

การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

LOGO DESIGN AND PACKAGING FOR PRODUCTS COMMUNITY

LEARNING CENTER

กษิรา ภิววงศ์กูร^{1*} จักรกริช ฉิมนอก² ธัญลักษณ์ ศุภพลธร³ สุวิภา แยเปียง⁴
 Kasira Phiwongkun^{1*}, Chakkrit Chinok², Tunyaluk Suphaphonthorn³, Suwipha Yaepiang⁴

สังกัด (สาขาวิชากราฟิกดีไซน์ สำนักวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)^{1,2,3,4}

Corresponding author. E-mail : pantonecolor1@gmail.com

บทคัดย่อ

การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน 2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของ ผลิตภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนที่แสดงถึงคุณค่าและอัตลักษณ์ของชุมชนพัฒนาให้ เป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ยั่งยืน สามารถเพิ่มรายได้ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบที่พัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีมูลค่าเพิ่ม มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของ ตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา นักท่องเที่ยวและผู้สนใจจำนวน 100 คน คัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบ เจาะลึก (Depth Interviews) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องและการวิจัย ภาคสนาม (Field Research) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Research) ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษาแบ่งออกเป็นด้าน ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายประเด็นคำถาม คือ ในความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล เช่น ประสบการณ์ รสนิยม และความเชื่ออันมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์ กับความแตกต่างของการหาอัตลักษณ์หรือไม่ด้านความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการการบริโภคสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ไปใช้เป็นตัวแปรในการ ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับรูปแบบ ลวดลาย สีเส้นของบรรจุภัณฑ์ และชนิดของสินค้าในศูนย์การเรียนรู้ ผลการวิจัย พบว่า การออกแบบตราสัญลักษณ์ ด้าน รูปแบบ มีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.94ในระดับมาก ด้านสี มีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.70 ในระดับมาก ด้านดึงดูดความสนใจ ค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.74 ในระดับมาก ด้านบุคลิกภาพของตราสินค้า มีค่า ความพึงพอใจอยู่ที่ 3.74 ในระดับมาก ภาพรวมของการออกแบบตราสัญลักษณ์ มีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.75 ในระดับ มาก ตราสัญลักษณ์มีการสื่อสารรูปแบบที่ทันสมัย เรียบง่าย เข้าถึงได้และยังใช้รูปสัญลักษณ์ที่ได้จากการผสมผสาน รูปแบบสัญลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อันได้แก่ สัญลักษณ์ของความสมบูรณ์ เจริญเติบโต ความสามัคคี และอักษรตัวแทนภาษาอังกฤษ CRRU ผลจากการออกแบบนำมาประเมินร่วมกับบุคลากร ภายใน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริโภค โดยใช้ชื่อแบรนด์ “CRRU Chiang Rai Learning Center” การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อันดับที่ 1 ได้ค่าความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ บรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่าอันดับที่ 2 บรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งโพรงป่า อันดับที่ 3 บรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิก อันดับที่ 4 บรรจุภัณฑ์ปุ๋ยมูลไส้เดือน

คำสำคัญ: การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน



Abstract

Logo and packaging designs for products of a community learning center, Chiang Rai Rajabhat University, aimed to 1) study the identity and develop into a symbol of the community learning center's products; 2) develop packaging prototypes of the community learning center's products that reflected the values and identities of the community to be developed into a community learning center and a sustainable learning resource that could generate income using local wisdom and raw materials that could be developed into products that contained quality, strong points, value-added, and uniqueness that was consistent with the culture in each locality, and that were demanded in markets. The sample group used in the research consisted of 100 people, including students, tourists, and interested people. The 100-person sample was selected using the purposive sampling method. The research instruments consisted of depth interviews, qualitative research, studying relevant documents, and field research. The depth interview was a structured interview that was performed by interviewing key informants (Key Research). The scope of the studied population was divided into the following aspects. The general characteristics of the target group that contained question points were as follows: whether individual differences, such as experiences, tastes, and beliefs, connect to the difference in identity. The demands of the target group were carried out by using the analysis results about the target group's product consumption demands to be variables in order to analyze formats, patterns, colors of packaging, and product types in the learning center. The results showed that logo design in terms of the format's satisfaction level was 3.94 that was a highly satisfying level; color's satisfaction level was 3.70 that was a highly satisfying level; attracting attention's satisfaction level was 3.74 that was a highly satisfying level; personality's satisfaction level was 3.74 that was in a highly satisfying level; the overall of logo design's satisfaction level was 3.75 that was in a highly satisfying level. The logo could convey its modern format, simplicity, and simple accessibility. Moreover, it utilized a pictogram derived from a combination of the symbol of a community learning center of Chiang Rai Rajabhat University, which was a symbol of perfection, growth, unity, and the English representative letters—CRRU. The design results were evaluated together with internal personnel, experts, and consumers using the brand name “CRRU Chiang Rai Learning Center.” According to the packaging design, the 1st place with the highest satisfaction level was packaging from Akha embroidered fabric. The 2nd place was the wild honey packaging. The 3rd place was the organic rice packaging. The 4th place was the earthworm manure fertilizer packaging.

Keywords: Design, Packaging, Logo, Community Learning Center

บทนำ

แผนแม่บท อพ.สธ. ระยะ 5 ปี ที่หก (ตุลาคม พ.ศ. 2559-กันยายน พ.ศ. 2564) เป็นแผนแม่บทที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานตามแนวทางพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โดยมีหน่วยงานที่ร่วมสนองพระราชดำริเข้ามามีส่วน ร่วมวางแผนงาน ทั้งในส่วนกลางและ ส่วนภูมิภาคทั่วประเทศไทย ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้มีแนวทางดำเนินงานต่อเนื่องตามกรอบแผนแม่บทโดยเน้นการทำงานเข้าไปสร้างจิตสำนึกในการ รักษาสุขภาพรณรงค์ตั้งแต่ในสถานศึกษาดำเนินงานในระดับท้องถิ่นในการทำ ฐานข้อมูลทรัพยากรท้องถิ่น ประกอบด้วย 3 ฐานทรัพยากรได้แก่ ทรัพยากรชีวภาพ, ทรัพยากรกายภาพ และทรัพยากร วัฒนธรรมและภูมิปัญญา จากฐานข้อมูลดังกล่าวจะนำไปสู่การอนุรักษ์และใช้ ประโยชน์อย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของ การมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศไทย ต่อไป (แผนแม่บท อพ.สธ., 2559)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเชียงราย ได้ใช้พื้นที่ของชุมชน ตามแนวพระราชดำริโครงการอนุรักษ์ พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ มีวัตถุประสงค์ หลักคือทำให้เข้าใจและเห็นความสำคัญของพันธุกรรมพืชและทรัพยากร ร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ จนเกิดประโยชน์ ถึงมหาชนชาวไทย โดยปรากฏในรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ผลักดันให้ เป็นแหล่งเรียนรู้อันก่อให้เกิด วิชากิจชุมชนเป็น รากฐานสำคัญของความมั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจ เพื่อผลักดันให้วิชากิจชุมชนมีขีดความสามารถในการ แข่งขันที่สูงขึ้นและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก โดยมองภาพของเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมายในการเพิ่มรายได้ของชุมชนอย่างมีคุณภาพเสถียรภาพ สามารถเพิ่มรายได้ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบ ที่พัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีมูลค่าเพิ่ม มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ ต้องการของตลาด

ดังนั้น คณะผู้วิจัยมีภารกิจในการออกแบบและพัฒนายกระดับสินค้าชุมชนให้มีมูลค่าสูงมากขึ้น ผ่านโครงการของ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพผ้าปัก อาชีพ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นงานที่มีความประณีต สะท้อนถึงเอกลักษณ์ความเป็นชนเผ่า การดำเนินกิจกรรมสร้าง อาชีพที่มั่นคงให้แก่ชุมชน คือ กิจกรรมส่งเสริมอาชีพ การเลี้ยงผึ้งโพรงป่า การปลูกข้าวปลอดสารพิษ การผลิตปุ๋ย ชีวภาพ โดยใช้ไส้เดือนดิน ตามแนวพระราชดำริ ผ่านกระบวนการออกแบบอัตลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ในโครงการพัฒนาของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ให้มีอัตลักษณ์ในภาพรวมของการเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

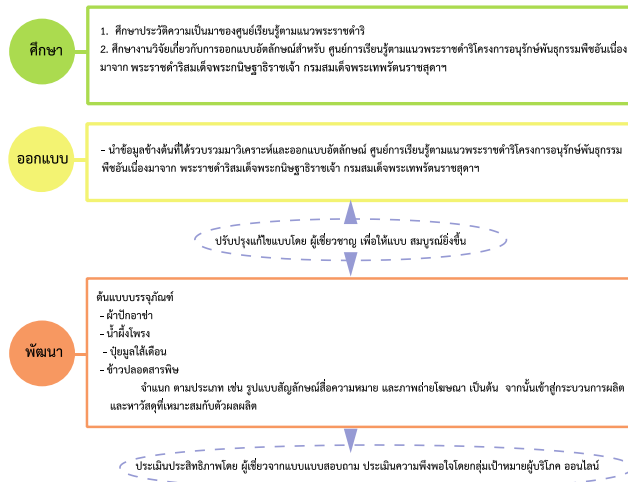
1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อำเภอเชียงแสน
2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของ ผลิตภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ ที่แสดงถึงคุณค่าและอัตลักษณ์ของ ชุมชน

สมมติฐานการวิจัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะช่วยให้กลุ่มอาชีพมีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเอง และกลุ่มในการจัดจำหน่ายสินค้าอันเป็นแนวทางเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มอาชีพในชุมชนได้



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ที่มา : ทีมวิจัย, 2564

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับสินค้า ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ การปักผ้า การเลี้ยงผึ้งโพรงป่า การผลิตปุ๋ยชีวภาพ โดยใช้ไส้เดือนดิน การปลูกข้าวปลอดสารพิษ ตามแนวพระราชดำริ

1.2 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย แบบประเมิน และแบบสอบถาม ดังนี้ แบบประเมินประสิทธิภาพของออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ภายใน ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อำเภอเชียงแสน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ สถาบันความหลากหลายทางชีวภาพและสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและอาเซียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จำนวน ท่าน และ ผู้เชี่ยวชาญ 2 ทางด้านการออกแบบ จำนวน ท่าน 3

ได้แก่

1. นายสุทธิ มลิตทอง รองผู้อำนวยการสถาบันถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย

2. นางเพ็ญศรี มลิตทอง เจ้าหน้าที่ สถาบันความหลากหลายทางชีวภาพและสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและอาเซียน มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย

3. อาจารย์ ดร.กัลยกร จันทรสชา อาจารย์ประจำหลักสูตรการออกแบบอุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

4. อาจารย์ ดร. ดนุ ภูมาลี อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการศึกษาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปะและกาออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต

5. อาจารย์คมกฤช จิระบุตร อาจารย์สาขาวิชากราฟิกดีไซน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย

การประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 22 "ชีวิตวิถีใหม่ของการศึกษาในสังคมดิจิทัล"

1.3 ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ และสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในศูนย์การเรียนรู้ฯ โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบจากการ รวบรวมข้อมูลเอกสาร จากบทความ หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อหาองค์ประกอบด้านโครงการบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและเป็นเอกลักษณ์ และงบประมาณต้องสอดคล้องกับการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1.3.1 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ได้มาจากการทฤษฎีการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ อาจแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอน

(1) การศึกษาหลักการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือวิธีการกำหนดรูปลักษณ์โครงสร้างวัสดุที่จะใช้กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนการขนส่งการเก็บรักษา ตั้งแต่ผลิต บรรจุ การจัดจำหน่าย จนถึงมือผู้บริโภค

(2) การศึกษาเรื่องการออกแบบเลขศิลป์ (หรือกราฟิกหรือบนบรรจุภัณฑ์ หมายถึงการกำหนดลักษณะตลอดจนรายละเอียดของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้บริโภค เช่น การดึงดูดใจ ประโยชน์การบอก รายละเอียดของสินค้า การออกแบบอัตลักษณ์ที่ทำให้ผู้ซื้อจดจำสินค้า ข้อความโฆษณาสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายการค้าสีอื่นต่าง ๆ ที่เป็นข้อกำหนดในการออกแบบ และตลอดจนศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการเป็นไปได้ด้านการผลิตและวางจำหน่ายสินค้าได้อย่างเหมาะสม

1.3.2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ของศูนย์การเรียนรู้ฯ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ได้จากการสำรวจลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้แก่ข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด สถานที่ผลิต ข้อมูลการจัดจำหน่าย และกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงจุดอ่อนจุดแข็งสถานนะการณ์ที่ได้เปรียบเสียเปรียบ และโอกาสทางการตลาด ข้อมูลที่ได้มาจากการอ้างอิงศึกษาและวิเคราะห์หาผลจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้เชียงใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

2.1 สถิติที่ใช้ที่วิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบสอบถามความเห็นของผู้เข้าร่วมจากสื่อออนไลน์ (Google form) โดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ และค่าฐานนิยม

2.1.1.สูตรการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบบสอบถามในแบบมาตราส่วนมีค่า 5 ระดับ กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง มาก
ระดับ 3	หมายถึง ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง น้อย
ระดับ 1	หมายถึง น้อยที่สุด

2.1.2 กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย มีดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00- 1.49	หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50- 2.49	หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.40 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

2.2 วิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยสรุปเนื้อหาจากการตอบแบบสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ นำเสนอโดยการพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

1. การสำรวจลงพื้นที่ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อทำการออกแบบ

จากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในกลุ่มบุคลากรภายในศูนย์เรียนรู้ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย ราคาสินค้า กลุ่มผู้บริโภค รวมถึง จุดอ่อน จุดแข็ง และสถานการณ์ที่ได้เปรียบและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

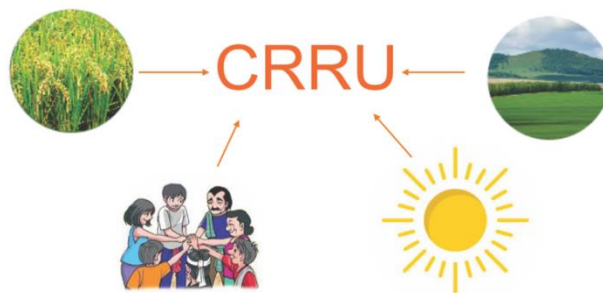


ภาพที่ 2 การสำรวจลงพื้นที่ฐานการเรียนรู้

ที่มา : ทีมวิจัย 2563

2. การกำหนด การค้นหาอัตลักษณ์ของ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อ.เชียงแสน

การนำข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์และสร้างแนวคิดหลัก) Concept Design ในการออกแบบตรา (สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยนึกถึง วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย “เป็นสถาบันแห่งการบูรณาการองค์ความรู้ สร้างนวัตกรรม ถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” โดยอาศัยแนวทางการออกแบบที่สะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์หรือตัวตนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายเพื่อนำไปพัฒนาการทำงานออกแบบในขั้นตอนต่อไป





ภาพที่ 3 แนวคิดหลักในการ ค้นหาอัตลักษณ์ของ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อ.เชียงแสน.

ที่มา : ทีมวิจัย 2563

3. การพัฒนาแนวคิดให้เป็นสัญลักษณ์

นำ Concept Design และข้อกำหนดเบื้องต้นมาพัฒนาเป็นแบบร่างหลายหลายแบบและเลือกแบบร่างที่เหมาะสมที่สุด 4 แบบและคัดเลือกเพื่อไปพัฒนาต่อ

ตารางที่ 1 แบบประเมินความคิดเห็นการออกแบบตราสัญลักษณ์

 	รายการ	\bar{X}	ระดับ เกณฑ์	ผลรวม \bar{X}	ระดับ เกณฑ์
	1. รูปแบบ 2. สี 3. ดึงดูดความสนใจ 4. บุคลิกภาพของตราสินค้า	3.94 3.70 3.74 3.69	มาก มาก มาก มาก	3.75	มาก

ที่มา : ทีมวิจัย 2564

4 การพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์

4.1 บรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่า



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่า

ที่มา : ทีมวิจัย 2564

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่า ของผู้เชี่ยวชาญ

<p>ข้อดี</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความสวยงาม แปลกตา สามารถสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้ดี - เพิ่มมูลค่าให้สินค้ามีความเป็นพื้นถิ่นได้ สีสันทันสวยงามดูมีความทันสมัยด้วยลวดลายที่เป็นภาพประกอบกราฟิก 	<p>ข้อเสีย แนวทางปรับปรุง -</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชั้นโครงสร้างได้ยาก เพราะมีรอยพับมากหากไม่มี - ความชำนาญ กล่องกระดาษจะชำรุด ยับยู่ ทำให้สินค้าดูมีตำหนิ - ราคาค่อนข้างสูงหากเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น - เพิ่มการสร้างมูลค่าทางการตลาดได้ด้วยการเพิ่มภาษาที่เช่น ภาษาอังกฤษ หรือ จีน เป็นการขยาย 2 กลุ่มเป้าหมาย และตลาดให้กว้างขึ้น
---	--

4.2 บรรจุกัญช์ข้าวออร์แกนิก



ภาพที่ 5 บรรจุกัญช์ข้าวออร์แกนิก

ที่มา : ทีมวิจัย 2564

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นต่อบรรจุกัญช์ข้าวออร์แกนิกของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อดี	ข้อเสีย -แนวทางปรับปรุง
<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนของบรรจุกัญช์มีราคาไม่สูงมาก - มองเห็นสินค้าภายในได้ชัดเจนเป็นบรรจุกัญช์ที่เข้าถึง - กลุ่มผู้บริโภค ได้ง่าย เพราะผู้บริโภครู้สึกคุ้นเคยราคาไม่แพง กล้าหยิบออกจากชั้นวางของได้อย่างอบอุ่นใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ฉลาก หลุดง่ายเนื่องจากเป็นถุง มีความลื่นทำให้ - ฉลากลอกออกจากจากตัวบรรจุกัญช์ได้ง่ายกว่าปกติ - ด้วยชนิดของบรรจุกัญช์ จะต้องมีการลงทุนซื้อเครื่องซีลสุญญากาศ ใช้ในการบรรจุด้วย หากซื้อเครื่องที่มีขนาดเล็กราคาไม่แพง เครื่องซีลจะมีคุณภาพต่ำ และชำรุดได้ง่าย - อยากให้สะท้อนความเป็นท้องถิ่นของกลุ่มผู้ผลิตข้าว - รูปแบบทั่วไป เหมือนยี่ห้ออื่นในท้องตลาด

4.3 บรรจุกัญช์น้ำผึ้งโพรงป่า



ภาพที่ 6 บรรจุกัญช์น้ำผึ้งโพรงป่า

ที่มา : ทีมวิจัย 2564

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งโพรงป่าของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อดี	ข้อเสีย แนวทางปรับปรุง –
<ul style="list-style-type: none"> - มีความแข็งแรง สะอาด - เปิดปิดได้ง่าย สะดวกในการใช้งาน - ขนาดพอดีต่อการบริโภคที่ไม่ต้องเก็บไว้นานมากจนเกินไป - นำใช้ น้ำซื้อเพราะดูสะอาด สะดวกต่อการใช้งาน - ราคาไม่สูง ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดนี้ จะต้องมีการใช้ฟิล์มหดในการซีลฝาขวดซึ่งในปัจจุบันมีการณรงค์ไม่ให้ใช้เนื่องจากเป็นมลภาวะแก่โลก - รูปทรงบรรจุภัณฑ์แก้ว อาจจะไม่คุ้มเคยกับผู้บริโภคที่เป็นคนไทย - ควรเพิ่มภาษาอังกฤษเพื่อขยายตลาดให้กับผู้บริโภคต่างชาติ - อาจใช้เลือกกระดาษแผ่นปิดปากกระปุกแทน เพื่อป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ภายใน - การใช้สีอาจจะไม่ดึงดูดถ้าเทียบดับคู่แข่งเดียวกันในท้องตลาด

4.4 บรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ปุ๋ยมูลไส้เดือน



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์ปุ๋ยมูลไส้เดือน

ที่มา : ทีมวิจัย 2564

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งโพรงป่าของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อดี	ข้อเสีย แนวทางปรับปรุง –
<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุมีความยืดหยุ่นสูง นิ่ม เหนียว ยืดหยุ่น ทนต่อแรงต้านทานได้ดี น้ำหนักเบา ทนต่อการแตกหัก หักงอได้ดี - วัสดุสามารถปิดผนึกได้ ด้วยซีลสติก หรือเครื่องซีนร้อน ทำให้สะดวกในการใช้งาน - กราฟิกน่าสนใจ ด้วยลักษณะที่ใช้การ์ตูนเป็นองค์ประกอบ - ฉลาดอาจแพงไปหากเทียบกับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้ามีความเป็นแก๊สสูงอาจจำให้ผลิตภัณฑ์เมื่อบรรจุนานๆ จะมีความชื้น และพองออกมาได้ อาจหาวิธีระบายการอากาศด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีช่องระบาย แต่จะทำให้เห็นราคาต้นทุนสูงขึ้นมาก - ไม่สามารถเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ - อาจจะต้องใช้วิธีการสกรีนสีเดียวบนถุงบรรจุภัณฑ์โดยตรงจะทำให้บอกรายละเอียดได้มากกว่า - การสกรีนสีเดียวจะทำให้ต้นทุนในการผลิตต่อถุงลดลง แต่การลงทุนในครั้งแรกจะใช้ต้นทุนสูง เพราะต้องผลิตเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงต้องคำนวณความคุ้มทุนในการผลิต ให้รอบคอบถึงรายได้ระยะยาวในการทำธุรกิจ



ตารางที่ 6 สรุปผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ

รายการ	ผ้าปักอาข่า	ข้าวออร์แกนิก	น้ำผึ้งโพรงป่า	ปุ๋ยมูลไส้เดือน
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.44	4.49	4.46	4.48
ด้านลวดลายกราฟิก	4.67	4.52	4.52	4.52
ด้านส่งเสริมในด้านการจัดจำหน่าย	4.67	4.49	4.52	4.46
ภาพรวม	4.59	4.49	4.50	4.48

จากตารางที่ 6 พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ต่อการออกแบบในแต่ละด้าน พบว่าด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิก มีความเหมาะสม มากที่สุด เป็นอันดับ 1 ด้านลวดลายกราฟิก บรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่า ความเหมาะสม มากที่สุด เป็นอันดับ 1 ด้านส่งเสริมในด้านการจัดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่ามีความเหมาะสม มากที่สุด เป็นอันดับ 1

อภิปรายผลการวิจัย

การออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถแสดง อัตลักษณ์ของ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อำเภอเชียงแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีการนำเสนอรูปแบบผลงานบรรจุภัณฑ์ผ้าปักอาข่า บรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิก บรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งโพรงป่า บรรจุภัณฑ์ปุ๋ยมูลไส้เดือน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย โดยมีการทำแบบสอบถามเพื่อหาข้อมูลกับประชากร ดังนี้

1. กลุ่มบุคลากรเจ้าหน้าที่ ที่ปฏิบัติงานที่ภายในศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อำเภอเชียงแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. กลุ่มผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว นักเรียน ทั้งสอบถามจากระบบออนไลน์ ออฟไลน์ Online Offline) จำนวน 100 คน

องค์ประกอบด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

การออกแบบตราสัญลักษณ์ ด้าน รูปแบบ มีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.94 ในระดับมาก ด้านสีมีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.70 ในระดับมาก ด้านดึงดูดความสนใจ ค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.74 ในระดับมาก ด้านบุคลิกภาพค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.74 ในระดับมาก ภาพรวมของการออกแบบตราสัญลักษณ์ มีค่าความพึงพอใจอยู่ที่ 3.75 ในระดับมาก

ตราสัญลักษณ์มีการสื่อสารรูปแบบที่ทันสมัย เรียบง่าย เข้าถึงได้ และยังใช้รูปสัญลักษณ์ที่ได้จากการผสมผสานรูปแบบสัญลักษณ์ของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน อำเภอเชียงแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อันได้แก่สัญลักษณ์ของความสมบูรณ์ เจริญเติบโต ความสามัคคี และอักษรตัวแทนภาษาอังกฤษ CRRU ผลจากการออกแบบนำมาประเมินร่วมกับบุคลากรภายใน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริโภค โดยใช้ชื่อแบรนด์ “CRRU Chiang Rai Learning Center”

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

อันดับที่ 1 ได้ค่าความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ บรรจุภัณฑ์ผ้าปกอากา มีความสวยงาม แพลกตา สามารถสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้ดี เพิ่มมูลค่าให้สินค้ามีความเป็นพื้นถิ่นได้ สีสันสวยงาม ดูมีความทันสมัยด้วยลวดลายที่เป็นภาพประกอบกราฟิก

อันดับที่ 2 บรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งโพรงป่า มีความแข็งแรง สะอาด เปิดปิดได้ง่าย สะดวกในการใช้งาน ขนาดพอดีต่อการบริโภคที่ไม่ต้องเก็บไว้นานมากจนเกินไป อาจใช้เลือกกระดาษแผ่นปิดปากกระปุกแทน เพื่อป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ภายใน การใช้สีอาจจะไม่ดึงดูดถ้าเทียบระดับคู่แข่งเดียวกันในท้องตลาด

อันดับที่ 3 บรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิก มีความสวยงาม แพลกตา สามารถสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้ดี เพราะมีวัสดุจากธรรมชาติมาประกอบ เพิ่มมูลค่าให้สินค้ามีความเป็นพื้นถิ่นได้ แต่ชิ้นโครงสร้างได้ยาก เพราะมีรอยพับมากหากไม่มีความชำนาญ กล่องกระดาษจะซ้ำ ยับยู่ยี่ ทำให้สินค้าดูมีตำหนิ ราคาค่อนข้างสูงหากเทียบกับบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น จึงไม่ได้รับความนิยมในการมาใช้บรรจุภัณฑ์มากนัก

อันดับที่ 4 บรรจุภัณฑ์ปุ๋ยมูลไส้เดือน วัสดุมีความยืดหยุ่นสูง นิ่ม เหนียว ยืดหยุ่น ทนต่อแรงต้านทานได้ดี สามารถปิดผนึกได้ ด้วยซิปล็อค หรือเครื่องซีลร้อน น้ำหนักเบา ทนต่อการแตกหัก หักงอได้ดี การสกรีนสีเดียวจะทำให้ต้นทุนในการผลิตต่อถุงลดลง แต่การลงทุนในครั้งแรกจะใช้ต้นทุนสูง เพราะต้องผลิตเป็นจำนวนมากผู้ประกอบการจึงต้องคำนวณความคุ้มค่าในการผลิต ให้ครอบคลุมถึงรายได้ระยะยาวในการทำธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อหาอัตลักษณ์ให้กับศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อำเภอเชียงแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เป็นเรื่องที่สรุปได้ค่อนข้างยาก เพราะมีความคล้ายคลึงกันกับของหลาย ๆ ศูนย์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ดังนั้นควรมีการศึกษาอัตลักษณ์เจาะลงลึกลงไปโดยใช้ทฤษฎีการค้าหา “Brand DNA” บ่งบอกตัวตนของแบรนด์ที่มาจากหลายองค์ประกอบผสมผสานกัน ไม่ว่าจะเป็นเป้าประสงค์ของแบรนด์, บุคลิกของแบรนด์, ภาพลักษณ์, ตำแหน่งของแบรนด์, กลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ และจดจำแบรนด์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนฯ อำเภอเชียงแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในแง่มุมที่น่าประทับใจ

งบประมาณในการผลิตอาจจะต้องใช้งบประมาณในส่วนของการสนับสนุน เพราะกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดทุนทรัพย์ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ อาจทำให้เกิดความขาดทุนได้หากจะผลิตและจัดจำหน่ายเอง เช่นนั้นควรมีการให้ความรู้กลุ่มเกษตรกรใกล้เคียงให้มีความรู้เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการผลิตแบบง่าย ๆ ที่สามารถทำได้ด้วยตัวเอง เพื่อการพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

งามทิพย์ ภู่วโรดม.) 2550(. การบรรจุอาหาร)Food Packaging(. พิมพ์ครั้งที่)1(, กรุงเทพฯ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ
ชนินทร์ ศรีโยยอด.) 2556(. การศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร กรณีศึกษา :
ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่. สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2556
ธีรพงษ์ ไวยวัฒน์.) 2556(. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรร้านคุณตุ๊กขนมหวาน เพื่อประชาสัมพันธ์และ



- ส่งเสริม การขาย. โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย .
ราชภัฏนครราชสีมา. 2556
- บุญส่ง วงษ์ฤทธิ์. (2557). การวิจัยและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาด : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์
ขนมอบประเภทเบเกอรี่กลุ่มสตรีแม่บ้านชุมชนบ้านเข็อก หมู่ที่ 7 ตำบลมหาพราหมณ์ อำเภอบางบาล
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณ
ภูมิปวินท์ รมะมิ่งวงศ์. (2551). การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขาย :
กรณีศึกษาโรงเรียนสอนตีเจ โอเลฟตีเจ. สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ.
พรพิมล ศักดาและวารัตน์ วัฒนชโนบล (2559)การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือโดยใช้วัสดุท้องถิ่น
กรณีศึกษา กลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
มติชนออนไลน์) .31 ธันวาคม 2559). ธุรกิจอี คอมเมิร์ซไทยเฟื่องฟู-สร้างรายได้ทะลุ2.4 แสนล.
สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก https://www.matichon.co.th/economy/news_412798
มาลินี คำเครือ) .2562). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าโอท็อปผ่าน
สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดกาญจนบุรี .วารสารวิจัยราชภัฏ กรุงเทพฯ, 6 (1), 1.
วิโรจน์ เจียรวัชรมงคล และ เอกกฤษ บางท่าไม้) .2558). การจัดองค์ประกอบสำหรับการถ่ายภาพ .
นนทบุรี .ไอทีซีฯ :
- วัลลภา พัฒนา (2564)การศึกษาระดับความตั้งใจซื้อผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดสงขลาของผู้บริโภค ของคณะวารสาร
บริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีที่ 1 ฉบับที่ 4
ศิริพรรณ หอมไกล)2555) กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าบุคคล คริสโตเฟอร์ โรท.วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา หน้า 190-175
สุรางค์รัตน์ พิจิ)2550 : 45) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือโดยใช้วัสดุท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มอาชีพ
เสริมบ้านสุขเกษม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ นครปฐม วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลรัตนโกสินทร์
สิรินทิพย์ สุขกล้า (2558)การสร้างตราสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น ไทยกรณีศึกษา ตราสินค้า: PATINYA. สาขาวิชาการ
สื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยบูรพา