

การออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก

พจนัธรธรรม ณรงค์วิทย์¹, อำไพ แสงจันทร์ไทย², พศวีร์ ศิริสรานุรักษ์³,

ธงเทพ ชูสงฆ์⁴, คัทลียา ปัญญาอุด⁵

^{1,2} สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

^{3,4} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁵ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Email : gapomdesign@gmail.com¹

Received: April 21, 2021

Revised: May 11, 2021

Accepted: May 11, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกงที่ได้รับการพัฒนา โดยการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน จากการสังเกต และสนทนากลุ่ม พบว่ากลุ่มชุมชนมีความต้องการในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์พริกแกงบรรจุขวด 80 กรัม ให้มีขนาดขวดที่มีปากขวดใหญ่มากขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการตักพริกแกงเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร ออกแบบฉลากและสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่มให้เป็นที่จดจำอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน และใช้วัสดุเป็นกระดาษสีดกเกอร์กันน้ำ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดเก็บในตู้เย็น และฉลากไม่เสื่อมสภาพเมื่อโดนน้ำหรือความชื้น โดยมีองค์ประกอบรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อแก้ปัญหาให้กับกลุ่มชุมชน ซึ่งมีผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.65 และผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกงลั่นทุ่งที่พัฒนาแล้ว จำนวน 100 คน โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.58

คำสำคัญ : การออกแบบมาสคอต, ฉลากสินค้า, บรรจุภัณฑ์, พริกแกง

The Mascot Design for Product Labels and Packaging Development for the Agricultural Safety Network in Tak Province (Lan Thung Curry Paste) Pradaeng Sub-district, Wang Chao District, Tak Province

Pojtom Narongwit¹ Umpai Saengchanthai², Photsawi Sirisaranlak³, Thongtep Choosong⁴,
Kataleya Punyaoud⁵

^{1,2} Product and Graphic Design Faculty of Industrial Technology Kamphaeng Phet Rajabhat University

^{3,4} Logistics Management Faculty of Industrial Technology Kamphaeng Phet Rajabhat University

⁵ General Administration Officer of Industrial Technology Kamphaeng Phet Rajabhat University

Email : gapomdesign@gmail.com¹

Received: April 21, 2021

Revised: May 11, 2021

Accepted: May 11, 2021

Abstract

The Mascot Design for Product Labels and Packaging Development for the Agricultural Safety Network in Tak Province (Lan Thung Curry Paste) aims to 1) develop packaging for chili paste and chili grinding machine and 2) assess the satisfaction of the Agricultural Safety Network of Tak province and consumer groups toward chili paste packaging and chili paste grinding machine. According to the research, it was found that the community groups had a need to develop an 80 g bottle of chili paste packaging to have a larger bottle size and easier to scoop the curry paste for cooking. Design labels and group symbols to be remembered by using waterproof sticker paper for easy storage in the refrigerator and the label does not deteriorate when exposed to water or moisture with complete packaging components. Developed a grinding machine for raw materials that suitable for use, hygienic, suitable motor power, easy to maintain and clean. The researchers conducted a participatory design with the community to solve problems for the community groups which has the satisfaction of the Agricultural Safety Network Group in Tak province towards the newly developed chili grinder was satisfied at a high level $\bar{X} = 4.48$, with standard deviation at 0.65. Besides the results of the consumer satisfaction assessment 100 people were satisfied with the redesigned Lan Thung curry paste package $\bar{X} = 4.12$ with standard deviation at 0.58.

Keywords : Mascot design, Product label, Packaging, Curry paste

บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า รวมถึงฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ภายในชุมชนให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน และความต้องการทางการตลาด รวมถึงการพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชน ทั้งขนาดย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น การส่งเสริมชุมชนและผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น ให้สามารถปรับตัวและเพิ่มศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่หลากหลายตามความต้องการของตลาด เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญของประเทศ ในมิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่หน่วยงานภาครัฐให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง

กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัย จังหวัดตาก ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก เป็นกลุ่มที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2563 มีสมาชิกกลุ่ม 80 คน ซึ่งโดยรวมเป็นการรวบรวมสมาชิกจากคนที่เป็เกษตรกรภายในพื้นที่รวมตัวกันเพื่อสร้างรายได้ แบ่งปันวัตถุดิบ และส่งเสริมการจัดจำหน่ายร่วมกันภายใต้เครือข่ายเกษตรกรปลอดภัย ซึ่งจากเดิมที่เป็นกลุ่มสำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ก็เริ่มมีการผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากองค์ความรู้ที่ในกลุ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับจำหน่ายควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ “พริกแกงล้านทุ่ง” เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยมีความเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ได้อย่างดี และสินค้าก็เป็นที่ยอมรับภายในชุมชนในด้านของรสชาติ แต่ด้วย

ศักยภาพของชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้นของชุมชน ทำให้ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์แบบแก้วรูปทรงกระบอกยาว ที่ยากต่อการตัดพริกแกง และมีต้นทุนที่สูงจนเกินไปเมื่อเทียบกับการจำหน่ายในราคาท้องตลาด

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยและกลุ่มชุมชนจึงเห็นควรในการออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดรูปแบบของฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมียโอกาสเติบโตได้หากมีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถสร้างรายได้แก่เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกงที่ได้รับการพัฒนา

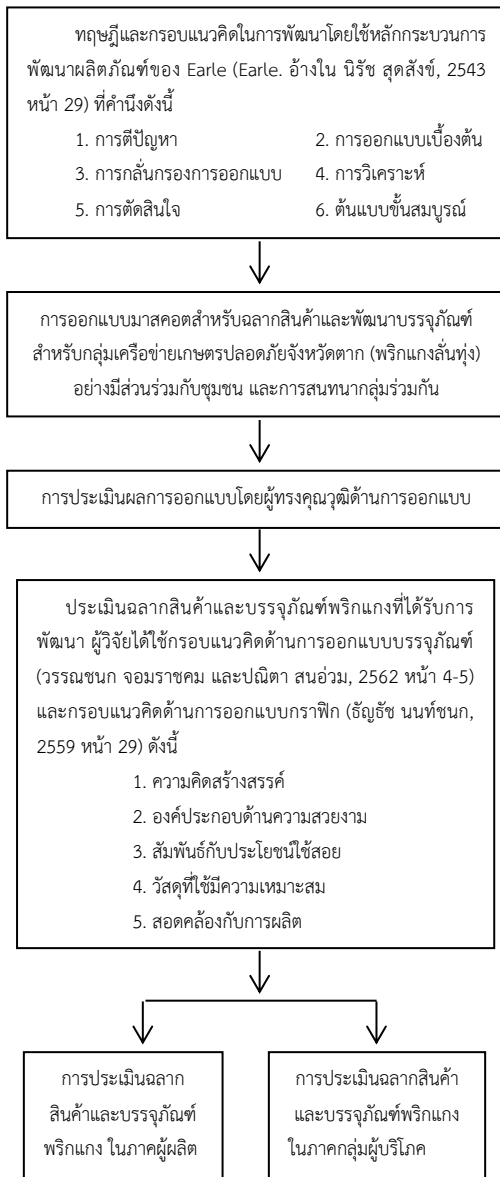
ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยการออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง)

ตำบลประทาย อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก มีการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดด้านการออกแบบ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้



การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ตำบลประทาย อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก

การมีส่วนร่วมกับชุมชน เพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 125) ได้แก่

ประชากร ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัย จังหวัดตากจำนวน 5 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้านการประเมินรูปแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง)

ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกงที่ได้รับการพัฒนา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจในมาสคอต ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก

(พริกแกงล้านทุ่ง) โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 125) ได้แก่

ประชากร ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตาก

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตากจำนวน 5 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค มีต่อมาสคอต ผลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ได้แก่

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคและผู้สนใจในสินค้า และผลิตภัณฑ์พริกแกง ภายในจังหวัดกำแพงเพชร

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคและผู้เดินทางมาเยี่ยมชมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่นิทรรศการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observation) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 122) เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับออกแบบมาสคอตสำหรับผลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) โดยบันทึกลงแบบบันทึกเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษา ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนา

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หมายถึง การให้บุคคลกลุ่มหนึ่งที่นักวิจัยคัดเลือกมา

สนทนาโต้ตอบ แสดงความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกันในประเด็นต่าง ๆ ที่นักวิจัยกำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. แบบประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่มีต่อออกแบบมาสคอตสำหรับผลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง)

4. แบบประเมินความพึงพอใจ คือ แบบประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ใช้ประเมินความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อมาสคอตสำหรับผลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale) ได้กำหนดเกณฑ์โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของจุดตัด ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 หน้า 100)

4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูล (Data collection) ในขั้นตอนการศึกษา และรวบรวมข้อมูลการออกแบบมาสคอตสำหรับผลากสินค้าและพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ เพื่อการเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก ครั้งที่ 1 โดยเครื่องมือการสังเกต การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง ตัวแทนกลุ่มชุมชน 5 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจด้านการพัฒนา อันได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และผู้ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง)

2. ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พริกแกง และออกแบบมาสคอต ฉลากสินค้า สำหรับเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) จากการสังเกต การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง ตัวแทนกลุ่มชุมชน 5 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจด้านการพัฒนา อันได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และผู้ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่าย ครั้งที่ 2 ในด้านการเสนอแนวคิด และสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบให้สอดคล้องกับวิถีของชุมชน

3. นำผลสรุปด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พริกแกง และออกแบบมาสคอต ฉลากสินค้า ประเมินรูปแบบอีกครั้งโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 ท่าน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ต้องมีประสบการณ์ด้านการออกแบบฉลากสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

4. ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์พริกแกงและออกแบบมาสคอต ฉลากสินค้า ที่มีความเหมาะสมจากการคัดกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีประสบการณ์ด้านการออกแบบฉลากสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

5. ทำการสรุปข้อมูลการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์พริกแกงและออกแบบมาสคอต ฉลากสินค้า โดยการมีส่วนร่วมกับชุมชน และเพื่อการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มผู้บริโภค

6. ประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์พริกแกง สำหรับเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก ตามกรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นนำกลับมาสรุปผลที่ได้ในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย

จากการสังเกตและสนทนากลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 พบว่าทางกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) มีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตนเอง โดยมุ่งเน้นให้มีความโดดเด่น และแก้ปัญหาบรรจุภัณฑ์เดิมที่มีขนาดเล็กและเป็นทรงกระบอก ทำให้ยากต่อการใช้งานในการประกอบอาหาร และควรมีการพัฒนาสัญลักษณ์

ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) เพื่อให้ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่จดจำได้ง่าย

จากการสังเกตและสนทนากลุ่มผลการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังนี้

1) พัฒนาบรรจุภัณฑ์พริกแกงโดยมุ่งเน้นให้มีความโดดเด่น และแก้ปัญหาบรรจุภัณฑ์เดิมที่มีขนาดเล็กและเป็นทรงกระบอก ทำให้ยากต่อการใช้งานในการประกอบอาหาร และควรมีการพัฒนาสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) เพื่อให้ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่จดจำได้ง่าย

ตารางที่ 1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มชุมชน

ชื่อผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่	ต้นทุนการผลิต (ต่อชิ้น)	ราคาขาย (ต่อชิ้น)
1. พริกแกงบรรจุขวด 80 กรัม	30 บาท	35 บาท
		
2. พริกแกงบรรจุถุงใส ขนาด 100 กรัม	10 บาท	20 บาท
		
3. พริกแกงบรรจุถุงใส ขนาดครึ่งกิโล	50 บาท	80 บาท
		

จากตารางที่ 1 ผลิตภัณฑ์ของชุมชนก่อนการพัฒนาและจากการสังเกตและสนทนากลุ่ม

กลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) และสรุปผลได้ ดังนี้

1. สรุปประเด็นปัญหาและความต้องการของชุมชน ดังนี้

1.1 พริกแกงบรรจุขวด 80 กรัม เป็นบรรจุภัณฑ์ทรงกระบอกสูง และมีขนาดเล็กเกินไปในการใช้ประกอบอาหาร และมีราคาที่สูงเมื่อเทียบกับการซื้อพริกแกงในบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ

1.2 พริกแกงบรรจุถุงใส ขนาด 100 กรัม เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มียอดขายดีที่สุด แต่ยังมีฉลากสินค้าที่มีความเหมาะสม และเนื่องจากกระบวนการพิมพ์ฉลากแบบเดิมได้ใช้กระดาษธรรมดาในการพิมพ์ จึงไม่กันน้ำและข้อมูลบนฉลากจางหายไปเมื่อนำไปแช่ในตู้เย็น

ผู้วิจัยและกลุ่มชุมชนจึงได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนาจากการสังเกตและสนทนากลุ่ม ดังนี้

2. สรุปแนวทางการพัฒนา ดังนี้

2.1 พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์พริกแกงบรรจุขวด 80 กรัม ให้มีขนาดขวดที่มีปากขวดใหญ่มากขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการตักพริกแกงเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร

2.2 ออกแบบฉลากและสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) ให้เป็นที่จดจำ โดยใช้วัสดุเป็นกระดาษสติ๊กเกอร์กันน้ำ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดเก็บในตู้เย็น และฉลากไม่เสื่อมสภาพเมื่อโดนน้ำหรือความชื้น โดยมีองค์ประกอบในแง่ของบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในชุมชนในการสร้างสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) เพื่อนำมาใช้ในการทำฉลากสินค้าทั้งหมด 3 รูปแบบ เพื่อใช้ในการ

พิจารณาในชุมชน โดยได้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มร่วมกันคือ

3. สรุปแนวทางการออกแบบ ดังนี้

3.1 ควรเป็นสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) ที่สื่อถึงความเป็นแม่ครัวหรือพ่อครัว ให้เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร

3.2 ชื่อที่ใช้ในฉลากสินค้าคือพริกแกง “ล้นทุ่ง” จึงควรมีการออกแบบให้ตัวละครมีความเป็นลูกทุ่ง ทั้งในด้านการแต่งกายและองค์ประกอบต่าง ๆ

3.3 สัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) ต้องมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการทำครัว เช่น การถือกระทะ ตะหลิว หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ให้เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์อาหาร



รูปที่ 1 มาสคอตรูปแบบที่ 1



รูปที่ 2 มาสคอตรูปแบบที่ 2



รูปที่ 3 มาสคอตรูปแบบที่ 3

ผู้วิจัยได้ออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน และพิจารณารูปแบบ สัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) พบว่า สัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมสอดคล้องกับแบรนด์พริกแกงล้นทุ่งมากที่สุด โดยสรุปข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

1. ใช้เป็นตัวละครที่เป็นผู้หญิงเพียงตัวเดียว เพื่อให้ง่ายต่อการจัดองค์ประกอบลงบนฉลากสินค้า

2. ปรับปรุงรูปแบบของสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) ให้เป็นภาพเพียงครึ่งตัวเพื่อให้ง่ายต่อการจัดวางลงบนฉลาก และเพื่อให้สามารถวางภาพลงบนฉลากโดยไม่กระทบต่อข้อมูลสำหรับผู้บริโภคอื่น ๆ บนฉลาก

ผู้วิจัยได้นำสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) จากการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน นำไปจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบฉลากสินค้าพริกแกงล้นทุ่งขนาด 80 กรัม (รูปแบบขวด) และแบบ 100 กรัม (รูปแบบซอง) เพื่อนำไปสู่ประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ



รูปที่ 4 ฉลากสินค้าพริกแกงล้นทุ่งแบบขวด 80 กรัม แบบพริกแกงเผ็ดเครื่องเทศ พริกแกงลาบ และพริกแกงเผ็ด



รูปที่ 5 ฉลากสินค้าพริกแกงล้นทุ่งแบบซอง 100 กรัม แบบพริกแกงเผ็ดเครื่องเทศ พริกแกงลาบ และพริกแกงเผ็ด

จากการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านการออกแบบ 3 ท่าน ด้วยแบบสัมภาษณ์
แบบมีโครงสร้าง ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ในด้านการออกแบบ
องค์ประกอบด้านความสวยงาม และวัสดุที่ใช้มี
ความเหมาะสมตามศักยภาพของชุมชน ซึ่ง

สอดคล้องกับการผลิต และในแง่ของการใช้สอย ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนา ดังนี้

1. รูปแบบขวดบรรจุภัณฑ์พริกแกงขนาด 80 กรัม ให้ใช้เป็นขวดพลาสติก PED ปากทรงกลม เพื่อให้ง่ายต่อการตักพริกแกง ปากกระปุกขนาด ไม่ต่ำกว่า 5 ซม. เพื่อให้ช้อนกลางสามารถใช้ตัก พริกแกงได้

2. เพิ่มรายละเอียดของสินค้าให้ครบถ้วน มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านส่วนประกอบ และชื่อของพริกแกงแต่ละประเภทต้องมีความ ชัดเจน เพื่อให้ตัดสินใจซื้อได้ง่าย



รูปที่ 6 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นสมบูรณ์

จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลงานต้นแบบของฉลาก สินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่าย เกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ที่ ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบ โดยการใช้ขวดพลาสติก PED ปากทรงกลม ขนาด 80 กรัม สำหรับบรรจุภัณฑ์ แบบกระปุก และปรับปรุงขนาดอักษรโดยอย่างยิ่ง ชื่อระบุประเภทของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีขนาด อักษรที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อประเมินความพึงพอใจ ของตัวแทนกลุ่มกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ณ งานแสดงและ

จัดจำหน่ายสินค้า OTOP ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน กำแพงเพชร เมื่อวันที่ 27-28 มีนาคม 2564 สรุปผลการประเมินได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่ม เครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก ที่มีต่อฉลาก สินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกง

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้ผลิต (n=5)		ระดับ
		$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความคิดสร้างสรรค์	4.40	0.55	มาก
2.	องค์ประกอบด้านความสวยงาม	3.60	0.55	มาก
3.	สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย	4.80	0.45	มากที่สุด
4.	วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม	4.60	0.55	มากที่สุด
5.	สอดคล้องกับการผลิต	5.00	0.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.48	0.65	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การประเมิน ความพึงพอใจตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตาก ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ พริกแกง จำนวน 5 ท่าน โดยรวมมีความพึงพอใจ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.65)

ด้านความคิดสร้างสรรค์มีความพึงพอใจใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.55) ในด้าน องค์ประกอบด้านความสวยงามมีความพึงพอใจใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.55) ในด้าน สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.45) ในด้าน ความเหมาะสมกับวัสดุ มีความพึงพอใจในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.71) และด้านความ สอดคล้องกับการผลิต มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00)

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกง

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้ผลิต (n=100)		ระดับ
		$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความคิดสร้างสรรค์	4.10	0.54	มาก
2.	องค์ประกอบด้านความสวยงาม	4.08	0.56	มาก
3.	สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย	4.11	0.68	มาก
4.	วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม	4.20	0.60	มาก
5.	สอดคล้องกับการผลิต	4.12	0.48	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.12	0.58	0.58

จากตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกงที่ออกแบบใหม่ จำนวน 100 คน โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.58)

ด้านความคิดสร้างสรรค์มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.54) ด้านองค์ประกอบด้านความสวยงามมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.56) ในด้านสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.68) ในด้านความเหมาะสมกับวัสดุ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.60) และด้านความสอดคล้องกับการผลิต มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.48)



รูปที่ 7 การจัดแสดงสินค้าและประเมินความพึงพอใจผลงานต้นแบบ ณ ห้างสรรพสินค้า

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สนทนากลุ่มและออกแบบโดยมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่าทางกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) มีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตนเอง โดยมุ่งเน้นให้มีความโดดเด่น และแก้ปัญหาบรรจุภัณฑ์เดิมที่มีขนาดเล็กและเป็นทรงกระบอก ทำให้ยากต่อการใช้งานในการประกอบอาหาร และควรมีการพัฒนาสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) เพื่อให้ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่จดจำได้ง่าย ดังที่ ชีลิกา วรรณจันทร์ และคณะ (2555 หน้า 61 - 64) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้และให้ได้มาซึ่งเงินและกำไร ในการวิจัยนี้ มาสคอตที่ออกแบบในที่นี้ได้ใช้เป็นตัวละครที่เป็นพ่อครัว แม่ครัว ซึ่งสอดคล้องกับการทำอาหาร และการใช้ภาพลักษณ์แบบลูกทุ่ง เพื่อให้เข้ากันกับชื่อสินค้า ดังนั้น การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนจะพบว่า ชุมชนได้ใช้ประเด็นที่ใกล้ตัวในการสร้างสรรค์ และสามารถ

สื่อถึงความเป็นชุมชนผ่านความคิดเห็นที่เรียบง่าย เพื่อสื่อสารผ่านฉลากสินค้า

ในขณะที่เดียวกันการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน จึงทำให้ชุมชนเลือกวิธีการพัฒนารูปแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน และต้นทุนที่มี จึงได้เลือกใช้เป็นารปรับเปลี่ยนรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น โดยที่ไม่เป็นการเพิ่มต้นทุนมากเกินไป ซึ่งแตกต่างจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นความสวยงามและซับซ้อน แต่อาจจะไม่สอดคล้องต่อศักยภาพของชุมชนจริง ๆ ในการผลิต ทั้งในแง่กระบวนการผลิต และต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า มีความพึงพอใจในด้านความสอดคล้องในการผลิตมากที่สุด และในแง่ของผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านของวัสดุที่ใช้มากที่สุด แสดงให้เห็นถึงการเลือกสินค้าที่ต้องมีวัสดุที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้การใช้งานในครัวเรือนได้ง่าย รวมไปถึงการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการกำหนดราคาการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่อย่างเป็นขั้นตอน ในด้านของการคำนวณต้นทุน และกำไรในการจัดจำหน่ายเพื่อการต่อยอด

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ที่สนับสนุนการทำวิจัยนี้ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้พิจารณาบทความที่ได้ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขบทความ และขอขอบพระคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง

References

- Boonchom Srisa-ard. (2000). *Basic research*. Suweeriyasan.
- Nirat Soodsang. (2000). *Industrial design*. Odeon store.
- Phonsanong Wongsingthong. (2007). *Product design research methodology*. Chulalongkorn University Press.
- Sisikka wannajun. (2012). Bamboo Fabric, design and development to create an Identity Commercial in the northeast southern. research report Mahasarakham University.
- Thanthat Nanchanok. (2016). *Infographic design quick start + easy workshop + make money*. (1st edition). Witty Group.
- WanChanok Chomratkhom and Panita Sonuam. (2019). *Packaging*. vocation promotion.