข) เลือกใช้วัสดุกระดาษในบรรจุภัณฑ์

ค) จากคะแนนการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2) สรุปผลการออกแบบตราสินค้า

ก) การออกแบบตราสินค้า จะใช้แนวคิดเรื่องการสะท้อนภาพลักษณ์ของตุ๊กตาฮายักษ์ ซึ่งมีความสง่างาม น่าชวนมอง มีความอ่อนช้อย มีเอกลักษณ์มากที่สุด

ข) จากคะแนนการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเกี่ยวกับตราสินค้า ได้เลือกตราสินค้าแบบที่ 2 สำหรับใช้เป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ของทีระลีกฮายักษ์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบตุ๊กตาของฮายักษ์ มีที่มาจากภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง และสิ่งที่ผู้ประกอบการได้ออกแบบตุ๊กตาที่มีจุดเด่นที่ปาก จึงได้นำเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์มาทำการออกแบบให้ดูโดดเด่นและเป็นที่ยึดจำมากขึ้น

ค) สรุปผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นพบว่า ตราสินค้าสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดี มีความสอดคล้องกัน จัดจำ

ได้ง่าย มีความสวยงาม และสามารถจำแนกได้อย่างชัดเจนแม้จะย่อขนาดให้เล็กลงหรือใช้การพิมพ์เพียงสีเดียว โดยมีคะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อ อยู่ที่ 4.49 หมายถึงมีความพึงพอใจมากที่สุด ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สามารถมองเห็นสินค้าได้ชัดเจน บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอสินค้าได้ดี มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยมีคะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อ อยู่ที่ 4.37 หมายถึงมีความพึงพอใจมากที่สุด และส่วนของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถปกป้องสินค้าได้ดี สามารถโชว์สินค้า ณ จุดขายและช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี โดยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 หมายถึงมีความพึงพอใจมากที่สุดเช่นกัน

2. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายากซ์จัดทำขึ้นเพื่อต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์แก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายากซ์ดังนั้น การปกป้องสินค้าให้ปลอดภัยไม่ให้เกิดการแตกหัก เป็นสิ่งจำเป็น จึงได้เลือกวัสดุกระดาษจั่วบังเพราะสามารถรองรับน้ำหนักของสินค้าได้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องเน้นการปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย ซึ่งเป็นเหตุผลหลักในการมีบรรจุภัณฑ์ จากการเลือกใช้วัสดุต่างๆ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดถึง คือกระดาษ

ตราสินค้า ได้ออกแบบให้มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายากซ์ โดยนำเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบตราสินค้า เป็นลักษณะของรูปทรงปากผลิตภัณฑ์หายากซ์ที่โดดเด่นที่สุดในตัวของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำตัวอักษรที่มีอยู่แล้วมาปรับให้มีความเป็นไทย และรู้สึกถึงความแข็งแรงมากขึ้นให้เข้ากับผลิตภัณฑ์มากที่สุด และเรื่องการเลือกใช้สีของตราสินค้าได้วิเคราะห์จากภาพวาดจิตรกรรมฝาผนังที่เป็นต้นกำเนิดของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายากซ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ รัตนพล (2555) การศึกษางานวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย กล่าวว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์มีความหมายชัดเจน สร้างเอกลักษณ์ให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครได้ต้องมีคุณค่าสื่อได้ถึงประวัติความเป็นมา มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหายากซ์มีรูปแบบเป็นกล่องสี่เหลี่ยม เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการผลิตสินค้า และอีกประการหนึ่งการมีบรรจุภัณฑ์ช่วยในการรักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้า ไม่ให้เสียหาย มีความ

แข็งแกร่งต่อการวางทับซ้อนในระหว่างการขนส่งในระดับหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิสาร์รัตน์ คำสุข (2549) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องเน้นการปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายได้ แต่ในลักษณะการแสดงสินค้าที่อยู่ภายใน และยังคงสอดคล้องกับ ชลิตา รัชตะพงศ์ธร (2556) การวิจัยเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ไทย ที่กล่าวว่า สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกหรือชำรุดง่ายหากได้รับแรงกระแทกมายังบรรจุภัณฑ์ก็สามารถส่งแรงนั้นทำให้เครื่องเบญจรงค์แตกได้อย่างง่ายดาย เป็นสิ่งที่นักออกแบบพึงระวังในเรื่องนี้ให้มาก เช่นเดียวกับ สุนิษา มรรคเจริญ (2553) การวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก ที่อธิบายถึงบรรจุภัณฑ์ว่า ต้องมีหน้าที่ปกป้องคุ้มครองให้สินค้าภายในนั้นปลอดภัย สะดวกในการใช้งานสะดวกในการขนส่ง เคลื่อนย้าย และช่วยในการส่งเสริมการขายสินค้าที่อยู่ภายในได้

การออกแบบกราฟิกผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์สามารถเพิ่มเติมคุณค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบตราสินค้าและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยได้ออกแบบฉลากด้านในมีกราฟิกที่สื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้นำเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมาคลี่คลายบรรยากาศมาเป็นส่วนประกอบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกฮายักษ์ ที่แสดงถึงรายละเอียดให้ความรู้แก่ผู้บริโภคได้ทราบถึงลักษณะของสถานที่ ที่ได้นำเสนอไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา รัชตะพงศ์ธร (2556) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ที่มีจัดจำหน่ายมากมายในหลายพื้นที่เพื่อสร้างเอกลักษณ์ประจำพื้นที่ในการออกแบบจึงควรนำเอาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นผู้มีปัญญาชาวบ้าน เอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นส่วนหนึ่งในแนวคิดของการสร้างอัตลักษณ์ให้กับบรรจุภัณฑ์ สำหรับเครื่องเบญจรงค์ถือเป็นการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นความแตกต่างโดดเด่นเป็นคุณค่าที่สามารถนำกลับมาพัฒนาจังหวัดสมุทรสาครให้มีศิลปวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) งานวิจัยในครั้งนี้ มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลเฉพาะด้านศิลปวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นจึงควรมีผู้เชี่ยวชาญ ด้านประเพณีและวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบร่วมด้วย

2) ในขั้นตอนการออกแบบควรให้บรรจุภัณฑ์อยู่ได้นานที่สุดเพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย แม้ผู้บริโภคจะซื้อไปแล้วแต่บรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นส่วนปกป้องและสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ต่อไป

3) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง หากสามารถเก็บข้อมูลจากสถานที่จริงจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลได้

3.2 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการ

1) ในการออกแบบกราฟิก ด้านในบรรจุภัณฑ์ดูเรียบเกินไป อารมณ์สีมีความสงบนิ่ง

2) ในการออกแบบกราฟิก ควรเพิ่มคิวอาร์โค้ดเพื่อแสดงถึงข้อมูลดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

สรุปแผนการปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี. (2562). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย(ททท.). [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2562,

จาก <http://www.oic.go.th>

สุริย์ เข้มทอง. (2562) ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่อ

ประสบการณ์การซื้อของในกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 19 มิถุนายน 2562,

จาก <http://sms-stou.org/pr/index.php/en/?option=com>

ปาริชาติ รัตนพล. (2555) การศึกษางานวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และ

บรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย. ค้นเมื่อ 19 มิถุนายน

2562 จาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/article/view/41690

ภิสาร์ตัน คำสุข. (2549) การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกประเพณี

ผีตาโขนของร้านกวีนิพนธ์หัตถกรรม อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. ค้นเมื่อ 2 มีนาคม

2562 จาก <http://dcms.lib.nu.ac.th/dcms/TDC2551/064/abstract.pdf>

ชลิดา รัชตะพงศ์ธร (2556). การวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ไทย.

ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2562 จาก [http://www.tnrr.in.th/?page=result_](http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record_id=10403690)

[search&record_id=10403690](http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record_id=10403690)