

การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อป “แคฝรั่ง”
สะท้อนอัตลักษณ์โรงเรียนอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว*
DEVELOPMENT OF BRAND IDENTITY AND PACKAGING FOR OTOP “KAE FARANG”
PRODUCTS REFLECTING THE IDENTITY OF ARANYAPRATHET SCHOOL,
SA KAEO PROVINCE

ณัตตยา เอี่ยมคง^{1*}, ปิยงกูร ตันวิเชียร²

Nuttaya Iam-khong^{1*}, Piyangkoon Tanvichan²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ปทุมธานี ประเทศไทย

¹Faculty of Management Sciences, Valaya Alongkorn Rajabhat University, Pathum Thani, Thailand

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ปทุมธานี ประเทศไทย

²Faculty of Humanities and Social Sciences, Valaya Alongkorn Rajabhat University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author E-mail: nuttaya.iam@vru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการและความคาดหวังต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของ โอท็อป แคฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว และ 2) พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อปแคฝรั่งสะท้อนอัตลักษณ์โรงเรียนอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการโอท็อปแคฝรั่ง 7 คน รวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และ 2) กลุ่มผู้ประเมินตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ใช้แบบประเมินและสัมภาษณ์ความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาที่พบเนื่องจากเป็นโอท็อปที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งขึ้นซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายภายในชุมชนระดับจังหวัดหรือระดับประเทศ ขาดความรู้ด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาด และ 2) การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแคฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว งานวิจัยนี้แสดงผลความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ตราสินค้า จากแบบประเมิน ความพึงพอใจในการออกแบบตราสินค้าผู้ทรงคุณวุฒิเลือกภาพที่ 2 โดยร่วมกันแสดงความคิดเห็นแบบกลุ่ม 2) บรรจุภัณฑ์ชาปัสก้าถ้วยผสมซึ่งผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับดีมาก และ 3) บรรจุภัณฑ์คูกี้ตุ๋นเลย์รสซิง ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และช่องทางการติดต่อทาง Facebook ผู้เชี่ยวชาญให้ความสนใจต่อ บรรจุภัณฑ์กระป๋องทรงกลมแบบใส่ที่มีฉนวนป้องกันและรักษาคุณภาพซึ่งตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: การพัฒนาตราสินค้า, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์โอท็อป, โอท็อปแควฝรั่ง, อัญประเทศ

Abstract

This research aimed to 1) Analyze problems, needs, and expectations for brand identity and packaging of OTOP “Kae Farang” products in Aranyaprathet District, Sa Kaeo Province, and 2) Develop brand identity and packaging for OTOP "Kae Farang" products that reflect the identity of Aranyaprathet School, Sa Kaeo Province. This study employed mixed methods research with purposive sampling of two groups: 1) 7 OTOP “Kae Farang” entrepreneurs, from whom data was collected through unstructured interviews, and 2) a brand and packaging evaluation group, using evaluation forms and satisfaction interviews. The findings revealed that: 1) Problems identified included the recently established OTOP not being widely recognized within the community at provincial or national levels, lack of knowledge in brand and packaging design, and challenges creating packaging that enhances marketing; and 2) Satisfaction evaluation of the brand and packaging design for OTOP “Kae Farang” products showed results in three parts: 1) For brand identity, experts selected design #2 through group consensus; 2) For banana flower tea with ginger packaging, experts determined it met the entrepreneurs' requirements with a very high satisfaction level; and 3) For ginger Tuile cookie packaging, which included product information (address, telephone number, and Facebook contact), experts showed particular interest in the transparent round can packaging with protective seals that preserve quality, which aligned with entrepreneurs' requirements.

Keywords: Brand Identity Development, Packaging Development, OTOP Products, OTOP Kae Farang, Aranyaprathet

บทนำ

สินค้าโอท็อปที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ด้วยการถ่ายทอดความรู้จากครูผู้สอนในรายวิชา คหกรรมศาสตร์ ของโรงเรียนอัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ที่มุ่งหวังให้นักเรียนมีผลงานเป็นที่ยอมรับ ด้วยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์งานแกะสลัก ขนมไทยและเบเกอรี่ ผลิตขึ้นจากวัตถุดิบภายในชุมชนของจังหวัดสระแก้ว โดยผลิตภัณฑ์ที่ทำขายเน้นไปที่ชาปลีกกล้วยผสมซิงและตุ๋น ในชื่อตราสินค้า โอท็อปแควฝรั่ง อำเภออัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2566 มีวัตถุประสงค์เพื่อนำรายได้มาใช้เป็นทุนการศึกษาแก่นักเรียน ด้วยการพัฒนาทักษะให้นักเรียนได้ฝึกจัดทำจนชำนาญเพื่อสร้างอาชีพในอนาคต จากการลงพื้นที่สำรวจเก็บข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า โอท็อปแควฝรั่ง มีสมาชิกจำนวน 20 คน เป็นผู้ก่อตั้งในนามของโรงเรียน กระบวนการดำเนินงานของโอท็อป คือ ทำขนมในรายวิชาคหกรรมศาสตร์แล้วนำมาจำหน่ายในพื้นที่ แต่ขาดตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ที่ช่วยสร้างการรับรู้และส่งเสริมการขาย สมาชิกในกลุ่มไม่มีความรู้ในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ที่สามารถช่วยสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ มีความต้องการให้พัฒนาตราสินค้าที่สร้างการจดจำสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ต้องการตราสินค้าที่มีความทันสมัยและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ศศิธรดา พันธุ์วิเศษศักดิ์ และคณะ กล่าวว่า ตราสินค้า มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากสามารถ สื่อความหมายเกี่ยวกับที่มาและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังช่วยสร้างการจดจำและความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค โดยองค์ประกอบทางกายภาพของสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ และ เครื่องหมายทางการค้า ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ ช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างในตลาด การสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านตราสินค้า (Brand) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ส่งเสริมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (ศศิธรดา พันธุ์วิเศษศักดิ์ และคณะ, 2562) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแบรนด์สามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค (Keller, K. L., 2020); (Wang, J. & Yu, X., 2021) โดยเฉพาะในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์อาหารและเบเกอรี่ ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสดใหม่ คุณภาพ และความปลอดภัย ทั้งนี้ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไม่น้อยไปกว่ารสชาติของสินค้า สี สัน การออกแบบ และความดึงดูดของบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้าง ความประทับใจ และกระตุ้นความต้องการซื้อ โดยเฉพาะในโอกาสที่ผู้บริโภคเลือกซื้อเป็นของฝากในเทศกาลต่าง ๆ (รัตนวารี นันท์ชัยพฤกษ์, 2560) นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ ยังมีบทบาทในการปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย และช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าในสายตาของผู้บริโภคโดยการออกแบบที่สวยงาม สะอาด และใช้งานสะดวกสามารถกระตุ้นความสนใจและสร้างความประทับใจแรกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Park, J. & Cho, M., 2019) การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับเรื่องราวของแบรนด์จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้ง่ายขึ้น สร้างความรู้สึกเชิงบวก และเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ (Lemon, K. N. & Verhoef, P. C., 2016) นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับ รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นความสวยงาม ความสะดวกในการใช้งาน หรือความเชื่อมโยงกับคุณค่าของแบรนด์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kotler, P. & Keller, K. L., 2022) จึงสามารถสรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีลักษณะเฉพาะที่สะท้อนอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดคุณค่าและประโยชน์อย่างชัดเจน สร้างการจดจำและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด

จากปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการโอท็อปแคว้นที่ได้อภิปรายข้างต้น ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโอท็อปแคว้นแห่งชุมชนโรงเรียนอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ด้วยเป็นสินค้าโอท็อปอย่างหนึ่งของอำเภออรัญประเทศ โดยงานวิจัยนี้ได้ออกแบบตราสินค้าของโอท็อปแคว้น และบรรจุภัณฑ์ซาปติกกล้วยผสมซิงและทุเลียร์ซิงแก่ผู้ประกอบการ โดยมุ่งหวังให้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้ให้แก่นักเรียนโรงเรียน อรัญประเทศได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการและความคาดหวังต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแคว้น อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อปแคว้นสะท้อนอัตลักษณ์โรงเรียน อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ด้วยการวิจัยและพัฒนา มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลนำมาพัฒนา ปรับปรุงจนได้ เป็นตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแควฝรั่ง

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งขอบเขตการวิจัยออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านเนื้อหา ประกอบด้วยสภาพปัญหา ความต้องการ และความคาดหวังต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแควฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว และอัตลักษณ์ชุมชนของโรงเรียนอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้แก่โอท็อปแควฝรั่ง โดยมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นชาเปลือกกล้วยผสมขิงและทุเล่ย์รสขิง

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเลือกผู้ประกอบการโอท็อปที่มีผลิตภัณฑ์เป็นชาเปลือกกล้วยผสมขิงและทุเล่ย์รสขิง ในอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากร งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้ประกอบการที่ขาดตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าของผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ ผู้ประกอบการต้องมีความประสงค์เข้าร่วมโครงการวิจัยและมีความยินดีให้ความร่วมมือสำหรับการนำมาใช้เผยแพร่ในวารสารวิชาการได้ อันเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านงานวิจัยต่อไปในอนาคต กลุ่มตัวอย่างงานวิจัยนี้เป็นผู้ประกอบการโอท็อปแควฝรั่งโดยมีประธานกลุ่มเป็นคุณครู ดร.ดวงแก้ว เฉยเจริญ ครูชำนาญการด้านคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว มีสมาชิกรวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน โดยงานวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปแควฝรั่ง จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่มโอท็อป 1 คน คณะกรรมการและเลขานุการ จำนวน 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ วิธีการเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการแบ่งตามเครื่องมือที่ใช้งานเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการโอท็อปแควฝรั่ง จำนวน 7 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่มโอท็อป 1 คน คณะกรรมการและเลขานุการ จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงสร้าง เก็บข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา คุณสมบัติ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ ตอนที่ 2 ปัญหาความต้องการความคาดหวังในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ปัญหาด้านการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความต้องการตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความคาดหวังในด้านรูปลักษณะการออกแบบ การสื่อความหมาย การสร้างการจดจำจากตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ วัตถุประสงค์ของการใช้งาน ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จากนั้นทำการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปเป็นข้อมูลเชิงพรรณนา

2. กลุ่มผู้ประเมินตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบประเมินการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และแบบสัมภาษณ์ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์อย่างไม่เป็นทางการ โอท็อปแควฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้ประเมินเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน คือ 1) ดร.ศรินทร์ ไซยรัตน์ อาจารย์สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ 2) อาจารย์จุฑามาศ เกียรติเวช อาจารย์สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ 3) คุณอัศนี กันตศรี นักออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าอิสระ และผู้ประกอบการโอท็อปแฉฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จำนวน 2 ท่าน คือ ประธานกรรมการ และกรรมการเลขานุการ โดยมีเนื้อหาของการประเมิน ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านความเหมาะสมของข้อมูลตราสินค้าที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ 2) ด้านความสวยงามการจัดวางโครงสร้างและองค์ประกอบศิลป์ และ 3) ด้านเนื้อหาความครอบคลุมตามความต้องการในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ เก็บรวบรวมข้อมูลผลใช้ระยะเวลา 1 เดือน ในการประเมินและการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปผล พร้อมปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในที่นี้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการ และความคาดหวังต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแฉฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

“แฉฝรั่ง” อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นชื่อดอกไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของโรงเรียนอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2566 ดำเนินธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน สมาชิกกลุ่ม มีจำนวน 20 คน ประธานกลุ่มเป็น คุณครู ดร.ดวงแก้ว เฉยเจริญ ครูชำนาญการด้านคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ในส่วนสมาชิกท่านอื่นจะเป็นครูในโรงเรียนอรัญประเทศ กลุ่มวิชาคหกรรมศาสตร์ และหัวหน้ากลุ่มวิชาอื่นในโรงเรียน โดยมีคณะผู้บริหารเป็นที่ปรึกษา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นงานแกะสลัก ขนมไทยและเบเกอรี่ผลิตขึ้นจากวัตถุดิบภายในชุมชนของจังหวัดสระแก้ว ประชากรส่วนใหญ่ของอำเภออรัญประเทศ ทำอาชีพเกษตรกรรม พื้นที่การเกษตรส่วนใหญ่ ทำนา และพืชไร่ และสวนผลไม้ เช่น สวนแคนตาลูป ข้าวโพด มะม่วง มะนาว กล้วย ชিং และกระเทียม เกษตรกรรมเลี้ยงสัตว์ เช่น ปลานิล หมู และไก่ไข่ โดยผลิตภัณฑ์ที่ทำขายเน้นไปที่ชาป๊อกล้วนผสมชিংและตุลย์รสชিং

ปัญหาที่พบเนื่องจากเป็นโอท็อปที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งขึ้นซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายภายในชุมชนระดับจังหวัดหรือระดับประเทศ ขาดความรู้ด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วย ในการส่งเสริมการตลาด

ด้วยเหตุนี้จึงมีความต้องการตราสินค้าที่สื่อความหมายจากชื่อโอท็อปแฉฝรั่ง ที่มีดอกไม้ประจำโรงเรียนเป็นดอกแฉฝรั่ง ตราสินค้าสามารถสื่อสารได้ถึงผลิตภัณฑ์ที่มาจากนักเรียนโรงเรียนอรัญประเทศ ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้สนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียน และบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาขึ้นนั้นเป็นบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หลัก คือ ชาป๊อกล้วนผสมชিংและตุลย์รสชিংที่แสดงถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ให้ผู้พบเห็นเข้าใจได้ถึงที่มาของผลิตภัณฑ์และวิธีการรับประทาน และมีต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ที่ราคา ไม่สูงเกินไปสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ความคาดหวังของผู้ประกอบการคาดหวังให้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่จัดทำขึ้นสื่อความหมาย สร้างการจดจำ สร้างการรับรู้แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์และมีข้อมูลการติดต่อปรากฏบนตราสินค้า เมื่อผู้บริโภคพบเห็นสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นสินค้าของโรงเรียนอรัญประเทศ

จังหวัดสระแก้ว ด้วยรูปภาพที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของโรงเรียนผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จากข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมาพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่อไป

2. ผลการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของโอท็อปแควฝรั่ง อำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว การออกแบบตราสินค้า โอท็อปแควฝรั่ง อำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ จากข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างตราสินค้าและได้ปรึกษาผู้ประกอบการจนได้ข้อสรุปของชื่อสินค้าที่เหมาะสม เป็นชื่อ “ARAN หรือ แควฝรั่ง” สื่อความหมายถึงโรงเรียน อำเภอรัฐประเทศ บ่งบอกถึงสถานที่ตั้งของธุรกิจอาหารสุขภาพเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียน และง่ายต่อการจดจำ ในส่วนของการใช้สีในตราสินค้า จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกโทนสีพาสเทลเป็นโทนสีที่น่าสีขาวมาผสมให้ความเข้มของเนื้อสีลดลง ซึ่งสีดังกล่าวมีผลต่อการรับรู้ทางสายตาสู่จิตใจ ใช้หลักจิตวิทยาของสีให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายและสบายตา ซึ่งได้นำเสนอให้ผู้ประกอบการเลือกโทนสี ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก แล้วจึงนำมาพัฒนาเป็นตราสินค้าให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน และผู้ประกอบการโอท็อปแควฝรั่ง จำนวน 2 ท่าน เลือกเพื่อนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ ต้นแบบที่พัฒนาตราสินค้า ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ต้นแบบตราสินค้า

การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแควฝรั่ง อำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว งานวิจัยนี้แสดงผลความพึงพอใจแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ตราสินค้า 2) บรรจุภัณฑ์ ขาป्लीกล้วยผสมขิง และ 3) บรรจุภัณฑ์คุกกี้ทุเลียร์สขิง ผลที่ได้เป็น ดังนี้

1. ตราสินค้า จากแบบประเมินความพึงพอใจในการออกแบบตราสินค้าผู้ทรงคุณวุฒิเลือกภาพที่ 2 โดยร่วมกันแสดงความคิดเห็นแบบกลุ่มเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านความเหมาะสมของข้อมูลตราสินค้าที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบตราสินค้าของผู้วิจัยตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ในตัวเอง สร้างการจดจำแหล่งที่ผลิตสินค้าซึ่งเป็นสินค้าประจำอำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว ด้วยคำว่า “ARAN” และเป็นผลิตภัณฑ์

ของนักเรียนโรงเรียนอรัญประเทศ ด้วยการใช้ “ชื่อโรงเรียนและดอกไม้ประจำโรงเรียน คือ ดอกแควฝรั่งประกอบอยู่ในตราสินค้า” สร้างการจดจำทั้งชื่อและที่มาของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีภาพการ์ตูนเป็นตัวแทนของนักเรียนจำหน่ายขนม นักเรียนผู้ใช้ความรู้ด้านคหกรรมศาสตร์นำมาสร้างงาน สร้างอาชีพให้เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้วยรสชาติที่อร่อยผู้วิจัยจึงสื่อความหมายด้วยการยกนิ้วแสดงความรู้สึกเยี่ยมประกอบภาพการ์ตูน รูปทรงดังกล่าวจัดวางองค์ประกอบบริเวณตรงกลางภาพ ที่ล้อมด้วยรูปร่างของดอกแควฝรั่งสีชมพูขาว ที่ถูกจัดเรียง เป็นช่อเดียวกันอยู่บริเวณพื้นที่ว่างทั้งสองข้าง เพื่อให้เกิดดุลยภาพของตราสัญลักษณ์ ซึ่งดอกไม้ดังกล่าวใช้ เป็นสัญลักษณ์ของโรงเรียนอรัญประเทศ พร้อมข้อมูลที่ผู้สนใจสามารถสั่งซื้อได้ผ่านเบอร์โทรศัพท์ มีความพึงพอใจในระดับดีมากดังภาพที่ 2

ด้านความสวยงามการจัดวางโครงสร้างและองค์ประกอบศิลป์ สีของตราสินค้าสื่อสารได้ถึงสีของ ดอกแควฝรั่งและสีประจำโรงเรียนอรัญประเทศ โครงสร้างสีคู่ตรงข้ามเขียวแดงที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสีตัดกัน สร้างความโดดเด่นและสดใสสะดุดตา มีความพึงพอใจในระดับดีมาก

ด้านเนื้อหาความครอบคลุมตามความต้องการในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ด้านความสวยงาม มีความครบถ้วนเป็นอย่างดีตามความต้องการของผู้ประกอบการ มีความพึงพอใจในระดับดีมาก



ภาพที่ 2 ตราสินค้าของโอท็อปแควฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

2. บรรจุภัณฑ์ชาปติกกล้วยผสมซิง ความพึงพอใจของผู้ประเมินต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้ คือ

ด้านความเหมาะสมของข้อมูลตราสินค้าที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นว่า ผู้วิจัยออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ประกอบด้วยข้อมูล ชื่อผู้ผลิต ชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ชาปติกกล้วยผสมซิงและตุลย์รสซิง วิธีการรับประทาน น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เรื่องเล่าบนบรรจุภัณฑ์ เคล็ดลับของผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับดีมาก ด้านความสวยงาม การจัดวางโครงสร้างและองค์ประกอบศิลป์ ฉลากสินค้าเลือกใช้โทนสีใกล้เคียงกับสีพาสเทลเพื่อให้สอดคล้องกับสีของตราสินค้ามองแล้วรู้สึกสบายตา โดยเครื่องหมายการค้าได้ผลิตเป็นสติ๊กเกอร์ มีความคงทนต่อความชื้นและแสงแดด ต้นทุนการผลิตที่ไม่สูง ง่ายต่อการนำไปใช้ติดบรรจุภัณฑ์ได้หลายรูปแบบมีความพึงพอใจในระดับดีมาก

ด้านเนื้อหาความครอบคลุมตามความต้องการในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ที่อยู่ผู้ผลิต ข้อมูลการติดต่อ และผู้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ชาปติกกล้วยผสมซิงบรรจุอยู่ในซองกระดาษ

กราฟสีน้ำตาลแบบช่องสี่เหลี่ยมสีมีบริเวณให้สามารถมองเห็นช่องภายในถุงได้ มีซิปล็อกและรอยบากที่ปากถุง ให้ความสะดวกในการเก็บรักษาและหยิบรับประทาน พร้อมสติ๊กเกอร์บรรยายข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ฉลากสติ๊กเกอร์ ด้านหลังอธิบายเรื่องเล่าของสถานประกอบการ มีข้อมูลติดต่อ รวมถึงการอธิบายวิธีการชงชาปลีกถ้วยผสมซึ่ง เคล็ดลับการดื่มชา และโอกาสในการดื่ม เป็นภาพกราฟิกให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจได้ง่ายและสวยงาม ดังภาพที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการมีความพึงพอใจ ในระดับดีมาก

3. บรรจุภัณฑ์คูกี้ตุ๋นเค้ก รสชিং ความพึงพอใจของผู้ประเมินต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้ คือ

ด้านความเหมาะสมของข้อมูลตราสินค้าที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์กระป๋องทรงกลมแบบใสที่มีผนึกป้องกันและรักษาคุณภาพ สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้พร้อมหูหิ้วเพื่อความสะดวกต่อการพกพาในโอกาสต่าง ๆ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และ ช่องทางการติดต่อทาง Facebook ผู้เชี่ยวชาญให้ความสนใจต่อบรรจุภัณฑ์กระป๋องทรงกลมแบบใส ที่มีผนึกป้องกันและรักษาคุณภาพซึ่งตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ ดังแสดงในภาพที่ 4 มีความพึงพอใจ ในระดับดีมาก

ด้านความสวยงามการจัดวางโครงสร้างและองค์ประกอบศิลป์ บรรจุภัณฑ์สินค้าเลือกใช้โทนสีใกล้เคียงกับ สีพาสเทลให้มีความคล้ายคลึงกับตราสัญลักษณ์ ต้องการให้ภาพรวมของสินค้าเกิดความรู้สึกสบายตาด้วยการ เลือกใช้สีสันสดใสบนบรรจุภัณฑ์ด้วยสีชมพูโดยเครื่องหมายการค้าได้ผลิตเป็นสติ๊กเกอร์ มีความคงทนต่อความชื้น และแสงแดด ใช้ต้นทุนการผลิตที่ไม่สูง ง่ายต่อการนำไปใช้ติดบรรจุภัณฑ์ได้หลายรูปแบบ ลักษณะสติ๊กเกอร์เป็น การประสานระหว่างรูปร่างเรขาคณิต เช่น วงกลมคล้ายกับขนม และรูปร่างอิสระ ด้วยลายกราฟิกคูกี้และชিং ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ บริเวณด้านหน้าบรรจุภัณฑ์จัดองค์ประกอบของภาพจัดวางคุณภาพ แบบสมมาตรที่ทั้งสองข้างมีปริมาณและขนาดของรูปร่างที่ใกล้เคียงกัน ด้านหลังยังคงใช้สีเดียวกับเครื่องหมาย การค้า มีความพึงพอใจในระดับดีมาก

ด้านเนื้อหาความครอบคลุมตามความต้องการในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ส่วนของรายละเอียดบนฉลากได้แก่ 1) ตราสินค้า ตรามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ ตรา OTOP 2) ชื่อสินค้า “แคฝรั่ง คูกี้ตุ๋นเค้ก รสชিং” 3) คำโปรยให้ข้อมูลของคูกี้ที่บางกรอบ มีกลิ่นหอม ทำจากเนย รูปลักษณ์เดียวกับขนม ฝรั่งเศสแต่แฝงความพิเศษด้วยรสชาติสมุนไพรไทย และ 4) ส่วนประกอบโดยประมาณบอกรายละเอียดสัดส่วน ของส่วนผสมของสินค้า และมีเรื่องเล่าของอาหารสุขภาพเกษตรอินทรีย์โรงเรียนอรัญประเทศจังหวัดสระแก้ว มีความพึงพอใจในระดับดีมาก



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ชาปลีกกล้วยผสมช็อกโกแลตด้านหน้าและด้านหลัง



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์คุกกี้ตุ๋นโฮมเมด ด้านหน้าและด้านหลัง

อภิปรายผล

การอภิปรายผลในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ด้านด้วยกัน คือ

1. การวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการ และความคาดหวังต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อป แคนฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยออกแบบตราสินค้า เพื่อสร้างการจดจำแหล่งที่ผลิตสินค้าซึ่งเป็นสินค้าประจำอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ด้วยคำว่า “ARAN” และเป็นผลิตภัณฑ์ของนักเรียนโรงเรียนอรัญประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อามีนะฮ์ เบ็ญสะอาด และณัฐกาญจน์ ธีรบรรกุล กล่าวว่า การสร้างตราสินค้า ไม่ได้หยุดเพียงแค่การสร้างชื่อยี่ห้อที่ติดอยู่บนผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าที่ปักอยู่บนเสื้อของพนักงาน แต่จะต้องถูกเพิ่มมูลค่าโดยใช้การออกแบบเป็นตัวถ่ายทอดเรื่องราวที่บ่งบอกถึงต้นกำเนิดของตราสินค้านั้น ๆ (อามีนะฮ์ เบ็ญสะอาด และณัฐกาญจน์ ธีรบรรกุล, 2566) งานวิจัยนี้ได้ออกแบบตราสินค้าให้มีความสอดคล้องกับประวัติความเป็นมาของผู้ประกอบการ ด้วยการออกแบบตราสินค้าที่แสดงถึงนักเรียนโรงเรียนอรัญประเทศ คุณสมบัติที่มีเอกลักษณ์ สร้างการจดจำแหล่งที่ผลิตผลิตภัณฑ์ด้วยการแสดงกล่าวถึงแหล่งที่มา คือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ด้วยคำว่า “ARAN” สื่อสารถึงชื่อผู้ประกอบการด้วย ดอกแคนฝรั่ง และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ สื่อสารกับผู้บริโภคผ่านการเล่าเรื่องบนบรรจุภัณฑ์ และโลโก้นักเรียนทำขนมในตราสินค้า บรรจุภัณฑ์สื่อสารส่วนประกอบและรูปร่างของผลิตภัณฑ์ ที่สร้างการจดจำด้วยโทนีสีพาสเทล

2. การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อปแคนฝรั่งสะท้อนอัตลักษณ์โรงเรียน อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์โดยมีการประเมินความพึงพอใจประกอบด้วย 3 ด้านต่อไปี้ ด้านความสวยงาม การจัดวางโครงสร้างและองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ใช้โครงสร้างสี่คู่ตรงข้าม เช่น สีเขียวและสีแดง ซึ่งเป็นสีที่ตรงข้ามกันในวงล้อสี การเลือกใช้สีเหล่านี้ช่วยสร้างความโดดเด่นและความสดใสที่สะดุดตา การออกแบบตราสินค้าของผู้วิจัยควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสอดคล้องกับที่วิภาวดี พรหมพุทธา และขาม จาตุรงค์กุล กล่าวถึงการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า ซึ่งโลโก้สินค้าควรสร้างความสนใจและสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์และวัตถุ รวมถึงการสร้างเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ โดยคำนึงถึงความสอดคล้องและความต่อเนื่องในทุกองค์ประกอบของการออกแบบสำหรับการเลือกใช้โทนีสีพาสเทลที่ให้ความรู้สึกสบายตา ส่งผลให้เกิดความน่ารับประทานและกระตุ้นความอยากอาหารของผู้บริโภค (วิภาวดี พรหมพุทธา และขาม จาตุรงค์กุล, 2565) นอกจากนี้ การเลือกใช้สีสันสดใสบนบรรจุภัณฑ์ยังคำนึงถึงจิตวิทยาของสี เช่น สีชมพู ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนวารีย์ นันทชัยพุกฤษ์ ที่กล่าวถึงผลของสีต่อจิตวิทยาและทัศนคติของผู้บริโภคในการรับรู้สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะสีชมพูที่ให้ความรู้สึกอ่อนหวานและน่าดึงดูด รวมถึงสีเขียวที่ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา สดชื่น และมีพลัง การเลือกสีในบรรจุภัณฑ์ยังสามารถเชื่อมโยงกับการรับรู้ถึงสุขภาพได้ (รัตนวารีย์ นันทชัยพุกฤษ์, 2560) จากการศึกษาของ Plasek, B. et al ซึ่งพบว่า คู่สีเช่น สีขาว - สีเขียว และสีขาว - แดง ช่วยเสริมสร้างความรู้สึที่ดีต่อสุขภาพ (Plasek, B. et al, 2021) ส่วนงานวิจัยของ Van, E. P. et al, Huang, L. & Lu, J. พบว่า สีแดงและสีเขียวในบรรจุภัณฑ์อาหารมีผลต่อความรู้สึกอยากอาหารและการรับรู้ถึงสุขภาพที่ดี การเลือกใช้สีคู่ตรงข้ามในงานออกแบบนี้ รวมถึงสีพาสเทล เช่น สีชมพูอ่อน สีเขียวอ่อน และสีเหลืองอ่อน ช่วยกระตุ้นความรู้สึกอยากอาหารและความหวาน พร้อมกับการส่งเสริมความรู้สึกดีต่อสุขภาพ (Van Esch, P. et al, 2019); (Huang, L. & Lu, J., 2015) ด้านความเหมาะสมของข้อมูลตราสินค้า

ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และข้อมูลที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น วิธีการชงชาปัสติกถ้วยผสมชิ่ง และเคล็ดลับในการดื่มชา ด้วยภาพกราฟิกที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายขึ้นและดูสวยงาม รูปทรงเรขาคณิตในลายกราฟิกก็และชิ่ง ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภินันท์ ปานเพชร ที่กล่าวถึงบทบาทของภาพกราฟิกในการสร้างความเข้าใจและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค (อภินันท์ ปานเพชร, 2567) ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและส่งเสริมการซื้อผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเกี่ยวกับฉลากสินค้าและรายละเอียดบนฉลากยังเป็นส่วนสำคัญที่แสดงถึงจิตสำนึกของผู้ผลิต ในการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ชื่อสินค้า ตรายสินค้า รายละเอียดของสินค้า ข้อมูลการส่งเสริมการขาย ส่วนประกอบ น้ำหนัก และปริมาณสินค้า ตามที่ ปัทมาพร ท่อชู ได้กล่าวถึงความสำคัญของการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลสินค้าและความรู้สึกจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปัทมาพร ท่อชู, 2559)

สรุปและข้อเสนอแนะ

โอท็อปแควฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นกลุ่มที่ผลิตเบเกอรี่มีความต้องการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ชาปัสติกถ้วยผสมชิ่งและตุลเลอร์สชิ่ง แต่สมาชิกในกลุ่มขาดความรู้ในการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ความต้องการตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความคาดหวังในด้านรูปลักษณะการออกแบบ การสื่อความหมาย การสร้างการจดจำจากตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยออกแบบตรายสินค้า “ARAN” เพื่อสร้างการจดจำแหล่งที่ผลิตจากอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยมีการสื่อสารผ่านโลโก้และบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงนักเรียนโรงเรียนอรัญประเทศและคุณค่าของผลิตภัณฑ์การออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ใช้โทนสีพาสเทลเพื่อเสริมสร้างการจดจำและถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าต่อผู้บริโภค ในส่วนของพัฒนาตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อปแควฝรั่งสะท้อนอัตลักษณ์โรงเรียนอรัญประเทศ จังหวัดงานวิจัยพัฒนาตรายสินค้าชาปัสติกถ้วยผสมชิ่งและตุลเลอร์สชิ่ง โดยใช้สีคู่ตรงข้ามเขียว - แดง และคำว่า “ARAN” เพื่อสร้างการจดจำแหล่งที่ผลิต พร้อมสัญลักษณ์ดอกแควฝรั่งที่สื่อถึงโรงเรียนอรัญประเทศ บรรจุภัณฑ์ออกแบบภาพกราฟิกที่เชื่อมโยงกับส่วนประกอบผลิตภัณฑ์และใช้ข้อความที่ชัดเจนง่ายต่อการจดจำ ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของโอท็อปแควฝรั่ง อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว อยู่ในระดับดีมาก ผลความพึงพอใจต่อการออกแบบตรายสินค้าผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อการออกแบบภาพกราฟิกตรายสินค้าบนบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์สื่อสารถึงนักเรียนเป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์และแสดงส่วนประกอบจากชิ่งและปัสติกถ้วยอย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์สื่อสารถึงนักเรียนเป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์และแสดงส่วนประกอบจากชิ่งและปัสติกถ้วยอย่างชัดเจน การออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการจดจำตรายสินค้าและผลิตภัณฑ์ พร้อมการสื่อสารที่มีความคิดสร้างสรรค์บนบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งบรรจุภัณฑ์มีต้นทุนไม่สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์อื่นได้หลากหลาย ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาผลกระทบของการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและยอดขายผลิตภัณฑ์โอท็อปแควฝรั่ง เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาและแนวทางปรับปรุงให้เหมาะสมกับตลาดมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีงบประมาณ 2566 และโรงเรียนอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ร่วมกันทำโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาแผนธุรกิจสตาร์ทอัพแปรรูปเกษตรอินทรีย์เป็นอาหารสุขภาพโรงเรียนอรัญประเทศจังหวัดสระแก้ว

เอกสารอ้างอิง

- ปีทมาพร ท่อชู. (2559). การทำความเข้าใจการออกแบบการบรรจุภัณฑ์. วารสาร Industrial Technology, 22(281), 100-106.
- รัตนวารี นันท์ชัยพฤกษ์. (2560). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ภายใต้ แบรินด์ Amery. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิภาวดี พรหมพุทธา และชาม จาตุรงค์กุล. (2565). โครงการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายโดยได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้เมืองเลย กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายชุมชนบ้าน กกบก อ.วังสะพุง จ.เลย. ใน เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 23. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศศิธรดา พันธุ์วิเศษศักดิ์ และคณะ. (2562). การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์กลุ่มชุมชน โคกสูงตะวันออก ตำบลบัวใหญ่ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. วารสารศิลปกรรมบูรพา, 22(1), 87-107.
- อภิรักษ์ ปานเพชร. (2567). การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ชุมชนราชพฤกษ์ ตำบลไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารดีไซน์แอนด์โค, 5(1), 1-11.
- อามีนะฮ์ เบ็ญสะอาด และณัฐกาญจน์ อธิบรรณกุล. (2566). การออกแบบตราสัญลักษณ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าสานใส่แก้วน้ำของกลุ่มอาชีพจักสานจากเส้นพลาสติกชุมชนวัดบุปผาราม เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 6(2), A62-A76.
- Huang, L. & Lu, J. (2015). Eat with your eyes: Package color influences the expectation of food taste and healthiness moderated by external eating. *Marketing Management*, 25(2), 71-87.
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (5th ed.). London: Pearson.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. (16th ed.). London: Pearson.
- Lemon, K. N. & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- Park, J. & Cho, M. (2019). The Role of Packaging in Consumer Food Choices: A Study on Bakery Products. *International Journal of Hospitality and Food Studies*, 11(2), 233-248.
- Plasek, B. et al. (2021). I Believe It Is Healthy-Impact of Extrinsic Product Attributes in Demonstrating Healthiness of Functional Food Products. *Nutrients*, 13(10), 503-518.

- Van Esch, P. et al. (2019). The effective of inner packaging color on the desirability of food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(1), 94-102.
- Wang, J. & Yu, X. (2021). The Impact of Packaging Design on Consumer Purchase Intent in E-commerce. *Journal of Marketing Research*, 58(4), 515-530.