



การออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด
อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

Design of Trade mark Promotional for Granite Mortar Network System in
Mae Slid Sub-District, Bantak District, Tak Province.

ต่อตระกูล ปัญญาไว*

Tortrakun Panyawai

พจน์ธรรม ณรงค์วิทย์*

Pojtom Narongwit

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1. เพื่อออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย 2. เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มบริโภคที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ควรใช้ตัวอักษรแบบไทย ในการออกแบบตราสินค้า เพื่อสื่อถึงความเป็นไทย และควรมีเนื้อหาสำหรับการส่งเสริมการขายอย่างครบถ้วน ควรมีการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย ให้มีอัตลักษณ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดตาก เช่น ภาพครกหินใหญ่ ภาพพระธาตุ อีกทั้งสมควรมีการออกแบบให้มี ลวดลาย และสีสันทัน ที่สวยงามสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์และสื่อความหมายในเชิงอัตลักษณ์ ดังดูให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจต่อตัวผลิตภัณฑ์ พบว่า ควรใช้สีม่วงซึ่งแสดงให้เห็นถึงสีประจำจังหวัดตาก จากการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน พบว่า 1) ตราสินค้าและองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ แบบที่ 3 มีความเหมาะสมที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะว่าจะต้องตัดดาว 3 ดาวในตัวโลโก้ ออก ซึ่งดาว 3 ดาว หมายถึงตราสินค้า OTOP ที่ได้รับการยกย่องในระดับ 3 ดาว 2) ด้านการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย มีความพึงพอใจต่อตราสินค้า ในระดับมากที่สุด และผู้บริโภค มีความพึงพอใจในระดับมาก

คำสำคัญ : ออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย / ครกหิน / แม่สลิด

*นักวิจัยอิสระ

**อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ABSTRACT

This research was aimed 1. to design the brand promotion and 2. to assess the satisfaction of manufacturers and customers toward designed brand. The finding indicated that brand design promotion for granite mortar from Tambon Mae-Slid, Ban Tak District, Tak, should be using Thai alphabets in the design to reflect Thai scent and should have sufficient information in promoting the brand. The designed brand should have the identity of Tak Province such as the picture of granite mortar or a famous pagoda in Ban Tak District. It should also have a pattern and color consistent with the product to attract customer attentions. From the evaluation of 3 qualified members found that 1) the 3rd designed brand is the most suitable design for the product with suggestion that 3 stars on the brand should be removed. Three stars on the brand of the product means it is a well-respected OTOP product. 2) The satisfaction of the customer on designed brand is at the highest level.

Keywords : Design of Trade mark Promotional / for Granite Mortar / Mae Slid

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า โอท็อป (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิต และจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล ซึ่งผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิตเป็น OTOP ผลิตภัณฑ์สินค้าของกลุ่มแปรรูปครกหินแกรนิต ที่ตั้งกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิตอยู่ ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยการนำหินแกรนิตมาทำเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปครกหินแกรนิต ครกหินแกรนิตตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากโดยได้รับการยกย่องให้เป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่นของจังหวัดตาก (Provincial Star OTOP : PSO) ปี 2556 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึกครกหินแกรนิต อำเภอบ้านตาก ซึ่งมีปริมาณการขายที่ 600-700 ชิ้น/เดือน และเป็นยอดจำหน่าย 130,000-200,000 บาท/เดือน ทำให้สามารถเป็นอาชีพหลักในการเลี้ยงครอบครัวได้ และส่งผลให้มีชื่อเสียงในการผลิตครกหินที่มีคุณภาพแก่ชุมชนอีกด้วย

กลุ่มเครือข่ายครกหิน ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการก่อตั้งมาอย่างยาวนาน และขึ้นชื่อในการนำหินแกรนิตมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ครก และผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านต่างๆ มีการริเริ่มก่อตั้งตั้งแต่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2549 โดย นางศรีนวล ครุฑหุ่น และได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ครกหินสืบทอดกันมา ผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิตของกลุ่มเครือข่ายครกหิน ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก มีความโดดเด่นในเรื่องของความแข็งแรงทนทาน เนื่องจากใช้วัสดุหินแกรนิตภายในจังหวัดตาก ที่จัดว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งหินแกรนิตที่ดีที่สุดในการผลิต ทำให้เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงอย่างมากให้กับจังหวัดตาก และได้มีการจดทะเบียนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ในวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 โดยมีประธานเป็น นางศรีนวล ครุฑหุ่น ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายรวมแล้วทั้งหมด 42 คน มีผลิตภัณฑ์ ที่โดดเด่น คือผลิตภัณฑ์ครกหินและสาก

ผลิตภัณฑ์ครกหินที่เป็นที่นิยม และประสบความสำเร็จในปัจจุบันล้วนมีตราสินค้าที่เป็นที่น่าจดจำ และดึงดูดสายตาผู้บริโภค ตราสินค้าจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมการขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ครกหินตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ตราสินค้าจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์ครกหิน ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก สามารถจัดจำหน่ายในตลาดได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนั้นยังช่วย

เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน และจัดจำหน่ายได้ในระบบตลาดในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งปัจจุบัน
ครกหิน ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ยังไม่มี ตราสินค้าที่ให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการขาย
และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ครกหิน ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ผู้บริโภคที่มาซื้อของ
ฝาก และผู้ได้รับสินค้าไม่สามารถทราบได้ว่าต้นแหล่งของผลิตภัณฑ์มาจากที่ใด และกรณีต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์
จะติดต่อได้ในช่องทางใด เนื่องจากมีแหล่งผลิตครกหินไม่ใช่ที่ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เท่านั้น
แต่ยังมีอีกหลายตำบล หลายจังหวัด ที่ทำผลิตภัณฑ์ผลิตครกหิน และมีชื่อเสียงไม่แพ้กัน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะออกแบบตราสินค้าส่งเสริม
การขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เพื่อเป็นแนวทางในการทำตรา
สินค้ากลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เพื่อให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์
ส่งเสริมการขาย และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ครกหิน และทำให้ผลิตภัณฑ์ครกหิน ตำบลแม่สลิิด
อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก เป็นที่รู้จักมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก
จังหวัดตาก มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ เพื่อเป็นแนวทางของการออกแบบตราสินค้าส่งเสริม
การขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เครื่องมือ
ประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และเครื่องมือแบบประเมินความพึงพอใจ ตัวแทนกลุ่มเครือข่ายครกหิน
ตำบลแม่สลิิด จังหวัดตาก จำนวน 20 คน

ขั้นตอนที่ 3 หาความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความ
เที่ยงตรง มีประสิทธิภาพในการใช้ในงานวิจัยในขั้นตอนการลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากแหล่งข้อมูล โดยการลงพื้นที่
สอบถามจากกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 20 คน จากการ
เลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นนามาปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่ม
เครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 5 สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
แบบมีโครงสร้าง โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบสำรวจความคิดเห็น เพื่อที่จะนำมาปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าส่งเสริม
การขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 6 ปฏิบัติการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต
ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยการออกแบบร่างตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครก
หินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 3 แบบ เพื่อเสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 7 เสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและ
ข้อเสนอจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน จากการเลือกแบบเจาะจง

ขั้นตอนที่ 8 ปรับปรุงรูปแบบตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการปรับแก้แบบที่ผู้ทรงคุณวุฒิ
คิดว่าจะเป็นไปได้มากที่สุดเพื่อนำไปสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 9 สร้างตราสินค้าต้นแบบ กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยใช้ข้อมูลจากการลงพื้นที่หาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล และจากการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 10 ประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิตที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยการนำแบบประเมินความพึงพอใจของต้นแบบตราสินค้า ตราสินค้าส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต เป็นเครื่องมือการประเมินความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามกรอบแนวคิดทางการออกแบบ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 100 คน ทำการประเมิน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความพึงพอใจ นำมาวิเคราะห์สรุปผลโดยใช้การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $\bar{X}$ และ S.D. และบรรยายในลักษณะความเรียง

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ผลการสังเกตและการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

จากการวิเคราะห์รูปแบบทั้งหมดของทรงครกหินแกรนิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน ของกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยใช้วิธีการวัดขนาด ครกหินแกรนิตและสัมภาษณ์ถึงรายละเอียด เพื่อการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยยึดจากขนาดของครกหินแกรนิตที่ขายดีที่สุด เพื่อการกำหนดขนาดของตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก มีผลการสังเกตว่ากลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต จำแนกประเภทของครกหิน ตามขนาดของหน้าครก ซึ่งเรียกตามหน่วยวัดเป็นนิ้ว เรียกเป็นครกหินหน้า 4 นิ้ว หน้า 5 นิ้ว หน้า 6 นิ้ว เป็นต้น โดยผลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ พบว่าทรงครกเป็นทรงที่ขายดีที่สุดในทรงทั้งหมดโดยเฉพาะทรงครกหน้า 4 นิ้ว และหน้า 5 นิ้ว ซึ่งส่วนมากผู้บริโภคจะซื้อเป็นของฝากและซื้อเป็นจำนวนมาก เพราะราคาไม่แพงจนเกินไปและทรงกระป๋องเป็นอีกทรงที่ขายดีมาก โดยเฉพาะหน้า 4 นิ้ว และ 5 นิ้ว เพราะมีลักษณะภายนอกที่คล้ายกับทรงครกแต่จะมีความลึกของข้างในครกที่ลึกกว่าซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ซื้อจะเป็นแม่ค้า พ่อค้า และเจ้าของร้านอาหารที่จะซื้อไปตำพริกแกง ตำเครื่องเทศ ซึ่งจะไม่กระเด็น ซึ่งลักษณะลึกกว่าทรงอื่น ผู้วิจัยและกลุ่มเครือข่ายครกหิน จึงมีความเห็นสอดคล้องกันว่าควรใช้ครกหินหน้า 4 นิ้ว และหน้า 5 นิ้ว ของทรงครก และทรงกระป๋องเพื่อนำมาเป็นกรณีศึกษาในการทำการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก



ภาพที่ 1 ทรงของครกหิน “ทรงครก” และ “ทรงกระป๋อง” ที่คล้ายกัน แตกต่างกันตรงความลึกกันครก

ผลจากการสัมภาษณ์ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดด้านการออกแบบสิ่งพิมพ์บรรณภัณฑ์ (ศิริพรรณ และคนอื่นๆ 2549, หน้า 129-135) มาใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบตราสินค้าให้กับกลุ่มครกหินแกรนิต และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต จังหวัดตาก ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมา ดังนี้

ผลการวิเคราะห์จากการสังเกต และสัมภาษณ์ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก พบว่า ด้านข้อมูลที่ต้องการนำเสนอควรใช้ ตัวอักษรไทยเพราะสื่อถึงความเป็นไทย ส่วนเนื้อหาควรให้มีเบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ตราโอท็อป และตราจังหวัดตาก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อได้ ด้านข้อมูลการสื่อความหมายที่ชัดเจน และตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ ควรใช้สัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดตากเพื่อแสดงให้เห็นและสื่อความหมายในเชิงอัตลักษณ์ของจังหวัดตาก ด้านใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ควรใช้เป็นภาพถ่ายจริงเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา ด้านตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสม และสอดคล้อง กับระยะในการอ่าน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ามีความเหมาะสมด้านการใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ควรใช้สีม่วง ซึ่งสีม่วงเป็นสีประจำของจังหวัดตากเพื่อแสดงถึงจังหวัดตาก ด้านการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย ควรใช้ภาพสถานที่สำคัญของตำบลแม่สลิดเป็นจุดเด่นในการจัดวางองค์ประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสถานที่สำคัญของตำบลแม่สลิด ด้านความสามารถผลิตในระบบอุตสาหกรรมและมีต้นทุน ที่เหมาะสม ตัวแทนสมาชิกกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ควรใช้กระดาษลูกฟูกในการผลิต เพราะต้นทุนต่ำจึงเหมาะสมใช้ในการผลิต โดยกลุ่มผู้วิจัย ได้นำข้อมูลจากการสังเกต และสัมภาษณ์ มาใช้ในการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 5 รูปแบบ เพื่อการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก และแก้ไขปรับปรุงให้มีความเหมาะสม

1.2 ผลการออกแบบ และประเมินผลการออกแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย ของกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต จังหวัดตาก จากข้อมูลการวิเคราะห์ที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ และนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก เพื่อการแก้ไขปรับปรุงผลงานให้มีความเหมาะสม โดยแบ่งเป็นการออกแบบตราสินค้า และการออกแบบองค์ประกอบโดยรอบของตราสินค้า



ภาพที่ 2 การออกแบบตราสินค้าครกหิน ตำบลแม่สลิด จังหวัดตาก ทั้งหมด 5 รูปแบบ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน ได้ให้ข้อเสนอแนะด้านการออกแบบตราสินค้าว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ ให้มีความเป็นไทย โดยได้ใช้ตัวอักษรไทยและออกแบบรูปทรงตัวอักษรเพื่อสื่อถึงความเป็นไทย ซึ่งมีความคิดเห็นสอดคล้องกับทางตัวแทนสมาชิกกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก สัญลักษณ์สำคัญควรเป็นสัญลักษณ์ของครก ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกันว่า รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมที่สุดในการนำไปใช้งาน แต่ต้องตัดดาว 3 ดวง ในตัวตราสัญลักษณ์ออก เนื่องจากดาว 3 ดวง ผู้ออกแบบได้ออกแบบให้สื่อถึงสินค้า OTOP ที่ได้รับการยกย่องในระดับ 3 ดาวของกลุ่มครกหินแกรนิต ปัจจุบัน ซึ่งในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงเป็นดาว 4-5 ดวง ทำให้การใส่สัญลักษณ์ดาวโอทอปลงไปในตราสินค้านั้น ไม่เหมาะสมเนื่องจากข้อมูลเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อเสนอจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ไปปรับปรุงรูปแบบของตราสินค้า ให้มีความเหมาะสม และออกแบบองค์ประกอบโดยรอบของตราสินค้าในส่วนของแผ่นปิดหน้าครก ซึ่งเป็นส่วนบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และยี่ห้อที่จำหน่ายพร้อมกับครกไม่ให้หลุดออกจากตัวครกเวลาซื้อขาย และขนย้าย ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบทั้งหมด 5 รูปแบบ ดังนี้



ภาพที่ 3 การออกแบบองค์ประกอบโดยรอบตราสินค้าครกหิน ตำบลแม่สลิด จังหวัดตาก ทั้งหมด 5 รูปแบบ

ผลการวิเคราะห์จากการสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 3 ท่าน พบว่าด้านข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ความถูกต้องแม่นยำในการ สะกดคำ และครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอดี การใช้คำถูกต้อง เหมาะสม มีข้อมูลที่สามารถติดต่อได้เพื่อ การส่งเสริมการขายให้แก่ผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต ด้านข้อมูลการสื่อความหมายที่ชัดเจน และตรงกับ วัตถุประสงค์ในการออกแบบ การสื่อความหมายที่ชัดเจนตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบดีมาก แต่ควร เลือกใช้รูปทรงของครก เพียงชิ้นเดียวในส่วนหลังตราสินค้า เพื่อสร้างเอกลักษณ์และไม่ซับซ้อน ด้านใช้ ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา ควรใช้เป็นภาพถ่ายจริงเพื่อสอดคล้องกับเนื้อหา ใช้ภาพประกอบได้ สอดคล้องกับเนื้อหา ตรงตามที่กลุ่มผู้ผลิตต้องการ อย่างเหมาะสม ภาพที่ใช้สื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอ บ้านตากสามารถบอกถึงแหล่งจัดจำหน่ายและสถานที่สำคัญในจังหวัดได้เหมาะสม ด้านตัวอักษรมีรูปแบบและ ขนาดที่เหมาะสมและควรมีการเว้นระยะห่างของคำ และพื้นที่ว่างในการออกแบบเพื่อให้เหมาะสมแก่สายตา ด้านการใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น โดยการใช้สีม่วงในการออกแบบและใช้เป็นสี หลัก ซึ่งเป็นสีประจำของจังหวัดตาก การจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย และสมควรให้ภาพสถานที่สำคัญของ ตำบลแม่สลิตเป็นจุดเด่นในการจัดวางองค์ประกอบ เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคได้เห็นสถานที่สำคัญของตำบลแม่สลิต เหมาะสมแก่การเป็นของฝาก ตราสัญลักษณ์อ่านได้เข้าใจง่าย แต่มีรายละเอียดเยอะเกินไป ควรมีการลดทอน รายละเอียดลงเล็กน้อย เพราะมีผลต่อประสิทธิภาพในการจดจำของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบที่ผู้ทรงคุณวุฒิมี ความเห็นสอดคล้องกันในการพัฒนาต่อยอดสู่การประเมิน มีรูปแบบที่ 1 รูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 ซึ่งผู้วิจัย ได้นำมาปรับแก้ตามความเหมาะสมที่ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะ เพื่อการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่ม ผู้บริโภคกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ต่อไป ทั้งหมด 3 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 4 รูปแบบของฉลากและตราสินค้าครกหินแม่สลิต ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขจากคำแนะนำของ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

2. ผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มบริโภค ที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก มีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิตครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย

ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าส่งเสริมการขาย ไปประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 20 ร้าน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

(พรสนอง, 2550, หน้า 125) จากตัวแทนกลุ่มเครือข่ายครกหินที่มีส่วนร่วมในการเข้าประชุมกลุ่มเครือข่ายประจำเดือน มีผลการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้บริโภค (n=20)		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1	ความถูกต้องแม่นยำในการสะกดคำ และครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ	4.60	0.50	มากที่สุด
2	การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ	4.60	0.50	มากที่สุด
3	ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	4.90	0.31	มากที่สุด
4	ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับระยะในการอ่าน	4.75	0.44	มากที่สุด
5	ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น	4.70	0.47	มากที่สุด
6	การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย	4.85	0.37	มากที่สุด
7	สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีต้นทุนที่เหมาะสม	4.80	0.41	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมการประเมินความพึงพอใจ		4.74	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยตัวแทนผู้ผลิต จำนวน 20 ท่าน พบว่า จากค่าเฉลี่ยรวมของเกณฑ์การประเมินมีค่าเฉลี่ยรวมการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ พบว่า ความพึงพอใจตราสินค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.43) พบว่า ความถูกต้องแม่นยำในการสะกดคำ และครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.50) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.50) ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.90$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.31) ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับระยะในการอ่านมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$) ส่วน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.44) ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.70$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.47) การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.85$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.37) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีต้นทุน ที่เหมาะสมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.41) โดยรวมถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งจะพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดนั้น

เนื่องจากกลุ่มเครือข่ายครกหินยังไม่เคยมีตราสินค้ามาก่อน ทำให้กลุ่มผู้ผลิตครกหินมีความพึงพอใจกับตราสินค้าที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบให้เป็นอย่างมาก

2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย

ผู้วิจัยได้นำตราสินค้าส่งเสริมการขาย ไปประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 100 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกจากผู้บริโภคสินค้าและของฝากของจังหวัดตาก ณ บริเวณสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต (Purposive sampling) (พรสนอง, 2550, หน้า 125) มีผลการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าส่งเสริมการขาย
แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้บริโภค (n=100)		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1	ความถูกต้องแม่นยำในการสะกดคำ และครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ	4.45	0.50	มาก
2	การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ	4.40	0.49	มาก
3	ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา	4.40	0.59	มาก
4	ตัวอักษร มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับระยะในการอ่าน	4.20	0.75	มาก
5	ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น	3.48	0.73	ปานกลาง
6	การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย	4.10	0.54	มาก
7	สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีต้นทุนที่เหมาะสม	4.45	0.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมการประเมินความพึงพอใจ		4.21	0.59	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจการออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยผู้บริโภคพบว่าค่าเฉลี่ยรวมการประเมินความพึงพอใจตราสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.21$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.59) พบว่าความถูกต้องแม่นยำในการสะกดคำ และครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.45$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.50) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.49) ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.59) ตัวอักษร มีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับระยะในการอ่าน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.75) ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$)

ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.73) การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.54) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีต้นทุน ที่เหมาะสมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.50)



ภาพที่ 5 รูปแบบของฉลากและตราสินค้าครกหินแม่สลิดพร้อมผลิตภัณฑ์ครกหินแกรนิต

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขายกลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. อภิปรายผลขั้นตอนเพื่อออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก พบว่า กลุ่มผู้ผลิตมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรใช้ตัวอักษรไทย ในการออกแบบตราสินค้า และออกแบบตัวอักษรให้สื่อถึงความเป็นไทย และควรมีเนื้อหาสำหรับการส่งเสริมการขายอย่างครบถ้วน พร้อมทั้งการใช้สีม่วงที่เป็นสีประจำจังหวัดตากมาใช้ในการออกแบบ ความเห็นสอดคล้องกันระหว่างกลุ่มเครือข่ายและการมีส่วนร่วมในการออกแบบนั้น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของปราณี (2552) กล่าวว่า การสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างบุคคลภายในองค์กรเป็นอันดับแรก ก่อนดำเนินการไปสื่อสารกับกลุ่มบุคคลอื่นๆ ที่อยู่ภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการรับรู้ตราสินค้า และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ต่อตราสินค้าภายในใจของบุคคล ดังนั้นเอกลักษณ์ของตราสินค้าที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดีเป็นระยะเวลานานและต่อเนื่องก่อให้เกิดชื่อเสียงของตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และในด้านการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ตราสินค้าและองค์ประกอบที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ครกหิน คือรูปแบบที่ 1 รูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 จากทั้งหมด 5 รูปแบบ โดยมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขว่า จากข้อมูลการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ได้ให้ข้อเสนอแนะด้านการออกแบบตราสินค้าว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรมีการออกแบบตราสินค้า ให้มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและมีความโดดเด่น ตราสินค้าที่ใช้ควรใช้รูปครกในตราสินค้าเพียงรูปเดียวเพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์ เพราะหากลงรายละเอียดมากเกินไปจะทำให้องค์ประกอบดูไม่มีความสวยงาม ผู้ทรงคุณวุฒิจึงมีความเห็นสอดคล้องกันว่า จะต้องปรับปรุงโดยตัดดาว 3 ดวง ในตัวตราสัญลักษณ์ออก เนื่องจากดาว 3 ดวง ผู้ออกแบบได้ออกแบบให้สื่อถึงสินค้า OTOP ที่ได้รับการยกย่องในระดับ 3 ดาวของกลุ่มครกหิน ณ ปัจจุบัน ซึ่งในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงเป็นดาว 4-5 ดวงก็เป็นได้ ทำให้การใส่สีเสนอตัวที่ออกไปในตราสินค้านั้น ไม่เหมาะสม เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขรูปแบบตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว แบบที่ 3 ของตราสินค้าจึงมีความเป็นไปได้มากที่สุดที่จะนำมาใช้งานเพื่อให้ได้ตราสินค้าที่มี

ความเหมาะสม สอดคล้องกับกรอบแนวคิดด้านการออกแบบสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ (ศิริพรรณ และคนอื่นๆ, 2549, หน้า 129-135) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ ต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้ (1) ความถูกต้องแม่นยำในการสะกดคำ และครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ (2) การสื่อความหมายที่ชัดเจนและตรงกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ (3) ใช้ภาพประกอบได้สอดคล้องกับเนื้อหา (4) ตัวอักษรมีรูปแบบและขนาดที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับระยะในการอ่าน (5) ใช้สีได้อย่างสอดคล้องกันและประสมประสานอย่างกลมกลืนกับองค์ประกอบอื่น (6) การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องตามหลักการจัดวางองค์ประกอบอ่านได้ง่าย (7) สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมและมีต้นทุนที่เหมาะสม

2. อภิปรายผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มบริโภคที่มีต่อ ตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครือข่ายครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก พบว่า จากการสอบถามกลุ่มผู้ผลิตครกหินแกรนิต ตำบลแม่สลิต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ทั้งหมด 20 คน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มเครือข่ายครกหินยังไม่เคยมีตราสินค้ามาก่อน ทำให้กลุ่มผู้ผลิตครกหินมีความพึงพอใจกับตราสินค้าที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบให้เป็นอย่างมาก และจากการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค พบว่ามีความพึงพอใจต่อตราสินค้าในระดับมาก ซึ่งประเด็นที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือเรื่องของการใช้สีกับองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งการนำภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดมาเปลี่ยนสีให้เป็นโทนเดียวกันทั้งหมด ทำให้ภาพดูไม่ออกและไม่สามารถสื่อถึงสถานที่ต่างๆ ได้เท่าที่ควร

เอกสารอ้างอิง

- ปราณี เอี่ยมลออภักดี. (2552). บทบาทของเอกลักษณ์ตราสินค้าในการกำหนดความนิยมตราสินค้าที่มีชื่อเสียง. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 29(3).
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพรณ์ ปิเตอร์ และคนอื่นๆ. (2549). เทคโนโลยีก่อนพิมพ์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.