

การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน จังหวัดปทุมธานี

ธันง ขาญกิจชัยโย^{1*} วิศววรรณ พัทธวิชัย² เสกพร ต้นศรีประภาศิริ³

Received : July 18, 2024

Revised : February 17, 2025

Accepted : March 23, 2025

บทคัดย่อ

การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการที่มีต่อการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคเพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มและได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสรุปได้ดังนี้ตำบลลาดหลุมแก้วมีจำนวนทั้งหมด 7 หมู่ โดยหมู่ที่ 7 บ้านคลองล่าง เป็นหมู่ที่ประกอบอาชีพเสริมโดยการทำเครื่องจักสานจากเส้นพลาสติก เช่น กระเป๋าละและตะกร้าสาน นอกจากนี้ยังพบว่าทางกลุ่มมักจะใช้ลายขัดในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์เนื่องจากมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตขึ้น 2) เพื่อออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์รวมถึงผลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้าดังนี้ 1) แสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน 2) รูปแบบทันสมัย 3) สร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำข้อกำหนดดังกล่าวมาทำแบบร่างตราสินค้า (Sketch Design) จำนวน 5 รูปแบบและนำไปสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดจำนวน 1 คน เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 รูปแบบ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จากกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนและสมาชิกกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน จำนวน 100 คน โดยผลรวมการประเมินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.86) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผลรวมด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.78) ผลรวมด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.78) และผลรวมด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.86)

คำสำคัญ: กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน เครื่องจักสาน ตราสินค้า

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์หลักสูตรอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีเมล: thanang@vru.ac.th

² อาจารย์หลักสูตรอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีเมล: wissawat@vru.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์หลักสูตรอุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ อีเมล: sekporn@vru.ac.th

* ผู้นิพนธ์หลัก อีเมล: thanang@vru.ac.th

BRAND DESIGN FOR COMMUNITY PRODUCTD OF THE KAO CHAKSAN GROUP IN PATHUM THANI PROVINCE

Thanang Chankitchunyo^{1*} Wissawat Patchrawit² Sekporn Tansipraparsiri³

Abstract

Brand design for the community products of Lat Lum Kaeo Woven Products Group in Pathum Thani was aimed to firstly study the factors and needs affecting the brand design of the Lat Lum Kaeo Woven Products Group in Lat Lum Kaeo Subdistrict, Lat Lum Kaeo District Pathum Thani Province. The researcher interviewed group representatives and studied some related documents and research which was concluded that Lat Lum Kaeo Subdistrict has composed of 7 villages. It was also found that people in Village No. 7, namely Ban Khlong Lang have done extra job by weaving crafts from plastic strips, such as bags and baskets. In addition, it was found that the group often used plaid patterns to form products because it was appropriate for the products of the group. The second aim was to design the brand of Lat Lum Kaeo Woven Products Group. The researcher employed the results of the interviews and document studies to formulate guidelines for designing the brand. The guidelines were as follows: 1) reflecting the identity of Lat Lum Kaeo Woven Products Group, 2) presenting a modern style, 3) building a brand recognition to consumers. Those guidelines were used to create 5 Sketch Designs which was commented and selected by 2 experts comprising a product-design expert and a marketing expert. Finally, only an excellent sketch design was chosen. The third aim was to explore satisfaction towards the brand design of Lat Lum Kaeo Woven Product Group in Lat Lum Kaeo, Pathum Thani. The research result was analyzed from 100 participants composing community consumers and woven product group member. It was revealed the overall evaluation was at a high level of 4.38 with a standard deviation of 0.86. To consider questionnaire items individually, it was found that the sum of communication was at a high level of 4.42 with a standard deviation of 0.78, the sum of beauty was at a high level of 4.48 with a standard deviation of 0.78 as well as the sum of promoting image was at a high level of 4.38 with a standard deviation of 0.86.

Keywords: Lat Lum Kaeo Woven Group, Basketry, Brand

¹ Assistant Professor, Program in Industrial Design, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, e-mail: thanang@vru.ac.th

² Lecturer, Program in Industrial Design, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, e-mail: wissawat@vru.ac.th

³ Assistant Professor, Program in Industrial Design, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, e-mail: sekporn@vru.ac.th

* Corresponding author, e-mail: thanang@vru.ac.th

บทนำ

ตราสินค้าเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตทางธุรกิจเนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์อันดีของสินค้ารวมถึงบริการทั้งยังเป็นสิ่งที่สร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559) อัตลักษณ์ที่มองเห็นได้ (Graphical Identity) เป็นอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่สะท้อนผ่านการมองเห็นของผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักอัตลักษณ์ที่มองเห็นได้จากโลโก้ (Logo) เท่านั้นแต่จริงแล้วอัตลักษณ์ที่มองเห็นได้ยังรวมถึงรูปที่ใช้ (Image) แบบอักษรที่ใช้ (Font) สี (Color) ลายเส้น (Texture) และลักษณะงานออกแบบเฉพาะอื่น ๆ รวมทั้งยังช่วยแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ตราสินค้าที่ได้รับการจดทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะได้รับการคุ้มครองทางกฎหมายซึ่งช่วยป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการลอกเลียนแบบสินค้า

งานจักสานเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการนำวัสดุจากธรรมชาติมาสร้างสรรค์เป็นข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันทั้งยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชน กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ได้นำภูมิปัญญาดังกล่าวซึ่งได้รับการยอมรับโดยหน่วยงานของรัฐมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อจัดจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของ ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสานเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นเนื่องจากมีรูปทรงที่แข็งแรงและสีสันที่สวยงามนอกจากนี้งานจักสานดังกล่าวยังได้ถูกนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าของชุมชนตำบลลาดหลุมแก้วแต่อย่างไรก็ตามทางกลุ่มลาดแก้วจักสานยังประสบปัญหาในเรื่องของตราสินค้าเนื่องจากทางกลุ่มไม่มีตราสินค้าเพื่อใช้สำหรับติดบนตัวผลิตภัณฑ์จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่นซึ่งจัดอยู่ในประเภทเดียวกันจึงทำให้มียอดการจำหน่ายที่ลดลง นอกจากนี้ปัญหาดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายภาพลักษณ์กลุ่มลาดแก้วจักสาน

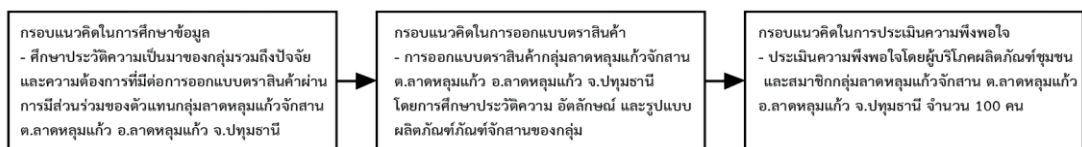
จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของตราสินค้าเนื่องจากตราสินค้าที่ดีจะช่วยสร้างการจดจำภาพลักษณ์อันดีของกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ทั้งยังช่วยจำแนกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ ที่จัดอยู่ในประเภทเดียวกันนี้ตราสินค้ายังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งยังเป็นสิ่งที่ช่วยยกระดับมาตรฐานให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งช่วยให้คนในชุมชนมีรายได้ที่มั่นคงจนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยและความต้องการที่มีต่อการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดในงานวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูล

การวิจัยเรื่องการออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ทั้งยังใช้แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญและแบบประเมินความพึงพอใจ ดังนี้

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มจำนวน 3 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling)

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 1 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purpose Sampling)

2.3 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนและสมาชิกกลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน จำนวน 100 คน เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างใช้สัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้า

3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดที่มีต่อรูปแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยประเมินจากแบบร่างตราสินค้า (Sketch Design) จำนวน 5 รูปแบบ

3.3 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสานถึงความต้องการที่มีต่อตราสินค้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และสรุปผลตามวัตถุประสงค์โดยการบรรยาย

4.2 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดที่มีต่อตราสินค้า ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินด้วยสถิติรวมถึงข้อเสนอแนะมาสรุปผลโดยการบรรยาย

4.3 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน และสมาชิกกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน จำนวน 100 คน ที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ด้วยสถิติและสรุปผลการวิเคราะห์โดยการบรรยาย

5. ขั้นตอนการดำเนินงาน

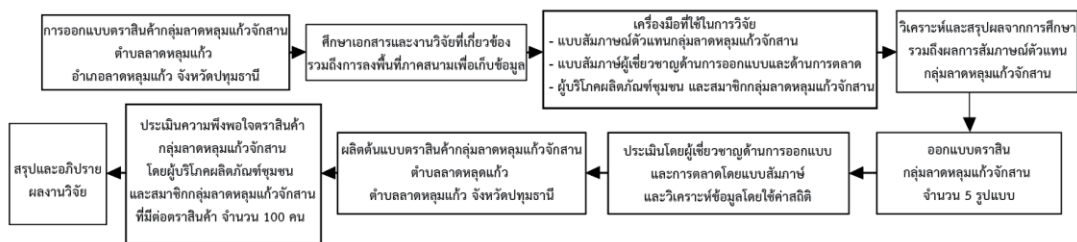
5.1 ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสานเพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ทางกลุ่มผลิตขึ้นรวมถึงอัตลักษณ์ของ ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ทั้งยังได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 2 ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่ม

5.2 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่มีต่อการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจackson ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจackson ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

5.3 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนและสมาชิกกลุ่มลาดหลุมแก้วจackson ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถนำไปปรับใช้ในการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจackson ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ต่อไป



ภาพที่ 3 แผนผังแสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยและความต้องการที่มีต่อการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจackson ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

จากการลงพื้นที่ ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีและจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มลาดหลุมแก้วจackson จำนวน 3 คน รวมถึงการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้ ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนทั้งหมด 7 หมู่ ได้แก่ หมู่ 1 บ้านคลองลาดหลุมแก้ว หมู่ 2 บ้านคลองสะแก หมู่ 3 บ้านคลองสะแก หมู่ 4 บ้านคลองสะแก หมู่ 5 บ้านคลองส่งน้ำสายใหม่ หมู่ 6 บ้านคลองขวางบน และหมู่ 7 บ้านคลองขวางล่าง และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ วัดบัวขวัญซึ่งเป็นสถานที่ตั้งพลับพลาที่ใช้ประกอบในพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญในสมัยราชการที่ 6 ประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ดังกล่าวประกอบอาชีพการเกษตร เช่น ทำสวน เลี้ยงสัตว์ และทำนา แต่เมื่อว่างเว้นจากการทำการเกษตรชาวบ้านก็จะรวมตัวกันประกอบอาชีพเสริมตามความถนัดของแต่ละหมู่ โดยกลุ่มลาดหลุมแก้วจacksonเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านหมู่ที่ 7 ซึ่งมีทักษะทางด้านการทำเครื่องจักสาน

จากเส้นพลาสติก โดยผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้น ได้แก่ กระเป๋าสาน และตะกร้าสาน โดยลายที่ใช้ในการสานส่วนใหญ่จะใช้ลายขัดเนื่องจากเป็นลายที่มีความเหมาะสมกับรูปทรงผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ยังเป็นลายที่ทางกลุ่มมีความถนัดในการขึ้นรูป ปัจจุบันรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของกลุ่มลาดหลุมแก้วได้รับการพัฒนาให้มีรูปแบบและสีสันที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งช่วยสร้างรายได้ให้กับกลุ่มได้เป็นอย่างดีทั้งนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกลุ่มลาดหลุมแก้วยังได้ถูกนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้าของตำบลลาดหลุมแก้ว

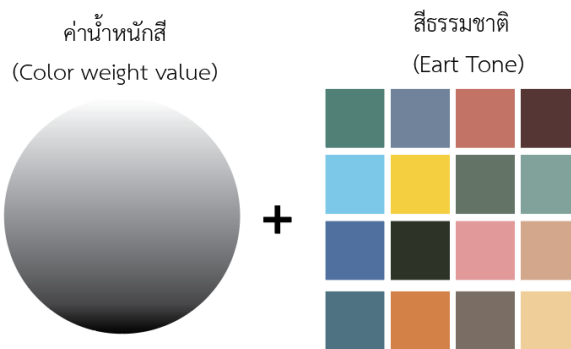


ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน

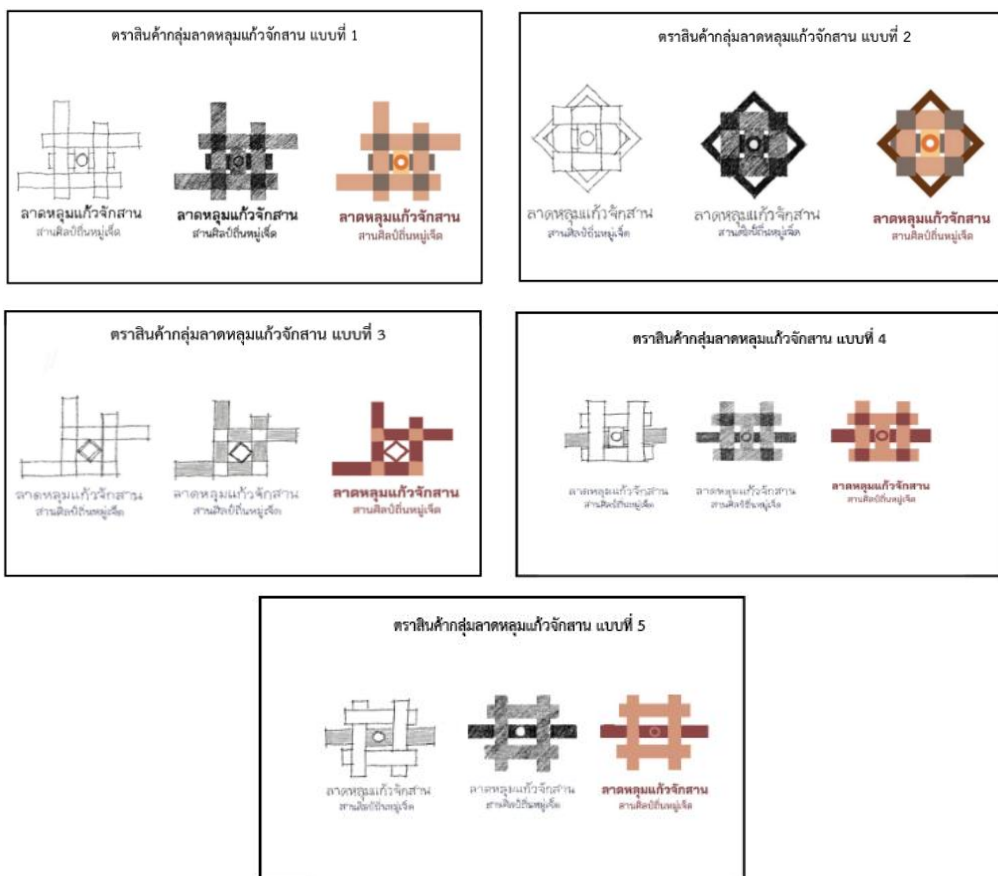
2. ผลการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสานโดยการนำลายขัดซึ่งเป็นลายที่ทางกลุ่มนิยมใช้ในการถักขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ มาใช้เป็นสัญลักษณ์ในตราสินค้าทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พบว่าทางกลุ่มยังไม่มีชื่อตราสินค้าผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มทั้ง 3 คน รวมถึงผลการศึกษาที่ได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และสรุปผลจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการตั้งชื่อตราสินค้านี้ร่วมกับทางกลุ่มซึ่งชื่อที่ได้คือ “กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน” ทางกลุ่มร่วมกันตั้งชื่อตราสินค้านี้เนื่องจากในตำบลลาดหลุมแก้วมีเพียงหมู่ 7 หมู่เดียวที่ทำเครื่องจักสาน นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้คิดคำโปรยเพื่อใช้กับตราสินค้าคือ “สานศิลป์ถิ่นหมู่เจ็ด” เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าสถานที่ของกลุ่มอยู่หมู่ใดในตำบลลาดหลุมแก้วและเพื่อเป็นการบอกถึงประเภทของสินค้าที่ทางกลุ่มผลิตขึ้นว่าอยู่ในหมวดหมู่ใดของผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้สิ่งที่ใช้ในตราสินค้าทางกลุ่มมีความเห็นร่วมกันว่าควรใช้สีที่สื่อถึงธรรมชาติเนื่อง จากวัสดุที่ใช้ในการทำเครื่องจักสานในอดีตเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ (Earth Tone) ซึ่งมีลักษณะทึบแสง (Opaque Object) ที่ไม่สามารถมองผ่านไปยังอีกด้านหนึ่งได้ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนขณะมองตราสินค้าผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสรุปดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้านี้ 1) แสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน 2) รูปแบบทันสมัย 3) สร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ

ร่างตราสินค้า (Sketch Design) จำนวน 5 รูปแบบ และนำไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเพื่อพิจารณาและทำการคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 รูปแบบ เพื่อใช้เป็นตราสินค้าของกลุ่มตลาดหลุมแก้วจิกสาน ตำบลตลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 5 ค่าน้ำหนักสีและสีธรรมชาติ



ภาพที่ 6 ภาพร่างตราสินค้ากลุ่มตลาดหลุมแก้วจิกสาน จำนวน 5 แบบ

ผลจากการคัดเลือกตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดพบว่าตราสินค้ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้เป็นตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้เหตุผลว่าตราสินค้ารูปแบบที่ 1 ได้นำลายซัดซึ่งเป็นลายที่ทางกลุ่มนิยมนำมาใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบตราสินค้าโดยลายสาดดังกล่าวถือเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม นอกจากนี้รูปแบบและสีของตราสินค้ายังดูเรียบง่ายซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่าย ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบยังให้ข้อเสนอแนะในเรื่องขนาดของตัวอักษรว่าควรปรับขนาดของตัวอักษรให้มีขนาดที่แตกต่างกันเพื่อป้องกันความสับสนระหว่างชื่อกลุ่มและคำโปรยทั้งยังให้เพิ่มเติมคำว่า “กลุ่ม” ไว้ด้านหน้าของชื่อกลุ่ม ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปปรับใช้ในการออกแบบตราสินค้า ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ประเมินจากกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน และสมาชิกกลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน จำนวน 100 คน

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน

รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD	
1. แสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน	4.40	0.82	มาก
2. องค์ประกอบในตราสินค้าสื่อถึงกลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน	4.44	0.73	มาก
3. สื่อสารความหมายได้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจกสาน	4.41	0.79	มาก
ผลรวมด้านการสื่อสาร	4.42	0.78	มาก

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน (ต่อ)

รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD	
1.สีสันทสวยงามสร้างการจดจำ	4.39	0.87	มาก
2.รูปแบบตัวอักษรเหมาะสมอ่านง่าย	4.52	0.70	มากที่สุด
3.รูปแบบตราสินค้าสวยงามร่วมสมัย	4.54	0.78	มากที่สุด
ผลรวมด้านความสวยงาม	4.48	0.78	มาก
1.สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน	4.25	1.00	มาก
2.สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน	4.27	0.97	มาก
3.สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน	4.23	1.06	มาก
ผลรวมด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์	4.25	1.01	มาก
ผลรวม	4.38	0.86	มาก

ผลการประเมินความพึงพอใจตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผลรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.86) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผลรวมด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.78) ผลรวมด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.78) และผลรวมด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.86)

สรุป

จากการศึกษาปัจจัยและความต้องการที่มีต่อการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนทั้งหมด 7 หมู่ โดยแต่ละหมู่จะมีผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนโดยรูปแบบผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนจะขึ้นอยู่กับองค์ความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน และวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน โดยหมู่ที่ 7 ได้เลือกผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากเส้นพลาสติกเนื่องจากทางกลุ่มมีองค์ความรู้ในเรื่องการทำเครื่องจักสานจากเส้นพลาสติกประกอบกับได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานจากทางภาครัฐในการจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะทางด้านการจักสานและเพื่อพัฒนารูปแบบเครื่องจักสานจากเส้นพลาสติกให้มีรูปแบบที่หลากหลายตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าเครื่องจักสานจากเส้นพลาสติกส่วนใหญ่มักจะใช้ลายขัดในการขึ้นรูปโดยลายขัดดังกล่าวเปรียบเสมือนอัตลักษณ์ประจำกลุ่มลาดหลุมแก้วจ๊กสาน ซึ่งสอดคล้องกับ (นิอร ดาวเจริญ และ รุ่ง รำพึงจิต, 2566) การให้ข้อมูลอัตลักษณ์ของ

ชุมชน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า นอกจากนี้จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจยังพบว่าตำบลลาดหลุมแก้วมีวัดบัวขวัญซึ่งเป็นสถานທີ່เก็บรักษาสมบัติที่ใช้ในการประกอบพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญซึ่งสร้างในสมัยรัชกาลที่ 6

การออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน จำนวน 3 คน พบว่าหมู่ 7 เป็นเพียงหมู่เดียวที่ผลิตเครื่องจักสานจากเส้นพลาสติกทั้งนี้ยังพบว่าทางกลุ่มนิยมใช้ลายขัดในการขึ้นรูปเนื่องจากทางกลุ่มมีความถนัดในการขึ้นรูปเครื่องจักสานด้วยลายดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่าทางกลุ่มยังไม่มีตราสินค้า และชื่อตราสินค้าใช้ รวมถึงยังไม่มีคำโปรยในตราสินค้าทางกลุ่มจึงได้ร่วมกันตั้งชื่อ “กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน” ทั้งยังได้ร่วมกันคิดคำโปรยขึ้นเพื่อใช้ในตราสินค้า ได้แก่ “สานศิลป์ถิ่นหมู่เจ็ด” และในเรื่องสีที่ใช้สำหรับตราสินค้าทางกลุ่มมีความคิดเห็นว่าการใช้สีธรรมชาติ (Earth Tone) ซึ่งมีลักษณะทึบแสง (Opaque Object) ที่ไม่สามารถมองผ่านไปยังอีกด้านหนึ่งได้ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนขณะมองตราสินค้าทั้งยังสื่อถึงวัสดุที่ใช้ในการทำเครื่องจักสานในอดีต (วิลาสินี ขำพรหมราช, 2565) กล่าวว่าการมีส่วนร่วม คือสมาชิกมีโอกาสร่วมคิด ร่วมตัดสินใจร่วมปฏิบัติ ร่วมติดตาม และร่วมประเมินผล ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง โดยการมีส่วนร่วมนี้จะทำให้เกิดความสนใจและพึงพอใจในผลประโยชน์ร่วมกัน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสานดังนี้ 1) แสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน 2) รูปแบบทันสมัย 3) สร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค (ฉัตรชัย อินทสังข์ และคณะ, 2564) กล่าวว่า ชื่อตราสินค้า สั้น กระชับ อ่านง่าย จดจำได้ และสื่อถึงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ออกแบบร่างตราสินค้าจำนวน 5 รูปแบบและนำไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดเพื่อทำการคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 รูปแบบ เพื่อใช้เป็นตราสินค้าประจำกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้ากลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ประเมินโดยกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนและสมาชิกกลุ่มลาดหลุมแก้วจักสาน จำนวน 100 คน โดยหัวข้อที่ใช้ในการประเมินแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสื่อสาร 2) ด้านความสวยงาม 3) ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.86$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผลรวมด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.78$) ผลรวมด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.78$) และผลรวมด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.86$) (วิชานาถ ทิวะสิงห์, 2562) กล่าวว่า ตราสินค้าที่เหมาะสมกับความพึงพอใจของ

กลุ่มเป้าหมาย แนวทางดังกล่าวสามารถช่วยเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรนำกระบวนการการวิจัยแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการออกแบบตราสินค้าเพื่อให้ได้ตราสินค้าที่สามารถนำไปใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ทั้ง 7 หมู่บ้าน ของตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้วจังหวัดปทุมธานี
2. ควรมีการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ควบคู่ไปกับการออกแบบตราสินค้าเพื่อให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับตราสินค้า
3. ควรจัดการอบรมเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบตราสินค้ารวมถึงการอบรมการใช้เทคโนโลยีในการออกแบบเพื่อให้ทางกลุ่มสามารถนำเอาองค์ความรู้ดังกล่าวที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทที่ทางกลุ่มผลิตขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณชาวชุมชน ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ทุกหมู่บ้าน รวมถึงองค์การบริหารส่วนตำบลลาดหลุมแก้วที่ได้ให้ความร่วมมือและขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของผู้วิจัยงานวิจัยในครั้งนี้ประสบผลสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรชัย อินทสังข์, จันเพ็ญ ธงไชย, ปุริม หนูนนัต, และเยาวพา ความหมั่น. (2564). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าว: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวฮางอกโพธิ์กลาง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 8(2), 63-75.
- นิอร ดาวเจริญ, และรุ่ง รำพึงจิต. (2566). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์ ตำบลเขาแก้วศรีสมบูรณ์ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุโขทัย. Journal of Roi Kaensarn Academi, 8(4), 174-191.
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). BRANDING 4.0. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์ พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วิลาสินี ขำพรมราช. (2565). การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า กลุ่มทอผ้าขึ้นยวนบ้านถนนคด จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 14(1), 40-51.

วิชนาถ ทิวะสิงห์. (2562). การออกแบบตราสินค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทชาใบชาว
หอมมะลิไทยสุวรรณ จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมมหาวิทยาลัยนเรศวร,
10(2), 151-162.