

การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยม้วนสอดไส้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิต
เกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรสระแก้ว
วุฒิชัย วิธาพานัง^{1*}

Logo and packaging design of banana stuffed rolls of processed organic and
herbs products community enterprise group, Lalu, Sa Kaeo Province
Wuttichai Withatanang^{1*}

^{1*} คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

^{1*} Faculty of Industrial Technology, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under The Royal Patronage

* Corresponding author. E-mail address: Wutti_jin@hotmail.com

received: May 3, 2021

revised: September 10, 2021

accepted: October 12, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรสระแก้ว เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการออกแบบ 2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยม้วนสอดไส้ กลุ่มแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรสระแก้ว 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและกลุ่มผู้บริโภคเพื่อประเมินความพึงพอใจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามและแบบบันทึกสนทนาในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ มีการใช้สีที่ความเหมาะสม มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม มีความสวยงามโดดเด่น มีความเรียบง่าย สามารถผลิตใช้งานได้จริง และมียอดประกอบที่กลมกลืน โดยได้ผ่านการประเมินและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้งานในลักษณะต่าง ๆ เช่น สติกเกอร์ บรรจุภัณฑ์ หรือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบขึ้นใหม่ พบว่า ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.65$) ประกอบด้วย ใช้งานง่าย สะดวกสบาย มีรูปทรงขนาดที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ แข็งแรง มีคุณภาพ และปลอดภัย ด้านกราฟิก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.67$) ประกอบด้วย สื่อสารรายละเอียดของข้อมูลได้ครบถ้วน รูปแบบมีสีสันสวยงามเหมาะสม กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจ และ รูปแบบกราฟิกมีความโดดเด่นแปลกใหม่ ด้านการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.65$) ประกอบด้วย สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด สร้างความประทับใจ จดจำง่าย แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ มีความโดดเด่น แปลกใหม่และร่วมสมัย ผลรวมการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.65$)

คำสำคัญ: ตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ กล้วยม้วนสอดไส้

ABSTRACT

The objectives of this study were 1. to study the information of Processed Organic and Herbs Products Community Enterprise Group, Lalu, Sa Kaeo Province to use the information in the design, 2. to design the logo and packaging of banana stuffed rolls of Processed Organic and Herbs Products Community Enterprise Group, Lalu, Sa Kaeo Province, and 3. to study consumer satisfaction with the newly designed packaging model using an action research process with community participation. The sample group was manufacturers and experts in design and consumer satisfaction assessments. The research instruments were interview form, questionnaire, and conversation form to collect data. The research found that the newly logo design had appropriate color use, a unique identity, outstanding beauty, simplicity, productivity, functionality, and harmonious composition. The designs have been evaluated and considered by design experts who are suitable for use in a variety of applications, such as stickers, packaging, or various online and print media. The results of assessing consumer satisfaction with the newly designed packaging design showed that the packaging structure was the most satisfying, with an average of ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.65). It consisted of ease of use, convenience, shape, size, efficiency, strength, quality, and safety. Graphics were satisfied at the highest level, with an average of ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.67). It consisted of a complete information communication format, a well-designed color scheme, attractive packaging graphics, and a unique design. Marketing satisfaction was at a high level with an average of ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.65). It consisted of a product prominently, impressively, easily recognizable, unique, distinctive, innovative, and contemporary. The overall satisfaction of the new packaging designs was at a high level with an average of ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.65).

Keywords: Logo, Packaging, Banana stuffed rolls

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมีระบบในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น ที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อเพิ่มผลผลิตให้กับชุมชนในระดับฐานราก บนฐานของการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ มาใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สามารถทำให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ ด้วยการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รัฐบาลได้มองเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้มีแบบแผนในการพัฒนาประเทศ ที่เน้นไปที่ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในประเทศ ให้มีอาชีพและรายได้ผ่านทางโครงการต่าง ๆ ที่จัดตั้งขึ้น โดยมีหน่วยงานของ รัฐบาลเป็นผู้กำกับดูแล อาทิ เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำเอา วัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ มาพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นผลผลิตและสามารถสร้างสรรค์ พัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ให้กลายเป็นสินค้าของชุมชน เพื่อจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ ให้กับครอบครัว อีกทั้งยังมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่มุ่งเน้นไปที่ กระบวนการพัฒนาชุมชนเพื่อเป็นการสร้างเครือข่าย ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างสินค้าให้มีคุณภาพ และมีมูลค่าสูง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ผลของนโยบายดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่า สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย ที่มีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา อีกหนึ่งในนโยบายที่สำคัญของรัฐบาลอีกอย่าง คือ การ ส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความสามารถในการนำทรัพยากรที่มีอยู่ภายในท้องถิ่น เช่น ผลผลิตทางการเกษตร องค์ความรู้ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น ที่อยู่ใชุมชนมาจัดการและสร้างสรรค์ให้เป็นประโยชน์ โดยผลักดันให้เกิดการสร้างกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนขึ้น ตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2548 ซึ่งมีเจตนารมณ์ให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ไปพร้อมกับการพัฒนาระบบ เศรษฐกิจ ให้มีความเข้มแข็งนำไปสู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้เกิดรายได้กันเองภายในชุมชนและ สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้

จากการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปสู่การจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้น ปัจจุบันมีสินค้าที่ประสบ ความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานด้วยปัจจัยหลายด้าน เนื่องจากปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าชุมชนใหม่ ๆ ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และมีความสอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย ดร.ณิ ฐเก็ม (2560) ด้วยการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น แต่ละท้องถิ่นจึงมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของตนให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น จึงมีกลยุทธ์ที่ผู้ผลิตนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการขายก็ คือ การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเฉพาะตน โดดเด่นสวยงามดึงดูดความสนใจผู้บริโภค อาจจะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยังมองข้ามความสำคัญของการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จึงส่งผลต่อ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง คุณภาพ และความน่าสนใจของตัวผลิตภัณฑ์ไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวนี้เสียโอกาสทางการตลาดไปไม่น้อย ดังนั้นผู้ประกอบการ จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครอง ป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เสียหายและเพิ่มคุณค่าทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ซึ่งจะเป็น สิ่งหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วมรงค์ (2558) เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ บรรจุภัณฑ์ จึงถือเป็นสิ่งสำคัญและเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุด และสามารถที่จะช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นให้กับผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมเพื่อสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ ที่สำคัญต้องมีความสวยงามโดดเด่น ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้น มีความสะดวกสบาย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่าง สร้างการจดจำ และสื่อสารเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นสู่ผู้บริโภคได้ เจนยุทธ ศรีหิรัญ (2561) ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศปัจจุบัน ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ โดยมีสาระ บางส่วนที่สำคัญในการพัฒนาและการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพสินค้า จำเป็นต้องควบคู่กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตรา สัญลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนให้สูงขึ้น

จังหวัดสระแก้ว มีชุมชนหลายแห่งได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าแปรรูปมากมายหลายชนิดอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรสระแก้ว ตำบลทัพราช อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว เป็นอีก กลุ่มที่ได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ภายในชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐใน การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย ผลิตภัณฑ์สินค้าภายในกลุ่ม ได้มุ่งเน้นทำการผลิตอาหารแปรรูปจากวัตถุดิบทางการเกษตร ภายในท้องถิ่น ได้แก่ กล้วยแปรรูป เช่น กล้วยตาก กล้วยฉาบ กล้วยกวน เป็นต้น โดยใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ รับประทานคู่กับเครื่องดื่ม ชาหรือกาแฟ หรือเป็นของรับประทานเล่น ที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มมายาวนาน แต่ด้วยการแข่งขันด้าน การตลาดที่สูงขึ้นในสภาวะปัจจุบัน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้ายังคงประสบกับปัญหาในหลายมิติ จากการสำรวจนั้นพบว่า ผลิตภัณฑ์นั้นไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การจัดจำหน่ายยังคงอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงและในชุมชน ไม่ตอบรับกับตลาดในยุคเทคโนโลยี ปัจจุบัน รูปแบบของบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ยังไม่ได้เป็นที่โดดเด่นในการแข่งขันของตลาด รูปลักษณ์ไม่มีความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตน เนื่องจากรูปแบบขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน จากสถานการณ์ดังกล่าวคณะผู้วิจัย มีแนวคิดที่จะพัฒนารายละเอียดและบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นที่จะออกแบบให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นกลุ่ม วัยรุ่นจนถึงกลุ่มวัยเริ่มทำงาน ให้มีความน่าสนใจมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ให้สื่อสารง่ายครบถ้วนและมีความโดดเด่น แปลกใหม่ สวยงาม ใช้งานง่าย ดึงดูดภาพที่เหมาะสม สร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ และขยายช่องทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าเดิมเข้าสู่ระบบออนไลน์ ต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์และเพิ่มรายได้ให้กลุ่มผู้ผลิต ซึ่งคาดว่าจะสามารถช่วยให้สินค้าได้รับการตอบรับในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นการสนับสนุนแนวทางและนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันให้สินค้าชุมชนสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับ ฐานรากไปสู่การพัฒนาระดับประเทศให้ดียิ่งขึ้นและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรสระแก้ว เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการออกแบบ
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยม้วนสอดไส้ กลุ่มแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่การออกแบบตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ โดยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์เฉพาะโดยการมีส่วนร่วมกับผู้ชมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์สรุปประเด็นในด้านต่างๆ และสร้างแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลู่ ตำบลทัพราช อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว

2. ขอบเขตพื้นที่วิจัยและแหล่งที่มาของข้อมูล ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลู่ ตำบลทัพราช อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยการคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มตัวอย่างนี้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องแบบเป็นรูปธรรมและยังมีสมาชิกในกลุ่มจำนวนมากที่ยินดีให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ขอบเขตการออกแบบ ได้แก่ 1) ออกแบบตราสัญลักษณ์ เพื่อสร้างเป็นสติ๊กเกอร์บนสินค้าต่างๆในชุมชน และใช้เป็นสื่อโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ 2) ออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ ประกอบด้วย รูปทรง ขนาดและสีกราฟิก โดยแต่ละรูปแบบต้องผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อนำผลจากการตรวจสอบไปพัฒนาสู่กระบวนการสร้างต้นแบบจริงขึ้นต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้นำกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลู่ ตำบลทัพราช อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว

2. ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

3. กลุ่มผู้บริโภคเพื่อศึกษาความพึงพอใจ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโรงเกลือ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสนทนาและการถ่ายภาพประกอบ เกี่ยวกับข้อมูลกลุ่มด้านต่าง ๆ และความต้องการโดยการจัดสนทนากลุ่ม เพื่อนำข้อมูลไปสรุปและวิเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

2. แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 ท่าน พิจารณาและแสดงความคิดเห็นในรูปแบบของตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบขึ้นเบื้องต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้เป็นรูปแบบขั้นสมบูรณ์

3. แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยศึกษาเฉพาะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้นใหม่

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลเพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลู่ ตำบลทัพราช อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยใช้เครื่องมือ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต การบันทึกการสนทนาและการถ่ายภาพประกอบ ในการเก็บข้อมูล

2. การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

- ขั้นตอนการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยนำเสนอรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบ ผ่านความคิดเห็นเพื่อประเมินและเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน แล้วนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ได้รูปแบบที่สมบูรณ์

- ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบ ผ่านความคิดเห็นเพื่อประเมินและเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน แล้วนำไปปรับปรุงพัฒนาให้ได้รูปแบบที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจในลำดับต่อไป

3. การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ โดยใช้เครื่องมือเป็น แบบสัมภาษณ์ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวภายในตลาดโรงเกลือ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จำนวน 100 คน ในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลุ ตำบลทัพราช อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยการสังเกตและการถ่ายภาพมาสรุปและแปลผลโดยการบรรยาย

2. การวิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

ขั้นการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสัญลักษณ์ และนำรูปแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ เสนอให้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินผลงานและข้อเสนอแนะในการออกแบบ โดยการสนทนากลุ่มระยะที่ 1 แล้วนำมาสรุปแปลผลโดยการบรรยาย

ขั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์และนำรูปแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ เสนอให้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินผลงานและข้อเสนอแนะในการออกแบบ โดยการสนทนากลุ่มระยะที่ 2 แล้วนำมาสรุปแปลผลโดยการบรรยาย

3. การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยม้วนสอดไส้ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลุ ตำบลทัพราช อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว จากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน วิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจโดยหาค่าเฉลี่ยของคะแนนและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจ โดยแบ่งเป็นเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

4.50-5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

3.50-4.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก

2.50-3.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

1.50-2.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย

1.00-1.49 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์และพืชสมุนไพรละลุ ตำบลทัพราช อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยการสังเกต การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาใช้ในการออกแบบ พบว่า สถานที่ตั้งของกลุ่ม คือ บ้านทัพราช ตำบลทัพราช อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว สภาพแวดล้อมทั่วไป เป็นพื้นที่ราบถึงราบสูงสลับภูเขา สมาชิกในกลุ่มทำเกษตรกรรม และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสระแก้ว คือ ละลุ อันเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ที่เป็นรอยต่อของอุทยานแห่งชาติปางสีดา โดยสภาพปัจจุบันกลุ่ม มีกิจกรรมการดำเนินการต่อเนื่องอย่างและมีศักยภาพ มีสมาชิกทั้งหมด 15 คน รวมตัวผลิตสินค้าอาหารแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาลเพื่อจำหน่าย โดยเป็นการใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากชุมชนของตนเอง และแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ กล้วยตาก กล้วยปิ้งรส มะนาวดอง หน่อไม้ดอง มะขามคลุก ข้าวสารบรรจุถุง น้ำพริก น้ำสมุนไพร แชมพูสมุนไพร สินค้าที่ขายดีของกลุ่ม ได้แก่ กล้วยตาก กล้วยปิ้งรส เพราะกล้วยที่นี้เป็นพันธุ์เฉพาะถิ่นและมีชื่อเรียกภายในถิ่นว่า “กล้วยดง” ปัจจุบันทางกลุ่มได้มีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ คือ การนำกล้วยและมะขาม มาแปรรูป (Mix & Match) ให้เป็น “กล้วยม้วนสอดไส้” เพื่อเป็นของที่รับประทานเล่นคู่กับเครื่องดื่ม ชาและกาแฟ และมีความต้องการที่จะเสนอผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักในท้องตลาด รูปแบบตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่มรูปแบบปัจจุบัน เป็นรูปแบบที่ออกแบบขึ้นมาเองภายในกลุ่ม และได้นำมาใช้งานในรูปแบบเพียงแค่ว่าเป็นสติ๊กเกอร์ และนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์และป้ายร้านค้าชุมชนเพียงเท่านั้น โดยรูปแบบตราสัญลักษณ์เดิมนั้น มีลักษณะเป็นรูปกล้วยคล้ายพระจันทร์เสี้ยวใช้สีเหลือง และตรงกลางเขียนอักษรคำว่า ลาถุน (สีส้ม) ซึ่งหมายถึง พระจันทร์ ซึ่งคำว่า ลาถุน เป็นคำที่เพี้ยนมาจาก ละลุ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวใน ตำบลทัพราช ที่อยู่ในชุมชน ส่วนพื้นหลังตราสัญลักษณ์ เป็นรูปวงรีใช้เป็นสีฟ้า รูปแบบตราสัญลักษณ์เดิมมีการใช้งานมาเป็นเวลานาน ทางกลุ่มจึงมีความต้องการที่จะพัฒนาตราสัญลักษณ์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้ได้ใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เพื่อการจำหน่ายผ่านร้านค้าชุมชน ขยายตลาดในสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ และสามารถนำไปใช้ร่วมกับสินค้าอื่น ๆ ภายในกลุ่มในรูปแบบสติ๊กเกอร์ เพื่อให้ผู้บริโภคเป็นที่จดจำ ส่วนด้านรูปแบบบรรจุ

ภัณฑ์เดิม เบื้องต้นทางกลุ่มไม่มีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบเฉพาะตน โดยกลุ่มใช้เพียงถุงพลาสติกหรือกล่องพลาสติก และติดสติ๊กเกอร์ในการจำหน่ายเพียงเท่านั้น ผลจากการศึกษาข้อมูลกลุ่ม พบว่า ทางกลุ่ม มีความต้องการที่จะพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตนเอง โดยเน้นไปยังผลิตภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ โดยมุ่งเน้นให้มีความโดดเด่นสวยงาม เป็นที่จดจำ มีจุดเด่นและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ขยายช่องทางสื่อสารกับลูกค้าให้ชัดเจนมากขึ้น ขยายตลาดในจำหน่าย มีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แสดงถึงเรื่องราวของชุมชน ส่งผลให้รูปแบบของสินค้าน่าสนใจ และเป็นที่รู้จักให้มากขึ้น



ตราสัญลักษณ์เดิม



บรรจุภัณฑ์เดิม



กล้วยมันสอดไส้

ภาพ 1 แสดงรายละเอียดข้อมูลตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้
ที่มา : วุฒิชัย วิภาทนาง, 2563

2.ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอินทรีย์ และพืชสมุนไพรละลุ จังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย

ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อสู่การออกแบบ จำนวน 3 รูปแบบ โดยมีแนวคิดในการออกแบบ ได้แก่ ด้านเนื้อหา รูปแบบประกอบด้วย ตัวอักษรที่นำมาใช้ คือ คำว่า “ลาลูน” เหตุผลในการเลือกใช้คำนี้เพราะว่าเป็นคำที่ใช้เรียกกันเฉพาะกลุ่มมานานและยังสื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน คือ “ละลุ” การออกแบบอักษรคำ ใช้เป็นอักษรประดิษฐ์สื่อสารได้ชัดเจน กระชับ อ่านง่าย จำได้ไม่ยาก ให้เป็นทั้งภาษาไทยและคำภาษาอังกฤษ โดยคำภาษาอังกฤษออกแบบให้เป็นจุดเด่นหลักเพื่อความเป็นสากลมากขึ้น เสริมด้วยอัตลักษณ์ภาพประกอบของกล้วย เพราะต้องการสื่อถึงพืชที่เป็นเฉพาะถิ่นคือกล้วยดง ที่เป็นเฉพาะถิ่นของชุมชน นำมาทำการคลี่คลาย ประดิษฐ์ให้เป็นภาพสัญลักษณ์เพื่อให้เป็นองค์ประกอบสำคัญของตราสินค้า การออกแบบรูปร่างของตราสัญลักษณ์เน้นความเป็นรูปร่างเรขาคณิตเพื่อง่ายต่อการผลิตและใช้งานจริง จัดวางองค์ประกอบแบบกลมกลืน เรียบง่าย มีความโดดเด่นออกแบบให้มีความสอดคล้องกับกิจการ รูปแบบไม่สร้างความสับสนกับธุรกิจอื่นสามารถอยู่ได้กับหลายรูปแบบพื้นที่และสถานการณ์ การใช้สีแบบคุมโทนไม่ฉูดฉาดหลายสี ใช้สีน้อยได้แก่ สีเหลืองที่สื่อความหมายถึงกล้วยดง สีน้ำตาลสื่อถึงดินในละลุ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 รูปแบบ เพื่อนำไปประเมินความเหมาะสมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ในรูปแบบการจัดสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อคัดเลือกแบบที่ดีที่สุด จำนวน 1 รูปแบบ พบว่า รูปแบบแบบตราสัญลักษณ์ ที่มีความเหมาะสม คือ รูปแบบที่ 2 โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกัน 2 ท่าน เนื่องด้วย รูปแบบการใช้สีมีความเหมาะสม ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม มีความสวยงามโดดเด่น มีความเรียบง่ายสามารถผลิตใช้งานได้จริง มีองค์ประกอบกลมกลืนเรียบง่าย ที่มีความเหมาะสมจะนำรูปแบบตราสินค้าที่ได้ออกแบบนี้ไปใช้งานในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ สติ๊กเกอร์ บรรจุภัณฑ์ หรือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มต่อไป



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3

ภาพ 2 แสดงรายละเอียดของตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่
ที่มา : วุฒิชัย วิภาทานัง, 2563

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เพื่อสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ โดยมีแนวคิด คือ คำนึงถึงประโยชน์เป็นหลัก ได้แก่ หน้าที่ใช้สอยที่เหมาะสม มีความสะดวก ใช้วัสดุที่เหมาะสม มีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ ง่ายต่อการผลิตและขนส่ง ซึ่งประกอบด้วย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ออกแบบให้เป็นรูปทรงเรขาคณิต เพื่อง่ายต่อการผลิตและขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นในเป็นวัสดุถุงสุญญากาศ เพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ด้านในไว้นาน ๆ สามารถป้องกันความชื้น และคุณภาพได้ดี โดยบรรจุถุงพลาสติก ถุงละ 4 ชิ้น จำนวน 2 ถุง มีความสะดวกสบายในการใช้งานที่เหมาะสมและมีความปลอดภัย มีขนาดและน้ำหนักไม่มาก บรรจุภัณฑ์สามารถซ้อนทับกันได้ก่อนการบรรจุเพื่อการจัดเก็บอย่างประหยัดพื้นที่

ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย รายละเอียดของข้อความ ได้แก่ ตราสัญลักษณ์กลุ่ม เรื่องเล่าผลิตภัณฑ์ วัน เดือน ปี ที่ผลิต ชื่อกลุ่มผู้ผลิต ที่อยู่ติดต่อ ช่องทางการติดต่อ ราคา ปริมาณสุทธิ ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ผู้สนับสนุนต่าง ๆ โดยชื่อผลิตภัณฑ์และสโลแกน ผู้วิจัยออกแบบให้เป็น 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ในการใช้สีโดยรวม เลือกการใช้สีแบบคุมโทน โครงสีหวานสดใส (พาสเทล) ให้มีความเรียบหรู มีภาพกราฟิกใบกล้วยที่ตัดทอนแล้ว มาประกอบเพื่อสื่อความหมายให้ชัดเจนขึ้นเข้ากับแนวคิดของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ เพื่อนำไปประเมินความเหมาะสมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ในรูปแบบการจัดสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อคัดเลือกรูปแบบที่ดีที่สุด จำนวน 1 รูปแบบ พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม คือ รูปแบบที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกัน 2 ท่าน เนื่องด้วย ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโครงสร้างเหมาะสมไม่ซับซ้อน การเลือกใช้วัสดุในการผลิตที่เป็นวัสดุกระดาษมีความเหมาะสม โดยมีข้อเสนอแนะว่าไม่จำเป็นต้องเป็นวัสดุภายในท้องถิ่นแต่ควรต้องเป็นวัสดุที่หาได้ง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และสามารถที่จะผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรมในพื้นที่ ด้านของรูปทรงมีความเหมาะสมสามารถใช้งานและผลิตได้จริง ขนาดและรูปแบบมีความเหมาะสมสามารถนำพาและจัดวางได้สะดวก ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ภาพรวมมีความเหมาะสม รูปแบบสวยงามโดดเด่น มีลักษณะที่บ่งบอกอัตลักษณ์เฉพาะของตน สื่อถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงประเด็น มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ภายใน ภาพประกอบตัวอักษร เครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ระบุไว้ มีการจัดวางองค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม และมีการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจนเป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดี



ภาพ 3 แสดงรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ รูปแบบที่ 1 รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 22 เซนติเมตร ยาว 11.5 เซนติเมตร สูง 3.5 เซนติเมตร
ที่มา : วุฒิชัย วิภาทานัง, 2563



ภาพ 4 แสดงรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ รูปแบบที่ 2 รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ขนาดกว้าง 15 เซนติเมตร ยาว 15 เซนติเมตร สูง 4 เซนติเมตร
ที่มา : วุฒิชัย วิภาทานัง, 2563



ภาพ 5 แสดงรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ รูปแบบที่ 3 รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้าง 15 เซนติเมตร ยาว 22 เซนติเมตร สูง 3.5 เซนติเมตร
ที่มา : วุฒิชัย วิภาทานัง, 2563

ตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1.1 ใช้งานง่ายและสะดวกสบาย	4.73	0.65	มากที่สุด
1.2 มีประสิทธิภาพและแข็งแรง	4.67	0.72	มากที่สุด
1.3 มีรูปทรงและขนาดที่เหมาะสม	4.70	0.67	มากที่สุด
1.4 มีคุณภาพและปลอดภัย	4.38	0.56	มาก
ผลรวมด้านการใช้งาน	4.62	0.65	มากที่สุด
2 ด้านกราฟิก			
2.1 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจ	4.58	0.72	มากที่สุด
2.2 รูปแบบกราฟิกมีความโดดเด่นแปลกใหม่	4.28	0.65	มาก
2.3 รูปแบบมีสีสันสวยงามเหมาะสม	4.63	0.59	มากที่สุด
2.4 สื่อสารรายละเอียดของข้อมูลได้ครบถ้วน	4.76	0.75	มากที่สุด
ผลรวมด้านความสวยงาม	4.56	0.67	มากที่สุด

ตาราง 1 ผลความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ (ต่อ)

รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
3 ด้านการตลาด			
3.1 แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ	3.95	0.76	มาก
3.2 สร้างความประทับใจและจดจำง่าย	4.35	0.55	มาก
3.3 สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด	4.40	0.62	มาก
3.4 มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ร่วมสมัย	3.67	0.70	มาก
ผลรวมด้านการตลาด	4.09	0.65	มาก
ผลรวม	4.42	0.65	มาก

จากตารางที่ 1 ผลความพึงพอใจในที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ผลรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.65) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับ ทั้ง 3 ด้าน พบว่า

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.65) โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย ใช้งานง่ายและสะดวกสบาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.65) รองลงมา คือ มีรูปทรงและขนาดที่เหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.67) มีประสิทธิภาพและแข็งแรง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.72) และ มีคุณภาพและปลอดภัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.56) ตามลำดับ

ด้านกราฟิก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.67) โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย สื่อสารรายละเอียดของข้อมูลได้ครบถ้วน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.75) รองลงมา คือ รูปแบบมีสีสันสวยงามเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.59) กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.72) และ รูปแบบกราฟิกมีความโดดเด่นแปลกใหม่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.65) ตามลำดับ

ด้านการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.65) โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.62) รองลงมาคือ สร้างความประทับใจและจดจำง่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.55)แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.76) และ มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ร่วมสมัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.70) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยมันสอดไส้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อินทรีย์และพืชสมุนไพรละลุ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลหลายด้านในเชิงพื้นที่ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในด้านต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์เพื่อนำสู่กระบวนการในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องต่อความต้องการของทางกลุ่มขั้นต้น เช่น ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในกลุ่ม ความเป็นตัวตน จุดเด่นของพื้นที่ ความเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สภาพปัจจุบันของกลุ่ม ความสามารถและต้นทุนในการผลิตของกลุ่ม ตราสัญลักษณ์เดิมและบรรจุภัณฑ์เดิม แล้วจึงนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อสรุปหาแนวทางในการออกแบบ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งต่อขั้นตอนในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เป็นรูปแบบที่มีความเป็นอัตลักษณ์ในขั้นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ อมรรัตน์ บุญสว่าง (2559) ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขโครงสร้าง

บรรจุกณ์ท์ที่เลือกต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานเดิมและสอดคล้องกับเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ผู้ประกอบการมี ในการสร้างตราสัญลักษณ์และบรรจุกณ์ท์ ผู้ประกอบการกลุ่มอาจจะยังขาดความรู้และไม่มีประสบการณ์ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดทิศทางในการออกแบบให้ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุกณ์ท์ โดยคำนึงถึงหลักในการออกแบบและความรู้ทางด้านศิลปะ เช่น การใช้สี การใช้ตัวอักษร การจัดองค์ประกอบและการสร้างสรรค์ที่ดี เพื่อให้รูปแบบมีความเหมาะสม สวยงาม ดึงดูดความน่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์และสื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ สุรภา วงศ์สุวรรณ (2562) การออกแบบบรรจุกณ์ท์ต้องมีการศึกษาความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) ของชุมชนเพื่อการสร้างสรรค์งานศิลปะ ตัดองค์ประกอบแนวคิดในการออกแบบการวิเคราะห์ (Analyze) ศึกษาแนวคิดและหลักการ ทิศทางการออกแบบอย่างชัดเจน การผสมผสานของการใช้หลักองค์ประกอบศิลป์ โดยการศึกษาเรื่องการจัดกลุ่ม (Categorize) การคัดกรองส่วนที่เหมือน (Normalize) และการตีความใหม่ให้เข้าใจง่าย (Finalize) ศึกษาการจัดการโครงสร้างในการใช้ภาษาภาพ ภาษาสัญลักษณ์อารมณ์ของการสื่อด้วยสี การใช้คู่สีเพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์

ผลจากการออกแบบตราสินค้า ผู้วิจัยใช้ตัวอักษร คำว่า “ลาลูน” เหตุเพราะ เป็นคำที่ชุมชนสื่อสารและเรียกใช้กันเอง ซึ่งเป็นคำที่สื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงในชุมชน คือ “ละลุ” โดยนำคำมาออกแบบให้เป็นตัวอักษรประดิษฐ์ที่ชัดเจนและกระชับ อ่านง่าย ทั้งคำภาษาไทยและคำภาษาอังกฤษ เสริมด้วยภาพประกอบของกล้วย สื่อถึงพืชที่เป็นเฉพาะถิ่นคือ “กล้วยแดง” นำมาทำการคลี่คลาย ประดิษฐ์ให้เป็นภาพสัญลักษณ์เพื่อให้เป็นองค์ประกอบสำคัญของตราสินค้า การออกแบบรูปร่างภาพรวมเป็นเรขาคณิตเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปผลิตและใช้งานจริง การออกแบบโดยรวมใช้หลักของศิลปะการจัดองค์ประกอบ เน้นความกลมกลืน เรียบง่าย ใช้สีแบบคุมโทน สีเหลืองที่สื่อความหมายถึงกล้วยแดง สีน้ำตาลสื่อถึงดินในละลุ สื่อถึงอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน และการออกแบบตราสินค้านี้ สามารถนำรูปแบบไปใช้งานในลักษณะต่าง ๆ ทั้งบรรจุกณ์ท์ หรือสื่อต่าง ๆ ที่เป็นทั้งออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยสอดคล้องกับ อนุรักษ์ อาทิตยกุล (2559) ได้กล่าวถึงการออกแบบไว้ว่า อย่าเน้นผลิตอย่างเดียว ต้องทำการตลาดควบคู่ไปด้วย เช่นการโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือต้องนำออกไปจัดแสดงตามศูนย์แสดงสินค้า นอกจากนี้อาจใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์ เช่น สื่อเฟสบุ๊ค โลก หรืออินสตราแกรม ซึ่งเป็นสื่ออย่างง่ายที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไป เพื่อขยายช่องทางการขายและช่วยสร้างความรู้จักแก่คนทั่วไปให้เพิ่มมากขึ้นได้อีกช่องทางหนึ่งด้วย เนื่องจากต้องการขยายกลุ่มตลาดใหม่ ๆ และมุมมองของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบัน รูปแบบใช้ได้ในทุกลักษณะ รูปแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตน และรูปแบบมีความทันสมัย และการออกแบบเพื่อไม่ให้ซ้ำใคร สอดคล้องกับ วิษณุ ทัศนะ (2562) พัฒนาการออกแบบตราสินค้าที่ไม่ซ้ำใครสามารถเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของภูมิภาคด้วยการทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและตามมาด้วยการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์และ ก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในท้องถิ่น

ผลการออกแบบบรรจุกณ์ท์ ได้ใช้แนวคิดหลักการทางศิลปะด้าน ความกลมกลืน สัดส่วน ความสมดุล จังหวะ การเน้น เอกภาพ ให้มีความสวยงาม คำนึงถึงหน้าที่ใช้สอยที่เหมาะสม มีความสะดวก ใช้วัสดุที่เหมาะสม มีความเป็นเอกลักษณ์ ง่ายต่อการผลิตและขนส่ง รูปแบบเลือกใช้วัสดุกระดาษเป็นวัสดุหลักในการผลิตบรรจุกณ์ท์ เนื่องจากเป็นวัสดุทางด้านอุตสาหกรรมที่ผลิตกันอย่างแพร่หลาย ง่ายต่อการผลิต สามารถจัดการผลิตได้ทั่วทุกภูมิภาค วัสดุกระดาษมีคุณสมบัติเหมาะกับการพิมพ์รายละเอียดด้านกราฟิกลงไปในตัวของบรรจุกณ์ท์ รูปทรงในการออกแบบเน้นเป็นรูปทรงเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยมเพื่อให้ง่ายต่อการขึ้นรูปผลิต สอดคล้องกับ นครเดช ชัยแก้ว (2556) บรรจุกณ์ท์ที่ดีต้องมีโครงสร้างที่แข็งแรง ใช้งานเหมาะสม การขนส่งและการจัดเก็บที่สะดวกสบาย และสอดคล้องกับแนวคิดของ (ประชิด ติณบุตร. 2531:86) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบโครงสร้างบรรจุกณ์ท์ คือ การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรงขนาดปริมาตร ส่วนปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง ในส่วนของบรรจุกณ์ท์ขึ้นในเป็นวัสดุถุงสุญญากาศ เพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ด้านในไว้นาน ๆ สามารถป้องกันความชื้นและคุณภาพได้ดี โดยบรรจุถุงพลาสติก ถุงละ 4 ชิ้น จำนวน 2 ถุง ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุกณ์ท์ ข้อมูลส่วนประกอบบนบรรจุกณ์ท์ตามหลักการสร้างบรรจุกณ์ท์ รายละเอียดของข้อความ ได้แก่ ตราสัญลักษณ์กลุ่ม เรื่องเล่าผลิตภัณฑ์ วัน เดือน ปี ที่ผลิต ชื่อกลุ่มผู้ผลิต ที่อยู่ติดต่อ ช่องทางการติดต่อ ราคา ปริมาณสุทธิ ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุนต่าง ๆ โดยชื่อผลิตภัณฑ์และสโลแกน ผู้วิจัยออกแบบให้เป็น 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ในการใช้สีโดยรวม เลือกการใช้สีแบบคุมโทน โครงสีหวานสดใส (พาสเทล) ให้มีความเรียบหรู มีภาพกราฟิกใบกล้วยที่ตัดทอนแล้ว มาประกอบเพื่อสื่อความหมายให้ชัดเจนขึ้นและเข้ายุคสมัยใหม่ การจัดองค์ประกอบโดยรวมเน้นให้กลมกลืน เรียบง่าย โดดเด่น แปรตกตา เช่น บ่งบอก วัน เดือน ปี ในการผลิต แหล่งการผลิต ราคา คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และข้อมูลทางโภชนาการ ซึ่งสอดคล้องกับ มยุรี ภาคลำเจียก (2556) องค์ประกอบกราฟิกบรรจุกณ์ท์ควรประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า เครื่องหมายทางการค้า รายละเอียดของสินค้าหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ปริมาณบรรจุ ส่วนประกอบโดยประมาณของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา อายุการเก็บรักษา (วันเดือนปี

ที่ผลิต หรือหัตถ์) ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิตสินค้า ชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้าและจำหน่าย ข้อมูลทางการค้า เช่น บาร์โค้ด วลีหรือคำพูดที่ดึงดูดความสนใจ

ผลการศึกษาความพึงพอใจในที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่นั้น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด 3 ด้านคือ 1) การใช้งาน ประกอบด้วย ใช้งานง่ายสะดวกในการนำพาและการจัดเก็บ มีประสิทธิภาพสามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้ดี มีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสม 2) ด้านความสวยงาม ประกอบด้วย มีกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจ รูปแบบกราฟิกมีความโดดเด่นแปลกใหม่ รูปแบบมีสีสันสวยงามเหมาะสม 3) ด้านการตลาด ประกอบด้วย แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างความทรงจำน่าประทับใจและสื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด สอดคล้องกับ สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555) ที่ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องมีความแข็งแรง และสามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน และได้กล่าวถึงป้ายฉลากที่ดีว่าต้องมีสีสันสวยงาม สะดุดตา และจดจำง่ายสอดคล้องกับ เกศแก้ว ประดิษฐ์ (2561) บรรจุภัณฑ์ต้องมีบทบาทด้านการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ต้องมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สวยงาม บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้ดีและปกป้องสินค้าได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าจะต้องคำนึงถึงด้านตัวบรรจุภัณฑ์ด้านตราสินค้า และด้านการแสดงข้อมูลบนฉลากให้ครบถ้วนสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถนำแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอื่น ๆ ได้
2. ผลของการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สามารถทำให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์
3. ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อที่จะให้ได้ทราบถึงความต้องการในด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และมีการศึกษาเปรียบเทียบจนถึงขั้นพัฒนาที่ตรงต่อความต้องการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกศแก้ว ประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องพันธุ์ข้าวหอมกระดังงาที่มีผลต่อการตอบรับในเชิงพาณิชย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบ่อหอ อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 10(2), 127-139.
- เจนยุทธ ศรีหิรัญ. (2561). ผลของความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอาง กรณีศึกษา : กลุ่มสมุนไพรดิออรา ตาบลรังนก อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 9(1), 55-69.
- ดรณี มุแก้ม. (2560). การพัฒนารูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(2), 69-79.
- นเศรษฐ ชัยแก้ว. (2556). การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง จังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 3(2), 86-95
- ประชิด ติณบุตร. (2531). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.
- มยุรี ภาคลำเจียก. (2556). *บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หทัยเอย.
- วิชานา ทิวะสิงห์. (2562). การออกแบบตราสินค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทชาใบชาหอมมะลิไทยสุวรรณ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 10(2), 151-162

สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วรงค์. (2558). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์ OTOP. วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก http://lib3.dss.go.th/fulltext/dss_j/2558_63_199_p19-21.pdf

สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรภา วงศ์สุวรรณ. (2562). กระบวนการของงานเรขศิลป์บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ของญี่ปุ่นจากมุมมองไทย. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ajnu/article/view/AJNU10-2-18/159430>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. (2560 -2564). สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564, จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>

อนรรักษ์ อาทิตย์กวีนิ. (2559). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างภาพลักษณ์สินค้าของผู้ประกอบการสินค้าชุมชนประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก : กรณีศึกษา โรงงานกิตติโรจน์เซรามิก. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 9(2), 41-48.

อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2559). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้.วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 13(2), 33-60.