



การออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนาจังหวัดพิจิตร THE IDENTITY DESIGN OF BAN NA GRILLED FISH COMMUNITY ENTERPRISE PHICHIT PROVINCE.

เกษยาภรณ์ เชื้อโฮม¹, ภาณุวัฒน์ กาฬิบ²
Ketayaporn Chuahome¹, Panuwad Kalip²

^{1,2}สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

^{1,2}Visual Communication Design, Faculty of Fine and Applied Arts, Suan Sunandha Rajabhat University, Dusit, THAILAND

E-mail: ¹S62126606003@ssru.ac.th, ²Panuwad.ka@ssru.ac.th

(Received : Oct 18, 2024 Revised : Dec 11, 2024 Accepted : Dec 12, 2024)

บทคัดย่อ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร กลุ่มแม่บ้านที่ใช้การถนอมอาหารด้วยการรมควัน ซึ่งเป็นวิธีการถนอมอาหารแบบพื้นบ้านที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งคนไทยในสมัยก่อนนิยมนำปลามาย่างรมควัน การย่างรมควันจะทำให้เกิดกลิ่น และรสชาติเฉพาะตัวจากการเผาไหม้ ปลาที่ย่างรมควันจะมีสีน้ำตาล เพื่อป้องกันการเกิดกลิ่นเหม็นหืน ไม่เสียง่าย จากกรรมวิธีการแปรรูปที่เรียบง่าย การทำปลาย่างรมควันจึงเป็นอาหารแปรรูปที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการรวมกลุ่มกัน ซึ่งจากข้อมูลผู้วิจัยจึงได้จัดทำการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนาจังหวัดพิจิตร วัตถุประสงค์คือ เพื่อออกแบบอัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ซึ่งการออกแบบนี้จะสามารถช่วยให้มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สวยงาม และน่าจดจำ ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการสื่อสารและการนำเสนอจะใช้ภาพถ่ายในการออกแบบ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา รูปแบบที่มีความสอดคล้อง ทั้งความหมาย และสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสม การใช้สีในการออกแบบนั้นจะสอดคล้องกันไปในงานออกแบบแต่ละชิ้น เพื่อแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นระบบ ซึ่งในการออกแบบในครั้งนี้ได้มีแนวคิดที่ว่า “หอมกรุ่น ทั่วคุ้งน้ำ” โดยการออกแบบและจัดทำต้นแบบให้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไป อายุ 41–50 ปี จำนวน 100 คน ประเมินความพึงพอใจในผลงาน จากหัวข้อทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2. ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ 3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ และ 4. ด้านการออกแบบ ความสวยงาม พบว่ารูปแบบของผลงานมีความทันสมัย น่าสนใจ เนื้อหา รวมถึงภาพประกอบที่แสดงภาพลักษณ์ที่สวยงาม ทำให้เกิดการสื่อสารรับรู้ โดยผลประเมินความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับดีมาก ได้ผลคะแนนค่าเฉลี่ยที่ 4.40

คำสำคัญ : การออกแบบ, อัตลักษณ์, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

Ban Na Grilled Fish Community Enterprise Group, Phichit Province A group of housewives who use smoked food preservation, a traditional method of food preservation. Thai people in the past used to grill and smoke fish. Smoked grilled fish will produce a unique smell and taste from burning. Smoked grilled fish will be browned to prevent rancidity. Not easily spoiled by simple processing process. Making smoked grilled fish is a processed food that can generate income for households. household from the data, the researcher has prepared an identity design of the community enterprise grilled fish Ban Na, Phichit province. The objective is to design an identity, packaging, and online media coverage. Beautiful and memorable Meet the needs of the target audience Increase product value to be more modern. Communication and presentation will use photographs in the design that represent the uniqueness of Ban Na Grilled Fish Community Enterprise. A format that is consistent, meaningful, and able to communicate appropriately. The use of color in the design is consistent in each design. In this design, the concept of "fragrant all over the water" was designed and prepared for the target group is 100 people aged 41-50 years' old who evaluate their satisfaction with their work from 4 topics: 1. Creativity 2. Functional, useful, ease of use 3. Suitability Can be put into actual production and 4.

Design and aesthetics I found the format of the work to be modern, interesting, content, including illustrations that show a beautiful image. The overall satisfaction assessment results were at a large level, with an average score of 4.40

Keywords: Design, Identity, Community Enterprise

บทนำ

ปลาสดเป็นปลาน้ำจืดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและเกษตรกรรมไทยในภาคกลางนิยมเลี้ยงเป็น อาชีพ เนื่องจากปลาสดเลี้ยงง่าย โตเร็ว อดทน และมีอัตราการรอดสูง อีกทั้งยังกินอาหารได้หลากหลายประเภท อาทิเช่น อาหารเม็ดสำเร็จรูป พืช ผัก ขากพืชซากสัตว์ ไล่เตียน หนอน มูลสัตว์ จอก และแหน รวมถึงเศษอาหาร จากภัตตาคาร ร้านค้า โรงเรียน และโรงพยาบาล ซึ่งในแต่ละพื้นที่มีวิธีการเลี้ยงแตกต่างกัน รูปแบบการเลี้ยง ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงในบ่อดิน อัตราการเจริญเติบโตของปลาสดขึ้นอยู่กับปริมาณและคุณภาพของอาหาร คุณภาพของน้ำ วิธีการเลี้ยง และการจัดการ การเลี้ยงใช้เวลาประมาณ 1 ปีหรือมากกว่า

การถนอมอาหาร (Food Preservation) คือ การเก็บรักษาอาหารโดยวิธีต่าง ๆ เช่น การทำแห้ง การหมักดอง การใช้ความร้อน และการใช้ความเย็น เป็นต้น ให้อาหารอยู่ในสภาพที่ใกล้เคียงกับของสดมากที่สุดสามารถเก็บรักษาอาหารเพื่อรับประทานได้นานขึ้น หรืออาจดัดแปลงให้มีสี กลิ่น รส แตกต่างไปจากเดิม ให้อาหารดูน่ารับประทาน โดยสูญเสียคุณค่าทางโภชนาการน้อยที่สุดแต่ยังคงคุณลักษณะทางคุณภาพเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การแปรรูปอาหาร (Food Processing) คือ การนำอาหารมาผ่านกระบวนการต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยับยั้งหรือทำลายจุลินทรีย์ที่ทำให้อาหารเกิดการเน่าเสีย ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีลักษณะตามต้องการ โดยอาหารที่ผ่านการแปรรูปอาจมีลักษณะคงเดิมหรือเปลี่ยนสภาพไป แต่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และบริโภคได้อย่างปลอดภัย อีกทั้งยังเป็นการเตรียมอาหารให้เหมาะกับการบริโภค เช่น การตัดแต่งสับประรดบรรจุกล่องโฟม การสีข้าวเพื่อแยกเปลือกหรือรำ เป็นต้น ช่วยทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น และยังช่วยให้สามารถเก็บรักษาอาหารไว้ได้ระยะหนึ่งด้วย (วิภาดา มุรินทร์พมาศ, 2561, น.2)

ปัจจุบันมีกรรมวิธีการถนอมและแปรรูปอาหารหลากหลายรูปแบบ สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับวัตถุดิบ ความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้ออาหารได้หลากหลายชนิดมากขึ้นโดยในการเลือกซื้ออาหารนอกจากจะพิจารณาจากรสชาติและราคาแล้ว ยังต้องคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ และความปลอดภัยด้วย กรรมวิธีการถนอมและแปรรูปอาหารที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน มีหลายวิธี เช่น การถนอมและแปรรูปอาหารด้วยการทำแห้ง การหมักดอง การใช้ความร้อน การใช้สารเคมี การฉายรังสี การใช้ความเย็น และวิธีการอื่น ๆ (วิภาดา มุรินทร์พมาศ, 2561, น. 9)

ซึ่งการแปรรูปอาหารด้วยการให้ความร้อนแก่อาหาร หลักการของการถนอมและแปรรูปอาหารโดยใช้ความร้อน คือ การผ่านความร้อนลงในอาหาร เพื่อทำลายจุลินทรีย์และเอนไซม์ในอาหารผลของการทำลายจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณความร้อน ซึ่งก็คือระดับอุณหภูมิและระยะเวลาที่ใช้นั่นเอง การให้ความร้อนแก่อาหารสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ การให้ความร้อนทางอ้อม (Indirect Heating) เป็นการให้ความร้อนแก่อาหารโดยที่อาหารไม่สัมผัสกับเชื้อเพลิงที่กำลังเผาไหม้ วิธีการนี้นิยมใช้กันมากในกระบวนการแปรรูปอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการที่ใช้ไอน้ำร้อนเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยน ความร้อน และการให้ความร้อนโดยตรง (Direct Heating) เป็นการให้ความร้อนสัมผัสกับอาหารโดยตรง ทั้งนี้รวมถึงการสัมผัสอาหารกับสารที่เกิดจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิงด้วย เช่น การรมควัน (วรวิภา คุรุสง, 2545, น. 91; ชมพู่ ยิ้มโต, 2550, น. 35)

การย่างรมควันเป็นวิธีการถนอมอาหารแบบพื้นบ้านที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งปลาที่นิยมนำมาทำเป็นปลาอย่างรมควัน ได้แก่ ปลาสด ปลาสร้อย ปลาตก ปลาเนื้ออ่อน ปลาทราย ปลาสด ปลาตุก ปลาช่อน ปลาตะเพียน ปลากระสง การย่างรมควันทำให้เกิดกลิ่น และรสชาติเฉพาะตัวจากการเผาไหม้ ปลาที่ย่างรมควันจะมีสีน้ำตาล ป้องกันการ เกิดกลิ่นเหม็นหืน ไม่เสียง่าย (จันทิมา เพียรผล, 2561) จากกรรมวิธีการแปรรูปที่เรียบง่าย การทำปลาอย่างรมควันจึงเป็นอาหารแปรรูปที่หลายชุมชนได้นำมาเป็นสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชน ร่วมมือกันทำอะไรบางอย่าง เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปัน การช่วยเหลือกัน มากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ ไม่แตกแยก แบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนคือ การเน้นการช่วยเหลือกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2552)



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร ตั้งอยู่ที่ 111 หมู่ 14 ตำบลบ้านนา จังหวัดพิจิตร เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำงานเกี่ยวกับสินค้าแปรรูปที่มาจากปลา เช่น ปลาสาวยรมควัน ปลาสร้อยรมควัน และผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาอย่าง มีกรรมวิธีการผลิตแบบบ้าน ๆ ที่ทำกับครัวเรือน และมีช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าต่าง ๆ และยังมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ในเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) อีกด้วย

เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนามีการจัดจำหน่ายสินค้าไปในหลายพื้นที่ เช่น ในพื้นที่จังหวัดพิจิตร จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งทางวิสาหกิจชุมชนนี้ยังขาดอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้ต้องมีการสร้างอัตลักษณ์ขึ้น เพื่อส่งผลต่อภาพลักษณ์ทำให้เป็นที่จดจำและส่งเสริมการขายไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ การออกแบบจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างอัตลักษณ์ ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงขอเสนอโครงการพิเศษการออกแบบอัตลักษณ์วิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร เพื่อออกแบบอัตลักษณ์และ บรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างให้เป็นที่จดจำและดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารวบรวมเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร เช่น ประวัติความเป็นมา สินค้า เป็นต้น
2. เพื่อออกแบบอัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร ให้มีความน่าสนใจและเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมาย
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประชากร (Demographic) ทุกเพศ อายุ 41–50 ปี สถานะทางสังคมปานกลาง ทุกอาชีพ

ลักษณะจิตวิทยา (Psychographic) กลุ่มเป้าหมายเป็นคนที่ชอบจับจ่ายใช้สอยชื่นชอบการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ มองหาวัตถุดิบให้การทำอาหาร เป็นคนชอบท่องเที่ยวหรือเดินทางไปต่างจังหวัด ชอบซื้อของฝากติดไม้ติดมือไปด้วย โดยกลุ่มตัวอย่งนั้นเลือกจากกลุ่มประชากร จำนวน 100 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสำรวจ / แบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการกำหนดรูปแบบหัวข้อของชุดข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร และการออกแบบ เช่น ประวัติความเป็นมา ลักษณะสินค้า รายได้ ต้นทุน รูปแบบความต้องการทางการออกแบบ เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ดังนี้

การรวบรวมการศึกษาค้นคว้าภาคเอกสารข้อมูลเกี่ยวข้อง กับการออกแบบอัตลักษณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบศิลป์ของการออกแบบและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมการทำแบบสอบถามความพึงพอใจในการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร ในด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ ด้านการออกแบบ ความสวยงาม และด้านอื่นๆ ข้อเสนอแนะ

การออกแบบ เป็นการออกแบบต้นแบบอัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ ให้มีความน่าสนใจและเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมาย และนำผลงานประเมินความพึงพอใจในผลงานออกแบบต่อไป โดยการออกแบบประกอบด้วย ดังนี้

1. ออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 1 แบบ
2. ออกแบบสื่อโซเชียลมีเดีย (Facebook) จำนวน 1 ชุด
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 6 แบบ

การประเมินความพึงพอใจในผลงานออกแบบ ในการประเมินผลความพึงพอใจในการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร โดยแบ่งหัวข้อผลการประเมินเป็นแต่ละด้าน คือ 1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2. ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ 3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ และ 4. ด้านการออกแบบ ความสวยงาม ซึ่งนำผลจากการประเมินมาปรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานในครั้งต่อไป

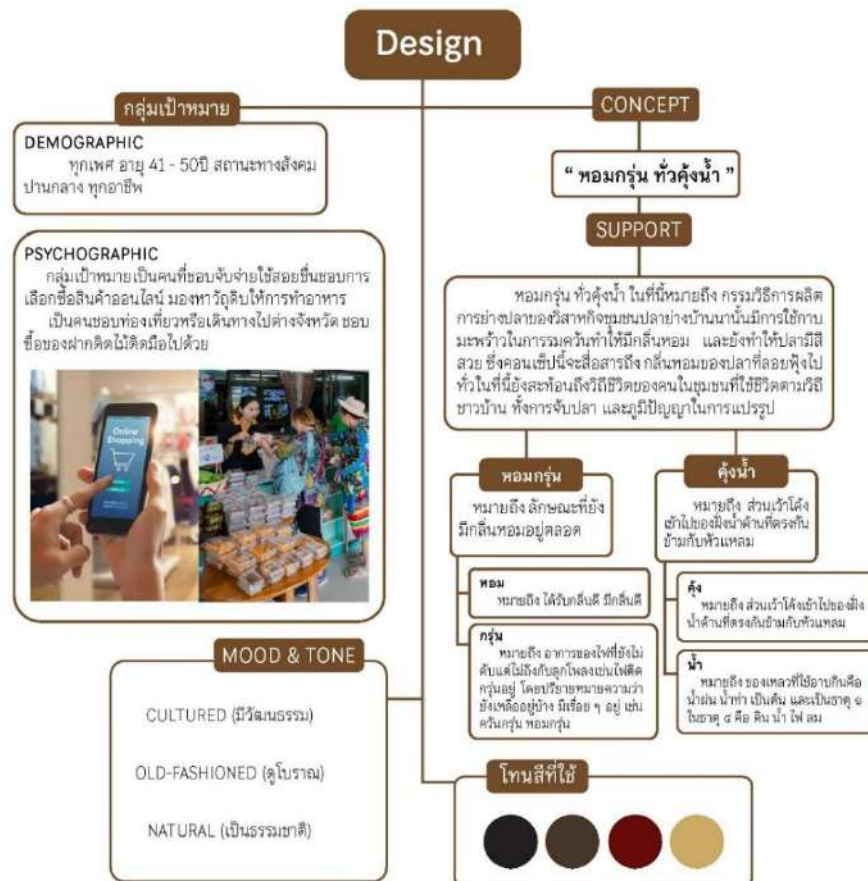


ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูล วิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จำหน่ายสินค้าแปรรูปที่มาจากปลา เช่น ปลาสาหร่ายรมควัน ปลาสร้อยรมควัน และผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาอย่าง ซึ่งมีกรรมวิธีผลิตแบบบ้านๆ ที่ทำกับครัวเรือน มีช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าต่าง ๆ และยังมี การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ จุดเด่นของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา คือการย่างรมควันปลาที่สดใหม่ทุกครั้ง และจำหน่ายสินค้าที่สดใหม่ไม่ค้างสต็อก ยังสามารถเก็บไว้ได้นาน

การออกแบบอัตลักษณ์นี้จะสามารถช่วยให้มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน สวยงาม และน่าจดจำ ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการสื่อสารและการนำเสนอ จะใช้ภาพถ่ายในการออกแบบ ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา รูปแบบการออกแบบตราสัญลักษณ์ จะต้องมีความสอดคล้อง ทั้งความหมาย และสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสม การใช้สีในการออกแบบนั้นจะสอดคล้องกันไปในงานออกแบบแต่ละชิ้น เพื่อแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นระบบ

จากข้อสรุปข้างต้นจึงได้ทำการออกแบบผลงานออกแบบภายใต้แนวคิด “หอมกรุ่น ทัวคั้งน้ำ” ในที่นี้หมายถึง กรรมวิธีการผลิตการย่างปลาของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนาที่มีการใช้ก้ามปูในการรมควันทำให้มีกลิ่นหอม และยังทำให้ปลามีสีสวย ซึ่งแนวคิด (Concept) นี้จะสื่อสารถึง กลิ่นหอมของปลาที่ลอยฟุ้งไปทั่ว ในที่นี้ยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ใช้ชีวิตตามวิถีชาวบ้าน ทั้งการจับปลา และภูมิปัญญาในการแปรรูป ซึ่งการออกแบบในครั้งนี้ ได้มีการทำสรุปโดยย่อของการออกแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังการวิเคราะห์ข้อมูล
ที่มา : เกษณาภรณ์ เชื้อโฮม, 2565



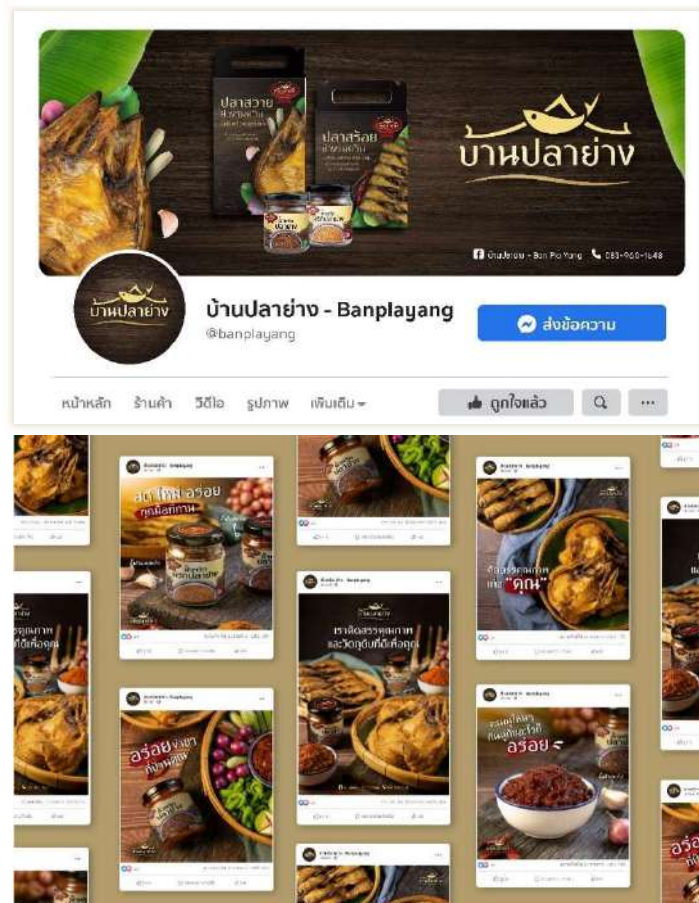
ผลงานออกแบบ

1. ออกแบบตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์วิสาหกิจชุมชนปลาย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร
ที่มา : เกษยาภรณ์ เชื้อโฮม, 2565

2. ออกแบบสื่อเพจเฟซบุ๊ก



ภาพที่ 3 สื่อเพจเฟซบุ๊ก วิสาหกิจชุมชนปลาย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร
ที่มา : เกษยาภรณ์ เชื้อโฮม, 2565



3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์สินค้า วิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร
ที่มา : เกษญาภรณ์ เชื้อโฮม, 2565

จากรูปแบบผลงานออกแบบ เป็นการออกแบบโดยการนำเอาความเป็นเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา มาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยการตัดทอนกราฟิก ทั้งลักษณะรูปแบบของปลาที่เป็นวัตถุดิบหลัก ลักษณะของครีวเรือนและพื้นที่ในชุมชน ให้เกิดความทันสมัยขึ้น สังเกตจดจำได้ง่าย โดยการออกแบบสื่อออนไลน์และบรรจุภัณฑ์จะเป็นการผสมผสานกับการถ่ายภาพแทนการใช้ภาพประกอบกราฟิก ให้ความน่าสนใจ แสดงให้เห็นถึงความสมจริงเหมือนกับการได้สัมผัส การใช้ภาพพื้นผิวไม้ เป็นพื้นหลังหลักของงานออกแบบ สื่อถึงความดูเป็นธรรมชาติ และโทนสี ใช้โทนสีทอง เหลือง (C: 20 M: 30 Y: 70 K: 0) น้ำตาล (C: 55 M: 60 Y: 75 K: 55) ให้มีกลิ่นอายสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ใช้ชีวิตตามวิถีชาวบ้าน

จากการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร ได้นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจในการออกแบบ ซึ่งผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อประกอบด้วย 1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2. ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ 3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ และ 4. ด้านการออกแบบ ความสวยงาม

โดยการประเมินในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการแปลความหมายข้อมูล ได้กำหนดเกณฑ์โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของจุดตัด ดังนี้

- 4.51 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- 2.51 – 3.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจ จากการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบ

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
ด้านความคิดสร้างสรรค์	4.41	0.49	มาก
ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้	4.40	0.49	มาก
ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้	4.40	0.49	มาก
ด้านการออกแบบ ความสวยงาม	4.37	0.51	มาก
รวม	4.40	0.50	มาก

จากตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินผลความพึงพอใจในการออกแบบ โดยกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า 1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.49 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 2. ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.49 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.49 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก 4. ด้านการออกแบบ ความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.51 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยผลรวมทั้ง 4 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.50 สรุปได้ว่าการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาสืบค้นข้อมูลในการนำมาใช้ในการออกแบบ เพื่อนำไปสู่กระบวนการในการพัฒนาเป็นต้นแบบของ ตราสัญลักษณ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และบรรจุภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตรนั้น พบว่าการออกแบบนั้นต้องมีการคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น รูปแบบสินค้า ต้นทุน รวมไปถึงหลักการออกแบบ กระบวนการผลิต ในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ที่จะสามารถนำมาออกแบบให้เกิดทั้งรูปแบบการใช้งาน และการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายเกิดความน่าสนใจ กระตุ้นทางการมองเห็น รวมถึงเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ทันสมัยกับสินค้าและองค์กร จึงได้สรุปแนวคิดที่ว่า “หอมกรุ่น ทั่วคุ้งน้ำ” โดยทำการออกแบบ ต้นแบบอัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ให้มีความน่าสนใจและเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมาย และนำผลงานประเมินความพึงพอใจในผลงานออกแบบต่อไป

ผลจากการทำแบบประเมินความพึงพอใจในการออกแบบจากกลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไป จำนวน 100 คน เพื่อหาผลสรุปของประสิทธิภาพผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จากหัวข้อทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2.ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ 3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ และ 4. ด้านการออกแบบ ความสวยงาม พบว่ารูปแบบของผลงานมีความทันสมัย น่าสนใจ เนื้อหา รวมถึงภาพประกอบที่แสดงภาพลักษณ์ที่สวยงาม ทำให้เกิดการสื่อสารรับรู้ โดยผลประเมินความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับที่มาก ได้ผลคะแนนค่าเฉลี่ยที่ 4.40

ข้อเสนอแนะ

การออกแบบอัตลักษณ์นั้น ก่อนเริ่มทำงานออกแบบ ผู้จัดทำจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องนั้น ควรศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลให้ครบถ้วนและถูกต้อง ศึกษาเทคนิคการออกแบบต่าง ๆ และนำมาปรับใช้กับงานออกแบบของตนเอง ผู้จัดทำจะต้องมีการวางแผน และขั้นตอนการออกแบบ พร้อมทั้งกำหนดทิศทาง และลักษณะในการออกแบบของงานที่ชัดเจน ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบผลงานแบบที่สมบูรณ์ โดยการออกแบบอัตลักษณ์ควรที่จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งการออกแบบตราสัญลักษณ์ และสื่อต่าง ๆ ควรที่จะสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับคอนเซ็ปต์ และวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้ พร้อมทั้งการออกแบบที่เข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ผู้จัดทำจะต้องศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายด้วย เมื่อศึกษาและทำความเข้าใจเรียบร้อยแล้วก็จะเข้าสู่การร่างแบบต่าง ๆ เพื่อให้เห็นภาพรวมของงานทั้งหมดก่อนนำไปออกแบบจริง

สรุปผลการวิจัย

สรุปภาพรวมจากการวิจัยโครงการการออกแบบอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาอย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร โดยเริ่มต้นจากการหาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับองค์กร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ซึ่งมีการแสดงให้เห็นถึงสื่อต่าง ๆ ของวิสาหกิจ



ชุมชนปลาย่างบ้านนา ว่ามีสื่อที่ยังขาดความน่าสนใจ และเป็นเอกลักษณ์ เนื่องจากสื่อในรูปแบบเก่ายังขาดการสื่อสารทางด้านอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเลือกจัดทำกรออกแบบอัตลักษณ์ ให้มีความน่าสนใจ น่าจดจำ และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ ภายใต้แนวคิด “หอมกรุ่น หัวคิ่งน้ำ” ซึ่งแนวความคิดนี้จะสื่อสารถึง กลิ่นหอมของปลาที่ลอยฟุ้งไปทั่ว ในที่นี้ยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่ใช้ชีวิตตามวิถีชาวบ้าน ทั้งการจับปลา และภูมิปัญญาในการแปรรูป หลังจากศึกษาข้อมูลทั้งหมดได้ข้อสรุปของการออกแบบจนนำไปสู่กระบวนการออกแบบ

โดยมีขั้นตอนในการออกแบบ คือ 1. ในการทำแบบร่างเป็นขั้นตอนการร่างแบบด้วยคอมพิวเตอร์ โดยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่วิเคราะห์มาใช้ในการร่างแบบงานออกแบบประเภทต่าง ๆ ได้แก่ การออกแบบตราสัญลักษณ์ การออกแบบสื่อเพจเฟสบุ๊ค และการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ 2. เป็นขั้นตอนที่จะสามารถเห็นภาพรวมของการออกแบบได้ โดยการออกแบบจะสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน และขั้นตอนถัดไปเป็นขั้นตอนที่ 3. ในขั้นตอนนี้จะเป็นการออกแบบที่เกือบเหมือนจริง และเป็นผลงานออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์

สรุปผลการงานสำหรับการออกแบบอัตลักษณ์นี้ เป็นที่พึงพอใจตามแนวความคิด และเหตุผลสนับสนุนที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาย่างบ้านนา จังหวัดพิจิตร และยังคงเรื่องวัตถุประสงค์ในการนำเสนอที่มีการออกแบบที่น่าสนใจ น่าจดจำ และกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้รับรู้อัตลักษณ์ได้ ด้วยผลงานที่ได้สื่อสารออกมาครบตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

เอกสารอ้างอิง

จันทน์ อีระเวชเจริญชัย. (2560). การพัฒนาการถนอมและแปรรูปอาหารสุญไทยแลนด์ 4.0 *วารสารร่มพญักษ์*, 35(1), 55-70.

จันทิมา เพียรผล. (2561). *ช่องทางการตลาดปลาสาวย่างรมควัน*. กลุ่มเศรษฐกิจการประมง

กองนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาการประมง กรมประมง

ชมพู่ อิ่มโต. (2550). *การถนอมอาหาร*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

พชรพร วงษ์วาน. (2563). แนวทางการบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของจังหวัดเพชรบุรี.

วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 15(1), 100-111.

ภาณุวัฒน์ กาฬิบ, จันทนา อินสระ, และชนกนาล มะยูโซ๊ะ. (2564). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส

ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปปริทัศน์*, 9(2), 71-79.

มารุต พิเชษฐวิทย์. (2564). การออกแบบสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสารสกัดจากถั่งเช่า คอร์ดี โปร

บริษัท ไทย คอร์โดเซปส์ จำกัด จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปปริทัศน์*, 9(2), 64-70.

วราวุฒิ ครูส่ง. (2545). *การถนอมและแปรรูปอาหารด้วยความร้อนใน การถนอมและการแปรรูปอาหาร*.

นนทบุรุษ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิภาดา มุรินทร์พมาศ. (2561). *หลักการถนอมอาหารและแปรรูปอาหาร (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์

สุกฤตา หิรัณยขวลิต. (2554). กว่าจะมาเป็นบรรจุภัณฑ์ Background of Package. *วารสารนักบริหาร*, 31(2), 241.

เสรี พงศ์พิศ. (2552). *คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลัญญู

อัครพล ด่านทองกลาง. (31 มีนาคม 2565). *ลืมนัดต้องงานออกแบบอย่างไร*.

<https://www.beartheschool.com/share-1/2018/10/31>.