

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุน ทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

Design and Development of Cucumber Herbal Soap Packaging for Sufficiency Economy Community Enterprise Khun Talay Sub-district, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province

เรวัต สุกสิกาญจน์^{1*} เจษฎา สุกสิกาญจน์²

¹รองศาสตราจารย์ สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป (ศิลปะและการออกแบบ)

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Rewat Suksikarn^{1*} Jedsada Suksikarn²

¹Associate Professor, School of Languages and General Education(Art and Design),

Walailak University, Thasala District, Nakhon Si Thammarat, Thailand, 80160

²Lecturer, Department of Art Education, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand, 80280

*Email: Suksikarn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวาแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรกลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเจาะจงจากสมาชิกภายในกลุ่ม จำนวน 13 คน วิธื่อดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน คือ 1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัญหาและความต้องการออกแบบและพัฒนา 2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3. วางแผนดำเนินการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดความรับผิดชอบในการดำเนินงาน และคัดเลือกแนวทางที่เหมาะสม 4. การออกแบบและพัฒนา 5. นำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และ 6. ทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์จำหน่ายจริง แนวทางในการออกแบบและพัฒนา คือ ออกแบบตราสินค้าใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐานเพิ่มขึ้น และออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่แตงกวาทั้งชนิดก้อนและชนิดเหลว คณะนักวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำงานแบบมีส่วนร่วมกันทุกกระบวนการ การออกแบบ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ออกแบบตราสินค้า และออกแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้ ตราสินค้า ออกแบบเป็นรูปร่างใบแตงกวาที่มีขอบใบหยักและโค้งเว้า ซ่อนรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงที่พลิ้วตามเส้นสายของใบแตงกวา สื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอก ภายใต

การถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า ออกแบบกราฟิกโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำของผลและใบแตงกวามีสีขาวและเขียวเป็นหลัก สื่อถึงความสะอาดและสดชื่น ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์สบู่แตงกวาชนิดก้อน ขนาด 10, 50 และ 80 กรัม สบู่แตงกวาชนิดเหลว ขนาด 50 และ 250 มิลลิลิตร ผลงานการวิจัยนี้ สามารถนำไปต่อยอดแนวความคิดสำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริง ซึ่งทำให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถเพิ่มมูลค่าสบู่สมุนไพรจากแตงกวา ยกกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การออกแบบ, บรรจุภัณฑ์, สบู่สมุนไพรแตงกวา, วิสาหกิจชุมชน, เศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

This research aims to design and develop cucumber herbal soap packaging. A participatory form with sufficiency economy community enterprise group, Khun Thalay Sub-district, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province. The research method was divided into 6 steps: study and data analysis, study guidelines for packaging development, planning action to develop packaging, packaging design and development, presentation packaging prototypes. Finally, produce the actual packaging for sale. The approach to design and development is design a new brand to raise the standard and design packaging for both bar and liquid cucumber soaps. The research team and members of the community enterprise group work together in every process. The design process is divided into 2 parts: brand design and packaging design, summarized as follows: the brand is designed in the shape of a cucumber leaf with jagged and curved edges. Hides the shape of a woman's face that flutters along the lines of a cucumber leaf. Convey beauty from the inside out under the name of thai and english brand sunee herb, packaging design has the concept of convey a story, forwarding values, graphics design using illustrations that are a technique of watercolor painting of cucumber. They are white and green color. It conveys cleanliness and freshness, consisting of packaging of cucumber bar soap in sizes of 10, 50 and 80 g. cucumber liquid soap in sizes of 50 and 250 ml. Can be used to develop ideas for creativity and production for sale. Which makes members of community enterprises take pride in being a part of jointly develop packaging can add value to herbal soap from cucumber. Improve the quality of life and develop yourself for sustainable business.

Keywords: Design, Packaging, Cucumber Herbal Soap, Community Enterprise, Sufficiency Economy

Received: August 18, 2021; **Revised:** December 9, 2021; **Accepted:** December 20, 2021

1. บทนำ

จากการที่ประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ Value-Based Economy หรือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ภายใต้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” กล่าวคือในปัจจุบันเรายังติดอยู่ในโมเดลธุรกิจแบบทำมากได้น้อย เราต้องการปรับเปลี่ยนเป็นทำน้อยได้มาก นั้นหมายถึงการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติ สำคัญ คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้นการเปลี่ยนผ่านจึงประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ 1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ 2) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services และ 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการชักจูงเชื่อมโยงเทคโนโลยีหลักที่ต้นน้ำ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายที่อยู่กลางน้ำ และ Startups ต่างๆ ที่อยู่ปลายน้ำ โดยใช้พลังประชารัฐ ในการขับเคลื่อน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) กลุ่มเทคโนโลยีสุขภาพ (Healthtech) เทคโนโลยีการแพทย์ (Meditech) และสปา (Spa) เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายหลัก 1 ใน 5 ของ “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นส่วนที่ประเทศไทยต้องการพัฒนาด้วยตนเองเป็นหลัก แล้วค่อยต่อยอดด้วยเครือข่ายความร่วมมือจากต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับบันได 3 ขั้น ของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของการพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง และรวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง

การใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีมาช้านาน ซึ่งมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ระบุถึงการใช้พืชพรรณสมุนไพรตั้งแต่สมัยพุทธกาล การนำสมุนไพรมาใช้ทั้งในแง่การรับประทานเป็นอาหาร เช่น การรับประทานพืชผัก หรือนำมาประกอบเป็นอาหาร นอกจากนั้นยังนำมาใช้เป็นยารักษาโรคเวลาเกิดอาการเจ็บป่วย การนำมาสานผืนหรือบำรุงผิวที่ทำให้สุขภาพผิวสดใสเปล่งปลั่ง ดูดีขึ้น ก็เป็นหนึ่งในภูมิปัญญาไทยที่คนไทยนำมาใช้กันตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ดังนั้น สมุนไพรจึงเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีมาแต่โบราณ เป็นการนำมาใช้ประโยชน์และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่าง ๆ เช่น สบู่ ครีม โลชั่น เซรั่ม เป็นต้น จนเกิดมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรบำรุงผิวและสปาในประเทศไทยจำหน่ายในนามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆ เป็นจำนวนมาก

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีอาชีพทำสวนผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน ลองกอง มังคุด เป็นต้น สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างสมดุล คือการปลูกทุกอย่างอยู่ในแปลงเดียวเรียกว่า “สวนผสม” ซึ่งยังคงพบเห็นได้ทั่วไปในเขตพื้นที่นี้ โดยมีนางสุณีย์ พวงพี เป็นประธานกลุ่ม ได้ดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 โดยผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติ ประเภท สบู่ น้ำผึ้งและสบู่เหลวเปลือกมังคุด สบู่และสบู่เหลวแตงกวา สบู่ น้ำผึ้งมะขามเปียก สบู่และสครับถ่านไม้ไผ่ ฯลฯ มีสมาชิกรวมกลุ่มกันประมาณ 13 คน ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มนี้ ได้รับการช่วยเหลือจากทางภาครัฐ ทั้งในด้านกรรมวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการรับรองมาตรฐานและความปลอดภัยต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและสากลมากมายหลายโครงการ แต่ก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ในแต่ละครั้งของการปรับปรุงและพัฒนา ก็จะเกิดสิ่งใหม่อยู่เสมอ ทำให้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ไม่ได้สร้างจุดจดจำจากผู้บริโภคเท่าที่ควร

ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล จะต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนของผู้ผลิต เพื่อช่วยส่งเสริมให้สินค้าเป็นที่จดจำง่าย บรรจุภัณฑ์ (packaging) เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยทำให้ธุรกิจการค้าขายต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ และถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาด (marketing mix) สมัยใหม่ เพราะในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดมีสูงมาก ตัวผลิตภัณฑ์สินค้าเองก็ไม่สามารถคิดค้นหรือพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้อีกมากนัก และลักษณะของตัวสินค้าที่เปลี่ยนเป็นสินค้าสะดวกซื้อ มีการนำกลยุทธ์ทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาใช้ เพื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวของสินค้าเอง ในรูปลักษณะของพนักงานกับสินค้าขายเงียบ (silent salesman) (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. 2542: 1-9) ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายออกของสินค้าเป็นวงกว้าง ที่ผ่านมากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้ ยังไม่สามารถดำเนินการเรื่องนี้ด้วยตนเองได้มากนัก เนื่องจากปัญหาหลายประการ อาทิ การขาดความรู้ความเข้าใจทางการตลาด การขาดความรู้ความเข้าใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม จนกระทั่งละเลยความสำคัญของการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไป ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญทำให้เกิดศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดลดลงและไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การขยายตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีอัตราเพิ่มขึ้น และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเครื่องสำอางสมุนไพร ก็ยังมีเพิ่มมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยจะทำการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรผลิตภัณฑ์จากแตงกวา เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งทดลองผลิตได้ไม่นาน จะได้เป็นสินค้าที่จดจำได้ก่อนในกลุ่มผู้บริโภคตั้งแต่แรกของการสร้างผลิตภัณฑ์และตราสินค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม มีคุณภาพมาตรฐาน ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและโดดเด่น จนนำไปสู่การผลิตออกจำหน่ายได้จริง อันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้าให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดสากล และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ในโอกาสต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ออกแบบตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ออกแบบตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1 ได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ

3.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม และทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายได้จริง

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวา ประกอบด้วย

- 1) ตราสินค้าสบู่สมุนไพร
- 2) บรรจุภัณฑ์สบู่ก่อนแต่งกวา ขนาด 10, 50 และ 80 กรัม
- 3) บรรจุภัณฑ์สบู่หลังแต่งกวา ขนาด 50 และ 240 มิลลิลิตร

4.3 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรกลุ่มตัวอย่างจากการเลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยโดยเริ่มจากการลงสำรวจ ศึกษาข้อมูลวิสาหกิจชุมชนประเภทเครื่องสำอางสบู่สมุนไพรและทำการคัดเลือกกลุ่มนี้ เพราะทางกลุ่มมีความต้องการในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ทักษะและประสบการณ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจสภาพปัญหา ข้อจำกัดความต้องการและศักยภาพในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 13 คน ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

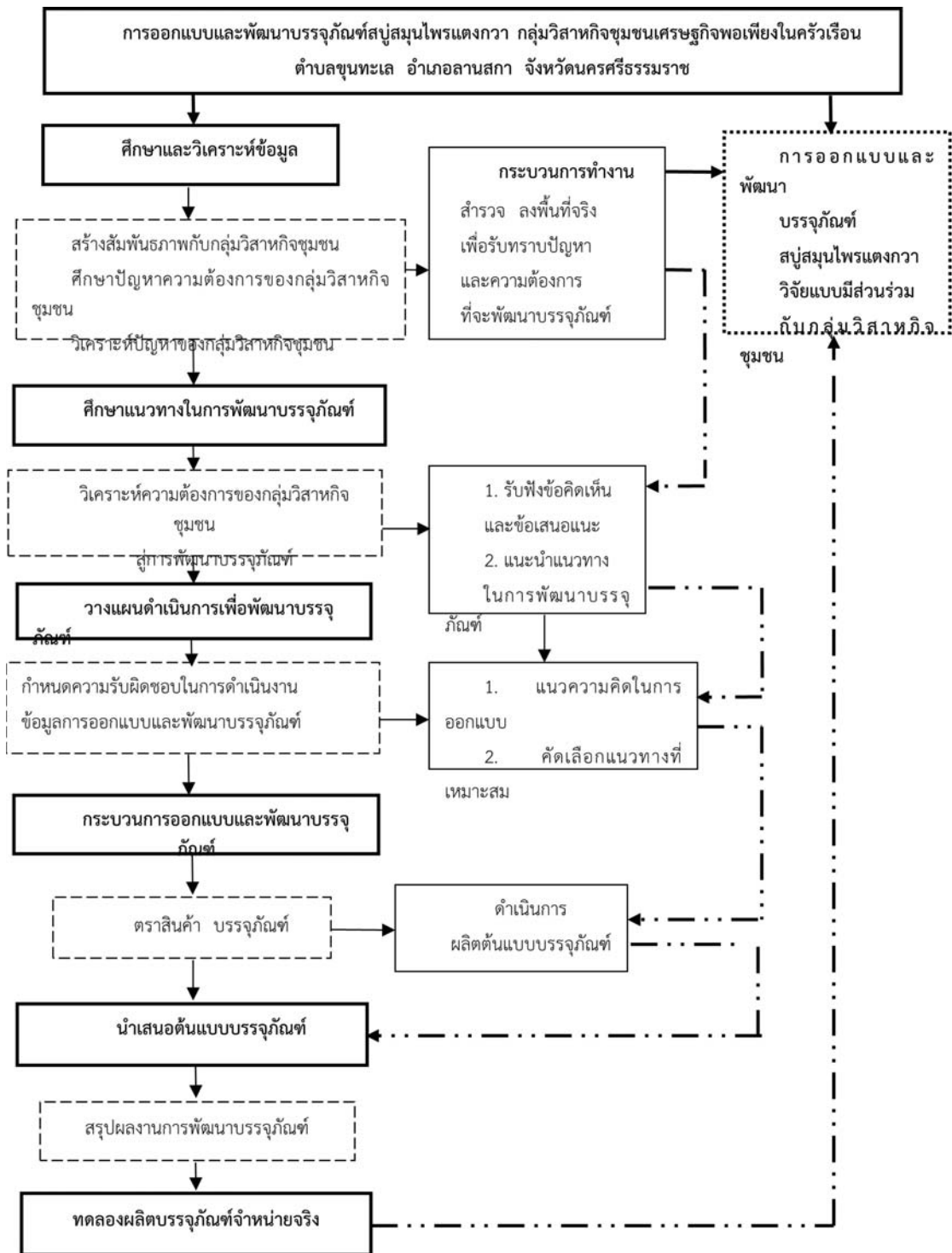
5.2 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ศึกษากระบวนการผลิตและรูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 13 คน ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการผลิต ได้แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

5.3 วางแผนดำเนินการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน โดยการระดมความคิดเห็นและการสังเกต คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมวางแผนดำเนินการ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ได้แผนงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน

5.4 กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแผนดำเนินการที่กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมดำเนินการออกแบบตราสินค้า พัฒนาแบบตราสินค้า จนสรุปแบบที่เลือกใช้งาน และทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบร่าง ทดลองสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง จนถึงการทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์

5.5 นำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยนำต้นแบบที่เสร็จแล้ว มาพูดคุยและแลกเปลี่ยนระหว่างคณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการต่อยอดแนวความคิดสำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริง

5.6 ทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์จำหน่ายจริง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตบรรจุภัณฑ์ ที่จำหน่ายได้จริง ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 แผนภาพกระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรแดงกวา

6. ผลการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีลำดับขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ปรากฏผลการศึกษาวิจัยในการทำงานร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจ ตามรายละเอียดที่จะเสนอโดยลำดับ ดังนี้

6.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยประชุมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ณ โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลตำบลขุนทะเล ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาข้อมูลบริบทของกลุ่ม ได้ข้อมูลเบื้องต้น ดังนี้ สมาชิกเป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีอาชีพทำสวนผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน ลองกอง มังคุด เป็นต้น โดยมีนางสุณีย์ พวงพี เป็นประธานกลุ่ม ได้ดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 โดยผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติ ประเภท สบู่ น้ำผึ้ง และสบู่เหลวเปลือกมังคุด สบู่และสบู่เหลวแตงกวา สบู่ น้ำผึ้งมะขามเปียก สบู่และสครับถ่านไม้ไผ่ ฯลฯ มีสมาชิกรวมกลุ่มกันประมาณ 13 คน ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มนี้ ได้รับการช่วยเหลือจากทางภาครัฐ ทั้งในด้านการรวมกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการรับรองมาตรฐานและความปลอดภัยต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและสากลมากมาย หลายโครงการ แต่ก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ในแต่ละครั้งของการปรับปรุงพัฒนา ก็จะเกิดสิ่งใหม่อยู่เสมอ ทำให้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ไม่ได้สร้างจุดจดจำจากผู้บริโภคเท่าที่ควร



ภาพที่ 2 คณะผู้วิจัยประชุมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน
ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

6.2 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษากระบวนการผลิต และรูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ประกอบด้วย สบู่เปลือกมังคุด สบู่มะขามเปียก สบู่แตงกวา สบู่ถ่านไม้ไผ่ ทั้งชนิดก้อนและชนิดเหลว เพื่อวิเคราะห์หาคำตอบเกี่ยวกับตราสินค้าและฉลากตลอดจนบรรจุภัณฑ์เดิมและแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ฉลากสินค้าและสื่อประชาสัมพันธ์มีหลากหลายรูปแบบ ไม่เป็นที่จดจำของผู้บริโภค รูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดึงดูดใจ และกลุ่มผู้บริโภคยังจำกัดเฉพาะในงานจัดแสดงสินค้าในระดับท้องถิ่นเท่านั้น แนวทางในการพัฒนา คือ ปรับภาพลักษณ์และออกแบบตราสินค้าใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐานเพิ่มขึ้น และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เฉพาะสบู่แตงกวาทั้งชนิดก้อนและชนิดเหลว ชนิดก้อนขนาด 10, 50, 80 กรัม ชนิดเหลว 50, 240 ml เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งทดลองผลิตได้ไม่นาน จะได้เป็นสินค้าที่จดจำได้ก่อนในกลุ่มผู้บริโภค ตั้งแต่แรกของการสร้างผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้น่าใช้มากขึ้น เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ



ภาพที่ 3 สบู่สมุนไพรประเภทต่างๆ ที่มีอยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน

6.3 วางแผนดำเนินการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์

คณะนักวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 13 คน ได้ระดมความคิดเห็นด้วยการประชุมแบบมีส่วนร่วมเป็นขั้นตอนสร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกัน กำหนดวัตถุประสงค์ กิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงานการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับแนวทางในการออกแบบ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงานตามความสามารถ ความสนใจ ความถนัด ความเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน



ภาพที่ 4 วางแผนดำเนินการร่วมกันระหว่างคณะนักวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

6.4 กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ออกแบบตราสินค้า และออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตามรายละเอียดดังนี้

ออกแบบตราสินค้า



ภาพที่ 5 ตราสินค้าเดิม สุนีย์สมุนไพร์

ตราสินค้าเดิมใช้ชื่อสมุนไพรสมุนไพร ใช้ภาพถ่ายของหัวหน้ากลุ่มเป็นภาพประกอบหลัก และมีริบบิ้นสีทองรองรับหมายถึงการรับประกันและเชิดชู โดยมีตัวพ้องตัวอักษรระบุชื่อคำว่า “สมุนไพร” บ่งบอกถึงชื่อตราสินค้าใช้กับทุกประเภทของเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติที่ทางกลุ่มผลิตและจำหน่าย โดยจะปรับภาพลักษณ์และออกแบบตราสินค้าใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐาน โดยใช้ Theme แนวความคิด Health, Hand-Made, Nature Theme ภายใต้ชื่อ “สมุนไพร” “sune herb” มีแนวความคิดในการออกแบบเพื่อตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมจากคนวัยทำงาน ซึ่งเชื่อถือและเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าอยู่แล้ว เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นวัยรุ่นเข้าไป ส่วนการจัดจำหน่ายก็เพิ่มให้ครอบคลุมร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า และกลุ่มสินค้าประเภท Premium OTOP



ภาพที่ 4 วางแผนดำเนินการร่วมกันระหว่างคณบดีและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตราสินค้าใหม่ใช้ภาพประกอบของใบไม้สีเขียวที่สื่อถึงเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติ ใช้รูปร่างของแตงกวาที่หั่นตัดขวางเห็นพื้นผิว สื่อให้เห็นถึงจุดเด่นของแตงกวา และการสกัดสมุนไพรที่มีสรรพคุณ ส่งต่อความงามจากภายในสู่ภายนอกของผู้หญิง มีพ้องตัวอักษรไทย “สมุนไพร” และภาษาอังกฤษ “sune herb” ออกแบบร่าง (Sketch Design) จำนวน 9 รูปแบบ โดยให้ทางกลุ่มวิสาหกิจ เลือกจำนวน 1 รูปแบบ เพื่อพัฒนาอีกจำนวน 3 รูปแบบ และสรุปรูปแบบที่จะนำไปใช้ต่อไป



ภาพที่ 7 ออกแบบร่าง (Sketch Design) ตราสินค้าสุณีย์สมุนไพร

การพัฒนาตราสินค้า กลุ่มวิสาหกิจ เลือกตราสินค้านำแบบที่ 1 เพราะสามารถสื่อได้ถึงเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติที่มาจากรูปร่างของใบไม้สีเขียวและวัตถุดิบของแตงกวา ประกอบกับรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงภายในใบไม้ที่พลิ้วไหวสื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอกของผู้หญิง โดยเน้นชื่อของตราสินค้าเป็นฟอนต์ตัวอักษรภาษาไทยที่อ่านง่ายและมีภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติ โดยภาพรวมสรุปเป็นแนวความคิดหลักเพื่อปรับปรุงพัฒนาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยปรับปรุงรูปร่างของใบไม้ให้มีลักษณะเฉพาะ และมีจุดเด่น เป็นใบของแตงกวาที่มีขอบใบหยักและโค้งเว้า เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนมากขึ้น



ภาพที่ 7 ออกแบบร่าง (Sketch Design) ตราสินค้าสุณีย์สมุนไพร

สรุปแบบตราสินค้า เป็นรูปร่างของใบเตยกวาที่มีขอบใบหยักและโค้งเว้า ซ่อนรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงที่พลิ้วตามเส้นสายของใบเตยกวา สื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอก โดยเน้นชื่อของตราสินค้าเป็นภาษาไทยที่อ่านง่าย และมีภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติ มีทั้งภาพประกอบและฟอนต์ตัวอักษรเพื่อการจดจำตราสินค้าที่ดี



ภาพที่ 9 สรุปแบบตราสินค้าสุนีย์สมุนไพร

ออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์เดิมของสมุนไพรเตยกวา

บรรจุภัณฑ์เดิมของสบู่สมุนไพรแดงกวา แยกตามขนาด ประกอบด้วย สบู่แดงกวาชนิดเหลว มี 2 ขนาด คือ 50 และ 240 มิลลิลิตร ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นขวดพลาสติกใสติดฉลากสินค้า เพื่อสื่อสารข้อมูล แต่ยังไม่มีการละเอียดมากนัก ส่วนสบู่แดงกวาชนิดก้อน มี 3 ขนาด คือ 10, 50 และ 80 กรัม ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กและขนาดกลาง (10, 50 กรัม) ใช้พลาสติกใสห่อหุ้มให้เห็นผิวและสีของสบู่ด้านใน ยังไม่มีฉลากสินค้า ส่วนขนาดใหญ่ (80 กรัม) มีฉลากสินค้าสบู่แดงกวา แต่ยังไม่มีการละเอียดของสินค้า ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดยังไม่มีกรอบกราฟิก เพื่อสื่อสารดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า รวมทั้งเกิดความทรงจำในผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรแดงกวา การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ใช้ Theme แนวความคิด Health, Hand-Made, Nature Theme มีแนวความคิดการถ่ายทอดเรื่องราวส่งต่อคุณค่า เปรียบเสมือนของขวัญที่ได้รับและเป็นงานฝีมือ ประดิษฐ์ประดอย ออกแบบกราฟิกโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นเทคนิคการเขียนรูปล้ำน้ำของผลและใบแดงกวา มีสีขาวและเขียวเป็นหลักสื่อถึงความสะอาดและสดชื่น เพราะสามารถเห็นสินค้าจริงจากสบู่ก้อนและเหลวประกอบกับฉลากทำให้สามารถจินตนาการถึงกลิ่นของสบู่ได้



ภาพที่ 11 Mood Board บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแดงกวา

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแดงกวาชนิดก้อน ขนาด 10 กรัม ออกแบบโดยการห่อหุ้มพลาสติกใสก้นสบู่เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน และคาดด้วยฉลาก (Label) สีขาว มีตราสินค้า “สุนีย์ เอิร์บ” “sunee herb” ให้สามารถจดจำได้ง่าย พร้อมกับระบุที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 12 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแดงกวาชนิดก้อน ขนาด 10 กรัม

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวาชนิดก้อน ขนาด 50 กรัม ออกแบบโดยการห่อหุ้มพลาสติกใสก้อนสบู่เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน และคาดด้วยฉลาก (Label) สีขาว มีตราสินค้า “สุนีย์ เฮิร์บ” “sunee herb” ให้สามารถจดจำได้ง่าย ด้วยขนาดของก้อนสบู่และฉลากที่ใหญ่ขึ้นทำให้สามารถมีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 13 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวาชนิดก้อน ขนาด 50 กรัม

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวาชนิดก้อน ขนาด 80 กรัม ออกแบบโดยมีกระดาษชั้นในห่อก้อนสบู่หนึ่งชั้นบนกระดาษชั้นในมีข้อมูลส่วนประกอบสรรพคุณของแตงกวา ใบ ดอก ผล และข้อความสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพผิว เพื่อให้ความรู้และส่งเสริมการขายไปด้วยในตัว คาดด้วยฉลาก (Label) สีเขียว มีตราสินค้า “สุนีย์ เฮิร์บ” “sunee herb” สามารถจดจำได้ง่าย มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์



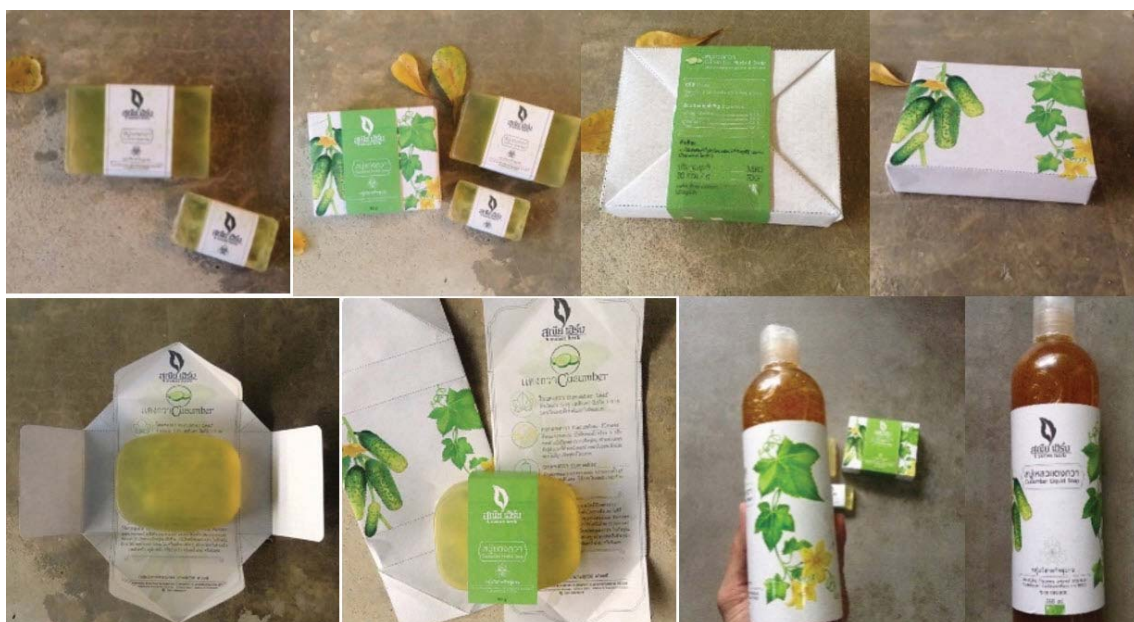
ภาพที่ 14 แผ่นคลี่กระดาษชั้นในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวาชนิดเหลว มีปรับขนาดเป็น 50 และ 250 มิลลิลิตร ให้เหมาะสมกับขนาดบรรจุของขวดมาตรฐาน ออกแบบเป็นฉลาก (Label) ชนิดสี่ เพื่อให้เห็นสินค้าด้านในชัดเจน มีตราสินค้า “สุนีย์ เฮิร์บ” “sune herb” ให้สามารถจดจำได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ทั้งสองขนาด มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าครบตามองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 15 บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวาชนิดเหลว ขนาด 50 และ 250 มิลลิลิตร

หลังจากนั้นสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง (Mock up) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบ ทั้งในด้านของรูปทรงโครงสร้างที่สามารถห่อหุ้มสินค้าได้อย่างปลอดภัย ด้านกราฟิก เช่น สี และขนาดฟอนต์ตัวอักษร ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและสื่อสารตราสินค้าได้ตรงกับเอกลักษณ์และตัวตนของสินค้า ส่วนวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ก็เหมาะสมและใช้งานได้สะดวกตามขนาด ดูแลห่อหุ้ม และบรรจุสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างปลอดภัย



ภาพที่ 16 ทดลองสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง (Mock up)

6.5 นำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์

สรุปผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา โดยนำต้นแบบที่เสร็จแล้ว มาพูดคุยและแลกเปลี่ยน ถอดบทเรียน สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมระหว่างคณะผู้วิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันด้วย



ภาพที่ 17 บรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 18 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ (Prototype) สบู่สมุนไพรแตงกวา

6.6 ทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์จำหน่ายจริง

ผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปต่อยอดแนวความคิดสำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริงในเชิงธุรกิจ และทดสอบตลาด กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งทำให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถเพิ่มมูลค่าสู่สมุนไพรจากแตงกวา และสมุนไพรประเภทอื่นๆ ยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 19 บรรจุภัณฑ์สู่สมุนไพรแตงกวาเพื่อจำหน่ายจริง

7. สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน จากการที่คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัย โดยการลงพื้นที่เพื่อคัดเลือกชุมชนที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พบว่า สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สู่สมุนไพรแตงกวา จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจและมีความต้องการร่วมกันในการพัฒนา เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของชอบ เข้มกลัด และ โกวิท พวงงาม (2547: 25) ที่กล่าวไว้ว่าความต้องการในการแก้ปัญหาที่แท้จริง เพื่อทำให้ปัญหาได้รับการแก้ไข และงานวิจัยของไชยรัตน์ ปรานี (2545: 338) ที่พบว่า การฟื้นฟูศักยภาพของคนและชุมชนต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งในงานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สู่สมุนไพรแตงกวาเป็นหลัก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถนำบรรจุภัณฑ์สมุนไพรแตงกวาที่ออกแบบและพัฒนาแล้ว ไปต่อยอดแนวความคิดสำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริงในเชิงธุรกิจ และทดสอบตลาดกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของปิ่นผิ่น ชนัทพรรัตน์ และ ฉันทนา สุรวดี (2558) ที่กล่าวถึงการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชน จากการกำหนดปัญหาชุมชน การสร้างเอกลักษณ์ และสร้างแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างกระบวนการให้ชุมชนเกิดความคิดใหม่ ยอมรับความรู้ใหม่ๆ กล้าในการเปลี่ยนแปลง และพร้อมนำสินค้าทดสอบตลาด ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถนำเสนอขายสินค้าและเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้สูงขึ้น สามารถเพิ่มมูลค่าสู่สมุนไพรจากแตงกวา และสมุนไพรประเภทอื่นๆ ยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนา บันเทิงสุข (2546) ที่พบว่าการศึกษาแบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นกระบวนการกระตุ้นให้ชุมชนมีการกระทำต่อปัญหาเหล่านั้น เพื่อให้ชุมชนได้มีโอกาสเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

กระบวนการออกแบบ ตราสินค้าของสบู่สมุนไพรแต่งกวา ออกแบบเป็นรูปร่างใบแต่งกวาที่มีขอบใบหยักและโค้งเว้า ขอบรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงที่พลิ้วตามเส้นสายของใบแต่งกวา สื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอก ภายใต้ชื่อของตราสินค้าภาษาไทย “สุนีย์ เอิร์บ” ที่อ่านง่าย และภาษาอังกฤษ “sune herb” เพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติ มีแนวความคิดในการออกแบบเพื่อตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมจากคนวัยทำงาน ซึ่งเชื่อถือและเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าอยู่แล้ว เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นวัยรุ่นเข้าไป สอดคล้องกับอมรรัตน์ บุญสว่าง (2559) ที่กล่าวไว้ว่ารูปแบบภาพลักษณ์ของตราสินค้า เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ ของตราสินค้าที่กำหนดเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสร้างบุคลิกภาพของตราสินค้า และมีทั้งภาพประกอบและตัวอักษรเพื่อการจดจำตราสินค้าที่ดี ซึ่งการสร้างสรรคให้จดจำ สอดคล้องกับ ชัยรัตน์ อัครวงกูร (2548) กล่าวถึงการสร้างสรรค์ให้จดจำของผู้รับสาร เกิดความรู้สึกหรือระลึกถึงตราสินค้า ซื่อก็คือเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคจดจำควบคู่ไปกับโลโก้ ตราสินค้า เป็นพื้นฐานสำคัญ ด้วยความหลากหลายของ สินค้าในท้องตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือแตกต่างกัน ล้วนทำให้เกิดทางเลือก และภาวะยุ่งยากในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตราสินค้า คือคำตอบสุดท้ายสำหรับการตลาด เพราะตราสินค้าสร้างความแตกต่าง สร้างความเชื่อมั่น สร้างการจดจำ ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สร้างภาพลักษณ์ให้ผู้บริโภครู้สึกมีประโยชน์ นำใช้ และเหมาะสมกับตนเอง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใช้ Theme แนวความคิด Health, Hand-Made, Nature Theme มีแนวความคิดการถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า เปรียบเสมือนของขวัญที่ได้รับและเป็นงานฝีมือ ประดิษฐ์ประดอย ออกแบบกราฟิกโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำของผลและใบแต่งกวา มีสีขาวและเขียวเป็นหลักสื่อถึงความสะอาดและสดชื่น เพราะสามารถเห็นสินค้าจริงจากสบู่มาก่อนและเหลวประกอบกับฉลากทำให้สามารถจินตนาการถึงกลิ่นของสบู่ได้ สอดคล้องกับมยุรี ภาคลำเจียก (2556: 49-99) กล่าวถึงการตกแต่งด้วยการให้สีสัน ลวดลาย รูปภาพ ข้อความ เพื่อสื่อสารดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า รวมทั้งเกิดความทรงจำในสินค้านั้น เพื่อการซื้อครั้งต่อไปด้วย และเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมาย ความเข้าใจ อันจะให้ผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น การดึงดูดความ สนใจ กระตุ้นให้เกิดความทรงจำบุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวา ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ จัดวางรูป ตัวอักษร และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดความกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตาม วัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ (ประชิด ทิณบุตร, 2531: 21-139) บรรจุภัณฑ์สบู่แต่งกวา ชนิดก้อน ขนาด 10, 50 กรัม ออกแบบโดยการห่อหุ้มพลาสติกใสก้อนสบู่เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน และคาดด้วยฉลากสีขาว มีตราสินค้าให้สามารถจดจำได้ง่าย พร้อมกับระบุที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพิ่มเติมในส่วนขนาด 50 กรัม นั้น ก้อนสบู่และฉลากที่ใหญ่ขึ้นทำให้สามารถมีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์สบู่แต่งกวาชนิดก้อน ขนาด 80 กรัม ออกแบบโดยมีกระดาษชั้นในห่อก้อนสบู่หนึ่งครั้ง บนกระดาษชั้นในมีข้อมูลส่วนประกอบ สรรพคุณของแต่งกวา ใบ ดอก ผล และข้อความสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพผิว เพื่อให้ความรู้และส่งเสริมการขายไปด้วยในตัว หลังจากนั้นคาดด้วยฉลากสีเขียว มีตราสินค้า ให้สามารถจดจำได้ง่าย มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์สบู่แต่งกวาชนิดเหลว ขนาด 50 และ 250 มิลลิลิตร ออกแบบเป็นฉลาก ชนิดใส เพื่อให้เห็นสินค้าด้านในชัดเจน มีตราสินค้าให้สามารถจดจำได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ทั้งสองขนาด มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าครบตามองค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวา มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ครบตั้งแต่ ชื่อสินค้า ตราสินค้า รายละเอียดของสินค้าหรือลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ปริมาณบรรจุ เป็น น้ำหนักสุทธิ หรือปริมาตรสุทธิส่วนประกอบโดยประมาณ ของผลิตภัณฑ์วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา อายุการเก็บรักษา (วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ) ชื่อและที่อยู่ผู้ผลิตสินค้า ชื่อ สอดคล้องกับประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ.2557 เรื่องการแสดง ฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ

สรุปภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแดงกวาว มีครบทุกองค์ประกอบ (1) สีและภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยสีขาวและเขียว ภาพประกอบเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำ ทำหน้าที่ในการสื่อสาร และเป็นตัวดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ตัดสินใจบริโภคสินค้า (2) ตัวอักษรเป็นข้อความหรือสัญลักษณ์ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อ่านง่าย ออกแบบชัดเจน เหมาะสมกับสินค้า และสื่อสารได้ชัดเจน รูปแบบตัวอักษรสามารถสื่อถึงบุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (3) รูปทรงและวัสดุบรรจุภัณฑ์ สามารถห่อหุ้มสินค้า ป้องกันและคุ้มครอง ดูแลรักษาสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้ และ (4) รูปทรงหรือรูปแบบส่วนที่มีผลต่อการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภค แนวคิดการถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า เป็นจุดดึงดูดผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า รูปแบบการห่อหุ้มที่พิถีพิถันมีความแตกต่างจากสบู่สมุนไพรประเภทเดียวกัน และสื่อสารความเป็นตัวตน ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำได้ (ฤทธิมรณ ปลัดสงคราม และคณะ, 2562)

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ คุณสุณีย์ พ่วงพี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และสมาชิกทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเป็นอย่างดี ขอขอบคุณ เครือข่ายการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก สกอ.ภาคใต้ตอนบน คณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่อุดหนุนงบประมาณการวิจัย ขอขอบคุณ บุคลากรทุกฝ่ายของสถาบันวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เพื่อนพ้องน้องพี่ทุกท่านที่ให้การสนับสนุนการวิจัยนี้ สุดท้าย ขอขอบคุณครอบครัว สุขสิกาญจน์ ภรรยา และลูกทั้งสองคน ที่เป็นกำลังใจ ด้วยดีเสมอมา

9. เอกสารอ้างอิง

- จันทิมาฟาร์มแพะ จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 11(4), 318-330.
- ชอบ เข้มกลัด และ โกวิท พวงงาม. (2547). การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเชิงประยุกต์. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ชัยรัตน์ อัครวาท. (2548). *ออกแบบให้โดนใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ไชยรัตน์ ปรานี. (2545). *การพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของท้องถิ่นโดยมีส่วนร่วมของชุมชน*. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2542). *การบรรจุภัณฑ์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- บ้านคลองเตยพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- ปิ่นณัช ธนัทพรชัยรัตน์ และ ฉันทนา สุรัสวดี. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 7(3), 79-89.
- มติชนออนไลน์. (2559). *ทางพิมพ์เขียว ไทยแลนด์ d.e ในมือ สุวิทย์ เมษินทรีย์*. [ออนไลน์]. ได้จาก : <https://www.matichon.co.th/news/405820> [สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 เมษายน 2562].
- มยุรี ภาคลำเจียก. (2556). *บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค*. กรุงเทพฯ: หิเเฮง.
- ฤทธิมรณ ปลัดสงคราม พฤทธิพงศ์ พุฒขาว มณฑิตา พราหมณ์โชติ พหล รงค์กุล และ จันทิมา. (2562). *การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับแกงพะแนง*. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 11(4), 318-330.

- วัฒนา บรรเทิงสุข. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการใช้สมุนไพรในชุมชนบ้านชาดบ่อเต่า จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 7(3), 76-89.
- อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2559). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 13(2), 33-60