การออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน*

ชาตรี บัวคลี่
อาจารย์ประจำสาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนารูปแบบฉลากสินค้าชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ รวมถึงบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบฉลากสินค้า

* บทความเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ”

ด้วยกระบวนการวิจัย ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล หรือวิสาหกิจชุมชน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเปรียบเทียบ In-Dependent T-Test

ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์มียอดขายลดลง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบถูก จุดด้อย คือ อายุการเก็บรักษาสั้นและการหาช่องทางการสื่อสารการตลาด โอกาส คือ นโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของรัฐบาล และอุปสรรค คือ ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัญหา คือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงงบประมาณในการสนับสนุนจากภาครัฐ ผลประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากผลิตภัณฑ์เดิมพบว่ามีความพึงพอใจระดับน้อยทุกผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่น คือ ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องสะท้อนมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมซึ่งสะท้อนผ่านกิจกรรมต่างๆ ในกระบวนการวิจัย

2. ผลการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่าทุกผลิตภัณฑ์มีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ พบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความ

พึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชนรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ($t>2.447$) ข้อค้นพบที่โดดเด่น คือ ผลงานออกแบบฉลากจะสัมฤทธิ์ผลและเป็นที่พอใจของผู้มีส่วนร่วมได้ ต้องมาจากความเท่าเทียมและความสมดุลทางความคิดอย่างมีประชาธิปไตยจากผู้มีส่วนร่วม งานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต้องสะท้อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยืน อันประกอบไปด้วยการสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญา การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผ่านภาพประกอบ สี ตัวอักษร และลวดลายกราฟิก

3. การประเมินผลสัมฤทธิ์การบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และการเรียนการสอนของนักศึกษาก่อนและหลังการมีส่วนร่วม พบว่านักศึกษามีการเรียนรู้เพิ่มขึ้นทุกด้าน นักศึกษาได้เรียนรู้การสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปลผล และสรุปข้อมูลวิจัยมากที่สุด ข้อค้นพบที่โดดเด่น คือ การบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังส่งผลให้นักศึกษาได้ฝึกการใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อแก้ปัญหา โดยเฉพาะขั้นตอนการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เนื่องจากทุกความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการออกแบบฉลากสินค้าเท่ากัน ทุกคนจึงต้องหาจุดกึ่งกลางหรือความสมดุลของความต้องการ เพื่อให้ได้ผลงานที่ตรงใจผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ทั้งนี้ การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมยังสามารถลดทิฐิหรือการคิดหมกมุ่นแต่ความต้องการของตนเอง ความอยากเอาชนะ และการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

ผลการวิจัยสามารถพัฒนาเป็นแบบจำลองการเรียนรู้ที่เกิดจากการบูรณาการงานวิจัย การเรียนการสอน และการบริการวิชาการอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การออกแบบฉลาก, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม, เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

The Design and the Development of Product Labels Using Participatory Communication in Accordance with Creative and Sustainable Economy Concept.

Chatree Buaclee
Lecturer, Faculty of Communication Arts,
Huachiew Chalermprakiet University

Abstract

This research is a participatory action research studying the conditions of six community products in Samut Prakran Province and to develop their labels. This study aims to integrate the research process, the academic services, and the learning process together so that participating students would learn the product label design process through research. The research participants

consist of entrepreneurs, customers, designers, designing academics and government agencies responsible for promoting community products, such as Tambon Administration Organization or community enterprises. The study utilises statistical tools such as mean, percentage, standard deviation and independent T-Test.

The research findings are as follows:

1. The sales of the six community products decreased due to economic recession. The strengths of the products are that their raw materials are local and cheap. The weaknesses are their short preservation lifespan and their lack of marketing channels. Their marketing opportunity is strengthened by the government's policy to promote community products. The main obstacles stem from a lack of the knowledge to develop and package their products, and the lack of government subsidy. Participant satisfaction was low with the labels of every product. The prominent finding was that important information for participatory design must come from the problems and the desires of the participants through activities in the research process.

2. The results of the product label design process using participatory communication according to the sustainable and

creative economy concept show that the satisfactory levels for every newly designed product were high. Comparing the satisfactory levels of old and newly designed products, participants were much more satisfied with the newly designed product labels than the old (t>2.447). The prominent findings were that if the product level designing process were to be effective and satisfactory for all participants, participants must have equal share in developing ideas and the design must link up with original features of the products. Also, the design must reflect local wisdom and cultures, identifying localities through illustrations, colour, lettering and graphics.

3. The evaluation of the students' success in participation in the research, academic services and learning processes showed that the they were much better in many respects than before joining the project. The students had learnt how to bring benefits to Samutprakarn communities. They had learnt how to analyse, interpret and summarize research data. The prominent findings were that the integration of research and learning taught students to use their wisdom in problem solving especially during focus group conversations. Since every participant's ideas in product label design were equally important, the desired common ground

must be sought out such that the outcome would satisfy most participants. Furthermore, the participatory design process was able to reduce the involved participants' own over-confidence in their own preferences. This design process helped the students feel sympathetic towards others by opening their minds to new ideas.

The results can be developed into integrated learning with research and social academic services by participation communication for sustainable design model.

Keywords: Label Design, Community Product, Participatory Communication, Sustainable Creative Economy

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ว่าด้วยการพัฒนาประเทศไทย ชี้ให้เห็นว่าประเทศอยู่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงความคิดและกระบวนทัศน์ของคนในสังคมให้เกิดการพัฒนาไปสู่แนวคิด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาแบบองค์รวม ยังผลให้เกิดการมุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนา ดังเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพของคนและการพัฒนาสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาคนตามแผนพัฒนาฉบับนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2554, 4-9) จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ก่อเกิดการพัฒนาและต่อยอดจนกลายเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่อมา ถือเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การพัฒนาในมิติต่างๆ เข้าสู่การเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาตามแนวทางพระราชดำรัส “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “การพัฒนาแบบองค์รวม” ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกับภาครัฐเพื่อพัฒนาด้านต่างๆ ให้มากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 เป็นจุดเปลี่ยนของการพัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาบุคคลและบูรณาการหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับภาคส่วนต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง (อัจฉรา, 2556)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นหัวใจหลักที่สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559) ของ

ประเทศไทย มุ่งเน้นแก้ปัญหาอันเกิดจากการขาดความสมานฉันท์ในสังคม การขาดความสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ และการขาดสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชนโดยเฉพาะด้านการศึกษา ยังผลให้เกิดแนวคิดการผลิตสินค้าชุมชนบนพื้นฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งเน้นไปที่การสร้างความมั่นคงด้านอาหาร พลังงาน และการปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

“แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์” และ “แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน” อันเป็นหัวใจหลักที่สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (ฉบับที่ 11) ส่งผลให้เกิดวิถีการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ นั่นคือวิถีการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนโดยวิธีการรวบรวมข้อมูลเพื่อการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม *มุ่งเน้นการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง บนพื้นฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ผสมผสานกับการใช้เทคนิคการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์ผู้ออกแบบและผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน* กลวิธีที่จะสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ตามหลักแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์จากทุกภาคส่วน ผ่านกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบที่ยั่งยืนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ทั่วถึงทั้งในระดับประเทศ จังหวัด และชุมชน

จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชนมากถึง 138 ผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและสมุนไพร 62 ผลิตภัณฑ์ (รายงานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสมุทรปราการ, 2555) จากการสัมภาษณ์สภาเกษตรจังหวัดสมุทรปราการและพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัญหาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี แต่มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม ไม่สวยงาม และไม่น่าซื้อ (ตฤตภัศม์ และสีชมพู, สัมภาษณ์ 19 มีนาคม 2558) หากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเหล่านี้ได้รับการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และยั่งยืน จะสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้

ด้วยปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางการสำรวจสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์และดำเนินการออกแบบฉลากสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้กระบวนสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมและใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ได้แก่ ความพึงพอใจของรูปแบบฉลากสินค้า และความต้องการในรูปแบบฉลากสินค้า

2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3. เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการการวิจัย การบริการวิชาการ และเรียนการสอนวิชาการผลิตสิ่งพิมพ์

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนร่วม 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำ และหน่วยงานรัฐที่สนับสนุน เช่น พัฒนาชุมชนจังหวัด สภาเกษตรจังหวัด

2. กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ ได้แก่ นักออกแบบมืออาชีพ นักวิชาการด้านการออกแบบ และนักศึกษาด้านการออกแบบ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการได้ต้นฉบับฉลากสินค้าที่สะท้อนมาจากรสนิยมและความต้องการของลูกค้าตลอดจนผู้มีส่วนร่วม

2. ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัยเนื่องจาก

ผู้มีส่วนร่วมมีส่วนสะท้อนความคิดเห็นในทุกกระบวนการรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย

3. เศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรปราการได้รับการกระตุ้น เนื่องจากฉลากสินค้าสามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือ และการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

4. สังคมได้ฉลากสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้รับรู้ถึงภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน เนื่องจากกระบวนการออกแบบคำนึงถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ตัวบ่งชี้ของแนวคิดคือการสะท้อนภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เกิดการรับรู้เพื่อสร้างคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมให้เกิดความยั่งยืน เน้นการออกแบบที่คุ้มค่า สร้างสรรค์ และพอเพียง

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสารในการทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้ จำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร โดยยึดความหมายของคำว่าการมีส่วนร่วมตามคำนิยามของสหประชาชาติ (ค.ศ. 1983) ที่กล่าวว่าการมีส่วนร่วม (participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ เริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการ ขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่าการสื่อสาร (communication) มีผู้ให้ความหมายไว้อย่าง

หลากหลายนิยามความหมาย ในที่นี้ได้สรุปว่าการสื่อสาร คือ กระบวนการการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง (ปาริชาติ 2542, 2) แนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยในส่วนของการออกแบบกระบวนการวิจัยทั้งในแง่ของการเข้าหาและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนร่วมการรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการถ่ายโอนความรู้ระหว่างการวิจัย

2. แนวคิดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

การบูรณาการการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาชุมชนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่สนับสนุนให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินการใดๆ ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ (interactive) ได้นำไปสู่การแลกเปลี่ยนและสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง (กสิน 2554, 10) การพัฒนาชุมชนหรือดำเนินการใดๆ จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเพื่อให้การดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีความเกี่ยวข้องซึ่งมีความหลากหลายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างเหมาะสม กระบวนการมีส่วนร่วมจะเกิดการพัฒนาได้สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ *ทุกคนที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีและมีความเป็นประชาธิปไตย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และดำเนินการจนสิ้นสุดโครงการ* อีกประการหนึ่งที่สำคัญสำหรับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมคือการให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิปัญญาของชุมชน ยอมรับความรู้พื้นฐานและกระบวนการสร้างองค์ความรู้ที่แตกต่างไปจากกระบวนการสร้างความรู้ของนักวิชาการ

กระบวนการพัฒนาชุมชนสิ่งที่สำคัญและจะส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ ผู้วิจัยจำเป็นต้องทำความเข้าใจและอาศัยการสื่อสารที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนเสียก่อน เมื่อมีความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว จึงจะสามารถสอดแทรกความรู้ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้ประสบความสำเร็จในการศึกษาวิจัย ก่อเกิดการพัฒนาโครงการและสามารถดำเนินการกับชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

3. แนวคิดการออกแบบฉลากสินค้าและการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

3.1 แนวคิดการออกแบบฉลากสินค้า

ฉลากสินค้าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับสินค้าทุกชนิด โดยเฉพาะสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องติดฉลากเพื่อบ่งบอกหน้าตาและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และการพิมพ์ฉลากต้องคมชัด โดดเด่น สะดุดตา เห็นแล้วน่าซื้อสินค้า สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ถ้าออกแบบฉลากได้ดีอาจมีผลต่อยอดขายสินค้าได้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงการออกแบบฉลากสินค้าประกอบด้วย (ปาพจน์ 2553, 113-140)

3.1.1 ตราสินค้า (brand) คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ แสดงด้วยตัวอักษรและหรือสัญลักษณ์ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม จดจำง่าย

3.1.2 ผลิตภัณฑ์ (product) คือ การนำเสนอข้อมูล ให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน คือ อะไร ควรเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น

3.1.3 เป้าหมาย (target) หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษาการทำงานแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ การออกแบบ

โครงสร้างและการออกแบบกราฟิกซึ่งจะต้องคิดพร้อมๆ กัน แต่ในทางปฏิบัติต้องออกแบบโครงสร้างก่อนอีกรูปแบบหนึ่งของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ ฉลาก หน้าที่หนึ่งของฉลาก คือ ทำหน้าที่เป็นจุดขายสินค้า

3.1.4 องค์ประกอบของฉลากสินค้า ประกอบด้วย

(1) ภาพประกอบ คือ ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิกจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือลวดลายต่างๆ ที่ปรากฏบนฉลากเพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ และดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

(2) สี คือ สิ่งที่เกิดจากการหักเหของแสงเป็นองค์ประกอบศิลป์ที่ช่วยสื่อความหมายและเรียกร้องความสนใจให้กับวัตถุ

(3) ตัวอักษร คือ ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏบนฉลากสินค้า มีหน้าที่สื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค บอกถึงข้อมูลที่จำเป็นต่อการรับรู้ เช่น ชื่อสินค้า ที่อยู่ผู้ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ส่วนประกอบสรรพคุณ เป็นต้น

3.2 แนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบส่วนประกอบต่าง ๆ ของสิ่งที่บ่งชี้ถึงการเป็นตัวตน หรือการดึงจุดเด่นผสานกับงานศิลปะเพื่อถ่ายทอดความเป็นตัวตนให้กลุ่มลูกค้ารับรู้ ประกอบด้วย

3.2.1 เอกลักษณ์องค์กรในด้านการตลาด อัตลักษณ์องค์กรหรืออัตลักษณ์กลุ่มบริษัท (corporate identity) เป็นรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของ

หน่วยงานหรือองค์กรซึ่งถูกออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ แสดงออกมาในรูปแบบของตราสินค้า (brand) และการใช้งานเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ (logo) เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (symbolism) ได้แก่

(1) ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่างๆ ที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิต เช่น การออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อให้จดจำ เชื่อถือ และตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน

(2) สัญลักษณ์ (symbol) เป็นลักษณะของสิ่งใดๆ ที่กำหนดขึ้นมาใช้แทนความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกไปและทำให้เกิดการจดจำ

(3) ภาษาภาพ (pictograph) ไม่ใช้ภาษาและภาพประกอบตัวอักษร แต่เป็นการใช้ภาพบอกเพื่อแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะ เช่น เครื่องหมายบอกทิศทาง ความปลอดภัย การคมนาคม

(4) เครื่องหมายตัวอักษร (letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อตัวอักษรออกมาจากคำเต็ม หรือชื่อเต็มขององค์กร บริษัท สถาบันต่างๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน

(5) ชื่อหรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษาโดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น

(6) เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (combination marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

(7) เครื่องหมายการค้า (trademarks) อาจมีได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ในลักษณะใด เลือกใช้ตามความเหมาะสม

3.2.2 ความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร มีส่วนสร้างสรรค์สัญลักษณ์และข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคม โดยเข้ามามีส่วนช่วยเสริมการรับรู้ทางการมองเห็น เป็นลู่ทาง หรือสื่อกลาง ช่วยการรับรู้ข้อตกลงต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ มีความชัดเจน มีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาให้ระลึกถึง และเป็นเครื่องหมายแห่งความทรงจำเตือนใจ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่างๆ ทางอัตลักษณ์ขององค์กรจำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีขนาดรูปทรงที่ชัดเจน เรียบร้อย สวยงาม และเหมาะสมกับอำนาจการมอง (visual perception) การที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการเอกลักษณ์นั้น มักมีที่มาจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

(1) องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นใหม่และมีคู่แข่งในธุรกิจเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับองค์กร

(2) องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งมานานพอสมควรและเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบเอกลักษณ์องค์กรเสียใหม่ ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์องค์กรนั้นขึ้นอยู่กับวาระสำคัญของบริษัท เช่น วาระฉลองครบรอบ 10 ปีของบริษัท และฝ่ายบริหารต้องการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์องค์กรให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น หรือสภาวการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวคิดการออกแบบฉลากสินค้าและการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในส่วนของกระบวนการออกแบบฉลากสินค้า ตั้งแต่กระบวนการหาข้อมูลสำหรับการออกแบบ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ผู้ซื้อ (หนึ่งในผู้มีส่วนร่วมของงานวิจัยประกอบไปด้วยลูกค้าประจำ หรือผู้ซื้อสินค้าประจำของผลิตภัณฑ์นั้นๆ) รวมทั้งการจัดองค์ประกอบของฉลากสินค้าและการจัดวางภาพประกอบ สี ตัวอักษร โครงสร้างวัสดุ ให้ถูกต้อง สวยงามตามหลักการออกแบบ ทั้งนี้ การออกแบบฉลากอย่างมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเป็นหลัก คือ การออกแบบจะต้องมาจากความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ ทั้งเรื่องความงาม ข้อมูล หรือองค์ประกอบศิลป์ นักออกแบบหรือผู้วิจัยจะใช้หลักการด้านสุนทรียศาสตร์แบบอัตวิสัยเข้าไปตัดสินความงามไม่ได้ทั้งหมด เนื่องจากการรับรู้ด้านความงามพื้นฐานของผู้มีส่วนร่วมมีความแตกต่างกันทั้งด้านปัจจัยแวดล้อม ประสบการณ์ รวมถึงองค์ความรู้ด้านศิลปะ ดังนั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้องเลือกผลงานออกแบบที่ถูกใจผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด แม้จะไม่ถูกใจผู้วิจัยหรือนักออกแบบก็ตาม แต่ถือว่าผลงานนั้นมาจากคนส่วนใหญ่เห็นว่างาม (ภววิสัย)

4. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจาก “แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” และ “แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน” ได้รับอิทธิพลและต่อยอดมาจากแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง อันเป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนาประเทศจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (แผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 8) ใจความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน คือ *“การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีลักษณะที่เป็นการพัฒนาแบบบูรณาการ (Integrated) คือ การพัฒนา*

ที่ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ อย่างมีดุลยภาพ (balance)" หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาตินั่นเอง

แนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จนถึงฉบับที่ 11 "ความยั่งยืน" ก็ยังเป็นแนวคิดสำคัญที่ปรากฏอยู่ในยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้ง 6 ยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมและยุทธศาสตร์ที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2554) อย่างไรก็ตาม ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทยและเป็นความหมายตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 คือ *องค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่* (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, 2552)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย โดยใช้เป็นแนวความคิดหลักของการออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วม ด้วยการแปลความหมายของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นประเด็นการออกแบบ อันประกอบไปด้วยการสะท้อนถึงวัฒนธรรม ภูมิปัญญา เพื่อส่งเสริมชุมชนให้การการรับรู้และจดจำตามมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ อีกประการหนึ่งคือการออกแบบให้สะท้อนถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งในแง่ของการใช้สี การใช้วัสดุ ภาพประกอบ และใช้เป็นกรอบเพื่อการประเมินผลงานให้ตรงตามแนวคิดของการออกแบบ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้วิธีปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research-PAR) มีขั้นตอนและวิธีการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจชุมชน

1.1 ติดต่อพัฒนาการจังหวัดสมุทรปราการและสภาเกษตร จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อขอข้อมูลวิสาหกิจชุมชนด้านอาหารและสมุนไพรทั้งหมดของจังหวัดสมุทรปราการ อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพรจากอำเภอเมือง อำเภอพระประแดง อำเภอพระสมุทรเจดีย์ อำเภอบางพลี อำเภอบางบ่อ และอำเภอบางเสาธง

1.2 ติดต่อไปยังผู้ประกอบการหรือประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยบอกเงื่อนไขของกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอนที่ยุ่งยาก ต้องยินดีให้ข้อมูล และเสียสละเวลาในการมีส่วนร่วมจนจบโครงการ

1.3 คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร ที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด อำเภอละ 1 ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 6 ผลิตภัณฑ์

1.4 สำรวจปัญหาและสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ ด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

1.5 ติดต่อผู้มีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือก เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย อันประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนร่วมกับการออกแบบภายนอกวิชาชีพ คือ ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาอำเภอ หรือพัฒนาจังหวัด ลูกค้าประจำ และผู้มีส่วนร่วมกับการออกแบบภายในวิชาชีพ คือ นักออกแบบอาชีพ นักวิชาการด้านการออกแบบ และนักศึกษาที่ร่วมออกแบบ

1.6 ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิม ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1.7 ศึกษาความต้องการด้านรูปแบบฉลากสินค้า ด้วยแบบสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนร่วม

2. ขั้นตอนการชี้แจง

อบรมให้ความรู้และนำเสนอปัญหาเป็นขั้นตอน ชี้แจงกระบวนการวิจัย รวมถึงให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และนำเสนอปัญหาของฉลากสินค้าเดิม ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 ชี้แจงที่มาของการวิจัย วัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่ผู้มีส่วนร่วมจะได้รับ รวมถึงเสนอปัญหาของฉลากสินค้าเดิมเพื่อขอข้อวิจารณ์และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนร่วม

2.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน รวมถึงการการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และสิทธิบัตร

2.3 สรุปปัญหาด้านรูปแบบของฉลากสินค้าเดิม เพื่อนำเสนอให้ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยได้รับรู้และร่วมกันเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาด้วยการสนทนากลุ่ม (focus group)

3. ขั้นตอนการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3.1 สรุปปัญหาและความต้องการของผู้มีส่วนร่วม เพื่อนำไปกำหนดแนวทางการออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ความต้องการด้านตราสัญลักษณ์ ลวดลาย กราฟิก สีหลัก สีรอง พื้นหลัง ภาพประกอบ ตัวอักษร

3.2 ทำแบบร่างอย่างหยาบด้วยดินสอ ให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกจนได้รูปแบบที่ผู้มีส่วนร่วมถูกใจมากที่สุด และนำรูปแบบนั้นมาพัฒนาเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์จำนวน 3 แบบ

3.3 นำแบบฉลากสินค้าทั้ง 3 รูปแบบให้ผู้มีส่วนร่วมประเมิน อันประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนร่วมภายใน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำ และพัฒนาชุมชน

จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนผู้มีส่วนร่วมภายนอกได้แก่ นักออกแบบ นักศึกษาด้านการออกแบบ และนักวิชาการด้านการออกแบบ แบบประเมินความสอดคล้องให้ค่าคะแนนความสอดคล้องเท่ากับ 1 คะแนน ไม่แน่ใจเท่ากับ 0 คะแนน และไม่สอดคล้องเท่ากับ 0 คะแนน จนได้ฉลากสินค้าที่มีค่าคะแนนความสอดคล้องของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด

3.4 เลือกแบบฉลากสินค้า ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดเพียง 1 รูปแบบจากทั้งหมด 3 รูปแบบ

3.5 นำรูปแบบฉลากสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกกลับไปให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3.6 เปรียบเทียบความพึงพอใจ ระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยสถิติเปรียบเทียบ T-Test

4. ขั้นตอนการประเมินผลงาน

หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ติดต่อผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและการออกแบบ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินผลงาน และนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงผลงาน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการเสนอผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 รวมกัน และส่วนที่ 2 คือ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยส่วนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการการออกแบบฉลากสินค้า ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ของงานวิจัย มีข้อค้นพบที่โดดเด่นดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีความต้องการด้านการพัฒนาสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสร้างสื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภค (นรินทร์ สมบูรณ์ และสมชาย, 2558)

(2) ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เนื่องจากมีความศรัทธาและอยากน้อมนำแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง แกนกลางของแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 8-10) มาปรับใช้กับธุรกิจของตนเองตามแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 11

(3) จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารแปรรูปและสมุนไพรของจังหวัดสมุทรปราการ คือ 1. จุดเด่น คือ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบถูก 2. จุดด้อย คือ อายุการเก็บรักษาสั้นและการหาช่องทางการสื่อสารการตลาด 3. โอกาส คือ นโยบายสนับสนุน

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของรัฐบาล 4. อุปสรรค คือ ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 5. ปัญหาของผลิตภัณฑ์ คือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงงบประมาณสนับสนุน

(4) การออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน คือ การออกแบบที่สะท้อนศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และภูมิปัญญาชุมชนผ่านลวดลายกราฟิก ภาพประกอบ สี ตัวอักษร และโครงสร้างของฉลากผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจต่อผู้พบเห็นและเกิดการซึมซับวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น

(5) การปรับพื้นฐานความรู้ด้านการพัฒนารูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์และความเข้าใจในแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกัน มีความสำคัญต่อกระบวนการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ผลงานออกแบบต้องสะท้อนความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน หรือมาจากความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่อย่างเป็นประชาธิปไตย

(6) ควรออกแบบให้เชื่อมโยงกับรูปแบบฉลากสินค้าเดิม เช่น เชื่อมโยงด้วยสี เชื่อมโยงด้วยภาพประกอบ เชื่อมโยงด้วยแบบอักษร เชื่อมโยงด้วยรูปแบบ หรืออาจเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ เช่น ใช้สีที่สื่อถึงตัวขนม ใช้สีที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สีเขียวที่สื่อถึงต้นไม้ใบหญ้า ความสดชื่น สดใส สีฟ้าที่สื่อถึงน้ำและท้องฟ้า เป็นต้น ใช้ภาพประกอบที่เชื่อมโยงกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากภาพประกอบสามารถสื่อความหมายและให้อารมณ์ความรู้สึกทำให้ผู้มีส่วนร่วมเข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน

(ชมจันทร์, 2557; Mayer and Lubliner, 1998) เช่น ข้าวเกรียบปลาสลิดผสมน้ำพริกเผาแม่สุนี ออกแบบโดยใช้ภาพประกอบเป็นรูปปลาสลิดไร้หัวเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรปราการ หรือผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันท์นภัส มีสูตรพิเศษที่ไม่เหมือนต้นตำหรับ คือ ใช้น้ำลอยดอกมะลิแทนกลิ่นวานิลลา ทำให้มีกลิ่นมะลิเป็นจุดขาย ภาพประกอบบนฉลากเพื่อบอกจุดขายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

(7) การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นการออกแบบที่มุ่งเน้นความสวยงาม (emotional) และประโยชน์ใช้สอย (functional) ที่สะท้อนมาจากความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม ผลงานการออกแบบต้องสะท้อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน อันประกอบไปด้วย การสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้สีที่สื่อถึงธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ การใช้วัสดุอย่างสร้างสรรค์คุ้มค่าและเพียงพอ อาจไม่สวยงามในมุมมองของนักออกแบบ หรือตรงตามหลักการออกแบบและการจัดองค์ประกอบศิลป์ แต่เป็นงานออกแบบที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผลิตภัณฑ์เห็นว่างามที่สุด (ภววิสัย)

นอกจากสภาพปัญหา สภาพทั่วไป และความต้องการของผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยขอเสนอการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงกับข้อมูลการออกแบบและมีเกณฑ์การประเมินผลงานรวมถึงความพึงพอใจที่มีต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมและฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ โดยใช้เกณฑ์การประเมิน 2 แบบ ได้แก่ การประเมินความงามตามหลักการออกแบบ และการสะท้อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) เกณฑ์การประเมินความงามตามหลักการออกแบบ

(1.1) ความสวยงามของฉลากสินค้า ตราสัญลักษณ์ (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)

(1.2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (อ่านง่าย เข้าใจง่าย)

(1.3) สีของฉลากสินค้า (เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)

(1.4) ฉลากสินค้า (การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)

(1.5) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)

(1.6) ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)

(1.7) พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)

(2) เกณฑ์การประเมินตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

(2.1) ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน

(2.2) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่า และพอเพียง

(2.3) ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน

(2.4) ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น

(2.5) ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า

1.1 ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสลิดผสมน้ำพริกเผาแม่สุนี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1.1.1 จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค

จุดเด่น คือ สูตรการผลิตที่ผสมน้ำพริกเผาลงไปในข้าวเกรียบโดยไม่ต้องจิ้มน้ำพริกเผาอีก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรปราการ คือ เนื้อปลาสลิดที่ผสมอยู่ในผลิตภัณฑ์

จุดด้อย คือ ฉลากสินค้าไม่สวยงาม ใช้สีที่ไม่โดดเด่นและไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ประกอบกับผู้ประกอบการต้องการได้ฉลากที่สื่อถึงโล่รางวัลที่ผลิตภัณฑ์ได้รับอย่างมากมาย

โอกาส คือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐอย่าง สำนักงานพัฒนาอำเภอบางพลี สำนักงานเกษตรอำเภอบางพลี และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อุปสรรค คือ ความรู้ในการใช้สื่อสมัยใหม่ของผู้ประกอบการ เนื่องจากคุณแม่สุนีมองเห็นว่าการใช้ช่องทางการขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่สามารถช่วยขยายตลาดได้ แต่ไม่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และการสื่อสารการตลาด

1.1.2 ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้า จากการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้าจากผู้มีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสลิดผสมน้ำพริกเผาแม่สุนีสามารถสรุปได้ว่า “ออกแบบให้สื่อถึงความเป็นข้าวเกรียบปลาสลิด และน้ำพริกเผา ใช้โทนสีเขียว สีส้ม สีน้ำตาล สีเหลือง ใช้โครงสร้างรูปทรงของโล่รางวัล ใช้ลวดลายกราฟิกสื่อถึงปลาสลิด ใช้พื้นสีอ่อน ไม่เข้มเกินไป มีรูปเครื่องหมายรับรองและตราสัญลักษณ์ขององค์กรที่มอบรางวัลให้ผลิตภัณฑ์ และจัดวางองค์ประกอบแบบกึ่งกลาง”

1.1.3 ผลการออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ

หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดและพัฒนาเป็นฉลากสินค้าจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจต่อฉลากรูปแบบใหม่อีกครั้ง นำผลประเมินความพึงพอใจที่ได้เปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่เพื่อหาระดับความแตกต่าง ผลการเปรียบเทียบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 (t=9.04) โดยพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเดิมในระดับน้อย ($\overline{X}$ =2.07) และพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.37) ประเด็นความพึงพอใจที่มีความแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสวยงามของฉลากสินค้า (t=17.00) ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (t=12.64) และสีของฉลากสินค้า (t=11.61) ตามลำดับ

ฉลากรูปแบบเดิม

ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 1 *เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสลิดผสมน้ำพริกเผาแม่สุนี รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่*

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.05 โดยเฉพาะในเรื่องความสวยงามของฉลากสินค้า (t=17.00) เนื่องจากมีการเพิ่มลวดลายที่สื่อถึงปลาสลิดบางบ่อ อันเป็นภูมิปัญญาและเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ดังคำกล่าวที่ว่าปลาสลิดบางบ่อแท้ต้องไม่มีหัว เนื่องจากกระบวนการผลิตต้องตัดหัวและเครื่องในออกเพื่อป้องกันการเน่า อีกทั้งยังทำให้ปลาแห้งเร็วกว่าไม่ตัดหัวและควักไส้ออก เปลี่ยนสีสันให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น เปลี่ยนพื้นหลังจากสีเขียวเป็นพื้นหลังสีส้มที่สื่อถึงการผสมผสานเนื้อปลาสลิด แป้งและน้ำพริกเผาซึ่งเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และเปลี่ยนโครงสร้างรูปทรงของฉลากให้สื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดุจโล่รางวัลที่ได้รับจำนวนมาก จึงทำให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจแตกต่างจากฉลากสินค้ารูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญ

1.2 ผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอย “ชวนชิม” อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

1.2.1 จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค

จุดเด่น คือ เป็นอาหารแปรรูปที่ผสมสมุนไพร เช่น เมล็ดผักชี พริกไทยดำ

จุดด้อย คือ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไม่นาน ผู้ประกอบการจึงอยากพัฒนาด้านการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บได้นานโดยไม่ต้องเติมสารที่เป็นอันตรายต่อผู้รับประทาน และฉลากสติ๊กเกอร์ไม่สื่อถึงความเป็นหมูแผ่นหมูฝอย

โอกาส คือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐอย่าง สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

อุปสรรค คือ แรงงานผลิตและเวลา เนื่องจากผู้ประกอบการมีอาชีพหลักคือการให้เช่าห้องเช่า ผลิตหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมเป็นอาชีพเสริม จึงไม่มีเวลาในการผลิต อีกทั้งแรงงานที่มีค่าแรงสูงและหายากจึงทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงงานผลิต

1.2.2 ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้า จากการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้าจากผู้มีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์หมูแผ่นหมูฝอยชวนชิมสามารถสรุปได้ว่า “มีภาพประกอบมากกว่าฉลากเดิมและมีลวดลายกราฟิกให้ดึงดูดใจ ใช้ตัวอักษรที่อ่อนช้อย อ่านง่าย ใช้สีที่เข้มและสีที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพหมูจริงๆ และไม่ควรจัดวางให้โล่งมากเกินไป”

1.2.3 ผลการออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดและพัฒนาเป็นฉลากสินค้าจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจต่อฉลากรูปแบบใหม่อีกครั้ง นำผลประเมินความพึงพอใจที่ได้เปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่เพื่อหาระดับความแตกต่าง ผลการเปรียบเทียบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 (t= 7.08) โดยพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเดิมในระดับน้อย ($\overline{X}$ =2.26) และพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมากที่สุด

($\overline{X}$ =4.29) ประเด็นความพึงพอใจที่มีความแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ ลวดลายกราฟิก (t= 17.00) ลำดับถัดมา คือ ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรม (t= 11.08) และตัวอักษร (t= 7.90) ตามลำดับ

ฉลากรูปแบบเดิม ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 2 *เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่*

ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมในระดับน้อย เนื่องจากลวดลายกราฟิกที่ไม่เข้ากับผลิตภัณฑ์และภาพประกอบไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อมีการออกแบบใหม่ซึ่งพัฒนาและสะท้อนมาจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและเป็นประชาธิปไตย จึงทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับพอใจมากที่สุด การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของลวดลายกราฟิกของฉลากสินค้า (t=17.00) เนื่องจากมีการเปลี่ยนโครงสร้างฉลากและเพิ่มลวดลายกราฟิกเป็นรูปหน้าหมูซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก ทำให้สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ใช้ตัวอักษรที่อ่อนช้อย และภาพประกอบที่สื่อถึงหมูหวานและหมูแผ่นตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วม

1.3 ผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

1.3.1 จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค

จุดเด่น คือ เป็นอาหารแปรรูปที่ผสมสมุนไพร เช่น เมล็ดผักชี พริกไทยดำ มีรสชาติหวานกำลังดี

จุดด้อย คือ การจัดสรรเวลาของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการประกอบวิชาชีพพยาบาล ซึ่งเป็นวิชาชีพที่ขาดแคลนทรัพยากรบุคคล และต้องทำงานร่วมกับแพทย์อยู่ตลอดเวลา ทำให้การบริหารเวลาเพื่อการผลิตไม่มีความต่อเนื่อง

โอกาส คือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนอย่างการที่ผู้วิจัยและนักศึกษาเข้ามาออกแบบฉลากสินค้าให้ฟรี

อุปสรรค คือ การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์จากคู่แข่ง ทั้งรูปลักษณ์ของฉลากบรรจุภัณฑ์ แต่เนื่องจากมีการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรจากผู้วิจัยทั้งตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการลดความกังวลไปได้มาก อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีโครงการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหลังจากได้รับความรู้ที่ผู้วิจัยจัดอบรมให้

1.3.2 ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้า จากการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้าโดยผู้มีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูสามารถสรุปได้ว่า “ทันสมัย โดดเด่น สะดุดตา มีความเป็นสินค้า OTOP ใช้ตัวอักษรที่มีลูกเล่น อ่านง่าย ใช้สีชมพู และสีน้ำตาล ใช้ภาพ

ประกอบที่เกี่ยวกับสินค้า จัดวางองค์ประกอบให้สบายตา ใช้ภาพแม่เรณูเหมือนฉลากเดิม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและจดจำง่าย”

1.3.3 ผลการออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดและพัฒนาเป็นฉลากสินค้าจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจต่อฉลากรูปแบบใหม่อีกครั้ง นำผลประเมินความพึงพอใจที่ได้เปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่ เพื่อหาระดับความแตกต่างผลการเปรียบเทียบ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 (t=4.42) โดยพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเดิมในระดับน้อย ($\overline{X}$ =2.44) และพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =4.03) ประเด็นความพึงพอใจที่มีความแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ (t=7.90) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่า และพอเพียง (t=7.05) และความพึงพอใจของต่อภาพรวมของฉลากสินค้า (t=6.70) ตามลำดับ

ฉลากรูปแบบเดิม ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 3 *เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่*

ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าหมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิม เปรียบเทียบกับฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยืน พบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมในระดับน้อย เนื่องจากลวดลายกราฟิกที่ไม่เข้ากับผลิตภัณฑ์และไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อมีการออกแบบใหม่ซึ่งพัฒนาและสะท้อนมาจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมอย่างสมดุล ทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นระดับพอใจมาก ในส่วนของการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของตราสัญลักษณ์ (t=7.90) เนื่องจากมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีรูปแม่เรณูซึ่งเป็นเจ้าของสูตรอยู่คู่กับดอกบัวซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น ทำให้สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการออกแบบยังมีการใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพกราฟิกรูปหมู ใช้สีที่สื่อถึงความสดใหม่ของเนื้อหมู (สีชมพู) ทำให้สามารถยกระดับสินค้าได้เป็นอย่างดี

1.4 ผลิตภัณฑ์นันท์นภัสขนมบุหลันดั้นเมฆ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

1.4.1 จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค

จุดเด่น คือ เป็นขนมบุหลันดั้นเมฆที่ปรับปรุงสูตรโดยใช้น้ำลอยดอกมะลิแต่งกลิ่นให้หอมแบบไทยและลดความหวานลงให้สอดคล้องกับความนิยมรักสุขภาพของคนไทยยุคปัจจุบัน

จุดด้อย คือ วัตถุดิบหายากและมีราคาสูง เช่น แป้งเท้ายายม่อม ดอกอัญชัน ดอกมะลิราคาจะปรับตัวสูงขึ้นในฤดูร้อนและฤดูฝน อีกทั้งตราสัญลักษณ์ยังไม่สวยงามและไม่สื่อถึงขนมบุหลันดั้นเมฆ

โอกาส คือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ขนมบุหลันดั้นเมฆได้รับคัดเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นของดีประจำตลาดคลองด่าน เนื่องจากเป็นขนมไทยโบราณหารับประทานยาก อีกทั้งยังมีรายการโทรทัศน์ติดต่อให้ออกรายการมากมาย เช่น รายการครัวคุณต๋อย

อุปสรรค คือ สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวลดจำนวนลง

1.4.2 ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้า

จากการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้าโดยผู้มีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูสามารถสรุปได้ ดังนี้ “ใช้สัญลักษณ์เป็นรูปขนมบุหลันดั้นเมฆ ใช้รูปทรงวงรีรูปไข่ สื่อถึงส่วนผสมที่มาจากไข่ ใช้สีหวานๆ เช่น สีฟ้า เหลือง ม่วง เชื่อมกับขนม ใช้ภาพประกอบเป็นรูปดอกมะลิ และรูปของขนมบุหลันดั้นเมฆ ใช้กราฟิกแบบไทยๆ สื่อถึงความโบราณ และใช้ตัวอักษรอ่านง่าย มีความเป็นไทย อ่อนช้อย ชัดเจนสีทอง”

1.4.3 ผลการออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ

หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดและพัฒนาเป็นฉลากสินค้าจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ให้มีส่วนร่วมประเมิน

ความพึงพอใจต่อฉลากรูปแบบใหม่อีกครั้ง นำผลประเมินความพึงพอใจที่ได้เปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่เพื่อหาระดับความแตกต่าง ผลการเปรียบเทียบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 (t=3.43) โดยพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเดิมในระดับน้อย ($\overline{X}$ =2.53) และพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.99) ประเด็นความพึงพอใจที่มีความแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ พื้นหลังของฉลากสินค้า (t=6.70) ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (t=5.00) และตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสม สวยงามเห็นชัดสะดุดตา (t=4.47) ตามลำดับ

ฉลากรูปแบบเดิม ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 4 *เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันท์นภัสรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่*

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของพื้นหลังของฉลากสินค้ามีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (t=6.70) เนื่องจากผู้วิจัยได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่โดยใช้รูปขนมบุหลันดั้นเมฆคู่กับรูปดอกมะลิ ซึ่งเป็นจุดเด่นของสูตรขนมบุหลันดั้นเมฆนันท์นภัทรและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วม มีเพียงส่วนของสีฉลากสินค้าและการจัดวางองค์ประกอบที่ไม่มีความแตกต่าง

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เนื่องจากฉลากสินค้าเดิมมีการออกแบบโดยใช้สีฟ้าเป็นสีโดยรวมเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากสินค้าใหม่ที่ยังคงใช้สีฟ้าแบบไล่โทนสีเหมือนฉลากเดิมจึงไม่เห็นความแตกต่าง อีกทั้งฉลากสินค้าเดิมได้ออกแบบโดยใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ อ่านได้ชัดเจน และจัดวางองค์ประกอบได้อย่างลงตัวอยู่แล้วเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากสินค้าใหม่ จึงเห็นความแตกต่างค่อนข้างน้อย

1.5 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

1.5.1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค

จุดเด่น คือ รสชาติให้เลือกหลากหลายมากถึง 10 สูตร และใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น

จุดด้อย คือ แรงงานการผลิตหายากและมีค่าจ้างค่อนข้างสูง เป็นผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นและฉลากไม่สื่อถึงความเป็นน้ำพริกแม่ทองหล่อ

โอกาส คือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ โดยหน่วยงานต่าง ๆ เช่น พัฒนาชุมชนจังหวัดที่ติดต่อให้ออกร้านในงานเทศกาลต่าง ๆ

อุปสรรค คือ สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้งลดจำนวนลง

1.5.2 ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้า

จากการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้าจากผู้มีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 สามารถสรุปได้ว่า “มีความทันสมัย โดดเด่น มีความเป็นพื้นบ้านแบบไทย ๆ กราฟิกสื่อถึงความเป็นพื้นบ้านไทย ใช้ตัวอักษรสีเข้มชัดเจน เช่นสีส้ม สีเขียว สีส้ม สีดำ สีขาว สีแดงขนาด 7-28 พอยต์ ใช้พื้นหลังสีสดสื่อถึงความเป็นพริกที่มีรสชาติจัดจ้าน มีภาพประกอบสื่อถึงพริก แม่ค้า หรือครกตำน้ำพริก ให้จัดวางองค์ประกอบโดยเน้นจุดสนใจตรงกลาง และใช้โครงสร้างรูปทรงสี่เหลี่ยม สามารถพิมพ์เองที่บ้านและตัดติดเองได้ง่าย”

5.3 ผลการออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ

หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดและพัฒนาเป็นฉลากสินค้าจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจต่อฉลากรูปแบบใหม่อีกครั้ง และนำผลประเมินความพึงพอใจที่ได้เปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่เพื่อหาระดับความแตกต่าง ผลการเปรียบเทียบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 (t=5.92) โดยพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเดิมในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ =2.56) และพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.50) ประเด็นความพึงพอใจที่มีความแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (t=11.18) ลำดับถัดมาคือความสวยงามของฉลากสินค้า (t=7.74) ความพึงพอใจต่อภาพรวมของฉลากสินค้า (t=7.05)

ฉลากรูปแบบเดิม ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 5 *เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่*

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (t=11.18) เนื่องจากมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีภาพประกอบแม่ทองหล่อถือครกเป็นจุดเด่นและจุดสนใจของฉลาก ใช้ริ้วของแสงอาทิตย์แบบย้อนยุค สื่อถึงความเผ็ดร้อนและประวัติอันยาวนานของน้ำพริกแม่ทองหล่อ ในส่วนของตัวบ่งชี้อื่นๆ ผลการวิจัยพบว่ามีความแตกต่างในทุกตัวบ่งชี้ เนื่องจากฉลากสินค้าน้ำพริกแม่ทองหล่อรูปแบบใหม่ ได้นำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนร่วมไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบอย่างเท่าเทียมและสมดุล

1.6 ผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

1.6.1 จุดเด่น จุดด้อย โอกาส อุปสรรค

จุดเด่น คือ เป็นขนมไทยที่ใช้มะพร้าวทึนทึกในท้องถิ่น มีความหอมหวานมันกว่ามะพร้าวปกติทั่วไปในการทำขนม ใช้สมุนไพรไทยในการทำสีผสม โดยเฉพาะขนมชั้นที่มีสีสันสวยงามเป็นสินค้าขายดีของร้าน

จุดด้อย คือ มีช่องทางการจำหน่ายน้อย เนื่องจากมีหน้าร้านแค่ตรงบริเวณท่าเรือข้ามฟากของอำเภอพระสมุทรเจดีย์เพียงที่เดียว อีกทั้งฉลากสินค้าและตราสัญลักษณ์ไม่สวยงาม ไม่สื่อถึงขนมไทย

โอกาส คือ การที่ประชาชนในปัจจุบันให้ความสนใจกับขนมไทยโบราณเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค คือ สภาพเศรษฐกิจถดถอยในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อยอดขายประมาณร้อยละ 60 ทำให้การดำเนินธุรกิจชะลอตัว ดังนั้น ช่วงเวลาที่รอให้เศรษฐกิจดีขึ้น ผู้ประกอบการจึงพยายามหาช่องทางจำหน่ายเพิ่มและลดปริมาณการผลิตลง

1.6.2 ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้า

จากการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบเพื่อพัฒนาฉลากสินค้าจากผู้มีส่วนร่วมของผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือ สามารถสรุปได้ว่า “ตราสัญลักษณ์ควรเรียบๆ และมีภาพเกี่ยวกับขนมไทย ใช้สีและตัวอักษรใช้รูปแบบเดิม แต่เพิ่มขนาดให้อ่านง่ายขึ้น มีพื้นหลังสีหวานๆ หรือสีขาว สะอาดตา มีกราฟิกเรียบๆ เน้นแสดงตราสัญลักษณ์ให้เด่น และใช้ภาพประกอบใช้รูปขนมชั้นทั้งรูปถ่าย และรูปกราฟิก”

1.6.3 ผลการออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจ

หลังจากให้ผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดและพัฒนาเป็นฉลากสินค้าจริงแล้ว ผู้วิจัยได้ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจต่อฉลากรูปแบบใหม่อีกครั้ง และนำผลประเมินความพึงพอใจที่ได้ เปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่เพื่อหาระดับความแตกต่าง ผลการเปรียบเทียบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 (t=3.80) โดยพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเดิมในระดับน้อย ($\overline{X}$ =2.53) และพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =4.09) ประเด็นความพึงพอใจที่มีความแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ ด้านการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (t=11.18) การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม (t=5.96) และฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน (t=4.47)

ฉลากรูปแบบเดิม ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 6 *เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือ รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่*

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (t=11.18) เนื่องจากมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีขนมชั้นที่มีสีสันสวยงามวางบนใบตอง เป็นเอกลักษณ์ไทยและเป็นจุดเด่นและจุดสนใจของฉลาก ในส่วนของตัวบ่งชี้อื่นๆ พบว่ามีความแตกต่างเกือบทุกตัวบ่งชี้ มีเพียงบางส่วนที่ไม่มีความแตกต่าง เนื่องจากต้องการคงรูปแบบที่ดีอยู่แล้วของฉลากเดิมไว้ เช่นสีพื้นหลังที่เป็นสีขาว ตัวอักษรที่อ่านได้ง่ายและชัดเจน เป็นต้น

2. ผลการวิจัยส่วนที่ 2 : การบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอน เป็นวัตถุประสงค์ที่ 3 ของงานวิจัย ผลจากการบูรณาการมีข้อค้นพบที่โดดเด่น ดังนี้

2.1 การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมช่วยลดทิฐิ หรือการคิดหมกมุ่นแต่ความต้องการของตนเอง ความอยากเอาชนะ และการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น โดยการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างเท่าเทียมซึ่งเป็นเรื่องยากของนักศึกษายุคตัวกูของกู (Generation Me)

2.2 การบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอน ส่งผลให้นักศึกษาเกิดความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เนื่องจากได้มีส่วนร่วมกำหนดกระบวนการในทุกขั้นตอน และได้ฝึกการใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อการแก้ปัญหา โดยเฉพาะในขั้นตอนการสนทนากลุ่มย่อย (focus group) เนื่องจากทุกความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมต่างมีความสำคัญเท่าเทียมกัน จึงต้องหาจุดกึ่งกลางหรือความสมดุลของความต้องการเพื่อให้ได้ผลงานที่พึงพอใจต่อผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด

2.3 นักศึกษาได้เรียนรู้ว่างานออกแบบที่ดีไม่ใช่งานออกแบบที่สวยที่สุด แต่เป็นงานออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ดังนั้นเมื่อจบการศึกษาและออกไปทำงานด้านออกแบบกราฟิกจะทำให้นักศึกษามีความเข้าใจในกระบวนการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

2.4 กระบวนการเรียนรู้อย่างยั่งยืนต้องอาศัยอำนาจของการมีประสบการณ์ร่วม อันประกอบไปด้วย 1. การเรียนรู้จากการทดลองทำอย่างเป็นระบบด้วยระเบียบวิธีวิจัย 2. การเรียนรู้จากสถานการณ์จริงและ 3. การเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์และสนุกสนาน

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการ พบว่านักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ในทุกตัวบ่งชี้ โดยความรู้ที่เพิ่มมากขึ้นสูงที่สุด (ก่อนเรียน-หลังเรียน) คือ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ ($\overline{X}$ = 1.86, S.D. = 0.89) และเมื่อนำมาเปรียบเทียบโดยใช้สถิติ T-Test พบว่าตัวบ่งชี้ในด้านความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย (t = 12.83) และตัวบ่งชี้ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ (t = 12.83) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 มากที่สุด เนื่องจากก่อนการเรียนการสอนวิชา MN 2003 (การผลิตสิ่งพิมพ์) นักศึกษาไม่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัยเพื่อการออกแบบเพราะการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบที่เคยเรียนมาก่อนหน้านี้ จะใช้

กระบวนการเรียนการสอนแบบจำลองสถานการณ์ (simulation learning) เริ่มจากรับคำสั่ง (design brief) จากอาจารย์แล้วออกแบบตามกระบวนการออกแบบที่เรียนมา ไม่ต้องสำรวจหาข้อมูล หรือสอบถามความต้องการจากลูกค้า ผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสถานการณ์จริง

นักศึกษาตอบสนองต่อกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการเป็นอย่างดี สามารถเข้าใจถึงจุดเด่นของกระบวนการเรียนสอนว่าเป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ได้ความรู้หลากหลาย สนุกสนาน ท้าทาย เนื่องจากนักศึกษาต้องฝึกแก้ปัญหาและออกแบบ ด้วยการพยามปรับความสมดุลระหว่างความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด นักศึกษาชอบและสนใจในรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการ เนื่องจากโดยปกติแล้วการเรียนการสอนวิชาผลิตสิ่งพิมพ์ (MN2003) จะเรียนในห้องเรียน นักศึกษารับโจทย์จากอาจารย์ที่สมมติสถานการณ์จำลองให้ แตกต่างจากการเรียนการสอนที่บูรณาการการวิจัยและการบริการวิชาการ นักศึกษาต้องลงพื้นที่พร้อมกับอาจารย์เพื่อติดต่อประสานงานผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการ

นอกจากนี้ นักศึกษายังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการสนทนากลุ่มย่อย ทำให้นักศึกษาได้ฝึกความกล้าในการแสดงออก และฝึกประสบการณ์การทำงานด้านการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนร่วม อีกทั้งยังได้ตระหนักถึงคุณค่าของตนเองจากการบริการวิชาการที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะการออกแบบที่มีเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์

ข้อนี้สามารถสรุปเป็นแบบจำลองการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ ด้วยกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบอย่างยั่งยืน (Integrated Learning with Research and Social Academic Services by Participation Communication for Sustainable Design Model) สอดคล้องกับกระบวนการเรียนรู้แบบ APPRECIATE Model (อัจฉรา, 2557) และการเรียนรู้เพื่อสร้างปัญญา (constructionism) (วิทยา, 2552)

สรุปผลการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ของการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยืน สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนร่วมทั้งผู้ประกอบการ ลูกค้า นักวิชาการด้านการออกแบบ นักออกแบบ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ เห็นได้จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แปลว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าใหม่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากสินค้าเดิม สาเหตุที่ความพึงพอใจของมีผู้มีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น เกิดจากการนำความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมาสังเคราะห์และผสานเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ ยังผลให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจ อีกทั้งการออกแบบฉลากสินค้าด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นการน้อมนำแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสัมฤทธิ์เชิงประจักษ์

ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และการเรียนการสอนโดยเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ก่อนหลังในนักศึกษา พบว่ามีการเรียนรู้เพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 แปลว่านักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย การประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อการวิจัย การออกแบบเครื่องมือวิจัย การออกแบบฉลากสินค้า การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน กระบวนการบริการวิชาการแก่ชุมชน โดยเฉพาะในส่วนของการวิเคราะห์ แปลผล และสรุปผลวิจัย และการตระหนักรู้ถึงความสามารถในการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดของตนเอง ทั้งนี้ เกิดจากการที่นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์ผ่านสถานการณ์จริง ได้ทดลองและฝึกการทำวิจัยไปพร้อมกับผู้วิจัย เสมือนหนึ่งทีมวิจัยทำให้จำเป็นต้องเรียนรู้กระบวนการวิจัย เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ดีและสามารถนำไปใช้ออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีประสิทธิผล ยังผลให้เกิดความเข้าใจ วิเคราะห์ สังเคราะห์ด้วยตัวผู้เรียนเอง

การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมทำให้นักศึกษาได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนร่วม และทำให้ตระหนักว่าข้อมูลของผลิตภัณฑ์และผู้มีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการออกแบบ หากต้องการออกแบบให้ประสบความสำเร็จจะต้องให้ความสำคัญกับปัญหาและความต้องการของสินค้าและบริการก่อน อีกทั้งการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมยังช่วยลดทิฐิ หรือการคิดหมกมุ่นแต่ความต้องการของตนเอง ความอยากเอาชนะ และการเห็นอกเห็นใจผู้อื่นโดยการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างเท่าเทียมซึ่งเป็นเรื่องยากของเด็กนักศึกษา

ยุคตัวกูของกู (generation me) ในส่วนของจุดด้อยของกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการที่ต้องใช้เวลานานและใช้ระยะเวลาสอนให้ลึก เป็นเรื่องของขอบเขตด้านเวลาของนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาแต่ละคนลงทะเบียนเรียนวิชาจำนวนที่แตกต่างกัน กระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการกระบวนการวิจัยและบริการวิชาการต้องใช้เวลาลงพื้นที่มากทำให้นักศึกษาเห็นว่าระยะเวลาที่เรียนค่อนข้างน้อย

ข้อเสนอแนะ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจบูรณาการเครื่องมือวิจัยที่หลากหลายเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก และหาเหตุและผลถึงที่มาของความพึงพอใจจากผู้มีส่วนร่วมในแต่ละคน เช่น ปัจจัยแวดล้อม รสนิยม วิถีชีวิตเนื่องจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความต้องการ และการประเมินค่าความงามของงานออกแบบ

2. กลุ่มตัวอย่างที่ควรวิจัย

ควรศึกษาวิจัยกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร ผลิตภัณฑ์ด้าน หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ประมงน้ำจืดและน้ำเค็ม ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเป็นต้น ของแต่ละชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค้าให้กับสินค้าชุมชน

3. เรื่องที่ควรวิจัยเพิ่มเติม

3.1 ควรศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยแนวคิดอื่นๆ เพิ่มเติม

เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล

เพื่อพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยให้ถึงขีดสุด และสามารถแข่งขันในตลาดการค้าโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ควรบูรณาการแนวคิดการออกแบบอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล แนวคิดการออกแบบสีเขียว แนวคิดการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการออกแบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือแนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนเพื่อออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้พัฒนามากยิ่งขึ้น และตอบโจทย์ความต้องการของสังคมในยุคปัจจุบัน

บรรณานุกรม

ชมจันทร์ ดาวเดือน. “ผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย.” วิทยานิพนธ์, ดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2557.

นรินทร์ สังข์รักษา และคณะฯ. “การพัฒนาเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ‘เมืองโอ่ง ดินสุกและตุ๊กตา’ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและเชื่อมโยงสินค้า OTOP กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรี.” *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย* 35, 3 (กันยายน-ธันวาคม 2558): 45-47

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. *การสื่อสาร: กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21.* นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.

ปาพจน์ หนุนภักดี. *หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์.* นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์, 2553.

การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.” รายงานวิจัย, ทุนสนับสนุนงบประมาณรายได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2557.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559).* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ. *รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552.

อัจฉรา ศรีพันธ์. “กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์.” ใน *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติในวันคล้ายวันสถาปนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.* หน้า 2-16. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556.