

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา
ในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์
กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด
แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ¹

Developing Creative Products by
Adopting Local Wisdom of Natural Resource
Deployment in Communities Located near
Chulabhorn Dam A Case Study of Mae Somsri
Processed Fresh Water Fish Community
Enterprise at Tung Lui Lai Sub-district,
Kon San District, Chaiyaphum Province

บุรินทร์ เปล่งดีสกุล²

Burin Plengdeesakul

ภาคินี เปล่งดีสกุล³

Pakinee Plengdeesakul

¹ โครงการวิจัยภายใต้ แผนงานวิจัย โครงการอนุรักษ์พันธุกรรม
พืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา
สยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์,ดร. สาขาวิชาทัศนศิลป์และออกแบบ-
นิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาริบทพื้นที่ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ 2) เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ที่มีศักยภาพในการพัฒนาและการผลิตเป็นหลัก โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนาม ด้วยแบบสำรวจและแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบ และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ประกอบกับผลงานการออกแบบ

จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์โดยอาศัยวัตถุดิบและแรงงานในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ โดยมีตลาดจำหน่ายในอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เป็นหลัก ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเอง ทำให้ลูกค้าจดจำได้ยาก รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเป้าหมายมาซื้อได้ถูกต้องและเหมาะสม ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ จึงเป็นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ บนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเพิ่มตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์, ภูมิปัญญา, วิสาหกิจชุมชน

ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑

Abstract

The main purpose of this study was twofold: 1) to examine the product context as well as needs and problems of entrepreneurs owning businesses near Chulabhorn dam by using Mae Somsri Processed Fresh Water Fish Community Enterprise located at Tung Lui Lai sub-district, Kon San district, Chaiyaphum province as a case study, and 2) to design products, brand, and packaging for this case study. The target group of this study was the entrepreneurs running their businesses near Chulabhorn dam who had potentiality for product development and production. The data were collected from documents and fieldworks employing a survey and a questionnaire. The data were analyzed to establish a framework for the product creation, and the results were reported descriptively to illustrate the product design.

The results revealed that the products found in the research site were produced by community enterprises, which depended mainly on local raw materials and labor. The target market was Kon San district market, Chaiyaphum province. It was found, however, that the enterprises did not have their own brands, resulting in customers' lower recognition of the products, and that they did not have appropriate and effective advertising campaigns to attract target customers. Based on the findings of the study, a framework for creative product development was developed. The main focus was to design brands for the products of the community enterprises to increase customers' product recognition. In addition, new products were suggested to increase the attractiveness of the products of these enterprises as well as to expand the markets. Finally, brand was specially designed for

each product adopting the local wisdom of utilizing the community's resource to create an identity for the products and the communities around Chulabhorn dam.

Keywords: Creative product, Local wisdom, Community enterprise

บทนำ

จากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ที่ทรงริเริ่มดำเนินงานพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 เป็นต้นมา จนเกิดโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (อพ.สธ.) ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ที่ทรงสนับสนุนให้ เชื้อนจุฬารณย์ได้ดำเนินการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ นอกจากนี้ ยังมีโครงการพัฒนาทุ่งลุยลายเพื่อให้เกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากการสร้างเขื่อนจุฬารณย์ในพื้นที่ทุ่งลุยลายได้มีการประกอบอาชีพเกษตรกร ให้มีรายได้ช่วยเหลือตัวเอง และโครงการพัฒนาทุ่งลุยลายเพื่อให้เป็นพื้นที่สีเขียว คนในชุมชนอยู่ดีมีสุข ทำให้คนในชุมชนทุ่งลุยลายสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน ปัจจุบันมีการพัฒนาอาชีพและส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพ และกลุ่มเกษตรกรจนเกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้น เช่น กลุ่มหอมมันประดม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มศิลปประดิษฐ์และปลูกไม้เศรษฐกิจโนนศิลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นต้น วิสาหกิจชุมชนจึงเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนา เป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน ที่ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก เกิดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย และสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ปัจจุบันกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มเกษตรกรหลายแห่งยังมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ความต้องการด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

และเรียนรู้กระแสความนิยมให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายสู่ตลาด, ความต้องการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถผลิตได้ทันกับคำสั่งซื้อภายใต้ข้อจำกัดที่มีอยู่ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เดิมโดยใช้พื้นฐานต้นทุนทางด้านทักษะฝีมือและวัตถุดิบที่มีอยู่ การแก้ปัญหาทางด้านคุณภาพของวัสดุ และการลดผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้วัตถุดิบที่ทำอันตรายต่อผู้ผลิต การใช้แรงบันดาลใจหรือแนวความคิดทางการออกแบบเพื่อสร้างเรื่องราวให้แก่ผลิตภัณฑ์ สามารถใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ได้ หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อเนื้อไปถึงผู้บริโภคหรือ Green design โดยเฉพาะพื้นที่ในตำบลทุ่งลุยลาย ที่มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพที่มีความอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ตำบลทุ่งลุยลายหรือพื้นที่รอบเขื่อนจุฬาภรณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชุมชนคุ้นเคยและมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน และการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมและมีรูปแบบตรงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความยั่งยืนชุมชน รวมทั้งกลุ่มอาชีพและกลุ่มเกษตรสามารถนำประสบการณ์และความรู้ กระบวนการวิธีที่ได้รับการแนะนำไปปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ
2. เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความคิด ประสบการณ์ของคนในชุมชนที่รู้จักการนำทรัพยากรในชุมชนมาพัฒนา สืบทอด จนเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิต และสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่หรือปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยเฉพาะ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น สร้างการจดจำที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ โดยมีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ ความเป็นเอกลักษณ์ ความเป็นสิ่งแรก และการมีความหมาย

ตราสินค้า หมายถึง สัญลักษณ์และข้อความเพื่อสร้างการจดจำที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่รองรับหรือหุ้มผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์จากความเสียหายต่าง ๆ ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการขนส่งและการเก็บรักษา ช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยมีขอบเขตดังนี้

มุ่งศึกษาบริบทพื้นที่ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ เพื่อสนองพระราชดำริ โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (อพ.สธ.) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป แม่สมศรี ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอกอนสาร

จังหวัดชัยภูมิ และนำมาออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เพื่อเพิ่มมูลค่าและศักยภาพในการจำหน่ายสร้างเอกลักษณ์เพื่อการจดจำผลิตภัณฑ์

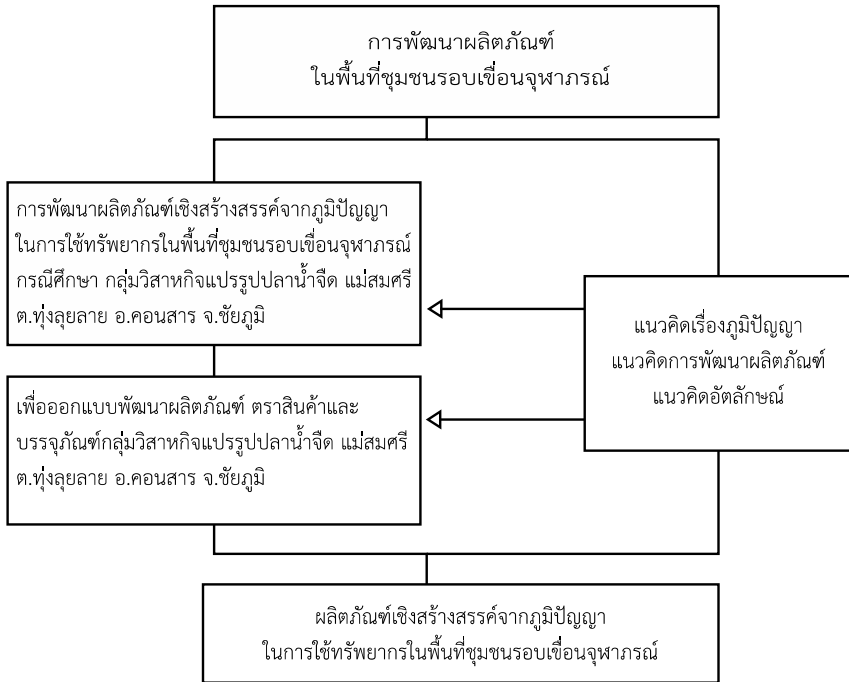
2. ขอบเขตพื้นที่วิจัย

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ เพื่อสนองพระราชดำริ โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (อพ.สธ.) โดยกำหนดพื้นที่ในเขต อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิที่มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด “แม่สมศรี” ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาและการผลิตเป็นหลัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ เพื่อสนองพระราชดำริ โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (อพ.สธ.)
2. วิสาหกิจชุมชนสามารถนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อสร้างตลาดสร้างรายได้ให้กับชุมชนมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดวิสาหกิจในชุมชนเดียวกันได้
3. ชุมชนเกิดความยั่งยืนในการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้
ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูป
ปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

เลือกโดยวิธีเจาะจง โดยเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการพัฒนา
และการผลิตเป็นตัวกำหนด โดยกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 1 กลุ่ม คือ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด “แม่สมศรี” ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสำรวจ ใช้เพื่อสำรวจด้านนิเวศวิทยา ด้านภูมิศาสตร์ กายภาพ สังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต และด้านการเข้าถึงข้อมูลการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความเหมาะสมกับโครงการ

2.2 ใช้แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) คือ ใช้สังเกตสภาพสิ่งแวดล้อม กระบวนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการบันทึกภาพ บันทึกเสียง การจดบันทึก

2.3 ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์เป็นทางการ เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและวิเคราะห์ ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล บริบททั่วไปในพื้นที่ ปัญหาและอุปสรรคความต้องการของผู้ประกอบการแนวทางการพัฒนา สัมภาษณ์ ผู้รู้ทั้งในส่วนราชการ ผู้นำชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.4 แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความต้องการของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการและผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนาให้ได้ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ตรงตามความต้องการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นกรอบทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีลำดับการเก็บข้อมูลดังนี้

3.2.1 ลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม โดยการสำรวจด้านนิเวศวิทยา ด้านภูมิศาสตร์ กายภาพ สังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิต และด้านการเข้าถึงข้อมูลการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความเหมาะสมกับโครงการ

3.2.2 ใช้แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non -Participant Observation) คือ ใช้สังเกตสภาพสิ่งแวดล้อม กระบวนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการด้วยวิธีการบันทึกภาพ บันทึกเสียง การจดบันทึก

3.2.3 ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์เป็นทางการ เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและวิเคราะห์ ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล บริบททั่วไปในพื้นที่ ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการของผู้ประกอบการแนวทางการพัฒนา สัมภาษณ์ ผู้รู้ทั้งในส่วนราชการ ผู้นำชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.2.4 แบบสอบถาม เพื่อสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาพัฒนาให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิเคราะห์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยการสำรวจ สอบถาม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดด้วยทฤษฎีเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจ

5. กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.1 การจัดทำภาพจำลองผลิตภัณฑ์เบื้องต้น โดยข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบเบื้องต้นได้นำข้อมูลจากการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบของวิสาหกิจ จากการสำรวจ สอบถาม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และกลุ่ม

เป้าหมายทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจ

5.2 ถ่ายทอดแนวคิด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ร่วมกันทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการ รวมทั้งศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตลาดเดียวกัน

5.3 ดำเนินการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยและผู้ประกอบการร่วมกันพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์

5.4 การจัดทำสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ จากผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นโดยนำเสนอข้อมูลกระบวนการออกแบบ การคัดเลือกเลือกแนวความคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์

6. การนำเสนอผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาเพื่อสนองพระราชดำริโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ (อพ.สธ.) โดยศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้ทรัพยากรรอบเพื่อจุฬารณเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ใช้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ รวมทั้งการนำเสนอด้วยตารางและภาพถ่ายและผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อเสนอแนะแต่ละผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด “แม่สมศรี” ต.พุงลู่ลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

1) ชื่อที่ตั้งและการติดต่อ สถานประกอบการ

กลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด “แม่สมศรี” ต.พุงลู่ลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ ที่อยู่ปัจจุบันของกลุ่มตั้งอยู่ เลขที่ 30 หมู่ที่ 1 บ้านพุงลู่ลาย

ลาย ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ รหัสไปรษณีย์ 36180 โทรศัพท์ 0831507587 และ 0850153009 (นางสมศรี กมลรัตน์, สัมภาษณ์, 2561)



ภาพประกอบที่ 2 สถานที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาซึ่มแม่สมศรี บ้านทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ



ภาพประกอบที่ 3 นางสมศรี กมลรัตน์ ประธานกลุ่มปลาซึ่มทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

2) รูปแบบสินค้า วัตถุดิบ และกระบวนการผลิต

ผลิตภัณฑ์ปลาซึ่มหลากหลายรูปแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ปลาจากแหล่งน้ำในพื้นที่ ซึ่งแหล่งน้ำแหล่งหาปลาหลัก คือเขื่อนจุฬาภรณ์ (เขื่อนน้ำพรม) ตั้งอยู่ที่ตำบล

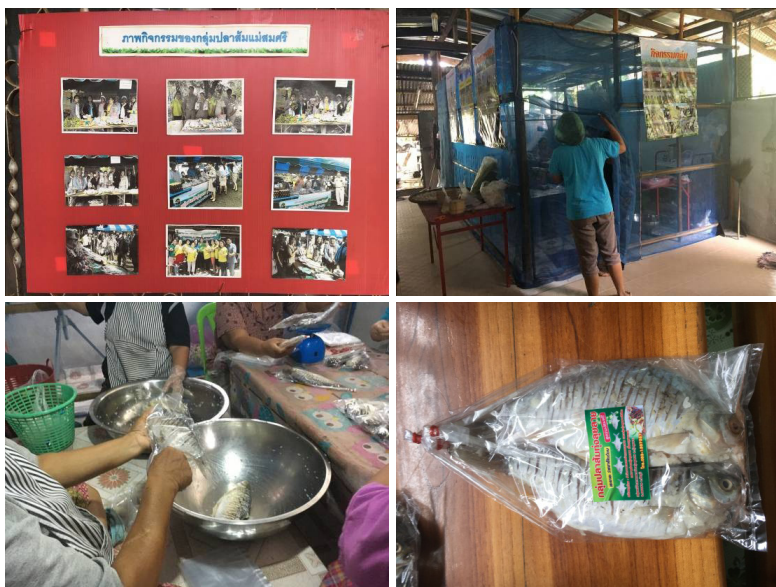
ทุ่งพระ อำเภอกอนสาร สร้างปิดกั้นลำน้ำพรมบนเพื่อกเขาขุนพาย ผลิตภัณฑ์ถนอมอาหารประเภทการหมักดองเนื้อสัตว์ได้แก่ ปลาสามตัว ปลาขึ้นส้ม และปลาสายเดี่ยว ซึ่งเป็นการบด เนื้อปลาปรุงรสจากต้นตำรับ และปั้นเป็นลักษณะก้อนกลม สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลายรูปแบบ

2.1) วัตถุดิบ : ผลิตจากปลาและสมุนไพรปรุงรสในพื้นที่ 100%

2.2) แรงงาน : เป็นแรงงาน หรือสมาชิกในหมู่บ้าน 100%

2.3) กระบวนการผลิต : เกิดขึ้นในชุมชนตลอดการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกปลาจากแหล่งจำหน่ายใน ชุมชน การปรุงรสตามสูตรต้นตำรับ ตลอดจนการบรรจุปลาสามเพื่อส่งไปจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ

2.4) แหล่งจำหน่าย : จำหน่ายภายในกลุ่ม หรืองานเทศกาลในชุมชน และฝากจำหน่ายตามร้านขายของฝาก ประจำอำเภอ



ภาพประกอบที่ 4 กิจกรรมและโครงสร้างพื้นฐานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
บ้านทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ



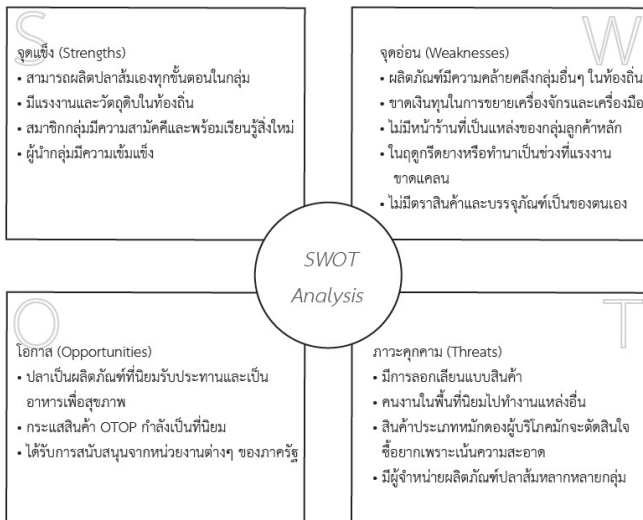
ภาพประกอบที่ 5 สินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด
“แม่สมศรี” บ้านทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ

3) กลุ่มเป้าหมาย/ ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าหลัก : ทั้งเพศหญิงและเพศชายวัยทำงานอายุประมาณ 30-60 ปี ซื้อเพื่อนำไปปรุงเพื่อรับประทานต่อที่ครัวเรือน

กลุ่มลูกค้ารอง : กลุ่มผู้ที่ซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก ของที่ระลึกจากท้องถิ่นตามร้านจำหน่ายของฝากที่มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย

4) SWOT analysis



4) โจทย์และประเด็นปัญหา

การให้คำปรึกษาในประเด็นปัญหาที่ทางกลุ่มมีมากที่สุดคือทางกลุ่มยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเองทำให้ลูกค้าไม่เกิดการจดจำ และยังดูไม่น่าเชื่อถือ การจำหน่ายต้องอาศัยพ่อค้าคนกลาง หรือตัวแทน มารับซื้อและไปจำหน่ายต่อ ทำให้ทางกลุ่มสามารถจำหน่ายได้เพียงราคาส่งเท่านั้น หรือการจำหน่ายเองในท้องถิ่น ซึ่งแต่ละบ้านก็จะมีการประกอบอาหารตามครัวเรือนอยู่แล้ว รวมทั้งผลิตภัณฑ์ปลาสดที่มีจำหน่ายในชุมชนและ ท้องตลาด ต่างก็มีบรรจุภัณฑ์และรสชาติที่ใกล้เคียงกันทำให้ลูกค้าจดจำได้ยาก และมีโอกาสกลับมาซื้อซ้ำน้อย



ภาพประกอบที่ 6 การให้ความรู้เรื่องการออกแบบตราสินค้า การสร้างแบรนด์และการเยี่ยมชมแหล่งผลิต



ภาพประกอบที่ 7 ตัวอย่างกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกันในตลาดปัจจุบัน

5) แนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ภายใต้แบรนด์ “แม่สมศรี”

ผลิตภัณฑ์ปลาต้มหลากหลายรูปแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ปลาคุณภาพที่เน้นวัตถุดิบในท้องถิ่น ผลิตจากกรรมวิธีแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมในการถนอมอาหารจากรุ่นปู่ย่าจนสืบทอดมาสู่รุ่น “แม่สมศรี” ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืดในปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อสร้างการจดจำที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์จากสูตรปลาต้มต้นตำรับแม่สมศรี ผู้วิจัยจึงใช้ภาพแม่สมศรีซึ่งเป็นภาพในลักษณะลายเส้นมาเป็นจุดเด่นของตราสินค้า และใช้สีเขียวอมเหลืองแทนการสื่อถึงสมุนไพรจากธรรมชาติ สีส้มที่สื่อถึงรสชาติที่เปรี้ยวกลมกล่อมและสื่อถึงพริกที่เป็นวัตถุดิบหลักในการปรุงอาหารอีสาน และใช้เส้นโค้งจากคลื่นน้ำแทนแหล่งน้ำในพื้นที่หรือหมายถึงแหล่งน้ำจากเขื่อนจุฬาภรณ์เพื่อสื่อถึงความหมายของพื้นที่ เมื่อได้ตราสินค้าแล้วผู้วิจัยได้นำตราสินค้าไปพัฒนาและออกแบบกับส่วนประกอบต่าง ๆ ของกลุ่มคือการออกแบบผ้ากันเปื้อนและหมวกเพื่อสวมใส่ในการออกร้านแสดงสินค้า ในงานต่าง ๆ สร้างการจดจำเกิดเป็นอัตลักษณ์ของแบรนด์ “แม่สมศรี” ซึ่งในอนาคตจะเกิดสินค้าน้ำพริก ข้าวเหนียว ข้าวปลา และข้าวแต่นแม่สมศรีต่อไป

6) แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ “แม่สมศรี”

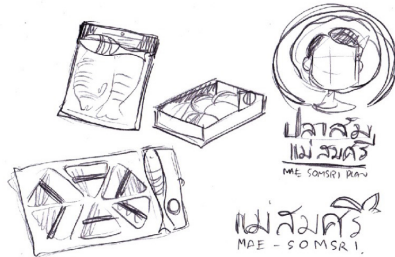
แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ “แม่สมศรี” ผู้วิจัยได้คำนึงถึงการใช้งานและราคา ต้นทุนในการผลิตที่ไม่แพง และไม่ทำให้กำไรของยอดขายจํานายลดลง เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มใช้งานสะดวกและไม่ลงทุนเพิ่มขึ้นมากเกินไป ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับปลาต้มฟักสมุนไพร และปลาต้มตัว ยังคงใช้วัสดุเดิมคือเป็นลักษณะถุงพลาสติกสองชั้นในบรรจุภัณฑ์ 1 ถุงใหญ่จะมีบรรจุภัณฑ์รวมบรรจุ 5 ถุงย่อย อยู่ข้างใน เป็นบรรจุภัณฑ์ลักษณะใช้แล้วทิ้ง จึงไม่ควรมีถุงที่ซับซ้อนหรือการบรรจุที่หลายขั้นตอนมากเกินไปเพราะจะสิ้นเปลืองต้นทุนและเกิดขยะเพิ่มขึ้น จากประเด็นดังกล่าวการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าจึงควรที่จะพัฒนารูปแบบของสติ๊กเกอร์ ที่มีการใช้ตราสินค้าใหม่ เพื่อให้เกิดความชัดเจนสร้างการจดจำ และโทนสีที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ยางรัด บรรจุภัณฑ์ ควรเป็นสีเขียวเพื่อส่งเสริมสีประจำกลุ่มให้ชัดเจนอีกทางหนึ่ง

7) แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ “แม่สมศรี”

จากเดิมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืดมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นคือปลาสามตัวและปลาสามสายเดี่ยวอยู่แล้ว แต่ปลาสามสายเดี่ยวคือปลาสามจากเนื้อปลาที่ป็นเป็นก้อนวงกลมและคาดด้วยใบเตย 1 เส้น โดยแม่สมศรีได้ไปเรียนวิธีการทำมาจากกลุ่มวิสาหกิจที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น จึงนำมาพัฒนาปลาสามสายเดี่ยวให้มีรสชาติที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วด้วยการเติมสมุนไพรปรุงรสให้มีกลิ่นสมุนไพร หอมพริกสด และมีรสสัมผัสของตระไคร้มากขึ้น รวมถึงรูปแบบตัวก่อนปลาสามที่มีการพัฒนาปลอกปั้นปลาให้เป็นรูปหัวใจสื่อถึงการใส่ใจของกลุ่มแม่บ้าน และสร้างรูปแบบแปลกใหม่ให้น่าจดจำ เกิดเป็น “ปลาสามฟักสมุนไพรแม่สมศรี”

8) กระบวนการแนวทางและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเน้นหนักไปทางด้านการสร้างแบรนด์ สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและจดจำ รวมถึงนำเชื่อถือต่อมาคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นและสร้างความแตกต่าง เช่น การปรับปรุงสูตรหรือรสชาติของปลาสามชิ้นใหม่ เช่น การใส่สมุนไพรที่มีประโยชน์ การใส่พริกสดเพื่อเพิ่มรสชาติรวม ๆ ไปถึงการปั้น ขนาดก่อนปลาสามสายเดี่ยวให้มีเอกลักษณ์ตามลักษณะกรณีศึกษา โดยทีมวิจัยได้ทดลองร่างแบบเพื่อพัฒนา ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์รองรับรูปแบบปลาสามที่จะพัฒนาในอนาคต



ภาพประกอบที่ 8 ภาพร่างบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์
กลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด “แม่สมศรี” ต.ทุ่งลุยลาย
อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ



C : 68
M : 20
Y : 100
K : 05
C : 37
M : 90
Y : 94
K : 61

ภาพประกอบที่ 9 ภาพร่างตราสินค้าซึ่งเป็นภาพประธานกลุ่มเป็นตราสินค้า
“แม่สมศรี”

9) เป้าหมายหรือผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์

การสร้างตราสินค้าให้ลูกค้ารู้จักและจดจำได้ ตั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและ
พัฒนารูปแบบ รวมถึงการ ออกแบบลวดลายให้ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทั้งเพศหญิง
และเพศชายวัยทำงานอายุประมาณ 30-60 ปี ชื้อเพื่อนำ ไปปรุงเพื่อรับประทานต่อ
ที่ครัวเรือน เน้นภาพลักษณ์การผลิตแบบภูมิปัญญา สะอาดและวัตถุดิบจากธรรมชาติ
โดยใช้สีน้ำตาลเป็นหลักประกอบกับสีเขียวในรูปแบบบัวตองให้ความรู้ถึงธรรมชาติ
และเป็นอาหารพื้นถิ่น

ตารางที่ 1 ตารางสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ที่	โจทย์/ประเด็นปัญหา	กระบวนการ/แนวทาง/ วิธีการสร้างผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย/ผลลัพธ์ ผลิตภัณฑ์เชิง สร้างสรรค์
1	ขาดตราสินค้าป้ายสินค้า และบรรจุภัณฑ์ในการ จำหน่าย	ระดมความคิดสร้างแผนทางการ ตลาดและกำหนด ทิศทางของ กลุ่มจนได้เป็นภาพลักษณ์ที่ ต้องการ นำเสนอไปสร้างเป็น ตราสินค้าต่อไป	การสร้างแบรนด์ให้ลูกค้า รู้จักและ จดจำได้
2	ผลิตภัณฑ์ปลาสามที่ขาด ความแปลกใหม่และ เอกลักษณ์เฉพาะ ของ ตนเอง	วิเคราะห์จุดเด่นของปลาสาม ทั้ง รสชาติและการ รับประทานให้ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง เพศ หญิงและเพศชายวัยทำงาน อายุประมาณ 30-60 ปี ชื้อเพื่อ นำไปปรุงเพื่อ รับประทานต่อที่ ครัวเรือน	พัฒนารูปแบบ ทั้งรสชาติ และการ รับประทานให้ ให้ตอบสนองกลุ่มลูกค้า เป้าหมายที่ต้องการเน้น

10) ผลงานการออกแบบ



ตราสินค้า : แม่สมศรี

C : 49
M : 00
Y : 100
K : 00

C : 16
M : 00
Y : 72
K : 00



C : 31
M : 96
Y : 100
K : 42

ภาพประกอบที่ 10 การออกแบบตราสินค้า แม่สมศรี

สติ๊กเกอร์ติดถุงและสินค้ากลุ่มอื่น สร้างการจดจำตราสินค้า



สติ๊กเกอร์ขนาด 5 x 5 เซนติเมตร

ภาพประกอบที่ 11 การออกแบบสติ๊กเกอร์ติดถุงและสินค้ากลุ่มอื่น ๆ ของแม่สมศรี



สติ๊กเกอร์บรรจุภัณฑ์
“ปลาสามตัว”
สร้างการจดจำ
ตราสินค้า



สติ๊กเกอร์ขนาด 9 x 6.5 เซนติเมตร

ภาพประกอบที่ 12 การออกแบบสติ๊กเกอร์บรรจุภัณฑ์ปลาสามตัว ของแม่สมศรี



สติ๊กเกอร์บรรจุภัณฑ์
“ปลาสามตัว”
สร้างการจดจำ
ตราสินค้า



สติ๊กเกอร์ขนาด 9 x 6.5 เซนติเมตร

ภาพประกอบที่ 13 การออกแบบสติ๊กเกอร์บรรจุภัณฑ์ปลาสามตัว
ของแม่สมศรี

ป้ายประชาสัมพันธ์หน้ากลุ่มวิชาหจกฯ
 ป้ายขนาด 180 x 60 เซนติเมตร
 ติดตั้ง 2 จุด



ภาพประกอบที่ 14 การออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ปลาสามตัว ของแม่สมศรี

ชุดกันเปื้อนพร้อมหมวกเพื่อสร้างอัตลักษณ์
 และการจดจำตราสินค้า



ภาพประกอบที่ 15 การออกแบบชุดกันเปื้อนพร้อมหมวกเพื่อสร้างอัตลักษณ์
 ของแม่สมศรี

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก “ปลาสามสายเดี่ยว”
 พัฒนารูปแบบรูปหัวใจและเพิ่มสมุนไพร
 พัฒนาเป็น “ปลาสามพักสมุนไพร”



ก่อนพัฒนา



หลังพัฒนา

ภาพประกอบที่ 16 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปลาสามสายเดี่ยวด้วยการเพิ่ม
 สมุนไพรจากธรรมชาติและการพัฒนารูปทรงใหม่ ของแม่สมศรี

สรุปผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด ได้ตราสินค้าของแม่สมศรี สติกเกอร์บรรจุภัณฑ์ปลาสาม ทั้งปลาสามตัวและปลาสามฟักสมุนไพร รวมไปถึงสติกเกอร์บรรจุภัณฑ์สินค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่ทางกลุ่มมีจำหน่าย ป้ายไวโนลเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้าปลาสาม และที่สำคัญได้มีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ปลาสามใหม่ด้วยการเพิ่มรสชาติที่ได้จากสมุนไพรเพื่อสร้างความแตกต่างจากกลุ่มที่ทำปลาสามในพื้นที่อื่น ๆ และพัฒนารูปทรงให้เกิดความน่าสนใจเป็นที่จดจำของกลุ่มลูกค้าทั้งในชุมชนและตลาดแหล่งอื่น ๆ เพื่อเป็นการพัฒนาและขยายตลาดสินค้าให้กว้างมากขึ้น เป็นการช่วยส่งเสริมให้กลุ่มสามารถสร้างภาพลักษณ์และเป็นที่จดจำเพื่อให้กลุ่มสามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่วิจัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์โดยอาศัยวัตถุดิบในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ โดยใช้แรงงานหรือสมาชิกในหมู่บ้านทั้งสิ้น โดยมีตลาดการผลิตในชุมชน และจำหน่ายภายในกลุ่ม หรืองานเทศกาลในชุมชน และฝากจำหน่ายตามร้านขายของฝากประจำอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิเป็นหลัก ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเองทำให้ลูกค้าไม่เกิดการจดจำและยังดูไม่น่าเชื่อถือ การจำหน่ายต้องอาศัยพ่อค้าคนกลางหรือตัวแทนมารับซื้อและไปจำหน่ายต่อทำให้ทางกลุ่มสามารถจำหน่ายได้เพียงราคาส่งเท่านั้น หรือการจำหน่ายเองในท้องถิ่น ทำให้ลูกค้าจดจำได้ยาก และมีโอกาสกลับมาซื้อซ้ำน้อย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเป้าหมายมาซื้อให้ถูกต้องและเหมาะสม

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิชาชีพแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ ผลการออกแบบพบว่า จากข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยภูมิปัญญาที่ชุมชนมีอยู่มาพัฒนาจนเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน โดยเน้นการสร้างตราสินค้าหรือแบรนด์ของสินค้าเพื่อสร้างความจำจดให้กับลูกค้าเป็นประเด็นหลัก การเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยอาศัยประวัติความเป็นมาของบุคคล ชุมชน เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างตราสินค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่คำนึงถึงการใช้งานและราคาต้นทุนการผลิตที่ไม่แพง และไม่ทำให้กำไรของยอดขายการจำหน่ายลดลง เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มใช้งาน สะดวกและไม่ลงทุนเพิ่มขึ้นมากเกินไป และการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความแปลกใหม่ จากที่เคยมีอยู่

ดังนั้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ จึงเป็นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวิชาชีพชุมชนให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเพิ่มตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มวิชาชีพชุมชน โดยเฉพาะชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์

อภิปรายผล

จากผลของการศึกษาข้อมูลและความต้องการของผู้ประกอบการที่พบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่วิจัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิชาชีพในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์โดยอาศัยวัตถุดิบในพื้นที่เป็นส่วน โดยใช้แรงงานหรือสมาชิกในหมู่บ้าน

มีตลาดการผลิตในชุมชน และจำหน่ายภายในกลุ่มหรืองานเทศกาลในชุมชน และฝากจำหน่ายตามร้านขายของฝากประจำอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิเป็นหลัก ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเองทำให้ลูกค้าไม่เกิดการจดจำและยังดูไม่น่าเชื่อถือจึงเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ที่กล่าวว่าอัตลักษณ์สามารถสร้างเป็นภาพที่ชัดเจนเป็นต้นแบบได้โดยเลือกเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัดเป็นที่รับรู้ทั่วไปและลดทอนเพื่อให้อัตลักษณ์นั้นมีความโดดเด่นและเข้าใจง่าย เช่นการออกแบบ ตราสินค้าของกลุ่มปลาสามแม่สมศรี ที่นำภาพแม่สมศรีมาตัดทอนให้เรียบง่ายเป็นที่จดจำบนผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารปลาน้ำจืด “แม่สมศรี” จึงเป็นแนวทางการ ออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่อาศัยการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเพิ่มตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรพินท์ บุญสิน (2557) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าได้มากกว่าแค่เป็นการเพิ่มมูลค่าจากการผลิตแบบใช้เครื่องจักรและแรงงาน และการสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือ ความเฉพาะตัวของความคิดนั้น ๆ ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใครแตกต่าง 2) ความเป็นสิ่งแรก (Originality) หรือสิ่งซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่มีเป็นสิ่งแรก ๆ ที่สร้างขึ้นมา และ 3) การมีความหมาย (Meaning) เพราะการสร้างสรรค์ที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคตินั้น

ข้อเสนอแนะ

1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบเพื่อส่งเสริมทางด้านการตลาดและการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นหรือในพื้นที่อื่นได้

2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาให้ขยายตลาดการจำหน่ายได้กว้างขึ้นหรือเพิ่มตลาดในประเทศ

2.2 ควรนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังขาดศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะในพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

เอกสารอ้างอิง

อรพินท์ บุญสิน. (2557). “แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการ

วิสาหกิจ ชุมชน ในภาคอุตสาหกรรม.” วารสารการจัดการ 3, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 22-31.

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

สัมภาษณ์

สมศรี กมลรัตน์. (6 กันยายน 2560).สัมภาษณ์. เลขที่ 30 หมู่ที่ 1 บ้านทุ่งลุยลาย ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ.