

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแห่งกว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลทุน แหลม อำเภอท่าศาลา 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 สุขสิกานนท์^{1*} เจริญ ลักษณ์²

¹รองศาสตราจารย์ สำนักวิชาพุกามาและศึกษาทั่วไป (ศิลปะและการออกแบบ)
มหาวิทยาลัยวัฒลักษณ์ อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลป์ศิลป์ 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

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแห่งกว่า แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลทุนแหลม อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรกลุ่มตัวอย่างเลือกแบบเจาะจงจากสมาชิกภายในกลุ่ม จำนวน 13 คน วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน คือ 1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัญหาและความต้องการออกแบบและพัฒนา 2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3. วางแผนดำเนินการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดความรับผิดชอบในการดำเนินงาน และคัดเลือกแนวทางที่เหมาะสม 4. การออกแบบและพัฒนา 5. นำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และ 6. ทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์จำหน่ายจริง แนวทางในการออกแบบและพัฒนา คือ ออกแบบตราสินค้าใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐานเพิ่มขึ้น และออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่แห่งกว่าทั้งชนิดก้อนและชนิดเหลว คณานักวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินแบบมีส่วนร่วมกันทุกกระบวนการ การออกแบบ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ออกแบบตราสินค้า และออกแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้ ตราสินค้า ออกแบบเป็นรูปร่างใบแต่งกาวที่มีขอบใบหยัก และคงไว้ ซ่อนรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงที่พิ้วตามเส้นสายของใบแต่งกาว สื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอก ภายใต้

การถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า ออกแบบกราฟิกโดยใช้รากประทบกบที่เป็นเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำของผลและใบแตงกวา มีสีขาวและเขียวเป็นหลัก สื่อถึงความสะอาดและสดชื่น ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์สบู่แตงกวาชนิดก้อน ขนาด 10, 50 และ 80 กรัม สบู่แตงกวาชนิดเหลว ขนาด 50 และ 250 มิลลิลิตร ผลงานการวิจัยนี้ สามารถนำไปต่อยอดแนวความคิด สำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริง ซึ่งทำให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่ง ในการร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถเพิ่มน้ำหนักค่าสบู่สู่สมุนไพรจากแตงกวา ยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเอง เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

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 นั่นหมายถึงการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติ สำคัญ คือเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้นการเปลี่ยนผ่านจึงประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ 1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี โดยเกษตรกรต้องร่วมรู้ขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ 2) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่ที่รู้ต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services และ 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการถักทอเชื่อมโยงเทคโนโลยีหลักที่ตันน้ำ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายที่อยู่กลางน้ำ และ Startups ต่างๆ ที่อยู่ปลายน้ำ โดยใช้พลังประชาธิรัฐ ในการขับเคลื่อน (สุวิทย์ เมธินทร์ย์. 2559) กลุ่มเทคโนโลยีสุขภาพ (Healthtech) เทคโนโลยีการแพทย์ (Meditech) และสปา (Spa) เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายหลัก 1 ใน 5 ของ “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นส่วนที่ประเทศไทยต้องการพัฒนาด้วยตนเองเป็นหลัก แล้วค่อยย่อตัวลงด้วยเครือข่ายความร่วมมือจากต่างประเทศ ซึ่งสอดรับกับบันได 3 ขั้น ของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของการพึ่งพาตนเอง พึ่งพาภันเอง และรวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง

การใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีมาช้านาน ซึ่งมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ระบุถึงการใช้พืชพรรณสมุนไพรตั้งแต่สมัยพุทธกาล การนำสมุนไพรมาใช้ทั้งในแก่การรับประทานเป็นอาหาร เช่น การรับประทานพืชผัก หรือนำมาประกอบเป็นอาหาร นอกจากนั้นยังนำมาใช้เป็นยารักษาโรคเวลากีดอาการเจ็บป่วย การนำสมานผิวหรือบำรุงผิวที่ทำให้สุขภาพผิวสดใสเปล่งปลั่ง ดูดีขึ้น ก็เป็นหนึ่งในภูมิปัญญาไทยที่คนไทยนำมาใช้กันตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย ดังนั้น สมุนไพรจึงเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีมาแต่โบราณ เป็นการนำมาใช้ประโยชน์และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ประเภทต่าง ๆ เช่น สบู่ ครีม โลชั่น เทรัม เป็นต้น จนเกิดมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรบำรุงผิวและสปาในประเทศไทย จำนวนมากในนามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆ เป็นจำนวนมาก

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลชุมชนทั่วไป อำเภอelan จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีอาชีพทำสวนผลไม้ เช่น ยาง ทุเรียน ลองกอง มังคุด เป็นต้น สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างสมดุล คือการปลูกทุกสิ่งอยู่ในแปลงเดียวเรียกว่า “สวนสมรرم” ซึ่งยังคงพบเห็นได้ทั่วไปในเขตพื้นที่นี้ โดยมีนางสุนิย พ่วงพิ เป็นประธานกลุ่ม “ได้ดีเมินกิจกรรมมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 โดยผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติ ประเภท สบู่น้ำผึ้งและสบู่เหลวเปลือกมังคุด สบู่และสบู่เหลวแตงกวา สบู่น้ำผึ้งมะขามเปียก สบู่และสครับถ่านไม้ไผ่ ฯลฯ มีสมาชิกรวมกลุ่มกันประมาณ 13 คน ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มนี้ ได้รับการช่วยเหลือจากทางภาครัฐ ทั้งในด้านการมีวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการรับรองมาตรฐานและคุณภาพด้วยตัวเอง ทั้งในระดับประเทศและสากลมาโดยตลอด แต่ก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ในแต่ละครั้งของการปรับปรุงและพัฒนาที่จะเกิดสิ่งใหม่มอยู่เสมอ ทำให้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ไม่ได้สร้างจุดจดจำจากผู้บริโภคเท่าที่ควร

หัวข้อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับมาตรฐานสากล จะต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์เป็นตัวแทนของผู้ผลิต เพื่อช่วยส่งเสริมให้สินค้าเป็นที่จดจำง่าย บรรจุภัณฑ์ (packaging) เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยทำให้ธุรกิจการค้าขายต่าง ๆ ประสบ ความสำเร็จ และถูกจดให้เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาด (marketing mix) สมัยใหม่ เพราะในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดมีสูงมาก ตัวผลิตภัณฑ์สินค้าเองก็ไม่สามารถคิดค้นหรือพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้มากนัก และลักษณะของตัวสินค้าที่เปลี่ยนเป็นสินค้าส่วนตัวเช่น มีการนำกลยุทธ์ทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาใช้ เพื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวของสินค้าเอง ในรูปลักษณะของพนักงานกับสินค้าขายเงียบ (silent salesman) (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. 2542: 1-9) ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายออกของสินค้าเป็นวงกว้าง ที่ผ่านมากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้ ยังไม่สามารถดำเนินการเรื่องนี้ด้วยตนเองได้มากนัก เนื่องด้วยปัญหาหลายประการ อาทิ การขาดความรู้ความเข้าใจทางการตลาด การขาดความรู้ความเข้าใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม จนกระทั่งละเลยความสำคัญของการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไป ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญทำให้ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดลดลงและไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การขยายตัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีอัตราเพิ่มขึ้น และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเครื่องสำอางสมุนไพร ก็ยังมีเพิ่มมากอย่างต่อเนื่อง เช่นกัน

จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยจะทำการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรผลิตภัณฑ์จากแตงกวา เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งทดลองผลิตได้ไม่นาน จะได้เป็นสินค้าที่จะจำได้ก่อนในกลุ่มผู้บริโภคตั้งแต่แรกของการสร้างผลิตภัณฑ์และตราสินค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม มีคุณภาพมาตรฐาน ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและจุดเด่น จนนำไปสู่การผลิตออกจำหน่ายได้จริง อันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้าให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดสากล และสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลชุมชน อำเภอelan จังหวัดนครศรีธรรมราช ในโอกาสต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ออกแบบตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลชุมชน อำเภอelan จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ออกแบบตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลชุมชน อำเภอelan จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1 ได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแตงกวา เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ

3.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม และทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายได้จริง

4. ขอบเขตของวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอสามัคคี จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่ง瓜 ประกอบด้วย

1) ตราสินค้าสบู่สมุนไพร

2) บรรจุภัณฑ์สบู่ก้อนแต่ง瓜 ขนาด 10, 50 และ 80 กรัม

3) บรรจุภัณฑ์สบู่เหลวแต่ง瓜 ขนาด 50 และ 240 มิลลิลิตร

4.3 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรกลุ่มตัวอย่างจากการเลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอสามัคคี จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยโดยเริ่มจากการลงสำรวจ ศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทเครื่องสำอางสมุนไพรและทำการคัดเลือกกลุ่มนี้ เพราะทางกลุ่มนี้มีความต้องการในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ทักษะและประสบการณ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจสภาพปัจุบัน ข้อจำกัด ความต้องการและศักยภาพในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 13 คน ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

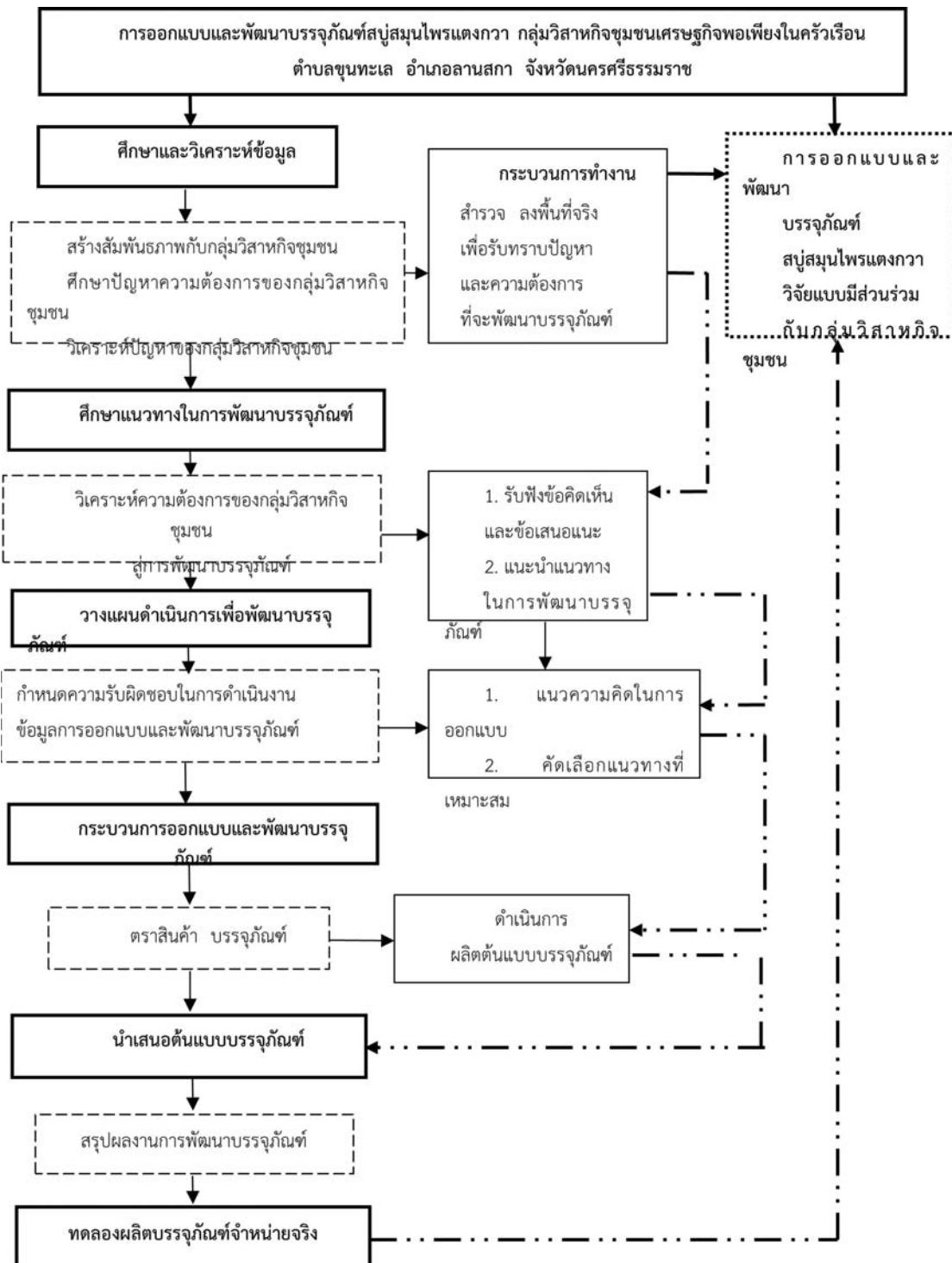
5.2 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ศึกษาระบวนการผลิตและรูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 13 คน ร่วมระดมความคิดเห็นเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการผลิต ได้แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

5.3 วางแผนดำเนินการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน โดยการระดมความคิดเห็นและการสังเกต คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมวางแผนดำเนินการ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ได้แผนงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน

5.4 กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามแผนดำเนินการที่กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมดำเนินการออกแบบตราสินค้า พัฒนาแบบตราสินค้า จนสรุปแบบที่เลือกใช้งาน และทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบร่าง ทดลองสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง จนถึงการทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์

5.5 นำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยนำเสนอแบบที่เสร็จแล้ว มาพูดคุยและแลกเปลี่ยน ระหว่างคณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการต่อยอดแนวความคิดสำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริง

5.6 ทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับจัดจำหน่ายจริง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตบรรจุภัณฑ์ ที่จำหน่ายได้จริง ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอสามัคคี จังหวัดนครศรีธรรมราช และงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 แผนภาพกระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สู่สมุนไพรแต่งกว่า

6. ผลการวิจัย

6.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

คณผู้วิจัยประชุมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ณ โรงเรียนผู้สูงอายุเทศบาลตำบลลุนทะล ตำบลลุนทะล อำเภอalan จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาข้อมูลบริบทของกลุ่ม ได้ข้อมูลเบื้องต้นดังนี้ ศม.เข้าเป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีอาชีพทำสวนผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน ลองกอง มังคุด เป็นต้น โดยมีนาสุณีย์ พ่วงพี เป็นประธานกลุ่ม ได้ดำเนินกิจกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 โดยผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติ ประเภท สบู่น้ำผึ้ง และสบู่เหลวเปลือกมังคุด สบู่และสบู่เหลวแตงกวา สบู่น้ำผึ้งมะขามเปียก สบู่และscrubถ่านไม้ไผ่ ฯลฯ มีสมาชิกร่วมกลุ่ม กันประมาณ 13 คน ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มนี้ ได้รับการช่วยเหลือจากทางภาครัฐ ทั้งในด้านการมีวิธีการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการรับรองมาตรฐานและความปลอดภัยต่างๆ ทั้งในระดับประเทศและสากลมากมาย หลายโครงการ แต่ก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ในแต่ละครั้งของการบริรุปพัฒนา ก็จะเกิดสิ่งใหม่ อยู่เสมอ ทำให้ตาระสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ไม่ได้สร้างจุดดึงจากผู้บริโภคเท่าที่ควร



ภาพที่ 2 คณะผู้วิจัยประชุมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มวิชาชีวกรุ่นเยาว์ในครัวเรือน
ตำบลหนองทราย อำเภอสามัคคี จังหวัดนครศรีธรรมราช

6.2 ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3 สมุนไพรประเภทต่างๆ ที่มีอยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน

6.3 วางแผนดำเนินการเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์

คณะกรรมการวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 13 คน ได้ร่วมความคิดเห็นด้วยการประชุมแบบมีส่วนร่วม เป็นขั้นตอนสร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกัน กำหนดคัดถุงประสงค์ กิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงานการออกแบบแบบและพัฒนา ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับแนวทางในการออกแบบ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงานตามความ สามารถ ความสนใจ ความตั้งใจ ความเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน



ภาพที่ 4 วางแผนดำเนินการร่วมกันระหว่างคณะกรรมการวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

6.4 กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

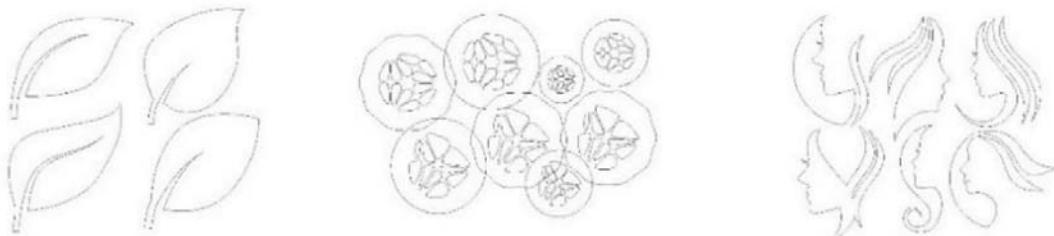
การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ออกแบบตราสินค้า และออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตามราย ละเอียดดังนี้

ออกแบบตราสินค้า



ภาพที่ 5 ตราสินค้าเดิม สุนีย์สมุนไพร

ตราสินค้าเดิมใช้ชื่อสุนีย์สมุนไพร ใช้ภาพถ่ายของหัวหอกลุ่มเป็นภาพประกอบหลัก และมีริบบินสีทองรองรับหมายถึงการรับประทานและใช้โดยมีตัวพ่อนต์ตัวอักษรระบุชื่อคำว่า “สุนีย์ สมุนไพร” บ่งบอกถึงชื่อตราสินค้า ใช้กับทุกประเภทของเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติที่ทางกลุ่มผลิตและจำหน่าย โดยจะปรับภาพลักษณ์และออกแบบตราสินค้าใหม่ เพื่อยกระดับมาตรฐาน โดยใช้ Theme แนวความคิด Health, Hand-Made, Nature Theme ภายใต้ชื่อ “สุนีย์ เฮิร์บ” “sunee herb” มีแนวความคิดในการออกแบบเพื่อตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมจากคนวัยทำงาน ซึ่งเชื่อถือและเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าอยู่แล้ว เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นวัยรุ่นเข้าไป ส่วนการจัดจำหน่ายก็เพิ่มให้ครอบคลุมร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า และกลุ่มสินค้าประเภท Premium OTOP



ภาพที่ 4 วางแผนดำเนินการร่วมกันระหว่างคณานักวิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตราสินค้าใหม่ใช้ภาพประกอบของใบไม้สีเขียวที่สื่อถึงเครื่องสำอางสมุนไพรจากธรรมชาติ ใช้รูปร่างของแตงกว่าที่ทันตดีขวางเทินพื้นผิว สื่อให้เห็นถึงจุดเด่นของแตงกวา และการสกัดสบู่ที่มีสรรพคุณ ส่งต่อความงามจากภายในสู่ภายนอกของผู้หญิง มีพ่อนต์ตัวอักษรไทย “สุนีย์ เฮิร์บ” และภาษาอังกฤษ “sunee herb” ออกแบบร่าง (Sketch Design) จำนวน 9 รูปแบบ โดยให้ทางกลุ่มวิสาหกิจ เลือกจำนวน 1 รูปแบบ เพื่อพัฒนาอีกจำนวน 3 รูปแบบ และสรุปแบบที่จะนำไปใช้ต่อไป



ภาพที่ 7 ออกแบบร่าง (Sketch Design) ตราสินค้าสุนีย์สมุนไพร

การพัฒนาตราสินค้า กลุ่มวิสาหกิจ เลือกตราสินค้ารูปแบบที่ 1 เพราะสามารถสื่อได้ถึงเครื่องสำอางสมุนไพร จากรูมชาติที่มาจากการร่วงของใบไม้สีเขียวและวัตถุดิบของแตงกวา ประกอบกับรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงภายในใบไม้ที่ พลิ้วไหวสื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอกของผู้หญิง โดยเน้นชื่อของตราสินค้าเป็นพื้นต์ตัวอักษรภาษาไทยที่อ่านง่าย และมีภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติ โดยภาพรวมสรุปเป็นแนวความคิดหลักเพื่อปรับปรุงพัฒนาให้มี ความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยปรับปรุงรูปร่างของใบไม้ให้มีลักษณะเฉพาะ และมีจุดเด่น เป็นใบของแตงกวาที่มีขอบใบหยัก และโค้งเว้า เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนมากขึ้น



ภาพที่ 7 ออกแบบร่าง (Sketch Design) ตราสินค้าสุนีย์สมุนไพร

สรุปแบบตราสินค้า เป็นรูปร่างของใบแตงกวาที่มีขอบใบหยักและโถงเว้า ชื่อนี้รูปร่างของใบหน้าผู้หญิงที่พลีวตามเส้นสายของใบแตงกวา สื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอก โดยเน้นชื่อของตราสินค้าเป็นภาษาไทยที่อ่านง่าย และมีภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติ มีทั้งภาพประกอบและพื้นที่ตัวอักษรเพื่อการจดจำตราสินค้าที่ดี



ภาพที่ 9 สรุปแบบตราสินค้าสันนีสมุนไพร

ออกแบบบรรจุภัณฑ์

สินค้า : สบู่แตงกวา



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์เดิมของสบู่สมุนไพรแตงกวา

บรรจุภัณฑ์เดิมของสบู่สมุนไพรแต่งกาว แยกตามขนาด ประกอบด้วย สบู่แต่งกาวชนิดเหลว มี 2 ขนาด คือ 50 และ 240 มิลลิลิตร ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นขวดพลาสติกใสติดฉลากสินค้า เพื่อสื่อสารข้อมูล แต่ยังไม่มีรายละเอียดมากนัก ส่วนสบู่แต่งกาวชนิดก้อน มี 3 ขนาด คือ 10, 50 และ 80 กรัม ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กและขนาดกลาง (10, 50 กรัม) ใช้พลาสติกใสห่อหุ้มให้เห็นผิวและสีของสบู่ด้านใน ยังไม่มีฉลากสินค้า ส่วนขนาดใหญ่ (80 กรัม) มีฉลากสินค้าสบู่แต่งกาว แต่ไม่มีรายละเอียดของสินค้า ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดยังไม่มีการออกแบบกราฟิก เพื่อสื่อสารดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า รวมทั้งเกิดความทรงจำในผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกาว การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ใช้ Theme แนวความคิด Health, Hand-Made, Nature Theme มีแนวความคิดการถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า เปรียบเสมือนของขวัญที่ได้รับและเป็นงานฝีมือ ประดิษฐ์โดยอุตสาหกรรม ออกแบบกราฟิกโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำของผลและใบแต่งกาว มีสีขาวและเขียวเป็นหลักสื่อถึงความสะอาดและสดชื่น เพราะสามารถเห็นสินค้าจริงจากสบู่ก้อนและเหลวประกอบกับฉลากทำให้สามารถจินตนาการถึงกลิ่นของสบู่ได้



ภาพที่ 11 Mood Board บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกาว

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกาวชนิดก้อน ขนาด 10 กรัม ออกแบบโดยการห่อหุ้มพลาสติกใสก้อนสบู่เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน และคาดด้วยฉลาก (Label) สีขาว มีตราสินค้า “สูนี ไฮร์บ” “sunee herb” ให้สามารถจำได้ง่าย พร้อมกับระบุที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 12 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกาวชนิดก้อน ขนาด 10 กรัม

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวางชนิดก้อน ขนาด 50 กรัม ออกแบบโดยการห่อหุ้มพลาสติกใส่ก้อนสบู่เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน และคาดด้วยฉลาก (Label) สีขาว มีตรารสินค้า “สุนีย์ เฮิร์บ” “sunee herb” ให้สามารถจำได้ง่าย ด้วยขนาดของก้อนสบู่และฉลากที่ใหญ่ขึ้นทำให้สามารถมีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และท้ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 13 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวางชนิดก้อน ขนาด 50 กรัม

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวางชนิดก้อน ขนาด 80 กรัม ออกแบบโดยมีกระดาษชั้นในห่อก้อนสบู่หนึ่งชั้น บนกระดาษชั้นในมีข้อมูลส่วนประกอบ สรรพคุณของแตงกวา ใบ ดอก ผล และข้อความสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพผิว เพื่อให้ความรู้และส่งเสริมการขายไปด้วยในตัว คาดด้วยฉลาก (Label) สีเขียว มีตรารสินค้า “สุนีย์ เฮิร์บ” “sunee herb” สามารถจำได้ง่าย มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และท้ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์



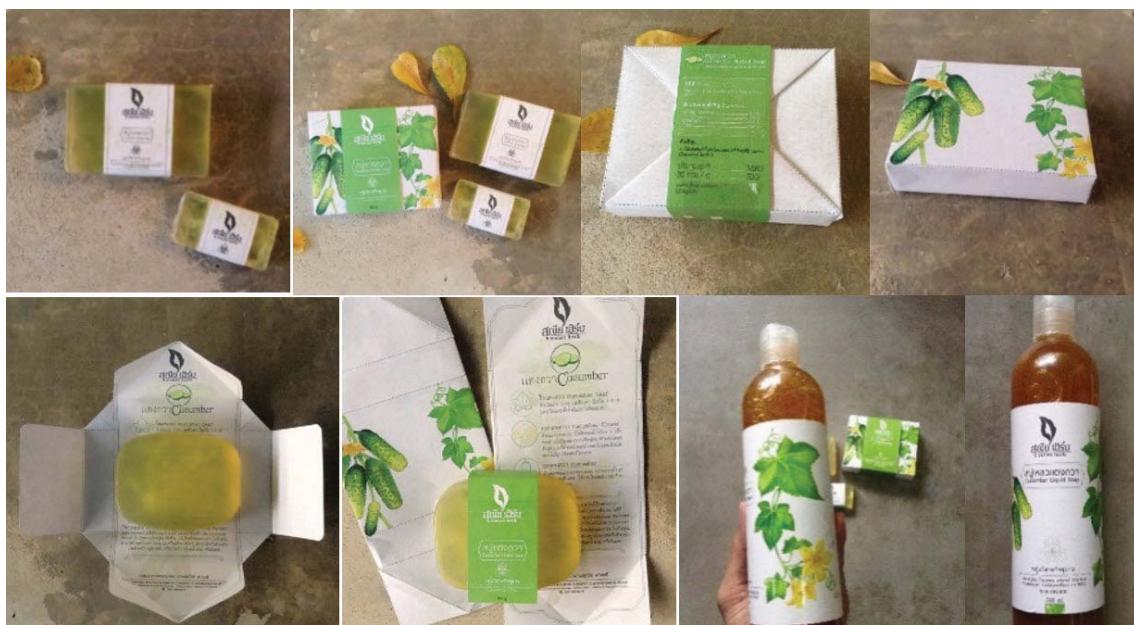
ภาพที่ 14 แผ่นคลีกระดาษชั้นในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกวาง

รูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกาวนิดเหลว มีปรับขนาดเป็น 50 และ 250 มิลลิลิตร ให้เหมาะสมกับขนาดบรรจุของขวดมาตรฐาน ออกแบบเป็นฉลาก (Label) ชนิดใส เพื่อให้เห็นสินค้าด้านในชัดเจน มีตราสินค้า “สุนี อร์บ” “sunee herb” ให้สามารถจดจำได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ทั้งสองขนาด มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าครบถ้วน องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 15 บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งกาวนิดเหลว ขนาด 50 และ 250 มิลลิลิตร

หลังจากนั้นสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง (Mock up) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบ ทั้งในด้านของรูปทรงโครงสร้าง ที่สามารถห่อหุ้มสินค้าได้อย่างปลอดภัย ด้านกราฟิก เช่น สี และขนาดพื้นที่ตัวอักษร ที่สามารถเห็นได้ชัดเจนและ สื่อสารตราสินค้าได้ตรงกับเอกลักษณ์และตัวตนของสินค้า ส่วนวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ก็เหมาะสมและใช้งานได้สะดวกตาม ขนาด ดูแลห่อหุ้ม และบรรจุสินค้าให้ถูกเมื่อผู้บริโภคได้อย่างปลอดภัย



ภาพที่ 16 ทดลองสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง (Mock up)

6.5 นำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์

สรุปผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรແຕงກວາ โดยนำเสนอต้นแบบที่เสร็จแล้ว มาพูดคุยและแลกเปลี่ยน ครอบครัวเรียน สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมระหว่างคณะผู้วิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทด อำเภอสามัคคี จังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อเป็น แนวทางสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันด้วย



ภาพที่ 17 บรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 18 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ (Prototype) สบู่สมุนไพรແຕงກວາ

6.6 ทดลองผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับจราจร

ผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปต่อยอดแนวความคิดสำหรับการสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริงในเชิงธุรกิจ และทดสอบตลาด กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งทำให้สามารถนำไปใช้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถเพิ่มมูลค่าสบู่สมุนไพรแต่งหน้า และสมุนไพรประเภทอื่นๆ ยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 19 บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งหน้าเพื่อจำหน่ายจริง

7. สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน จากการที่คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัย โดยการลงพื้นที่ เพื่อคัดเลือกชุมชนที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อ สามารถนำไปใช้ในเชิงธุรกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลชุมชน อำเภอelan จังหวัดนครศรีธรรมราช มีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งหน้า จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจและมีความต้องการร่วมกันในการพัฒนา เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ ขอบ เน็มกลัด และ โกรกิทย์ พวงงาม (2547: 25) ที่กล่าวไว้ว่าความต้องการในการแก้ปัญหาที่แท้จริง เพื่อทำให้ปัญหาได้รับ การแก้ไข และงานวิจัยของใช้รัตน์ ปราณี (2545: 338) ที่พบว่า การพัฒนาศักยภาพของคนและชุมชนต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ ความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งในงานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งหน้าเป็นหลัก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถนำบรรจุภัณฑ์สมุนไพรแต่งหน้าที่ออกแบบและพัฒนาแล้ว ไปต่อยอดแนวความคิดสำหรับ การสร้างสรรค์และผลิตจำหน่ายได้จริงในเชิงธุรกิจ และทดสอบตลาดกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัย ของปันณัช รนทร์พรชรัตน์ และ ฉันทนา สุรัสวดี (2558) ที่กล่าวถึงการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชน จากการกำหนด ปัญหาชุมชน การสร้างเอกลักษณ์ และสร้างแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างกระบวนการให้ชุมชนเกิดความคิด ใหม่ ยอมรับความรู้ใหม่ กล้าในการเปลี่ยนแปลง และพร้อมนำสินค้าทดสอบตลาด ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจที่เป็นส่วน หนึ่งในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถนำเสนอขายสินค้าและเข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมายได้สูงขึ้น สามารถเพิ่มมูลค่าสบู่ สมุนไพรจากแต่งหน้า และสมุนไพรประเภทอื่นๆ ยกระดับคุณภาพชีวิตและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจอย่าง ยั่งยืน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนา บันเทิงสุข (2546) ที่พบว่าการวิจัยแบบมีส่วนร่วมนี้เป็นกระบวนการ การตั้งให้ชุมชนมีการกระทำต่อปัญหาเหล่านั้น เพื่อทำให้ชุมชนได้มีโอกาสเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

กระบวนการออกแบบ ตราสินค้าของสบู่สมุนไพรแต่งภา ออกแบบเป็นรูปร่างใบแตงภาที่มีขอบใบหยักและโค้งเว้า ซ่อนรูปร่างของใบหน้าผู้หญิงที่พลี้ตามเส้นสายของใบแตงภา สื่อถึงความงามจากภายในสู่ภายนอก ภายใต้ชื่อของตราสินค้าภาษาไทย “สุนีย์ เอิร์บ” ที่อ่านง่าย และภาษาอังกฤษ “sunee herb” เพื่อการสื่อสารกับชาวต่างชาติ มีแนวความคิดในการออกแบบเพื่อตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และขยายกลุ่มเป้าหมายเดิมจากคนวัยทำงาน ซึ่งเชื่อถือและเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าอยู่แล้ว เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นวัยรุ่นเข้าไป สอดคล้องกับมอร์ตัน บุญสว่าง (2559) ที่กล่าวไว้ว่ารูปแบบภาพลักษณ์ของตราสินค้า เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ ของตราสินค้าที่กำหนดเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสร้างบุคลิกภาพของตราสินค้า และมีทั้งภาพประกอบและตัวอักษรเพื่อการจดจำตราสินค้าที่ดี ซึ่งการสร้างสรรค์ให้ดีจำ สอดคล้องกับ ชัยรัตน์ อัศววงศ์ (2548) กล่าวถึงการสร้างสรรค์ให้ดีของผู้รับสาร เกิดความรู้สึกหรือระลึกถึงตราสินค้า ซึ่งมักเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคจะจำควบคู่ไปกับโลโก้ ตราสินค้า เป็นพื้นฐานสำคัญ ด้วยความหลากหลายของ สินค้าในท้องตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน ใกล้เคียงกัน หรือแตกต่างกัน ล้วนทำให้เกิดทางเลือก และภาวะยุ่งยากในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตราสินค้า คือคำตอบสุดท้ายสำหรับการตลาด เพราะตราสินค้าสร้างความแตกต่าง สร้างความเชื่อมั่น สร้างการจำจำ ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สร้างภาพลักษณ์ให้ผู้บริโภครู้สึกมีประโยชน์ น่าใช้ และเหมาะสมกับตนเอง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใช้ Theme แนวความคิด Health, Hand-Made, Nature Theme มีแนวความคิด การถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า เปรียบเสมือนของขวัญที่ได้รับและเป็นงานฝีมือ ประดิษฐ์โดย ออกแบบประกอบที่เป็นเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำของผลและใบแตงภา มีสีขาวและเขียวเป็นหลักสื่อถึงความสะอาดและสดชื่น เพราะสามารถเห็นสินค้าจริงจากสบู่ก้อนและเหลวประกอบกับฉลากทำให้สามารถจินตนาการถึงกลิ่นของสบู่ได้ สอดคล้องกับมยุรี ภาคล้ำเจียก (2556: 49-99) กล่าวถึงการตกแต่งด้วยการให้สีสนับ ลวดลาย รูปภาพ ข้อความ เพื่อสื่อสาร ดึงดูดความสนใจ และกระตุนให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า รวมทั้งเกิดความทรงจำในสินค้านั้น เพื่อการซื้อครั้งต่อไปด้วย และเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายในของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมาย ความเข้าใจ อันจะให้ผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น การดึงดูดความสนใจ กระตุนให้เกิดความทรงจำบุคลิกลักษณะ ของผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งภา ด้วยการใช้รูปการออกแบบ จัดวางรูป ตัวอักษร และอาศัยหลักศิลปกรรมการจัดภาพให้เกิดความกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตาม วัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ (ประชิด ทิณบุตร, 2531: 21-139) บรรจุภัณฑ์สบู่แต่งภา ชนิดก้อน ขนาด 10, 50 กรัม ออกแบบโดยการห่อหุ้มพลาสติกใสก้อนสบู่เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน และคาดด้วยฉลากสีขาว มีตราสินค้าให้สามารถจำได้ง่าย พร้อมกับระบุที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพิ่มเติมในส่วนขนาด 50 กรัม นั้น ก้อนสบู่ และฉลากที่ใหญ่ขึ้นทำให้สามารถนึรรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณ สุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์สบู่แต่งภาชนิดก้อน ขนาด 80 กรัม ออกแบบโดยมีกระดาษชั้นในห่อก้อนสบู่หนึ่งครั้ง บนกระดาษชั้นในมีข้อมูลส่วนประกอบ สรรพคุณของแตงภา ใน ดอก ผล และข้อความสำคัญในการสร้างเสริมสุขภาพผิว เพื่อให้ความรู้และส่งเสริมการขายไปด้วยในตัว หลังจากนั้น คาดด้วยฉลากสีเขียว มีตราสินค้า ให้สามารถจำได้ง่าย มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าสามารถระบุ วิธีใช้ คำเตือน ส่วนประกอบที่สำคัญ ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต และที่อยู่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ครบตามองค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์สบู่แต่งภาชนิดเหลว ขนาด 50 และ 250 มลลิลิตร ออกแบบเป็นฉลาก ชนิดใส เพื่อให้เห็นสินค้าชัดเจน มีตราสินค้าให้สามารถจำได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ทั้งสองขนาด มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าครบตามองค์ประกอบ บรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งภา มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ครบตั้งแต่ ชื่อสินค้า ตราสินค้า รายละเอียดของสินค้าหรือลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ปริมาณบรรจุ เป็น น้ำหนักสุทธิ หรือปริมาตรสุทธิส่วนประกอบโดยประมาณ ของผลิตภัณฑ์วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา อายุการเก็บรักษา (วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ) ซึ่งและที่อยู่ผู้ผลิตสินค้า ชื่อ สอดคล้องกับประกาศ กระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ.2557 เรื่องการแสดง ฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ

สรุปภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพรแต่งภา มีครบถ้วนองค์ประกอบ (1) สีและภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยสีขาวและเขียว ภาพประกอบเทคนิคการเขียนรูปสีน้ำ ทำหน้าที่ในการสื่อสาร และเป็นตัวดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่สื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ ตัดสินใจบริโภคสินค้า (2) ตัวอักษรเป็นข้อความหรือสัญลักษณ์ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อ่านง่าย ออกแบบชัดเจน หมายความกับสินค้า และสื่อสารได้ชัดเจน รูปแบบตัวอักษรสามารถสื่อถึงบุคลิกภาพ และเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (3) รูปทรงและวัสดุบรรจุภัณฑ์ สามารถห่อหุ้มสินค้า ป้องกันและคุ้มครอง ดูแลรักษาสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้ และ (4) รูปทรงหรือรูปแบบส่วนที่มีผลต่อการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภค แนวคิดการถ่ายทอดเรื่องราว ส่งต่อคุณค่า เป็นจุดเด่นดูดผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า รูปแบบการห่อที่พิถีพิถันมีความแตกต่างจากสบู่สมุนไพรประเภทเดียวกัน และสื่อสารความเป็นตัวตน ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำได้ (กรุณารัง ปลัดสังคม และ คงนะ, 2562)

8. टิปดีไซน์ประจำปี

ขอบคุณ คุณสุนีย์ พ่วงพี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงในครัวเรือน ตำบลขุนทะเล อำเภอลานสกา จังหวัดนนทบุรี ประธาน และสมาชิกทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเป็นอย่างดี ขอบคุณ เครือข่ายการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก สกอ.ภาคใต้ตอนบน คณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่อุดหนุนงบประมาณการวิจัย ขอบคุณ บุคลากรทุกฝ่ายของสถาบันวิจัย และนวัตกรรม มหาวิทยาลัยลักษณ์ เพื่อนพ้องน้องพี่ทุกท่านที่ให้การสนับสนุนการวิจัยนี้ สุดท้าย ขอบคุณครอบครัวสุขสิ��ัญจน์ ภรรยา และลูกทั้งสองคน ที่เป็นกำลังใจ ด้วยดีเสมอมา

9. เอกสารอ้างอิง

จันทิมาฟาร์มแพะ จังหวัดภูเก็ต. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 11(4), 318-330.

ขอบ เข็มกลัด และ โภวิทย์ พวงงาม. (2547). การวิจัยเชิงปฏิบัติการณ์อย่างมีส่วนร่วมเชิงประยุกต์.

กรุงเทพฯ: เสนอธรรม.

ชัยรัตน์ อัศวาง្គร. (2548). ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

ชัยรัตน์ ปราณี. (2545). การพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของห้องถีนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2542). การบรรจุภัณฑ์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: วังอักษร. บ้านคลองเดื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินติ้งเข้าส์.

ปัณณณ์ รันพวรรณรัตน์ และ ฉันทนา สุรัสวดี. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 7(3), 79-89.

มติชนออนไลน์. (2559). กาแฟพื้นเมือง ไทยแลนด์ d.e ในเมือง สุวิทย์ เมชินทรี. [ออนไลน์]. ได้จาก : <https://www.matichon.co.th/news/405820> [สืบค้นเมื่อ วันที่ 22 เมษายน 2562].

มยุรี ภาคคำเจียก. (2556). บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค. กรุงเทพฯ: หยี่ເໜ.

กรุณารัง ปลัดสังคม ปลัดสังคม พฤทธิพงศ์ พุฒขาว มนติตา พรหมณัชติ พหล วงศ์กุล และ จันทร์รัชมา. (2562).

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับแกงแพะ. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 11(4), 318-330.

- วัฒนา บรรเทิงสุข. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการณ์แบบมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการก่อสร้างท้องถิ่น
ปัญญาห้องถิ่นด้านการใช้สมุนไพรในชุมชนบ้านชาติตับเต่า จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 7(3), 76-89.
- อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2559). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของ
จังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีเมืองนคร, 13(2), 33-60