

การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท
ประชิด ทิณบุตร¹, วีระชัย สุขสวัสดิ์², อติสรณ์ สมนึกแทน³

Branding and packaging design development for connecting to cultural tourism of herbal
spa and wellness products of community enterprise group of Chainat province.

Prachid Tinnabutr^{1*}, Teerachai Suksawas², Anusorn Somnuktan³

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

* E-mail address : prachid007@gmail.com, Ref URL: <http://chainatbrand.blogspot.com>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าด้านสุขภาพและความงาม ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตจังหวัดชัยนาท ให้สามารถดำเนินการผลิต บรรจุและจัดจำหน่ายในท้องตลาดได้จริง และ 2) เพื่อประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่มีต่อผลงานการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้า ที่ได้พัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการศึกษาวิจัยแบบพัฒนาทดลองตามหลักการและกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ และการวิจัยแบบมีส่วนร่วมจำนวน 8 ราย โดยมีการประเมินคุณภาพและประสิทธิภาพ จากตัวแทนของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 5 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา/นักวิจัย นักวิชาการพัฒนาชุมชน/เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นักออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์/นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงเลือกและการเลือกแบบบังเอิญ รวมจำนวนทั้งสิ้น 104 คน เก็บรวบรวมข้อมูล ส่งเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการนำเสนอผลงานแบบกลุ่มย่อย การสอบถามความคิดเห็นทั้งโดยตรงและแบบออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลจากการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงาม ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมทั้ง 8 ราย มีภาพรวมด้านมาตรฐานอัตลักษณ์ คุณภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ ด้านมาตรฐานและคุณภาพการออกแบบรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ และภาพรวมของการสื่อสารรับรู้ที่เชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท โดยใช้อัตลักษณ์จังหวัดชัยนาทเป็นสื่อสร้างสรรค์คือ วัด นก เชื้อน มาเป็นส่วนประกอบรวมนั้น เป็นผลงานการออกแบบที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ที่มีค่าความคิดเห็นต่อภาพรวมผลงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70, SD = 0.52$)

คำสำคัญ : การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม วิสาหกิจชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชัยนาท

ABSTRACT

The aims of this research were 1) to design and development the product and package standard brand of herbal spa and wellness products for a community enterprise group in the Chai Nat province, and continue production packaging and distribution in the existing market, and 2) to evaluate the standard quality and efficiency opinion of the new branding and packaging design development that connect to cultural tourism of herbal spa and wellness products from the community enterprise groups. This experimental design and community development process based on participatory action research (PAR) takes place in Chai Nat with a corporation and participation from 8 selected groups, which evaluate the standard and quality effectiveness of the

new Branding and Packaging design set by experts from five different sectors. These include entrepreneur/marketing, scholar/advisor/researcher, social worker/government agent/government institute, professional product designer and regular consumer, chosen by a simple random sample method in total of 104 samples. The final designs are presented to a small group of people before collecting the evaluating questionnaires and opinions using a focus group method. The evaluation is done through both online questionnaires and in person. The descriptive statistics used in this experimental research include percents, mean, and standard deviation. The results found that the overall design of new branding and packages have a brand identity attribute, packaging form, and Chai Nat tourism linkage design elements with herbal spa and wellness products of community enterprise groups to be able to continue production packaging and distribution in the existing market as well as strengthen market perception and competitiveness. According to the selected groups of expert opinion, the evaluation results in a mean of 4.70, S.D. 0.52 for all the entire groups that involved in this research.

Keywords: Branding and Packaging Form, Design and Development, Herbal Spa and Wellness Products, Community Enterprise , Chai Nat Province, Cultural Tourism

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

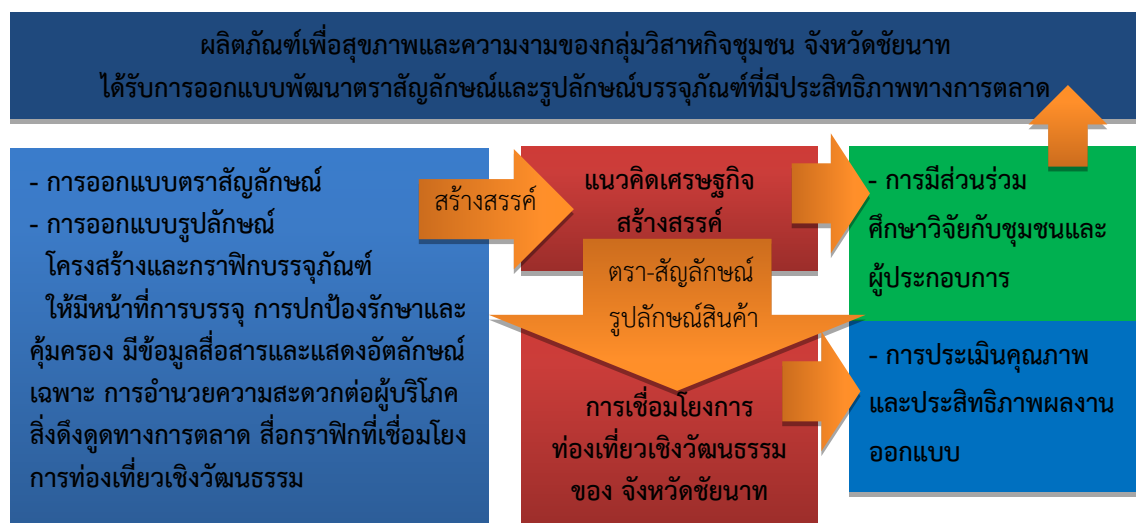
สภาพการจำหน่ายสินค้าจากชุมชนในปัจจุบัน มีแนวโน้มของการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อความงามและเพื่อสุขภาพที่ทำจากพืชสมุนไพรในธรรมชาติเข้ามาเป็นกระแสความนิยมหนึ่งเพิ่มขึ้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558) ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้ารายย่อยขึ้นในระดับชุมชน โดยมีการเชื่อมโยงแนวคิดร่วมกับภูมิปัญญาและการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยได้รับการส่งเสริมจากทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาชนทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย จึงหันกลับมานิยมใช้สมุนไพรธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น สินค้าสมุนไพรจึงเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพสูงในตลาดปัจจุบัน และในปัจจุบันรัฐบาลได้ให้ความสนใจเรื่องสมุนไพรเป็นอย่างมาก เพราะเป็นพืชที่สำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่ประเทศกำลังประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การนำสมุนไพรไทยมาพัฒนาเป็นยา เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สปา และเครื่องสำอาง ทำให้ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศที่ต้องนำเข้าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้ นอกจากนี้ยังเป็นการพึ่งตนเอง ที่ได้ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษไทยและหรือภูมิปัญญาชาวบ้านมาเป็นแนวคิดร่วมเชื่อมโยงใช้นั้น นับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ประชาชนระดับฐานรากมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ปัจจุบันพบว่าจังหวัดชัยนาท มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังมีน้อยมาก ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ ช่องทางของตลาด กลไกการตลาดและข้อมูลปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการบริโภค ฯลฯ ทางจังหวัดจึงตั้งวิสัยทัศน์เอาไว้ว่า จะเป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัย เป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางน้ำ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และธรรมชาติ โดยตั้งเป้าประสงค์ไว้คือ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดในภาคเกษตรกรรม เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ของภาคการค้า การบริการ และการขนส่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี (สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2556) โดยมีการเริ่มดำเนินการตามโครงการสร้างเสริมขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้วยการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 เอาไว้คือการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดด้านการเกษตร โดยมีเป้าประสงค์หลักเอาไว้ 3 ข้อคือ 1) ผลผลิตทางการเกษตรมีคุณภาพปลอดภัยได้มาตรฐาน 2) เพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร และ 3) เพิ่มรายได้เกษตรกร (สำนักงานจังหวัดชัยนาท, 2556) มีการจัดอบรมความรู้ตามประเด็นยุทธศาสตร์แก่ผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP แต่จากสภาวะการณ์ที่ผ่านมาพบปัญหาว่าผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวภายในจังหวัด ยังขาดความรู้ในการตลาด การคาดการณ์ การออกแบบ การส่งออกสินค้าและการสื่อสารกับผู้ค้าในระดับสากล (บ้านเมือง, 2556) ซึ่งส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในท้องตลาดมีจำนวนน้อย โดยมีผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มาตรฐาน 5 ดาว เพียง 8 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตขึ้นมาจากจำหนายนั้น ก็ยังไม่ตรงตามความต้องการของตลาด อีกทั้งจังหวัดชัยนาทได้เริ่มทำการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลายแห่ง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ แล้ว การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทยังมีจำนวนน้อยและไม่หลากหลายเท่าที่ควร จึงทำให้ขาดแรงจูงใจ การโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือมีสิ่งของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงถึง

นักท่องเที่ยว ก่อปรกับปัญหาอุทกภัยก็ส่งผลให้การท่องเที่ยวของจังหวัดชลบเซาลง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดลดลงอย่างต่อเนื่อง (จำลอง โพธิ์สุข, 2556 : 36)

ตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ถือว่าเป็นส่วนควบทางกายภาพที่สำคัญยิ่งต่อผลิตภัณฑ์สินค้าทุกชนิดทุกระดับการผลิต เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นต้องมีการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นและต่างไปจากคู่แข่ง เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อได้ซื้อสินค้าหรือบริการทั้งในด้านที่จับต้องได้ อันได้แก่ คุณลักษณะและคุณสมบัติของตราสินค้าต่างๆ รูปลักษณ์ทางกายภาพของสินค้า บรรจุภัณฑ์และเครื่องหมายสื่อสารต่างๆ และรวมถึงสิ่งจับต้องไม่ได้ ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงสินค้ากับผู้บริโภค สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม พร้อมทั้งทำการยกระดับให้กับตัวสินค้าไปในตัวด้วย (Philip Kotler, and Gary Armstrong, (2014: 250) ตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสุขภาพและความงามที่ปรากฏมีอยู่ในเขตจังหวัดชัยนาท ปัจจุบันยังพบว่ามีปัญหาเรื่องการสนับสนุนการออกแบบเพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐาน มีความเป็นสากล ความถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรแห่งการสร้างสรรค์ และมีการละเมิดสิทธิทางปัญญากันอยู่มาก ทั้งในแง่ของการออกแบบรูปลักษณ์ ออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกสื่อสารสื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีการประสานใช้ประโยชน์อื่นๆ ร่วมกับกิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งทั้งภาคภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควรต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบหรือร่วมรับรู้เพื่อการแก้ปัญหาที่ผู้วิจัยได้เข้าศึกษาและสำรวจความต้องการงานออกแบบเบื้องต้น จากผู้ประกอบการและข้อมูลปัญหาแห่งความต้องการงานออกแบบดังที่กล่าวมาแล้ว จึงมีความเห็นร่วมกันว่า ควรต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะของภาคการศึกษา ด้วยการศึกษาวิจัยและบริการวิชาการออกแบบสร้างสรรค์ให้แก่ชุมชนในเขตพื้นที่บริการการศึกษา อันจะเป็นการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่ถูกต้องอย่างมีหลักวิชา เพื่อพัฒนาคุณภาพและเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องสนับสนุนกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำดับจังหวัดชัยนาท ที่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัดชัยนาทไว้แล้วคือ เป็นเมืองเกษตรมาตรฐาน สืบสานคุณภาพชีวิต ซึ่งมีพันธกิจข้อแรกคือการส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตภาคเกษตร เพื่อเพิ่มผลผลิต และพัฒนาคุณภาพผลผลิตให้ปลอดภัยได้มาตรฐาน อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมโยงกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดได้อีกหนทางหนึ่ง

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่อาศัยเทคนิควิธีวิจัยแบบผสมผสานด้วยการพัฒนาทดลอง (Experimental Development) ตามหลักการและกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ และใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมดำเนินการกับชุมชนและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (Community-Based Participatory Research (CBPR) ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สื่อสาร สร้างการเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา : ประชิด ธิณบุตร, 2558.

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ศึกษาคือ รูปแบบตราสัญลักษณ์ รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ประเภทเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 8 อำเภอ ในเขตจังหวัดชัยนาท ที่มีการดำเนินการผลิตและจัดจำหน่ายจริงในปี พ.ศ. 2557-2558

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ออกแบบพัฒนาคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตจังหวัดชัยนาท ที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ภายใต้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชัยนาท รวม 8 ผลิตภัณฑ์

1.3 กลุ่มตัวอย่างที่ร่วมความคิดเห็นในประสิทธิภาพผลงานการออกแบบ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เลือกสุ่มโดยเจาะจง เลือกจากกลุ่มผู้ประกอบการ นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา/นักวิจัย นักวิชาการพัฒนาชุมชน/เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นักออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์/นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป รวมจำนวน 104 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษา สำรวจ วิเคราะห์ วิจัยแบบมีส่วนร่วม สังเคราะห์ เพื่อออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้า ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตจังหวัดชัยนาท ให้มีคุณลักษณะและประสิทธิภาพในการใช้เป็นสื่อ สัญลักษณ์ รูปลักษณ์ เป็นองค์ประกอบในการตีความหมาย ให้สามารถสื่อสารได้ ภายใต้กรอบแนวคิดของการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม

3. ขอบเขตด้านเวลา ดำเนินการภายใน 1 ปี (1 ตุลาคม 2557 ถึง 30 กันยายน 2558)

4. ขอบเขตด้านสถานที่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการให้กลุ่มบุคคลในชุมชนที่เป็นสถานที่ร่วมทำการศึกษาวิจัยพัฒนาทดลอง ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาและกระบวนการออกแบบพัฒนาเฉพาะเขตพื้นที่ของจังหวัดชัยนาท

สมมติฐานของการวิจัย

1. ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจริง ภายใต้แนวคิดของการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท มีคุณลักษณะของส่วนประกอบและรายละเอียดต่างๆ ตามบทบาทหน้าที่การใช้งาน ตามโครงสร้างและตามคุณลักษณะทางกราฟิกสื่อสาร อันเป็นข้อสรุปสู่การผลิตจริงสามารถนำไปใช้ในระบบการผลิต การบรรจุและการจัดจำหน่ายจริงในท้องตลาดได้อย่างเหมาะสม

2. กลุ่มตัวอย่างประชากรมีความคิดเห็นที่พึงพอใจต่อแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาและผลิตขึ้นใหม่ ภายใต้แนวคิดของการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท อยู่ในระดับมากขึ้นไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าด้านสุขภาพและความงาม ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดชัยนาท ให้สามารถดำเนินการผลิต การบรรจุและจัดจำหน่ายในท้องตลาดได้จริง

2. เพื่อประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่มีต่อประสิทธิภาพของผลงานการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าด้านสุขภาพและความงาม ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดชัยนาท ที่ได้พัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบพัฒนาทดลองตามหลักการและกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ โดยวิธีการให้กลุ่มบุคคลในชุมชนที่เป็นสถานที่ทำการศึกษาวิจัยทดลอง ในเขตพื้นที่จังหวัดชัยนาท ทั้ง 8 ราย คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มธูปหอมอินทรมงคล อำเภอเมือง วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรเพื่อสุขภาพ อำเภอเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรรมบ้านสระไม้แดง อำเภอสรรคบุรี วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปลูกถั่วดาวอินคา อำเภอเนินขาม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทำสมุนไพรและศิลปะประดิษฐ์ อำเภอวัดสิงห์ วิสาหกิจชุมชน ศิวัตราคาร์บอน อำเภอมโนรมย์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกองทุนเพื่อการเกษตรชุมชนบ้านแหลมทอง อำเภอหันคา และวิสาหกิจชุมชนสวนสารพัดดีเพื่อสุขภาพ อำเภอหันคา ได้เข้ามามีส่วนร่วมวิจัยใน

การศึกษาร่วมให้ข้อมูล และร่วมตัดสินใจคัดเลือกผลงานโดยวิธีการประชุมสนทนากลุ่ม โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นลำดับขั้นตอนของการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สรุปย่อขั้นตอนการดำเนินการออกแบบสร้างสรรค์ได้ดังนี้

1. ขั้นตอนการกำหนดคุณลักษณะตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้า (Product's Brand and Packaging Design Specification) โดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ
2. ขั้นตอนการกำหนดมโนทัศน์ตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Product's Brand and Packaging Design Concept Generation Stage)
3. ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (Product and Packaging Design Stage) เป็นขั้นตอนการทำงานออกแบบในระดับต่างๆของนักออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
4. ขั้นตอนการผลิต (Production Stage)
5. ขั้นตอนการสรุป ประเมินผล และเผยแพร่ (Conclusion Evaluation & Publication)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจและความคิดเห็นในมาตรฐานคุณภาพและประสิทธิภาพของผลงานการออกแบบพัฒนา แบบมีส่วนร่วม เป็นกลุ่มตัวอย่างในฐานะของกลุ่มผู้ประกอบการ นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา/นักวิจัย นักวิชาการพัฒนาชุมชน/เจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นักออกแบบกราฟิกอัตลักษณ์/นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตัวแทนของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดใช้เครื่องมือในการศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. แบบบันทึก-สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้ในการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น ณ สถานที่ประกอบการ เกี่ยวกับข้อมูลของผู้ประกอบการ ศักยภาพการผลิต การจัดจำหน่าย ชนิดและประเภทของผลิตภัณฑ์ สภาพปัจจุบัน ปัญหา จุดอ่อนจุดแข็งของรูปแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความพร้อมในการผลิต แนวคิดและความต้องการออกแบบตามแนวคิดร่วมกับโครงการวิจัย เพื่อรับการออกแบบพัฒนาประสิทธิภาพให้สูงขึ้น
2. แบบสำรวจประเมินความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของต้นแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดของการวิจัย เพื่อให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญร่วมประเมินคุณภาพและประสิทธิภาพผลงานออกแบบ เกี่ยวกับภาพรวมด้านคุณภาพการออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปลักษณ์ทางโครงสร้างสินค้า คุณภาพการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ และภาพรวมการรับรู้ทางด้านการตลาด ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย หาความเชื่อมั่นโดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ผลสรุปค่าความสอดคล้องแบบสอบถามทั้ง 16 ข้อ มีค่า IOC = 0.81 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ที่มีการผลิตจริง พร้อมจัดจำหน่าย มีต้นแบบอาร์ตเวิร์คที่สมบูรณ์และมีแบบจำลองเหมือนจริงบรรจุภัณฑ์สินค้าใหม่ ที่ได้พัฒนาขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดสมมติฐานหลักคือการออกแบบพัฒนาแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ประเภทเพื่อสุขภาพและความงาม ภายใต้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดชัยนาท รวม 8 ผลิตภัณฑ์ จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 1,600 ชิ้น

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความงาม ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมทั้ง 8 ราย มีภาพรวมด้านมาตรฐานอัตลักษณ์และคุณภาพการออกแบบตราสัญลักษณ์ ด้านมาตรฐานและคุณภาพการออกแบบรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ และด้านภาพรวมของสื่อการรับรู้ที่เชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท โดยใช้อัตลักษณ์จังหวัดชัยนาท เป็นสื่อสร้างสรรค์คือ วัด นก เขื่อน เป็นองค์ประกอบรวมนั้น เป็นผลงานการออกแบบที่มีประสิทธิภาพที่เป็นไปตามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดอยู่ที่ 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลผลความคิดเห็นที่มีต่อผลงานการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชัยนาท รวมทั้ง 8 ราย

รายที่	ชื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการวิจัย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1	กลุ่มกองทุนเพื่อการเกษตรชุมชนบ้านแหลมทอง อำเภอหันคา	4.62	0.56	มากที่สุด
2	กลุ่มรูปหอมอินทร์มงคล อำเภอเมือง	4.69	0.48	มากที่สุด
3	กลุ่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ อำเภอเมือง	4.80	0.39	มากที่สุด
4	กลุ่มเกษตรกรบ้านสระไม้แดง อำเภอสรรคบุรี	4.87	0.34	มากที่สุด
5	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปลูกกล้วยดาวอินคา อำเภอเนินขาม	4.70	0.66	มากที่สุด
6	กลุ่มทำสมุนไพรและศิลปะประดิษฐ์ อำเภอวัดสิงห์	4.74	0.51	มากที่สุด
7	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศิวตราคาร์บอน อำเภอมโนรมย์	4.41	0.71	มาก
8	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนสารพัดดีเพื่อสุขภาพ อำเภอหันคา	4.77	0.48	มากที่สุด
รวม		4.70	0.52	มากที่สุด

จากผลตารางวิเคราะห์ที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นต่อผลงานการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแต่ละราย มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รวม 7 ราย และระดับมาก 1 ราย และเมื่อวิเคราะห์ผลรวมค่าเฉลี่ยความคิดเห็นทุกกลุ่มแล้วพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ที่ 4.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ซึ่งสูงกว่าสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้คือ

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท ในครั้งนั้น มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชัยนาท ที่ได้ให้ความร่วมมือเข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวนทั้งสิ้นรวม 8 ราย ผลจากความร่วมมือในการมีส่วนร่วมในการความสำเร็จของการวิจัยที่ได้ดำเนินตามกระบวนการสร้างสรรค์และวิธีการดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม นับแต่ในขั้นตอนการสืบค้นข้อมูลระยะแรกที่ยังได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษาและคัดเลือกผู้ประกอบการ เพื่อเชิญเข้าร่วมโครงการวิจัยนั้น ทำให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกทั้งทางภูมิศาสตร์และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่ายรูปแบบการใช้วัสดุ ตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ ทั้งการออกแบบโครงสร้างและการออกแบบคุณลักษณะกราฟิกของสินค้าผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาทของผู้ประกอบการ และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ นับแต่องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนประจำอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกผู้ประกอบการในพื้นที่การวิจัย เพื่อนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยออกแบบพัฒนา ซึ่งเป็นกระบวนการศึกษาวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนที่สอดคล้องกับวิธีการเก็บข้อมูลและการสังเคราะห์เชิงลึกของ สถาพร ถาวรธวัช (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวสถานธรรมและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา จังหวัดชัยนาท และยังเป็นหลักการการศึกษาวิจัยที่สอดคล้องกับวิธีการดำเนินงานวิจัยของ ณงศ์คุณ นทีพ่ายพิทศ และสุพัฒน์ ไตรวิจิตรชัยกุล (2554) ที่ใช้วิธีปฏิบัติการกลุ่มแบบมีส่วนร่วม (PAR) สร้างกรอบแนวคิดเพื่อนำจุดเด่นทางวิถีชุมชนที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมมาเป็นจุดขายทางวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อสร้างกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเสวนากลุ่ม (Focus Group) ผู้นำชุมชนและหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายการประสานงานเชิงกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการและคัดกรองกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชนเพื่อค้นหาคำความรู้ภูมิปัญญาชุมชน รวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ประชิด ทิณบุตร, 2557) ซึ่งข้อมูลเบื้องต้นเหล่านี้ผู้วิจัยได้นำเสนอเผยแพร่และจัดทำตำแหน่งพิกัดแผนที่ทางภูมิศาสตร์ โดยการจัดทำการเชื่อมโยงใช้กับแผนที่ของกูเกิ้ล (Google Map) ที่สามารถเข้าถึงเข้าใช้ได้ตลอดเวลา พร้อมกับการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์การวางแผน

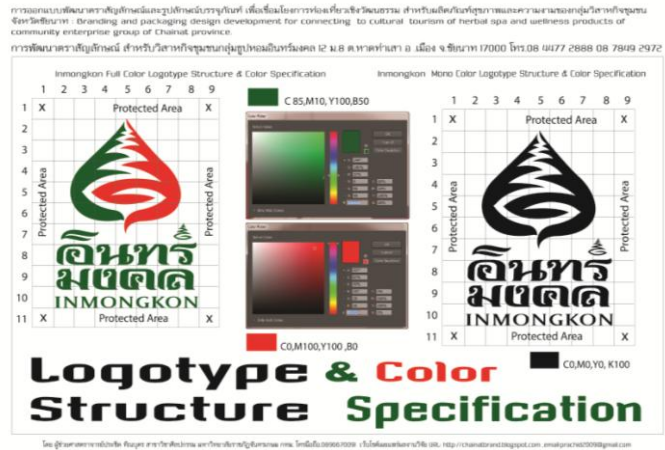
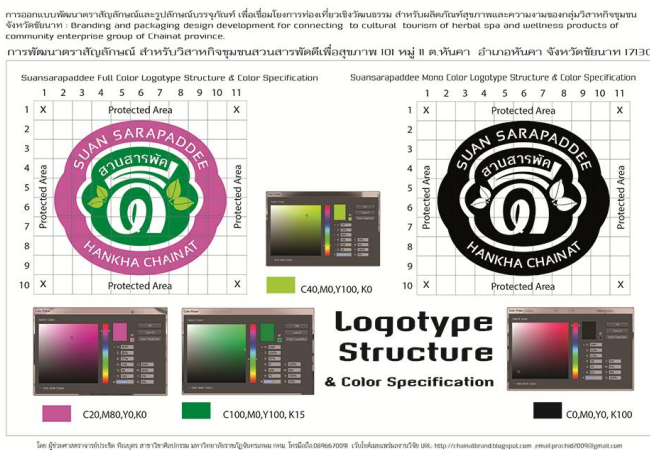
พัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ต่อการต่อยอดธุรกิจของชุมชนได้เป็นแบบอย่างการสร้างสรรค์และพึ่งพาตนเอง (ประชิด ทิณบุตร, 2559)



ภาพ 2 สรุปย่อภาพรวม ขั้นตอนการวิจัย เครื่องมือและการมีส่วนร่วมการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท
ที่มา : ประชิด ทิณบุตร, 2558

ซึ่งผลในการออกแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ทำให้ได้ชุดผลงานจริงและผลงานต้นแบบ ที่มีความสมบูรณ์ทั้งส่วนประกอบของแบบโครงสร้างและแบบกราฟิกอัตลักษณ์สำหรับบรรจุภัณฑ์สินค้า ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการทั้ง 8 ราย ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และใช้เป็นต้นแบบจริงในการวางแผน ทดลองการผลิตจริง การจัดทำหมาย การจดลิขสิทธิ์ตราสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้า และยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า และหรือใช้เป็นผลิตภัณฑ์ทดสอบทางการตลาดต่อลูกค้าและผู้บริโภคได้จริง อย่างเหมาะสมกับขีดความสามารถทางการค้า การผลิตและการลงทุนของแต่ละราย ซึ่งคุณลักษณะของกราฟิกอัตลักษณ์ที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สินค้านั้น ผู้วิจัยได้ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยให้ใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร การเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาทได้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทินวงศ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าฉาง (2554) ที่ได้ทำการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่าง เพื่อใช้เป็นแนวคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ โดยการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่าง และนำมาสร้างรูปแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายและเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งทางผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้อย่างถูกต้องตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ให้เป็นแบรนด์แห่งชุมชน เป็นประสบการณ์แห่งความภาคภูมิใจร่วมในแบรนด์ เกิดความประทับใจให้รับรู้ถึงการมีส่วนร่วม เกิดการยอมรับทั้งสมาชิกในกลุ่มและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ซึ่งก็สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประภาพร แสงทองและคณะ (2550) ที่ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรสวน ซึ่งทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุล มีความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ สามารถนำความรู้ไปพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุลมีความพึงพอใจ ได้ผลึกและบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณลักษณะเด่น สะดุดตา สวยงาม ทันสมัย สามารถดึงดูดความสนใจ

ของลูกค้า สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้ดีกว่ารูปแบบเดิม อีกทั้งในการสร้างคุณลักษณะของแบรนด์ที่ดี ก็ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เกรียงไกร กาญจนะโกนิน (2551) ที่ได้กล่าวสนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์นี้เอาไว้ว่า ภาพลักษณ์ของสินค้า เป็นสิ่งที่ผู้คนมองเห็นและสัมผัสได้อย่างชัดเจน เป็นรูปร่างภายนอกและเป็นคุณสมบัติที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้ อาทิ ตราสัญลักษณ์สินค้าและกราฟิกร่วมสื่อสารที่สามารถนำไปจดทะเบียนลิขสิทธิ์ สามารถนำไปประเมินมูลค่าเป็นสินทรัพย์ของผู้ประกอบการได้เช่นเดียวกับสินทรัพย์ประเภทอื่นๆอีกด้วย



ภาพที่ 3 ภาพผลงานการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนสารพัดดีเพื่อสุขภาพ และของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรูปหอมอินทรมงคล จังหวัดชัยนาท ที่ได้นำไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและใช้เป็นอัตลักษณ์องค์กร
ที่มา : ประชิด ธิมนบุตร, 2558

ในประเด็นของภาพรวมของการสรุปผลงานและการประเมินประสิทธิภาพผลงานออกแบบของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจนั้น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ร่วมตรวจสอบมาตรฐาน คุณภาพและประเมินประสิทธิภาพคุณภาพผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์สินค้านั้น มีความคิดเห็นร่วมกันว่าเป็นผลงานที่มีคุณภาพ การออกแบบตราสัญลักษณ์มาตรฐานและคุณภาพการออกแบบรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์และด้านภาพรวมของสื่อการรับรู้ที่เชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท (Chainat Tourism Linkage) โดยใช้อัตลักษณ์จังหวัดชัยนาทเป็นสื่อสร้างสรรค์คือ วัด นก เขื่อน เป็นองค์ประกอบร่วมกันนั้น เป็นผลงานที่ไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมความคิดเห็นทั้ง 8 ราย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ซึ่งการประเมินประสิทธิภาพนี้เป็นขั้นตอนการสรุปผลรวมที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นพวรรณ ชีวอารี (2555) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อส่งเสริมการขายกรณี ศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม ที่ใช้หลักการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและแบ่งประเด็นเป็น 4 ด้าน คือด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านส่งเสริมการขาย และผลงานออกแบบที่มีมาตรฐาน คุณภาพและประสิทธิภาพทั้งตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์นั้นก็ย่อมจะได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจะมีความสำคัญต่อการพัฒนาต่อยอดทางความคิดในลำดับต่อไป ดังเช่นที่ ฟิลลิป คอตเลอร์ ได้กล่าวถึงความสำคัญ ดังสรุปได้ว่า ตราสัญลักษณ์ที่ดีนั้น จัดได้เป็นส่วนหนึ่งในคำสัญญาของผู้ผลิตที่จะส่งมอบคุณลักษณะ คุณภาพ ผลประโยชน์ และการบริการ รวมถึงการรับประกันคุณภาพ โดยสามารถสื่อความหมายได้ 6 ระดับ คือ คุณลักษณะของสินค้า ตราสัญลักษณ์สินค้า ทำให้นึกถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะเด่นที่แน่ชัดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเชื่อมโยงถึงคุณประโยชน์อื่นๆตามหน้าที่ทางการตลาด การสื่อสารอารมณ์ เช่น ความทนทาน แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน ก่อให้เกิดคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยตราสัญลักษณ์สินค้า อาจเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมขององค์กรหรือของประเทศผู้ผลิตได้ ตราสินค้าจึงเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพเฉพาะของสินค้า และสื่อถึงลักษณะของผู้ใช้ตามไปด้วย ตราสัญลักษณ์สินค้า จึงไม่ได้มีความเกี่ยวข้องเฉพาะสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ตราสัญลักษณ์ ยังมีขอบข่ายที่กว้างขวาง ดังที่ทั่วไปเราสามารถสังเกตเห็นเป็นสื่อสัญลักษณ์ในการใช้งานในรูปแบบต่างๆอย่างมากมาย (Philip Kotler, and Gary Armstrong, (2014: 250)

ในส่วนการออกแบบพัฒนาต้นบรรจุภัณฑ์จริงครั้งนั้น ทำให้ได้ชุดผลงานต้นแบบที่มีส่วนประกอบทางโครงสร้างและกราฟิกอัตลักษณ์สำหรับบรรจุภัณฑ์สินค้าให้ไว้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อให้เป็นแบรนด์ของชุมชน เพื่อให้เป็นประสบการณ์ร่วม ความภาคภูมิใจร่วมในแบรนด์ เกิดประทับใจให้รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วม เกิดการยอมรับทั้งสมาชิก

ในกลุ่มและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ซึ่งก็สอดคล้องกับหลักการสร้างคุณลักษณะของแบรนด์ที่ เกรียงไกร กาญจนโกศล (2551) ได้กล่าวสนับสนุนแนวคิดสร้างสรรค์นี้เอาไว้ว่าแบรนด์เป็นสิ่งที่ผู้คนมองเห็นและสัมผัสได้อย่างชัดเจน เป็นรูปร่างภายนอกและเป็นคุณสมบัติที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้ เช่นตราสัญลักษณ์สินค้าและกราฟิกพร้อมสื่อสารที่สามารถนำไปจดทะเบียนลิขสิทธิ์และนำมาประเมินมูลค่าเป็นสินทรัพย์ของผู้ประกอบการได้ ซึ่งผลงานต้นแบบและไฟล์เอกสารดิจิทัลต่างๆที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายที่ทางคณะผู้วิจัยได้มอบให้แก่ผู้ประกอบการในครั้งนี้ ก็ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจและประกอบการใช้งานจริงในองค์กร อันสอดคล้องกับการผลสรุปการนำเอาผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์จริงของ ประชิต ทิณบุตรและคณะ (2557) ที่ได้ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าการเกษตรของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ซึ่งจากภาพรวมของการสรุปผลงานและการประเมินประสิทธิภาพผลงานออกแบบของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้ร่วมประเมินประสิทธิภาพและคุณภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าใหม่ที่ได้พัฒนาภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เห็นว่าภาพรวมด้านการออกแบบโครงสร้าง ด้านการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ และด้านการรับรู้ทางด้านการตลาด เป็นผลงานการออกแบบที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ อยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกอำเภอ มีค่าอยู่ที่ 4.70 ซึ่งการประเมินประสิทธิภาพนี้ก็เป็นขั้นตอนการสรุปผลรวมที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยออกแบบสร้างสรรค์ของ นพวรรณ ชิวอารี (2555) ที่ใช้หลักการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและแบ่งประเด็นเป็น 4 ด้าน คือด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ ด้านอำนวยความสะดวก และด้านส่งเสริมการจำหน่าย และในขั้นการส่งมอบงานนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลความต้องการเพิ่มเติม คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆของผู้มีส่วนร่วมพิจารณาตัดสินใจเลือกภาพรวมของผลงาน และแก้ไขข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาพเรขาคณิตบรรจุภัณฑ์ ให้ถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องแล้ว จึงสรุปบันทึกไฟล์ดิจิทัลต้นแบบทั้งหมดอันได้แก่ ไฟล์ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์สินค้า ไฟล์ตราสัญลักษณ์และอัตลักษณ์กราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสื่อทัศนภาพประกอบทางการพิมพ์ แบบตัวอักษรและตัวพิมพ์ ไฟล์ภาพกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ของผู้ประกอบการแต่ละราย ลงในแผ่นดีวีดีรวมขนาดไฟล์ทั้งสิ้น 3.2 กิกะไบต์ เพื่อนำส่งมอบให้ผู้ประกอบการได้นำไปใช้ประโยชน์ทางการผลิตและในเชิงพาณิชย์ สามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการแข่งขันทางการค้าที่มีประสิทธิภาพได้จริงในอนาคตต่อไป



ภาพที่ 4 สรุปภาพรวมทั้งโครงการผลงานการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท ทั้ง 8 ราย จากซ้ายไปขวาคือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทำสมุนไพรและศิลปะประดิษฐ์ อำเภอวัดสิงห์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกองทุนเพื่อการเกษตรชุมชนบ้านแหลมทอง อำเภอหันคา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านสระไม้แดง อำเภอสรรคบุรี วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรเพื่อสุขภาพ อำเภอเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรูปหอมอินทรมงคล อำเภอเมือง วิสาหกิจชุมชนศิวตราคาร์บอน อำเภอมโนรมย์ วิสาหกิจชุมชนสวนสารพัดดีเพื่อสุขภาพ อำเภอหันคา และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปลูกถั่วดาวอินคา อำเภอเนินขาม

ที่มา : ประชิต ทิณบุตร, 2558

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะอันเป็นผลจากการวิจัยและหรือสาระสืบเนื่องในครั้งนี้ มีดังนี้คือ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ภาครัฐและเอกชนควรส่งเสริมและสนับสนุนทุนให้มีการศึกษาวิจัยหรือการออกแบบสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือการบริการของชุมชนอื่นๆ โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดมีต้นแบบหรือแบบอย่างทางความคิด การประดิษฐ์คิดค้น การต่อยอดทางความคิด การจดทะเบียนลิขสิทธิ์ทางปัญญา เกิดการคิดค้นปรับปรุงยุคที่ใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นจากทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิตและทรัพยากรต่างๆในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ ให้สามารถแปลงเป็นทุนทรัพย์ สินทรัพย์ได้อย่างสร้างสรรค์ ให้พึ่งพาตนเองได้อย่างพอเพียงและยั่งยืนต่อเนื่องได้ ซึ่งปัจจุบันนี้มีนักวิจัยปฏิบัติการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการในระดับวิสาหกิจชุมชน ที่มีขนาดเล็กและขนาดย่อม อยู่เป็นจำนวนน้อยมาก ซึ่งยังไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควร โดยที่งบประมาณสนับสนุนการวิจัยส่วนใหญ่ ไปให้ความสำคัญแก่ระดับ SME ที่เติบโตแล้วและสามารถพึ่งพาตนเองได้แล้วเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งยังได้รับการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนที่ควรจะสอดคล้องกับรายจ่ายค่าดำเนินการวิจัยที่เกิดขึ้นจริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยและสร้างสรรค์งานออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ หรือธุรกิจบริการอื่น ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ขนาดเล็กและขนาดย่อมที่เป็นสินค้าด้านต่างๆหรือในพื้นที่อื่นๆอีก เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางสู่การขยายฐานการผลิตทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างแบรนด์ของผู้ประกอบการให้มีมูลค่าเพิ่มและยั่งยืน มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามมาตรฐานสากล และเป็นการสร้างโอกาสในการแข่งขันในเวทีการค้าในตลาดประชาคมอาเซียน (AEC) หรือพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบดิจิทัลได้อย่างกว้างไกล

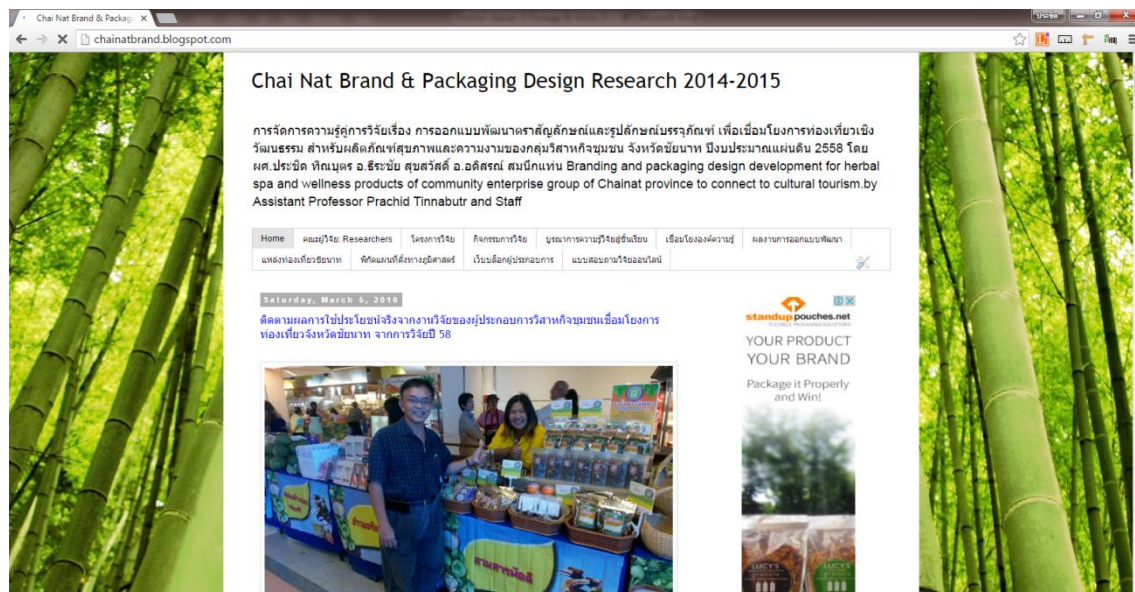
2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อสนับสนุนหรือให้เป็นแนวทางการคิดสร้างสรรค์ (Creative Design Inspiration Research) เพื่อการพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของการผลิตสินค้าและแบรนด์ของผู้ประกอบการสู่ความเป็นสากล ให้สอดคล้องกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีร่วมสมัย เช่นส่งเสริมการนำเอาทุนทางสังคม ทุนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในท้องถิ่น (Cultural and Community Capital) มาใช้ในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและการบริการให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2559). รายงานตลาดสินค้าสุขภาพและความงาม. สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2556. จาก <http://www.ditp.go.th/files/Report%20Health%20%20Wellness.pdf>
- เกรียงไกร กาญจนะโกศล. (2551). Interactive Communications. กรุงเทพฯ : เกียวโต เนชั่น พรินติ้งเซอร์วิส.จำลองโพธิ์สุข. (2556). แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2557-2560) จังหวัดชัยนาท : สำนักงานจังหวัดชัยนาท.
- ณรงค์นุช นทีพายัพทิศ และสุพัฒน์ ไตรวิจักขณ์ชัยกุล. (2554). รายงานการวิจัยเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสาน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพเชียงใหม่.
- ทินวงศ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าผาง. (2554). การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่างเพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก. สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- นพวรรณ ชิวอารี.(2555).การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อส่งเสริมการขายกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บ้านเมือง. (2556). ”ชัยนาทตีวเข้ม SMEs และ OTOP พร้อมลุยศึก AEC.” บ้านเมือง. (2556, 3 มีนาคม) สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2556. จาก <http://www.banmuang.co.th/2013/03/ชัยนาทตีวเข้ม smesและoto/>
- ประชิด ทิณบุตร. (2554). รายงานการวิจัยการออกแบบกราฟิกเอกลักษณ์มาตรฐานสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- _____. (2557). รายงานการวิจัยเรื่องการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าการเกษตรของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชัยนาท เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ตามแนวคิด

- เศรษฐกิจสร้างสรรค์. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- _____. (2559).การจัดการความรู้ด้านการวิจัยเรื่อง การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2559. จาก <http://chainatbrand.blogspot.com>.
- ประภาพร แสงทองและคณะ. (2550). การวิจัยและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร กรณีศึกษา:วิสาหกิจชุมชนสวนตุล เครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขาบุปผาสอง อำเภอมือง จังหวัดสงขลา. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สถาพร ถาวรอธิวาสน์. (2552).รายงานการวิจัยเส้นทางท่องเที่ยวสถานธรรมและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาจังหวัดชัยนาท. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. (2556). บทสรุปสำหรับผู้บริหาร(Executive Summary) ยุทธศาสตร์การพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 (ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท อ่างทอง). สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2556. จาก <http://www.thaichamber.org/scripts/strategic.asp?Tag=7 & nShowMag =1&nPAGEID=91>
- สำนักงานจังหวัดชัยนาท. (2556). แผนพัฒนาจังหวัดชัยนาท ปีพ.ศ. 2555-2559 ฉบับปี 2556 สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม2557. จาก http://www.chainat.go.th/sub/gov_office/site/index.php?option=com_Content &view=category&id=40&layout=blog&Itemid=67
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2014). **Principles of Marketing : Global Edition**.15th ed., Harlow, England : Pearson Education Limited.

ภาคผนวก



ภาพที่ 5. เว็บไซต์การจัดการความรู้ด้านการวิจัยเรื่อง การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท URL : <http://chainatbrand.blogspot.com>
ที่มา : ประชิต ทิณบุตร, 2559