



HSS-15

การออกแบบฉลากพริกเครื่องแกงแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชน

กรณีศึกษา : กลุ่มสัมมาชีพชุมชนบ้านขุนละคร ต.สำโรง อ.ปรางค์ จ.นครราชสีมา

The Community Participatory Chilli Paste Label Design

Case study : Summar sheepchomchonbankhoonrakhon District Samrong,

Pak Thong Chai, Nakhon Ratchasima

วรดา นาคเกษม¹ และยอดศักดิ์ ประชาธาราษฏร์²

Worada Narkkasem¹, and Yortsak Pracharat²

^{1,2} หลักสูตรการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

อีเมล: worada.na@muti.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสินค้าชุมชนและออกแบบฉลากพริกเครื่องแกง 2) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการจากชุมชน กลุ่มลูกค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทั่วไปของสินค้าชุมชนพริกเครื่องแกง ยอดขายคงที่ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 จุดเด่นของพริกเครื่องแกง วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบไม่สูง อาศัยกำลังผู้คนในชุมชนในการผลิต จุดด้อย คือ อายุการเก็บรักษาปานกลางเก็บได้ไม่นานเมื่อเทียบกับสินค้าตัวอื่น และขาดช่องทางการสื่อสารออนไลน์ โอกาส คือ นโยบายสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นของรัฐบาล และอุปสรรค คือ ความรู้ในการพัฒนาสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของสินค้า พบสภาพปัญหาคือ ยอดขายมีความคงที่และขาดสื่อที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า ยังไม่มีตราสัญลักษณ์ สโลแกน และฉลากสินค้า จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ ในกระบวนการวิจัยจึงเริ่มต้นโดยนำผลประเมินความต้องการของชุมชน มีความต้องการฉลากสินค้า โดยการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องสะท้อนมาจากความต้องการของชุมชน 2) การออกแบบฉลากพริกเครื่องแกงด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ผลการประเมินคุณภาพฉลากอยู่ในระดับมาก ข้อมูลในฉลากสามารถสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างได้ ผ่าน สี ตัวอักษร และลวดลายกราฟิก 3) การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ย 4.18 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 ดังนั้นการออกแบบฉลากสินค้าพริกเครื่องแกง สามารถใช้งานได้จริงและสื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

คำหลัก: การออกแบบ, ฉลากพริกเครื่องแกง, แบบมีส่วนร่วมโดยชุมชน



Abstract

This research is a participatory action research. have a purpose 1) To study the general condition of community products and Design label. 2) Assess the satisfaction of the samples. The participants in the research are: community entrepreneurs customer designer academician. The statistics used to analyze the data are Percentage, Mean, and Standard Deviation. The results showed that.

1) General condition of community products of chili paste fixed sales due to the covid-19 situation. Highlights of chili paste raw material prices are not high relying on people in the community to produce. The disadvantage is Medium shelf life, not long storage compared to other products. and lack of online communication channels. Opportunity is the government's policy to support local products. And the obstacle is knowledge in product development and packaging style. Evaluation of product label requirements. There is a high demand for product labels. Participatory design must reflect the needs of the community. Participants who are reflected through various activities in the research process.

2) Chili Paste Label Design with an Participatory Design Process. The results of the label quality assessment were at a high level. The work will be accomplished from the design participant. The information in the label can be communicated to the sample. through colors, texts, and graphics

3) Satisfaction assessment of a sample of 400 people by the tool used as a questionnaire. Sampling using a simple sampling method. It was found that the sample group had overall satisfaction at a high level. by a mean of 4.18 with a standard deviation of 0.54.

Therefore, the design of product labels, chili paste. It can actually be used to reduce the amount of weed waste. Water hyacinth can be used as a material in the production of product labels to show the wisdom of the Ban Khun Lak community mage group. and develop as souvenirs in the future.

Keyword : Design, Label Chili Paste, Community Participation



บทนำ

ในปัจจุบันสินค้าตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญา ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการจากชุมชนให้ความสำคัญมากขึ้น มีการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชน ค้นหาสินค้าที่มีความเข้มแข็งและพัฒนาออกสู่ตลาด โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวสินค้าของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ชุมชนจึงต้องหันมาให้ความสำคัญการสื่อสารในการพัฒนาสินค้าท้องถิ่น ทหาวิธีป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งและสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2560)

ในการขับเคลื่อนงานเศรษฐกิจและทุนชุมชนให้เป็นจริง จึงมีขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชนสำหรับพื้นที่ใหม่ที่กำลังสนใจดำเนินงานด้านพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชน และพื้นที่เดิม รวมถึงพื้นที่การพัฒนาจากประเด็นงานต่างๆ ที่สนใจยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชนในรูปแบบใหม่ เพื่อการพัฒนาต่อยอด การแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจและทุนชุมชนของคนในพื้นที่ ให้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองได้ในเรื่องเศรษฐกิจและทุนชุมชน “เศรษฐกิจชุมชน” หมายถึง วิธีการผลิตของกิน ของใช้ สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความจำเป็น(need) และความต้องการ (want) ของมนุษย์ ด้วยปัจจัยทางการผลิตที่เอื้อต่อวิถีของชุมชน “ธุรกิจชุมชน” หมายถึง การรวมตัวกันทำมาหากิน ทำมาค้าขาย สร้างรายได้ลดค่าใช้จ่าย โดยคนในชุมชนของคนในชุมชน (สถาบันองค์กรพัฒนาชุมชน, 2563) จากการที่ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลนั้นพบว่าชุมชนในพื้นที่ กลุ่มสัมมาชีพชุมชนบ้านขุนละคร ต.สำโรง อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา นั้นมีศักยภาพและความเป็นไปได้ในการนำหลักการจัดการธุรกิจเชิงเกษตรเนื่องจากส่วนใหญ่ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกรและมีผลิตภัณฑ์ ทรัพยากร และภูมิปัญญา ที่น่าสนใจ เพียงแต่ขาดการสนับสนุนและแนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จากการที่กล่าวมาข้างต้นนี้

ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการพัฒนาสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเลือกชุมชนบ้านขุนละคร ต.สำโรง อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา มาเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีความ แตกต่างจากชุมชนแวดล้อม ทั้งเอกลักษณ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรม มีทุนและทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ที่สามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบสินค้าชุมชนที่สามารถต่อยอดไปถึงการสร้างรายได้รูปแบบอื่นภายในชุมชน โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองให้เป็นที่ยอมรับ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือว่าเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นการช่วยบรรเทาปัญหาความยากจน ก่อให้เกิดความ เข้มแข็งและส่งเสริมการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) จากสภาพทั่วไปของสินค้าชุมชนพริกเครื่องแกง พบสภาพปัญหาคือ ยอดขายมีความคงที่และขาดสื่อที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า ยังไม่มีตราสัญลักษณ์ สโลแกน และฉลากสินค้า จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ ในกระบวนการวิจัยจึงเริ่มต้นโดยนำผลประเมินความต้องการของชุมชน มีความต้องการฉลากสินค้า โดยการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องสะท้อนมาจากความต้องการของชุมชน เพื่อให้ได้ผลงานการออกแบบที่อยู่บนฐานความต้องการของชุมชนและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบฉลากสินค้าเครื่องแกงแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนกรณีศึกษา : กลุ่มสัมมาชีพชุมชนบ้านขุนละคร ต.สำโรง อ.ปรางค์ชัย จ.นครราชสีมา



2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อฉลากสินค้าเครื่องแกง

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การออกแบบตราสัญลักษณ์ หมายถึง การออกแบบเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) เป็นภาพสัญลักษณ์ ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ แก่สินค้าและบริษัทของตน โดยวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะของตนเอง สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้ผู้พบเห็นจดจำง่าย เกิดความน่าเชื่อถือ หรือตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป (ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์, 2558)

2. การออกแบบฉลากสินค้า หมายถึง การจัดองค์ประกอบข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวกับสินค้าเป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งรายละเอียดของฉลากสินค้าที่ได้มาตรฐานนั้นต้องอุดมไปด้วยข้อมูล เช่น ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า ที่อยู่-สถานที่ตั้ง ที่สามารถติดต่อได้จริง ขนาด หรือจำนวนบรรจุ วิธีใช้ ข้อแนะนำ วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ ราคา ทั้งนี้ข้อมูลที่ใส่ลงบนฉลากนั้นต้องเป็นประโยชน์และไม่เกินไปจากความเป็นจริง (แพ็คกิ่งศิรินทร์, 2565)

3. การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง กระบวนการให้บุคคลในชุมชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจแก้ไขปัญหา เน้นการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องของ 1) การมีส่วนร่วมด้วยบุคคล 2) การมีส่วนร่วมด้วยเนื้อหา 3) มีส่วนร่วมด้วยกระบวนการ รูปแบบของการมีส่วนร่วม (จินตวีร์ เกษมศุข, 2559, น.6-11)

4. พริกเครื่องแกง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเครื่องเทศและสมุนไพรต่างๆ เช่น พริกสด พริกแห้ง หัวหอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ ผีวมะกรูด เกลือป่น บดผสมให้เข้ากัน อาจมีส่วนประกอบอื่นเช่น กะปิ น้ำตาล น้ำปลา เกลือ แล้วอาจผสมกับกะทิหรือน้ำมันบริโภคตามส่วนประกอบของน้ำพริกแกงแต่ละชนิด และอาจนำไปให้ความร้อนหรือไม่ก็ได้ นำไปประกอบอาหารได้ทันที (ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจร, 2565)

วิธีการดำเนินวิจัย

การออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าเครื่องแกงแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชน ในกระบวนการของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม นั้น เริ่มต้นจากการสอบถามข้อมูลชุมชน ข้อมูลสินค้า ข้อมูลของบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ ราคาสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีการทำพริกเครื่องแกง การรวมกลุ่ม เป็นต้น รวมถึงการเดินทางถ่ายภาพโดยรอบชุมชน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ได้รับความอนุเคราะห์ จากผู้ใหญ่รินดา ผู้ใหญ่บ้านขุนละคร หมู่ที่ 2 ต.ลำโรง อ.ปักธงชัย จ. นครราชสีมา

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลสินค้าเครื่องแกงกลุ่มสัมมาชีพชุมชนบ้านขุนละคร ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อศึกษาวิถีชีวิต ประเพณี ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม งานฝีมือ อาหารของชุมชนรวมถึงการเดินทางถ่ายภาพนิ่ง สภาพทั่วไปของสินค้าชุมชนพริกเครื่องแกง ยอดขายคงที่ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 จุดเด่นของพริกเครื่องแกง วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบไม่สูง อาศัยกำลังผู้คนในชุมชนในการผลิต จุดด้อย คือ อายุการเก็บรักษาได้ไม่นาน และขาดช่องทางการสื่อสารออนไลน์ โอกาส คือ นโยบายสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นของรัฐบาล และอุปสรรค คือ ความรู้ในการพัฒนาสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 1 โครงการสร้างสัมมาชีพชุมชนการเตรียมเครื่องเทศที่โหลกด้วยมือ



ภาพที่ 2 แสดงสินค้าพริกแกง พริกป่น

2. ศึกษาความต้องการของชุมชนเพื่อกำหนดแผนการทำงาน นักวิจัยลงพื้นที่ในการสำรวจชุมชนกลุ่มสัมมาชีพบ้านขุนละคร เกี่ยวกับสินค้าที่มีอยู่ พบว่าสินค้ามีจุดเด่น จุดสำคัญแสดงออกถึง วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของชาวชนบท รวมถึงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สินค้าพริกเครื่องแกงยังขาด ตราสัญลักษณ์ สโลแกน และฉลากสินค้าที่จะทำให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูล บันทึกข้อมูลสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน สัมภาษณ์ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเพื่อเพิ่มเติมข้อมูล



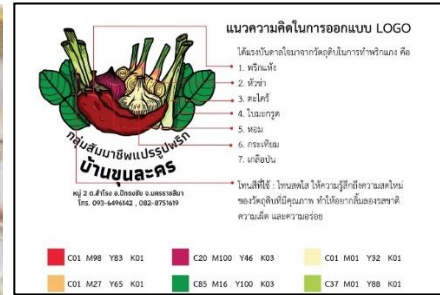
ภาพที่ 4 ร่างแบบเพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้า



3. ออกแบบตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้า หลังจากลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน สมาชิกในกลุ่มสัมมาชีพ จึงลงพื้นที่บันทึกภาพถ่ายสินค้าเครื่องแกง เริ่มตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบที่เกี่ยวข้อง เช่น พริกแห้ง หัวข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด หัวหอม กระเทียม เกลือป่น จึงนำภาพถ่ายจากวัตถุดิบดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการออกแบบ เริ่มต้นโดยการสเก็ต และหาแรงบันดาลใจในการออกแบบ นำเสนอชุมชน 3 รูปแบบและเมื่อเลือกแบบใดแบบหนึ่งแล้วก็สามารถให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้เกิดการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม หลังจากสรุปข้อมูลจากความคิดเห็นของชุมชนแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการพัฒนาตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้า

3.1 แนวคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์ 3 รูปแบบ

ตราสัญลักษณ์แบบที่ 1 นำเสนอแนวคิดในการออกแบบได้แรงบันดาลใจมาจากวัตถุดิบในการทำพริกแกงคือ พริกแห้ง หัวข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด หัวหอม กระเทียม เกลือป่น นำภาพถ่ายจากส่วนผสมของพริกแกงมาวาดเป็นภาพเวกเตอร์กราฟิก



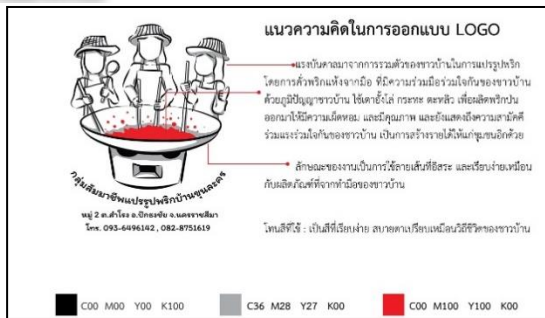
ภาพที่ 5 ตราสัญลักษณ์แบบที่ 1

ตราสัญลักษณ์แบบที่ 2 นำเสนอแนวคิดในการออกแบบได้แรงบันดาลใจมาจากสินค้าของกลุ่มชุมชน และความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ชุมชนที่มีความเป็นชนบท ปลูกพืชผัก ทำเกษตรแล้วมีผลผลิตงอกงาม



ภาพที่ 6 ตราสัญลักษณ์แบบที่ 2

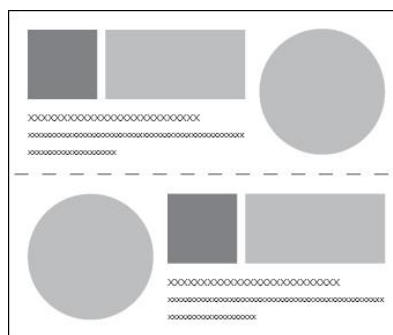
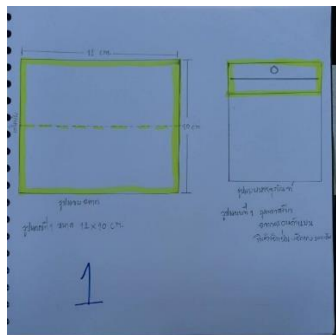
ตราสัญลักษณ์แบบที่ 3 นำเสนอแนวคิดในการออกแบบได้แรงบันดาลใจจากการร่วมมือร่วมใจแสดงถึงความสามัคคีของกลุ่มชาวบ้านจากการทำพริกเครื่องแกงด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านโดยใช้เตาอั้งโล่ และกระทะในการคั่วพริก



ภาพที่ 7 ตราสัญลักษณ์แบบที่ 3

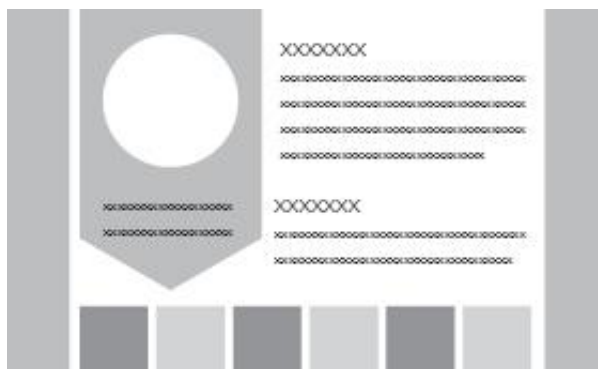
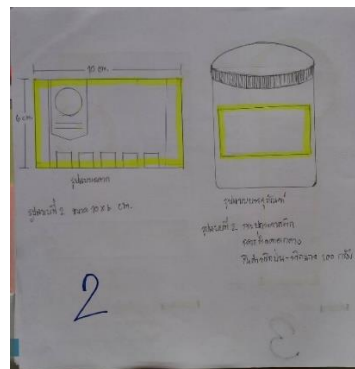
3.2 แนวคิดในการออกแบบฉลากสินค้า 3 รูปแบบ

รูปแบบที่ 1 ลักษณะของภาชนะที่บรรจุเป็นซองพลาสติก ออกแบบฉลากขนาด 15.5 x 11 cm. การใช้งานฉลากครอบด้านบนทั้งฝั่งซ้ายและฝั่งขวา บรรจุสินค้าพริกแกง 100 กรัม



ภาพที่ 8 ฉลากครอบด้านบน

รูปแบบที่ 2 ลักษณะของภาชนะที่บรรจุเป็นกระปุกพลาสติก ออกแบบฉลากขนาด 10 x 7 cm. การใช้งานฉลากคาดตรงกลางภาชนะ บรรจุสินค้าพริกแกง 100 กรัม



ภาพที่ 9 ฉลากคาดตรงกลางภาชนะ



รูปแบบที่ 3 ลักษณะของภาชนะที่บรรจุเป็นถุงพลาสติกมีฐานตั้งได้ ออกแบบฉลากขนาด 5 x 15 cm. การใช้งานฉลาก
คาดด้านข้างทางขวามือ บรรจุสินค้าพริกแกง 100 กรัม



ภาพที่ 10 ฉลากคาดด้านข้าง-ด้านขวา




4. กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน สำหรับการออกแบบฉลากสินค้าพริกเครื่องแกง นี้ใช้วิธีการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมโดยนักวิจัยสอบถามข้อมูลเชิงลึก แล้วนำข้อมูลที่ได้มาสร้างรูปแบบเลย์เอาต์ฉลากโดยการร่างรูปแบบ และวาดเส้นดินสอลงรายละเอียดเป็นสเก็ตแบบหยาบ แล้วนักวิจัยนำมาออกแบบโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อสร้างงานสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทฉลากสินค้า (พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร, 2558) แล้วให้สมาชิกในชุมชนยกมือโหวตเลือกรูปแบบงานออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ ที่เลือกใช้เลย์เอาต์การจัดวางรูปภาพ ตัวหนังสือ และองค์ประกอบกราฟิกที่แตกต่างกัน (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553)

5. ด้านการประเมินคุณภาพของฉลากสินค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญคือ บุคคลผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านงานออกแบบจำนวน 3 ท่าน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เมื่อออกแบบเสร็จแล้ว จึงประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบ นำผลประเมินจากการออกแบบมาปรับปรุงแก้ไขให้ฉลากสินค้าที่มีคุณภาพ ใช้เครื่องมือการประเมินผลงานออกแบบโดยใช้แบบสอบถาม (สรชัย พิศาลบุตร, 2555)

6. วัดผลการประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคพริกเครื่องแกง ตำบลสำโรง อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ขอคำถามได้ทำการตรวจสอบ IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ มีการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เพื่อลดปัจจัยแทรกซ้อน






ตารางที่ 1 การประเมินคุณภาพตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์									
	รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3					
	\bar{x}	S.D.	ผล	\bar{x}	S.D.	ผล	\bar{x}	S.D.	ผล
สีที่ใช้มีความเหมาะสม	4.00	0.10	มาก	4.00	0.10	มาก	4.19	0.23	มาก
ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	3.90	0.25	มาก	4.20	0.12	มาก	4.20	0.52	มาก
ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน	4.05	0.26	มาก	4.05	0.20	มาก	4.15	0.26	มาก
ตราสัญลักษณ์แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.10	0.12	มาก	4.15	0.10	มาก	4.39	0.36	มาก
ตราสัญลักษณ์มีความน่าสนใจสร้างการจดจำได้ดี	3.95	0.28	มาก	4.02	0.00	มาก	4.40	0.39	มาก
รวม	4.00	0.20	มาก	4.08	0.10	มาก	4.25	0.35	มาก

จากตารางที่ 1 การประเมินคุณภาพตราสัญลักษณ์ พบว่า ตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 3 ตราสัญลักษณ์มีความน่าสนใจสร้างการจดจำได้ดี มีค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 ผลการประเมินในระดับมาก ตราสัญลักษณ์แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 ผลการประเมินในระดับมาก และตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชนมีค่าเฉลี่ย 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 ผลการประเมินในระดับมาก

ตารางที่ 2 การประเมินคุณภาพฉลากสินค้า

ฉลากสินค้า									
	รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3					
	\bar{x}	S.D.	ผล	\bar{x}	S.D.	ผล	\bar{x}	S.D.	ผล
สีที่ใช้มีความเหมาะสม	4.19	0.24	มาก	4.08	0.54	4.08	4.19	0.80	มาก
ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	4.20	0.54	มาก	4.20	0.60	4.20	4.23	0.72	มาก
ฉลากมีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน	4.10	0.26	มาก	4.06	0.50	4.06	4.30	0.55	มาก
การจัดองค์ประกอบของกราฟิกบนฉลาก	4.39	0.36	มาก	4.12	0.32	4.12	4.46	0.47	มาก
ฉลากสร้างความสะดวกในการใช้สินค้า	4.35	0.39	มาก	4.02	0.29	4.02	4.41	0.55	มาก
รวม	4.25	0.36	มาก	4.10	0.45	4.10	4.32	0.62	มาก



จากตารางที่ 2 การประเมินคุณภาพผลากสินค้า พบว่า ผลากสินค้ารูปแบบที่ 3 การจัดองค์ประกอบของกราฟิกบนผลากมีค่าเฉลี่ย 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ผลการประเมินในระดับมาก ผลากสร้างความสะดวกในการใช้สินค้ามีค่าเฉลี่ย 4.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ผลการประเมินในระดับมาก และสีที่ใช้มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 ผลการประเมินในระดับมาก

ผลการวิจัย

งานออกแบบตราสัญลักษณ์และผลากสินค้าเมื่อนำกระบวนการมีส่วนร่วมของนักวิจัยและชุมชนมาดำเนินงาน พบว่า ทำให้สามารถออกแบบตราสัญลักษณ์และผลากสินค้าบนฐานความต้องการของชุมชน มีความถูกต้องของข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และเกิดความพึงพอใจ (ปทุมวรรณ ทองตราและคณะ, 2563) กลุ่มสัมมาชีพเลือกรูปแบบที่ 3 ลักษณะของภาชนะที่บรรจุถุงพลาสติก มีฐานตั้งออกแบบผลากขนาด 16.8 x 6 cm. การใช้งานผลากคาคตรงกลาง หรือด้านซ้าย หรือด้านขวาของภาชนะ บรรจุสินค้าพริกแกง 100 กรัม ให้พริกอยู่ในกระปุกและมีผลากสินค้าที่โดดเด่น สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลากสินค้าพริกเครื่องแกงสามารถใช้ได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 11 ผลากสินค้าพริกเครื่องแกง

ตารางที่ 3 กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ขั้นตอนการมีส่วนร่วม	นักวิจัย	ชุมชน	ผลที่เกิดขึ้น
ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล	✓	✓	การมีส่วนร่วมในข้อมูล กระบวนการคิดและผลงานออกแบบ
ตั้งโจทย์เพื่อการออกแบบ	✓	-	เกิดการออกแบบตราสัญลักษณ์และผลากสินค้าที่มีการใช้งานที่เหมาะสมกับสินค้า
เก็บข้อมูล	✓	✓	ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม
ชุมชน	✓	✓	ทำให้สามารถออกแบบตราสัญลักษณ์และผลากบนฐานความต้องการของชุมชน
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	✓	✓	ทำให้ตราสัญลักษณ์และผลากสามารถสื่อสารได้



ตารางที่ 3 กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน(ต่อ)

ขั้นตอนการมีส่วนร่วม	นักวิจัย	ชุมชน	ผลที่เกิดขึ้น
ตรวจสอบข้อมูล	✓	✓	เกิดความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูล
ติดตาม/ร่วมประเมินผล	✓	✓	เกิดความพึงพอใจ เกิดข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์
จัดทำรายงานวิจัย	✓	-	เกิดองค์ความรู้ใหม่และข้อเสนอแนะ
ผลได้/ผลเสีย	✓	✓	มีตราสัญลักษณ์และฉลากที่มีคุณภาพ

จากตารางที่ 3 กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่าการออกแบบฉลากสินค้าพริกเครื่องแกง อาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของนักวิจัยและชุมชน ทำให้ขับเคลื่อนผลงานออกแบบได้เป็นอย่างดี อันประกอบไปด้วยการสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นภูมิปัญญาการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสิ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผ่านภาพประกอบ สี ตัวอักษร และลวดลายกราฟิก (ชาตรี บัวคลี, 2561) แต่ต้องคำนึงถึงข้อเด่นและข้อจำกัดของฉลากสินค้าเพื่อให้สื่อสารกับเป้าหมาย และเกิดการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหา พัฒนาคุณภาพเกิดการยอมรับจากชุมชน เน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทเป็นเจ้าของ (อนัน วาโษะ, 2561)

ตารางที่ 4 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการประเมิน	n=400		ผลการประเมิน
	\bar{x}	S.D.	
สีที่ใช้มีความเหมาะสม	4.22	0.23	มาก
ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม	4.32	0.25	มาก
ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน	4.18	0.26	มาก
ตราสัญลักษณ์แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.19	0.92	มาก
ตราสัญลักษณ์มีความน่าสนใจสร้างการจดจำได้ดี	4.05	0.87	มาก
ฉลากมีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน	4.35	0.80	มาก
การจัดองค์ประกอบของกราฟิกบนฉลาก	4.00	0.68	มาก
ฉลากสร้างความสะดวกในการใช้สินค้า	4.10	0.29	มาก
รวม	4.18	0.54	มาก

จากตารางที่ 4 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ฉลากมีความเหมาะสมกับสินค้าชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 ผลการประเมินในระดับมาก ตัวอักษรที่ใช้มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25 ผลการประเมินในระดับมาก และการจัดองค์ประกอบของกราฟิกบนฉลากมีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ผลการประเมินในระดับมาก



สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบฉลากสินค้าพริกเครื่องแกง นี้ใช้วิธีการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนจาก การแสดงออกของการมีส่วนร่วมร่วมแสดงได้ 3 ลักษณะ ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมโดยบุคคล 2) การมีส่วนร่วมโดยเนื้อหา 3) มีส่วนร่วมโดยกระบวนการ การสอบถามข้อมูลเชิงลึกจากผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ในการค้นหาแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์ สร้างรูปแบบ เลย์เอาต์ฉลากโดยการร่างรูปแบบ และวาดเส้นดินสอลงรายละเอียดเป็นสเก็ตแบบหยาบ แล้วนักวิจัยนำมาออกแบบโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แล้วให้สมาชิกในชุมชน ยกมือโหวตเลือกรูปแบบงานออกแบบจำนวน 3 รูปแบบ ที่เลือกใช้เลย์เอาต์การจัดวางรูปภาพ ตัวหนังสือ และองค์ประกอบกราฟิกที่แตกต่างกัน จากนั้นจึงนำมาประเมินคุณภาพผลงานออก และทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหา และด้านการออกแบบ แล้วจึงวัดผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 แสดงว่าฉลากสินค้าพริกเครื่องแกงใช้ได้เป็นอย่างดี ฉลากสินค้าที่ดีต้องเพิ่มมูลค่าและแสดงคุณค่าแก่ผู้บริโภคได้ และไม่เพิ่มต้นทุนการผลิตมากเกินไป สามารถสื่อสารการตลาดได้ ออกงานแสดงสินค้าได้ เพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่ให้การช่วยเหลือดังต่อไปนี้ ขอขอบคุณ นายประกอบ ปัดเกษม ประธานกลุ่มสัมมาชีพชุมชนบ้านขุนละคร ได้ริเริ่มการก่อตั้งกลุ่มสัมมาชีพและกรุณาให้ข้อมูล และผู้ใหญ่รินดา ผู้ใหญ่บ้านขุนละคร ที่ให้ทั้งข้อมูลและคำแนะนำที่มีคุณประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาให้เกียรติเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินผลงานให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผลงานตามวัตถุประสงค์ของโครงการนี้ จนทำให้โครงการสำเร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ควรมีการฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการในความรู้ เรื่อง ฉลากและสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

2. การทำบรรจุภัณฑ์สินค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ เทศมหาชาติ ส่งเสริมให้เกิดการใช้สินค้าตัวเลือก ในเรื่องของขนาด เช่น บริโภคคนเดียว หรือบริโภคเป็นครอบครัว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพิ่มช่องทางทางการขายออนไลน์ และการทำสื่อประชาสัมพันธ์สินค้าในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). *การพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : กองวิชาการกรมส่งเสริมการเกษตร.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2559). *หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาติรี บัวคลี่. (2561). การออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. *วารสารวิจิตรศิลป์*, 9(2), 93-144
- ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์. (2558). *ความรู้พื้นฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). ขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ปทุมวรรณ ทองตราชและคณะ. (2563). *ออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง*. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11, หน้า 840-854
- พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร. (2558). *สร้างงานสื่อสิ่งพิมพ์แบบมืออาชีพด้วย InDesign CS6+CC ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : ริโวว่าแพคเกจดีไซน์. (2565). *การออกแบบฉลากสินค้า*. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2565, จาก <https://www.packingdesigns.com/>
- ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจร. (2565). *พริกแกง*. สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2565, จาก <http://surl.li/buubk>
- สถาบันองค์กรพัฒนาชุมชน. (2563). *เศรษฐกิจฐานราก*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563, จาก https://web.codi.or.th/development_project/20201125-20029/
- สรชัย พิศาลบุตร. (2555). *วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒนา
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). *ผลิตภัณฑ์ OTOP*. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2565, จาก <https://shorturl.asia/kicnM>
- อนัน วาโซะ. (2561). *Graphic Design for Advertising & Printing*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี : ไอดีซี.เอ.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย