

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี



ปิ่นณัฏช รัตนพรพรรัตน์¹ และ ฉันทนา สุรัสวดี²

บทคัดย่อ

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนบ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา (2) เพื่อพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (3) สำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนารูปแบบแล้ว กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา จำนวน 10 คน บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับศูนย์การเรียนรู้ทั้ง 7 ศูนย์ ในชุมชนท่ามะนาว และตัวแทนจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และผู้บริโภค จำนวน 80 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแนวคำถามสำหรับใช้ในการสนทนากลุ่มกับกลุ่มแม่บ้านเพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนและอัตลักษณ์ของชุมชน แนวคำถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านตราสัญลักษณ์ แนวคำถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อประเมินค่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มีชดเชยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการวิจัยผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบ้านคลองเตื่อพัฒนานั้น มีรูปแบบอย่างง่าย พิเศษข้อความบรรยายสรรพคุณบนกระดาษธรรมดาติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ สินค้าบางประเภทเทอร์พอลงขวดน้ำพลาสติกที่ใช้แล้วโดยไม่มีแม่ฉลากสินค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ และแม้ว่าจะเคยมีหน่วยงานจากทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้ามาช่วยออกแบบสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับทางกลุ่มฯ แต่เนื่องจากทางกลุ่มฯ ไม่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นส่งผลให้เกิดการไม่ยอมรับแบบสัญลักษณ์ที่ออกแบบมา

เมื่อทีมวิจัยได้เข้าไปในชุมชนและสอบถามความต้องการของกลุ่มฯ พบว่า กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาที่มีความต้องการให้ทีมวิจัยออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม ซึ่งผลงานที่ออกแบบมาจากกระบวนการมีส่วนร่วมดังกล่าวสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มฯ ได้ชัดเจน ส่งผลให้เกิดการยอมรับและยังสร้างความภูมิใจให้กับกลุ่มฯ เป็นอย่างมาก และจากการสำรวจความพึงพอใจของทั้งกลุ่มแม่บ้านและผู้บริโภคต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์นั้นพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก และความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนของผู้บริโภคในด้านรูปร่าง สีที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าภาพประกอบที่ชัดเจน สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัยสวยงาม และดูโดดเด่นสะดุดตานั้นพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

คำสำคัญ : สินค้าชุมชน ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

สาขาวิชา ศิลปกรรม



ปิ่นณัฏช รัตนพรพรรัตน์

ผู้เขียนหลัก

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อีเมล : h2otantanod@yahoo.com

^{1,2} สาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร



The Model Development of the Community Products by Participatory Action Research Method Case Study : Household products of Baan Khlong Dua Pattana in Tambon Tha Manao, Amphoe Chai Badan, Lopburi Province

Pannat Tanaspansarrat¹ and Chantana Suratsawadee²

Field : Fine and Applied Arts

Abstract

The research on The Model Development of the Community Products by Participatory Action Research Method, the Case study : Household products of Baan Khlong Dua Pattana in Tambon Tha Manao, Amphoe Chai Badan, Lopburi Province was aimed to (1) find out the problems and determine the needs in developing product models for community products of the entrepreneurs of Baan Khlong Dua Pattana (2) to develop a logo and graphics on the packaging of community products using participatory action research method (3) to survey the customer satisfaction towards the product models which have been developed. The sample groups consist of 10 people from Khlong Dua Pattana housewives group, 8 personnel of Tha Manao Sub-district Administrative Organization (SAO) who are associated with the seven learning centers in Tha Manao Community and two representatives from PTT Public Company Limited. Purposive sampling was used as a tool for sampling. And 80 selected consumers who were the field-trip attendants at the Tha Manao Sub-district Administrative Organization (SAO) and the people in the area, were chosen by means of accidental sampling to assess their satisfaction with the logo and graphics on the packaging. The instruments used in the research were: guideline questions for discussion groups to explore the issues and the needs to develop the models of community products, guideline questions for the comments of logo experts, guideline questions for the comments of the experts on graphical formats on the packaging, and the questionnaire created to assess the consumers' satisfaction with the logos and graphics on the packaging. The data were analyzed by percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that before the research project, the community products of Baan Khlong Dua Pattana, Chai Badan District, Lopburi province, have simple forms; the product details were only described in text forms and typed on plain paper affixed to the products; some types of products were poured into used plastic water bottles, even without any labels resulting in lack of product credibility. Although there are organizations from both public and private sectors helping the group in designing logos and packaging graphics, they did not accept the designed logos because they did not participate in expressing their own ideas.

When the research team entered the community and inquired the needs of the Khlong Dua Pattana group, they then would like the research team to design the logos and graphics on the packaging, using a participatory process, and the designs from such participatory process reflected clear identity of the group, resulting in the great recognition and immense pride of the group. From satisfaction surveys on logo designs, it showed a satisfaction with high level, and a satisfaction with the graphics on the packaging of household consumers products: shapes, colors appropriate to the nature of the products, clear illustrations which can add value, reliability, safety, beauty and prominence, it was found that the consumers' satisfaction was at the high level .

Keywords : Community products, Household products, Participatory Action Research



Pannat Tanaspansarrat

Corresponding Author

Faculty of Humanities and Social Sciences,

Phranakhon Rajabhat University

Email : h2otantanod@yahoo.com

^{1,2} Department of Fine Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University

1. บทนำ

สาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ได้กล่าวถึงการพัฒนาประเทศที่สำคัญ ได้แก่ การเสริมสร้างทุนสังคม ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยสู่สังคมคุณภาพ เกื้อกูลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน มีระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงานบนพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเอง โดยการสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีอาชีพ ความเป็นอยู่ที่ดี มีงานทำ มีรายได้ นำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างมูลค่าผลิตเป็นสินค้าชุมชนจำหน่าย เกิดการสานต่อโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ชุมชนได้รวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนในหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และความสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ โดยได้จัดโครงการ “รักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบลวิถีพอเพียง” ขึ้นเพื่อนำทั้งสองปรัชญามาผสมผสานกันให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด ในปีพ.ศ. 2554 ได้ให้การสนับสนุนกลุ่มชุมชนตำบลท่ามะนาว โดยการให้ความรู้แก่คนในชุมชน มีศูนย์การเรียนรู้ในชุมชนจำนวน 7 ศูนย์การเรียนรู้ (ที่มงานวิจัยชาวบ้าน, 2555) กลุ่มบ้านคลองเตื่อพัฒนาเป็นกลุ่มคนในชุมชนจำนวน 10 คน ในตำบลท่ามะนาวที่รวมตัวกันเพื่อผลิตสินค้าชุมชนจากวัตถุดิบในท้องถิ่นประเภทสมุนไพรที่มีในท้องถิ่น ทำผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เช่น สบู่ ยาสมุนไพร แชมพู ครีมนวด น้ำยาล้างจาน เป็นต้น

จากการลงพื้นที่ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี เมื่อเดือนตุลาคม 2556 ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบ้านคลองเตื่อพัฒนา ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงกว้างนั้นอาจเนื่องมาจากตัวผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนยังไม่มีตราสัญลักษณ์ ไม่มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจได้และเกิดภาพจดจำสินค้าที่ดีได้ ภาพรวมเดิมของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว มีเพียงพิมพ์ข้อความบรรยายสรรพคุณบนกระดาษธรรมดาติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สินค้าบางประเภทเทบรรจุลงขวดน้ำพลาสติกที่ใช้แล้วโดยไม่มีแม้แต่ฉลากสินค้าทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ

จากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว และกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาพอสรุปได้ว่า เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาวนั้นเป็น 1 ใน 84 ตำบลวิถีพอเพียงที่อยู่ภายใต้โครงการของ ปตท. ทำให้มีหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสำคัญ โดยได้เข้ามาช่วยพัฒนา

ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนหลายครั้ง หากแต่เป็นการช่วยเหลือในลักษณะของการมองดูปัญหาจากมุมมองของคนภายนอก แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเองในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการทำงาน ทำให้เกิดการไม่ยอมรับในกลุ่มแม่บ้านฯ เมื่อหน่วยงานดังกล่าวกลับไป ทางกลุ่มแม่บ้านฯ ก็ไม่ได้ใช้ทั้งตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้าที่นั้น (วสันต์ ดอนชัย, 2556; สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า หากกลุ่มแม่บ้านฯ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและการสร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเองก็อาจจะทำให้ทราบถึงปัญหาและแก้ปัญหาได้ตรงจุดจนเกิดรูปแบบใหม่ๆ ของผลงานที่มาจากความคิดเห็นของคนในกลุ่ม ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของตนเองอย่างแท้จริง อันจะส่งผลให้คนในกลุ่มในชุมชนได้ตระหนักถึงคุณค่าและเกิดความภาคภูมิใจร่วมกัน และจากผลการศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมฯ พบว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ คือ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่า ควรทำอะไร และทำอย่างไร การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการฯ โดยเป็นการสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมถึงได้ประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค (เอกวิทย์ นวเศรษฐ, 2554 อ้างจาก Cohen, J.M. and Uphoff, 1981)

ดังนั้นในงานศึกษาคั้งนี้ จึงสนใจพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทของใช้ในครัวเรือนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้มีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น สวยงาม เป็นที่จดจำ บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของกลุ่มแม่บ้านฯ และแสดงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

2.3 เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัว

เรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

3. ขอบเขตของการศึกษา

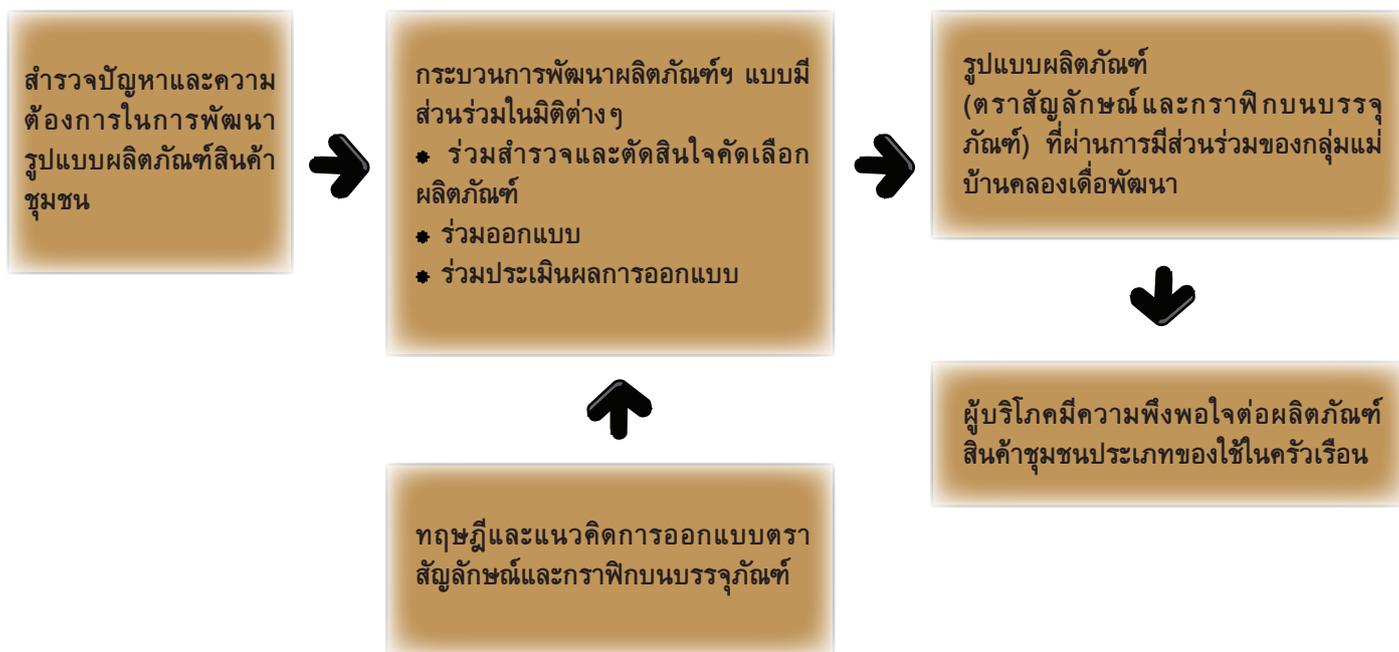
งานวิจัยนี้เป็นวิจัยประยุกต์เน้นการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนมีทั้งการสำรวจและการออกแบบ มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

3.1 ขอบเขตของประชากร

3.1.1 ประชากร คือ กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี จำนวน 10 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว จำนวน 15 คน และผู้บริโภคนจำนวน 150 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ แม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี จำนวน 10 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว จำนวน 8 คน ตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน และผู้บริโภค คือ ชาวบ้านชุมชนตำบลท่ามะนาวและผู้ที่มาศึกษาดูงานของศูนย์การเรียนรู้ที่องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 80 คน

4. กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทีมวิจัย อาจารย์ และชุมชน ข้อมูลที่ศึกษาในการดำเนินการดัง ต่อไปนี้

3.2 ขอบเขตของเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ขอบเขตของเนื้อหา คือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ซึ่งหมายถึง การออกแบบตราสัญลักษณ์และออกแบบกราฟิกบนผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบ้านคลองเตื่อพัฒนา จำนวนทั้งสิ้น 12 รายการ ได้แก่

- 3.2.1 น้ำยาซักผ้าขนาด 900 ml.
- 3.2.2 น้ำยาซักผ้าขนาด 2,000 ml.
- 3.2.3 น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเช้าขนาด 900 ml.
- 3.2.4 น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเช้าขนาด 2,000 ml.
- 3.2.5 น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเย็นขนาด 900 ml.
- 3.2.6 น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเย็นขนาด 2,000 ml.
- 3.2.7 น้ำยาล้างจานสูตรผสมมะกรูดจานขนาด 500 ml.
- 3.2.8 ครีมอาบน้ำสูตรขมิ้นขนาด 400 ml.
- 3.2.9 ครีมอาบน้ำผสมขมิ้นขนาด 950 ml.
- 3.2.10 สบู่สมุนไพรสูตรขมิ้นขนาด 50 ml.
- 3.2.11 สบู่สมุนไพรสูตรว่านหางจระเข้ขนาด 50 ml.
- 3.2.12 ครีมพอกหน้าสูตรขมิ้น

5.1 ข้อมูลที่ศึกษา

- 1) ข้อมูลด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ศึกษาครั้งนี้เป็นชุมชนตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี
- 2) ประชากร คือ กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรีจำนวน 10 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว จำนวน 15 คน ตัวแทน

จากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และผู้บริโภคร คือ ชาวบ้านชุมชนตำบลท่ามะนาว และผู้ที่มาศึกษาดูงานของศูนย์การเรียนรู้ที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว ที่มาซื้อสินค้าเฉลี่ยภายในเดือนธันวาคม 2557 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เดือนละ 150 คน

3) กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา จำนวน 10 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 8 คน ตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน เลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) และผู้บริโภคร จำนวน 80 คน ซึ่งเป็นผู้มาศึกษาดูงานที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว และผู้ที่อยู่ในพื้นที่โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่ม

ตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

4) ผลลัพธ์ที่สินค้าชุมชนจำนวนทั้งสิ้น 12 รายการ

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

- 1) ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับกลุ่มแม่บ้าน
- 2) ประเด็นคำถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
- 3) แบบสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา และผู้บริโภครต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนบ้านคลองเตื่อพัฒนา ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยและเครื่องมือ/กิจกรรม

กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย	เครื่องมือ/กิจกรรม
<p>1. กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาจำนวน 10 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว จำนวน 8 คน และตัวแทนจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)</p>	<p>1.1 ใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทำความเข้าใจในโครงการฯ แผนงาน และระดมความคิดเห็นโดยใช้คำถามในการสนทนากลุ่ม เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนแบบมีส่วนร่วม</p> <p>1.2 คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านฯ บุคลากรของอบต.ท่ามะนาว และตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)</p> <p>1.3 ผู้วิจัยอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของตราสัญลักษณ์แก่กลุ่มแม่บ้านฯ บุคลากร อบต.ฯ ต่อจากนั้นได้มีส่วนร่วมในการหาอัตลักษณ์ของกลุ่มด้วยประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus group)</p> <p>1.4 ผู้เข้าร่วมวิจัยร่วมกันคัดเลือกลักษณะของภาพประกอบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์และลักษณะของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท</p> <p>1.5 ผู้วิจัย กลุ่มแม่บ้านฯ บุคลากร อบต.ท่ามะนาวและตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ร่วมกันออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์</p>
<p>2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสัญลักษณ์ จำนวน 2 คน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทองเจือ เขียดทอง จากภาควิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี - คุณประจัญ คงเจริญพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัทไพโรชายส์กราฟิก จำกัด <p>ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 คน คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปาริชาติ รัตนพล จากภาควิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร - คุณสิวลี ศิลปวารศาสตร์ นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ปฏิบัติการ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก 	<p>2.1 แนวคำถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านตราสัญลักษณ์</p> <p>2.2 แนวคำถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์</p>
<p>3. กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา จำนวน 10 คน บุคลากร อบต.ท่ามะนาว จำนวน 8 คน ตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน และผู้บริโภคร จำนวน 80 คน จากชาวบ้านชุมชนตำบลท่ามะนาวและที่มาศึกษาดูงานในศูนย์การเรียนรู้ที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว</p>	<p>3.1 แบบสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านและผู้บริโภครที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน</p>

5.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 สรรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของบ้านคลองเตื่อพัฒนา

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนบ้านคลองเตื่อพัฒนา เพื่อศึกษาบริบท สภาพวิถีการดำเนินชีวิต และอาชีพของกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาซึ่งส่วนใหญ่ทำเกษตรกรรม

2. ลงพื้นที่พบกลุ่มชุมชน จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทำความเข้าใจโครงการฯ และแผนงานวิจัย มีกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาและผู้แทนจากส่วนราชการ คือ กลุ่มสมาชิกจากองค์การบริหารส่วนตำบล โดยผู้วิจัยคัดเลือกจากผู้เกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่ดูแลศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิเคราะห์สำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา

3. จัดเวทีสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน บ้านคลองเตื่อพัฒนาโดยมีผู้เข้าร่วมคือ กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา จำนวน 10 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว จำนวน 8 คน และตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน ที่องค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557 (ขั้นความต้องการในการออกแบบ-Design refinement)

4. ผู้วิจัย กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา สมาชิกส่วนองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาวและผู้แทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ร่วมกันคัดเลือกผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ที่เข้าร่วมโครงการฯ

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนแบบมีส่วนร่วม

1. ผู้วิจัยให้ความรู้กับกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา จำนวน 10 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาวจำนวน 8 คน และตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 คน ที่องค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2557 เรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์ด้านต่างๆ ดังนี้ คือ ประเภทของสัญลักษณ์ คุณลักษณะที่ดีของสัญลักษณ์ อารมณ์และสี เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและสามารถเลือกประเภทของสัญลักษณ์ กลุ่มสีที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนเอง เรื่องการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านองค์ประกอบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่จำเป็นของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ภาพประกอบสำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านฯ มีแนวคิดในการตัดสินใจ เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อระดมความคิดเห็นโดยใช้เครื่องมือ

และการเก็บรวบรวมข้อมูล มีประเด็นคำถามเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่สำคัญของบ้านคลองเตื่อพัฒนา และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มฯ จากนั้นให้กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลฯ ผู้แทนจากหน่วยงาน ปตท. ร่วมระดมความคิดเห็นและนำเสนอในเวทีการสนทนากลุ่ม

สรุปอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา โดยเรียงจากลำดับความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด จากนั้นกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้วิจัยร่างภาพสัญลักษณ์จากการมีส่วนร่วมของกลุ่มและเลือกอารมณ์ของสี (Mood and Tone) ที่มีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกับกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา คือ กลุ่มสีที่เป็นชนบท (ดูพอเพียง ธรรมชาติ เรียบง่าย อ่อนโยน)

ส่วนกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ใช้ประเด็นคำถามให้กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนาและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ร่วมกันระดมความคิดว่า ภาพประกอบแบบใดที่มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนฯ จะใช้ภาพประกอบเหมือนจริง (Realistic) ภาพตัดทอน (Distortion) หรือแบบนามธรรม (Abstract) ควรใส่รายละเอียดอะไรบ้างบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ชนิดใดมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนของบ้านคลองเตื่อพัฒนา หาข้อสรุปและนำเสนอในเวทีการสนทนากลุ่ม จากนั้นผู้วิจัยร่วมกับกลุ่มแม่บ้านฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลที่ได้จากการสรุปจากเวทีสนทนากลุ่มมา ร่วมกันออกแบบร่าง (Preliminary design)



ภาพที่ 1 การมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัย กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา บุคลากรอบต.ท่ามะนาว และตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

3. จากนั้นผู้วิจัยนำแบบร่าง (Preliminary design) จากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนไปออกแบบต่อในขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ชั้นออกแบบ (Sketch design)



ภาพที่ 2 ชั้นออกแบบ (Sketch design)

3.2 ชั้นการเลือกและตัดสินใจ (Selection)
ผู้วิจัย กลุ่มแม่บ้านฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการเลือกแบบจากชั้นออกแบบเพื่อให้ผู้วิจัยนำไปพัฒนาในลำดับถัดไป

3.3 ชั้นการพัฒนาแบบ (Develop design)
ผู้วิจัยทำการพัฒนาแบบที่ได้จากกระบวนการมีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกของกลุ่มแม่บ้านฯ และผู้ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 3 ชั้นการพัฒนาแบบ (Develop design)

จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์จำนวน 2 ท่านเลือกสัญลักษณ์จากการพัฒนาแบบที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สินค้าในครัวเรือนในเรื่องของสี ความเป็นเอกลักษณ์ ความสวยงามโดดเด่น สะดุดตาน่าจดจำ และให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 ท่านเลือกกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมด้านการใช้ภาพประกอบ สี สัน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือ ความสะดวกปลอดภัย

ผู้วิจัยนำแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือกมาปรับแก้ตามความคิดเห็น

3.4 ขั้นตอนการออกแบบสุดท้าย (Design finalization)

เมื่อได้แบบสุดท้ายแล้ว ผู้วิจัยจัดเวทีนำเสนอผลงาน องค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2557 เพื่อนำเสนอตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้กลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และตัวแทนจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้มีส่วนร่วมเลือกแบบครั้งสุดท้าย

3.5 งานขั้นสุดท้าย (Final design)

ผู้วิจัยนำความคิดเห็นจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และตัวแทนจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มเลือก



ภาพที่ 4 ขั้นตอนการออกแบบสุดท้าย (Design finalization)

สัญลักษณ์แบบที่ 1 และปรับสีของตัวอักษรให้เป็นสีน้ำตาลเพื่อสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแม่บ้านฯ จากนั้นนำเสนองานขั้นสุดท้าย แล้วส่งมอบงานให้กับกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2557 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

สรุปขั้นตอนการพัฒนาตราสัญลักษณ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการการมีส่วนร่วม



ภาพที่ 5 การพัฒนาตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 3 สํารวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน

1. สร้างเครื่องมือสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนที่ได้รับการพัฒนาแล้ว
2. สํารวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน
3. วิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจากแบบสอบถาม โดยนำมาแจกแจงความถี่ หาค่ามัธยฐาน เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
4. ขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็เพื่อพัฒนาพบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มบ้านคลองเต็ยังใส่ในขวดน้ำดื่ม ไม่มีตราสัญลักษณ์ ฉลากที่บอกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มแม่บ้านคลองเต็พัฒนาต้องการให้ทีมวิจัยช่วยพัฒนา



ภาพที่ 6 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มแม่บ้านฯ

ตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่ม โดยวิธีวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

6.2 ผลการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน พบว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนบ้านคลองเต็พัฒนา คือ ต้นมะเดื่อ ลูกมะเดื่อ โด้งแม่ น้ำหักศอกที่ไหลผ่านหมู่บ้าน ความเป็นตัวแทนที่โดดเด่นของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็ และใช้ชื่อว่า แอว์คลองเต็ เพราะป่าแอว์เป็นผู้นำกลุ่มและเป็นผู้ชักชวนสมาชิกคนอื่น ๆ เข้าร่วมกลุ่ม

ตารางที่ 2 ข้อมูลแสดงความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ชุมชน	4.5	0.6	พึงพอใจมาก
เป็นตัวแทนของสินค้าชุมชน	4.4	0.7	พึงพอใจมาก
สีสันทันมีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน	4.5	0.7	พึงพอใจมาก
สามารถจดจำได้	4.4	0.7	พึงพอใจมาก
โดดเด่นสะดุดตา	4.4	0.7	พึงพอใจมาก
รวม	4.4	0.7	พึงพอใจมาก

ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ในครัวเรือนใช้ชื่อว่า Alivy ที่เพี้ยนเสียงมาจาก “แอ้ว” ซึ่งสมาชิกในกลุ่มฯ เห็นว่า มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม 2 สูตร น้ำยาล้างจาน สำหรับภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านตัดสินใจให้ใช้ภาพประกอบเหมือนจริง (Realistic) ที่เกิดจากภาพถ่ายและภาพวาด โดยมีผลงานดังนี้

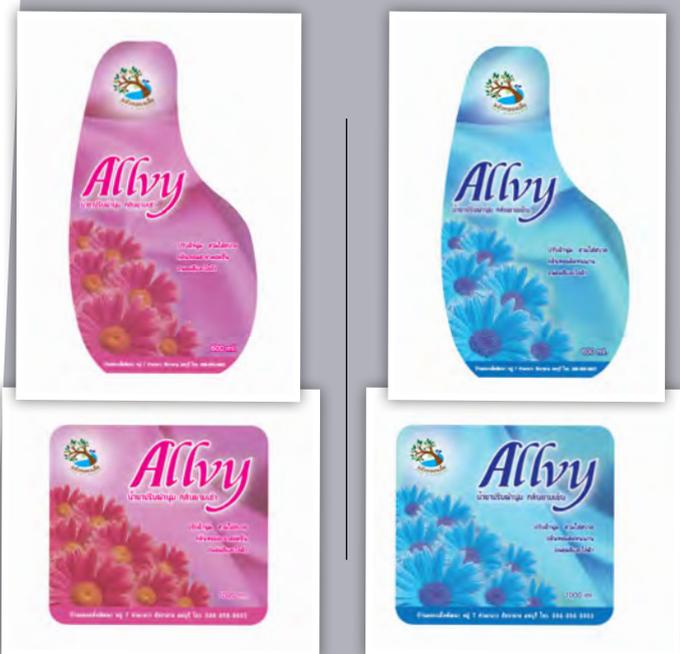


ภาพที่ 7 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาซักผ้าขนาด 900 ml. และ 2,000 ml.



ภาพที่ 10 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจานขนาด 500 ml.

ส่วนผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย เช่น ครีมอาบน้ำ สบู่ สบู่สมุนไพร 2 สูตร และครีมพอกหน้าสบู่สมุนไพรใช้ชื่อว่า Allena ที่เพี้ยนเสียงมาจากแอ้วผู้นำของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็อเช่นเดียวกัน ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ใช้เป็นภาพเหมือนจริงที่เป็นภาพวาด โดยมีผลงานดังนี้



ภาพที่ 8 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มกลิ่นยามเช้าขนาด 900 ml. และ 2,000 ml.

ภาพที่ 9 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่มกลิ่นยามเย็นขนาด 900 ml. และ 2,000 ml.



ภาพที่ 11 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำสูตรผสมขมิ้น ขนาด 400 ml. และ 950 ml.



ภาพที่ 12 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่สูตรผสมขมิ้น

ภาพที่ 13 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่สูตรผสมว่านหางจระเข้



ภาพที่ 14 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ครีมพอกหน้าสูตรผสมขมิ้น ขนาด 50 ml.



ภาพที่ 15 ภาพผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ที่ได้รับการพัฒนา

ตารางที่ 3 สรุปความพึงพอใจต่อการออกแบบในทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็ย และกลุ่มผู้บริโภค

ความพึงพอใจ	รูปร่างเหมาะสม	สีสันทองการฟัก	ภาพประกอบชัดเจน	กราฟิกเหมาะสม	สร้างมูลค่าเพิ่ม	น่าเชื่อถือ ปลอดภัย	โดดเด่น สะดุดตา	เฉลี่ยรวม X	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
น้ำยาซักผ้า 900 ml.	4.5	4.5	4.4	4.3	4.3	4.2	4.5	4.4	0.6	พึงพอใจมาก
น้ำยาซักผ้า 2,000 ml.	3.9	3.6	3.7	3.9	3.9	3.8	3.8	3.8	0.7	พึงพอใจมาก
น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเช้า 900 ml.	4.3	4.4	4.2	4.3	4.3	4.3	4.3	4.3	0.6	พึงพอใจมาก
น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเช้า 2,000 ml.	3.8	3.8	3.7	3.8	3.8	3.9	3.9	3.8	0.6	พึงพอใจมาก
น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเย็น 900 ml.	4	4	4	4	4.1	4	4.3	4.1	0.6	พึงพอใจมาก
น้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรยามเย็น 2,000 ml.	3.5	3.7	3.8	3.9	3.8	3.8	4	3.8	0.6	พึงพอใจมาก
น้ำยาล้างจานสูตรผสมมะกรูด 500 ml.	4.3	4.5	4.4	4.4	4.4	4.3	4.5	4.4	0.6	พึงพอใจมาก
ครีมอาบน้ำสูตรขมิ้น 400 ml.	3.9	3.8	4	3.8	3.9	3.9	4.2	4.5	0.7	พึงพอใจมาก
ครีมอาบน้ำสูตรขมิ้น 950 ml.	4.2	4.2	4.2	4.4	4.2	4.3	4.4	4.5	0.6	พึงพอใจมาก
สบู่สมุนไพรสูตรขมิ้น	4.1	4.1	4.4	4.4	4.2	4.3	4.4	4.5	0.6	พึงพอใจมาก
สบู่สมุนไพรสูตรว่านหางจระเข้	4.3	4.3	4.4	4.2	4.4	4.2	4.6	4.5	0.6	พึงพอใจมาก
ครีมพอกหน้าสูตรขมิ้น	4.3	4.3	4.4	4.3	4.3	4.1	4.5	4.5	0.6	พึงพอใจมาก
เฉลี่ยรวม	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.1	4.3	4.5	0.6	พึงพอใจมาก

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของสินค้าชุมชนอยู่ในระดับมากทุกรายการในทุกประเด็น

7. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเต็ยพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) สำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจปัญหานั้นพบว่า กลุ่มแม่บ้านคลองเต็ยพัฒนายังไม่มีตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจน เนื่องจากที่ผ่านมาเคยมีหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนมาออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้

แต่กลุ่มฯ ไม่ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบ ทางกลุ่มฯ จึงไม่ได้ใช้ตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นั้น แต่ยังคงกลับไปบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่ขวดน้ำดื่มพลาสติกใช้แล้วเช่นเดิม ทางกลุ่มฯ จึงต้องการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของตนเอง

2) ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้า ทางกลุ่มแม่บ้านคลองเต็ยพัฒนา และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลที่เป็นผู้รับผิดชอบศูนย์การเรียนรู้ และตัวแทนจาก บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) นั้นได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบทุกขั้นตอน ทำให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ที่กลุ่มต้องการ ส่งผลให้เกิดการยอมรับตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ตนเองได้ร่วมออกแบบ

3) ส่งผลให้ทั้งกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มแม่บ้านมีความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนที่ได้รับการพัฒนาแล้วอยู่ในระดับมาก

8. อภิปรายผล

ผลการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเต็พัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี มีดังนี้

1. การสำรวจปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็พัฒนา พบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มบ้านคลองเต็ฯ ยังใส่ในขวดน้ำดื่มไม่มีตราสัญลักษณ์ ผลากที่บอกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคเท่าที่ควร การออกแบบตราสัญลักษณ์นั้นมีเป้าหมายเพื่อเป็นการสื่อ เพื่อเตือนความทรงจำและทำให้เกิดผลด้านการสื่อความหมายต่อสาธารณชนได้ง่ายขึ้น (ทองเจือ เขียดทอง, 2547) หากทว่าตราสินค้านั้น ควรสะท้อนอัตลักษณ์ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ยรรยง สิ้นธุ์งาม (2548) ที่ได้เสนอแนวคิดในการออกแบบผลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ว่า ควรคำนึงถึงตราสัญลักษณ์หรือชื่อของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบด้วยตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิตให้มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม และจดจำง่าย

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเป็นการออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยกลุ่มแม่บ้านคลองเต็พัฒนา และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลผู้รับผิดชอบศูนย์การเรียนรู้ได้มีส่วนร่วมในการค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มแม่บ้านฯ และออกแบบให้สอดคล้องมีความเป็นตัวแทนที่โดดเด่นของกลุ่มฯ ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกันกับ ประชิต ทินบุตร (2531) ที่กล่าวไว้ว่า ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต ได้แก่ การใช้สี การใช้กราฟิก และภาพประกอบที่สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ได้ดี การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ได้ใช้กระบวนการออกแบบตามข้อเสนอของ วรธรรณา กัลยาสาย (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานนั้น ต้องคำนึงถึงตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สัญลักษณ์ของกลุ่ม ตลอดจนรายละเอียดของข้อมูลที่มาส่วนประกอบที่สำคัญเพื่อสร้างความโดดเด่นให้ตัวผลิตภัณฑ์จดจำง่ายโดยการดำเนินการแบบมีส่วนร่วม สมาชิกจะช่วยกันเสนอรูปแบบที่ต้องการก่อน เมื่อฝ่ายออกแบบทำการออกแบบแล้วจึงนำไปพิจารณากันในกลุ่มฯ จนเป็นที่พอใจ จึงจะนำมาใช้ได้ เรื่องของสีก็มีผลต่อภาพลักษณ์ของกลุ่มฯ และตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

ส่วนการออกแบบกราฟิก (Graphic design) บนบรรจุภัณฑ์เป็นการสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารสื่อความหมายความเข้าใจที่ให้ผลทางด้านจิตวิทยา (Psychological effects) ต่อผู้บริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึง

สรรพคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดความทรงจำบุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต (เช่น ชื่อ แอ้วคลองเต็) การออกแบบสัญลักษณ์ และเนื่องจากกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นเสมือนตั้งอัตลักษณ์ของกลุ่มฯ (เช่น รูปต้นมะเดื่อ) สมาชิกภายในกลุ่มฯ จึงควรเป็นผู้สร้างซึ่งจะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ เห็นคุณค่าและอยากจะทำพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อ อันจะนำมาซึ่งความยั่งยืนอย่างแท้จริงต่อไป

3. การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็พัฒนาและผู้บริโภค

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านคลองเต็พัฒนาและกลุ่มผู้บริโภคอยู่ในระดับมากและหากผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนนั้นได้รับความช่วยเหลือและความร่วมมือเป็นอย่างดีจากกลุ่มแม่บ้านคลองเต็พัฒนาและผู้ที่เกี่ยวข้อง และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนอกจากตราสินค้านี้คือ กลุ่มบ้านคลองเต็ฯ มีความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ของตนเองค่อนข้างมาก อาจเนื่องมาจากขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ฯ ทุกกระบวนการกลุ่มแม่บ้านฯ และผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการออกแบบทั้งรายละเอียดที่ใสบนบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบ ตลอดจนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับข้อเสนอของ ชอบ เข้มกัลดี และโกวิทย์ พวงงาม ว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นศึกษาชุมชน การวิเคราะห์ปัญหา ศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหา วางแผนและดำเนินการ เพื่อแก้ไขปัญหา ย่อมทำให้สมาชิกในชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (ชอบ เข้มกัลดี และโกวิทย์ พวงงาม, 2547) กระบวนการทำงานทุกขั้นตอนที่ชุมชนได้มีส่วนร่วมนั้น จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเข้มแข็ง ตรงกับทัศนะของอุไรวรรณ ทองแกมแก้ว และชูศักดิ์ ทองแกมแก้ว (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การรวมกลุ่มร่วมกันคิด ร่วมในการศึกษา ร่วมกำหนดและร่วมกันปฏิบัตินั้นสามารถทำให้งานต่างๆ ลุล่วงสำเร็จได้ ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน นับเป็นการทำงานที่มีส่วนร่วมที่ดี และยังทำให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ มีความเป็นเจ้าของ และมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในส่วนของกระบวนการวิจัยที่นำมาใช้ก็เป็นไปตามข้อเสนอของ พันธุ์ทิพย์ รามสูตร (2540) ที่ได้กล่าวถึงการวิจัยแบบมีส่วนร่วมว่า เป็นกลวิธีที่สนับสนุนความพยายามของบุคคลและกลุ่มบุคคลที่จะพัฒนาให้เกิดความเข้าใจในปัญหาสังคมอย่างจริงจังระหว่างผู้วิจัยภายนอกกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักวิจัยภายใน โดยมีขั้นตอนกระบวนการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม โดยสรุปดังนี้

1. การค้นหาปัญหา/ความต้องการร่วมกันโดยความร่วมมือของผู้วิจัยตลอดกระบวนการ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการวิจัย และพัฒนาความเข้าใจปัญหาและปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่เกี่ยวข้องทั้งในแง่สังคมวัฒนธรรมร่วมกัน

3. การปฏิบัติภาระระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการวิจัย การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชุมชนจะบังเกิดผลได้ เมื่อมีการเรียนรู้ร่วมกันจากการกระทำทั้งนักพัฒนาและสมาชิกในชุมชนนั้นๆ

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมจึงกลายเป็นกระแสหลักในการพัฒนาสังคมของทุกประเทศ (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, 2554) และสอดคล้องกับที่ ศศิวิมล จุลศิลา (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วม ชี้ให้เห็นว่า ขั้นตอนเหล่านี้จะทำให้คนในชุมชนส่วนใหญ่รู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้มีส่วนร่วม

9. ข้อเสนอแนะแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเต็พัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรีนั้น มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์ โดยควรนำกระบวนการมีส่วนร่วมของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ทั้งการออกแบบสัญลักษณ์และการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นั้นไปใช้ในพื้นที่ชุมชนอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกับชุมชนท่ามะนาว เพื่อกลุ่มแม่บ้าน ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ จะได้มีความภาคภูมิใจในผลงานของตนเอง ซึ่งสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้ อันจักส่งผลต่อการยอมรับและก่อให้เกิดการใช้ผลงานอย่างต่อเนื่อง และหลังจากได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนจากกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้เป็นที่รู้จักแล้ว ควรมีการวิจัยผลสัมฤทธิ์ของผลงานการออกแบบนี้ว่า สามารถส่งเสริมการขายได้มากน้อยเพียงใดอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- ชอบ เข้มกลัด และโกวิท พวงงาม. 2547. การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเชิงประยุกต์. กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์เสมาธรรม. ทองเจือ เขียดทอง. 2547. การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์สุภาพใจ.
- ทิพย์สุดา ปทุมานนท์. 2535. การจัดองค์ประกอบและที่ว่างในงานออกแบบพื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ; กราฟิกันแอนด์พับลิเคชัน. ทีมงานวิจัยชาวบ้าน. 2555. การพัฒนาครัวเรือนเพื่อการพึ่งพาตนเอง ตำบลท่ามะนาว. ลพบุรี. ม.ป.ท.
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ; โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.
- พันธุ์ทิพย์ रामสูตร. 2540. การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ; พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- ยรรยง สินธุ์งาม. 2548. การออกแบบฉลากหรือกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์. ฤทส.วารสาร/วิชาการปริทัศน์. หน้า13.
- วรรณณา กัลยาสาย และคณะ. 2552. โครงการแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของของกลุ่มพัฒนาอาชีพบ้านคำแสนราชเหนือ ตำบลแสนสุข อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. วสันต์ ดอนชัย. นายกองดีการบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว. การสัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2556.
- ศศิวิมล จุลศิลา. 2551. การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: การประยุกต์ใช้กระบวนการเอไอซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555—2559.
- สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏกระทรวงศึกษาธิการ และสำนักมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. 2545. หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการจัดการและการประเมินโครงการชุดวิชาการวิจัยชุมชน. นนทบุรี; เอส. อาร์. พรินติ้งแมสโปรดักส์จำกัด.
- อุไรวรรณ ทองแกมแก้ว และชูศักดิ์ ทองแกมแก้ว. 2552. รายงานการวิจัยแบบมีส่วนร่วมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากพืชในท้องถิ่นเพื่อแปรรูปเป็นอาหาร เครื่องสำอาง น้ำยาทำความสะอาด และกิจกรรมนันทนาการ. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- เอกวิทย์ นวเศรษฐ. 2554. การศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมในการวางผังชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนโพธิ์โมสต์และชุมชนทรัพย์สินพัฒนา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.