

วารสารดีไซน์เอกโค

วารสารดีไซน์เอกโค เป็นวารสารเพื่อการออกแบบตีพิมพ์และเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปะทัศนกรรม บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวน 2 ท่านต่อหนึ่งบทความ โดยบทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาถ ตรีวิบูลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพันธ์ รัตนาวะดี

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิบูล ไวจิตรกรรม

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง
ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์
ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรธร เพ็ญศิริธร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อารีรุ่งเรือง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกมล ฤงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยศไกร ไทรทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกมล ฤงสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อินทิรา นาควิษระ
ดร.ขวัญใจ สุขก้อน
ดร.อภิรักษ์ สมทุมพุกฤษ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกษียณ)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กองการจัดการ

ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน, กรกฎาคม - ธันวาคม)

สำนักพิมพ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินท์ลักษณ์

10/378 หมู่ที่ 7 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000 โทรศัพท์ 081 810 1419

บทบรรณาธิการ

วารสารดีไซน์แอนด์โค เป็นวารสารตีพิมพ์ (Print) และออนไลน์ (Online) เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย ด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปะหัตถกรรม ฉบับนี้ เป็นฉบับที่ 1 ของปีที่ 2 (เดือนมกราคม - มิถุนายน 2564)

บทความวิจัยในฉบับนี้ จะนำเสนอการออกแบบเพื่อชุมชน ในมิติที่แตกต่างกัน ดังนี้ 1) อัปสรและเพื่อน ใช้ความรู้ด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน ในบทความเรื่อง “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัสดุขี้ดินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา” 2) พจนัธรธรรมและเพื่อน ใช้กราฟิกในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร ในบทความเรื่อง “การออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก” 3) มนัสชัยและพิบูล ออกแบบกราฟิกสำหรับการสื่อสารบนโทรศัพท์มือถือ ในบทความเรื่อง “การออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น” 4) ณัฐธิดาและเพื่อน ใช้กราฟิกในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชน ในบทความเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปางบุรี จังหวัดกำแพงเพชร” 5) รอมซีและเพื่อน ออกแบบกราฟิกเพื่อสร้างอัตลักษณ์องค์กรให้กับสถาบันการศึกษา ในบทความเรื่อง “แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่ออัตลักษณ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา” 6) ณัฐพรและพพร ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในบทความเรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย” เนื้อหาของบทความดังกล่าวมานี้ เรียบเรียงจากผลการวิจัยที่สร้างผลผลิตใหม่ ๆ มีความร่วมสมัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เหมาะสมสำหรับใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าของคณาจารย์ นักวิชาการและผู้สนใจทั่วไป

บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 ท่านต่อหนึ่งบทความ (Double - blind Review) จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่นกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง สำหรับวารสารฉบับต่อไป คือ ฉบับที่ 2 ของปีที่ 2 (เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2564) กำลังเปิดรับงานเขียนในรูปแบบบทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปะหัตถกรรม วารสารยังมีพื้นที่ให้ผู้สนใจ นักวิจัย อาจารย์และนักศึกษาส่งผลงานมาให้พิจารณาเพื่อการตีพิมพ์ วารสารยินดีเป็นสื่อกลางสำหรับการเผยแพร่ผลงาน กองบรรณาธิการวารสารดีไซน์แอนด์โคหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจทุกท่าน ขอขอบคุณผู้อ่านทุกท่านที่ให้ความสนใจติดตามวารสารดีไซน์แอนด์โคมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิบูล ไวจิตรกรรม

บรรณาธิการ

- Creative Product Innovation with Combined Materials of Peace Farmer Housewife Group Community Enterprise of Wang-paya, Raman District, Yala Province
Apsorn E-sor, Jiraporn Keatnaremon, Nantharat Namburi, Nattharawee Phongkrapan, Manus Suttikarn, Wiroj Phaiboonvessawat
- 2 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา
อัปสร อีซอ, จิราพร เกียรตินฤมล, นันทรัตน์ นามบุรี, ณัฐราวี พงศ์กระพันธุ์, มนัส สุทธิการ, วิโรจน์ ไพบูลย์เวชสวัสดิ์
- 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 Narongwit, Umpai Saengchanthai, Photsawi Sirisaranlak, Thongtep Choosong Kataleya Punyaoud
- 14 การออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงสันตู่) ตำบลประดาง อำเภอวังเจ้าจังหวัดตาก
พจนธรรม ณรงค์วิทย์, อำไพ แสงจันทร์ไทย, พศวีร์ ศิริสรายุทธ์เกษม, ธงเทพ ชูสงฆ์, คัทลียา ปัญญาอด
- Graphic design for first aid application
Manatchai Mosingha, Pibool Wajittragum
- 26 การออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น
มนัสชัย โมสิงหา, พิบูล ไวจิตรกรรม
- Design and development of woven fabrics with local wisdom according to identity of Ban Sap Charoen community, Pang Makha subdistrict, Khanu Worlaksaburi district Kamphaeng Phet Province
Nutthikan Pinjai, Tanakit Koktong, Thanasit Nitayaprapha, Sawitri Promruksa
- 34 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปางบุรีรัมย์ จังหวัดกำแพงเพชร
ณัฐธิกานต์ ปิ่นจุไร, ธนกิจ โคกทอง, ธนสิทธิ นิตยประภา, สาวิตรี พรหมรักษา
- The Guideline for identity-communicated Logo Design Faculty Management Sciences of Yala Rajabhat University
Romsee Taemasa, Apsorn E-sor, Ashar leameng
- 48 แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
โรมซี่ แตมาสา, อัปสร อีซอ, อัศฮาร์ และแม็ง
- Packaging design for Thai perfume
Natthaporn Yommarat, Pobpron Iamsai
- 58 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย
ณัฐพร ยมรัตน์, พบพร เอี่ยมใส

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัสดุของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

อัปสร อีซอ¹, จิราพร เกียรติคุณม², นันทรัตน์ นามบุรี³,
ณัฐธาระวี พงศ์กระพันธ์⁴, มนัส สุทธิการ⁵, วิโรจน์ ไพบูลย์เวชสวัสดิ์⁶
^{1, 2, 3, 4, 5, 6} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
Email: apsomyru@gmail.com¹

Received: April 5, 2021

Revised: May 1, 2021

Accepted: May 5, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัสดุของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ลักษณะเป็นงานวิจัยและพัฒนา ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม การปฏิบัติการพัฒนา และการใช้แบบสอบถามศึกษาจากภาคีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา คนกลาง ลูกค้า และผู้รู้ด้านงานออกแบบหรืองานศิลปะ ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัสดุของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา สามารถแบ่งการทำงานได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผนพัฒนา ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัสดุ ได้แก่ กระเป๋า โดยเสนอให้ผสมผสานวัสดุเทียบเคียงกับวัสดุขนนหรือกรงนก, ผ้าปาเต๊ะ และหนัง 2) การปฏิบัติการพัฒนา ได้มีการจัดทำกระเป๋าเทียบเคียงสร้างสรรค์ 3 ผลงาน ดังนี้ ชุด “Binlala” ชุด “Patical” และชุด “Banarock” 3) การสรุปผลการพัฒนาจากการสำรวจความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ชุด “Banarock” ลูกค้ามีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยโดยรวมสูงสุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.25

คำสำคัญ : นวัตกรรม, ผสมผสานวัสดุ, จังหวัดยะลา

Creative Product Innovation with Combined Materials of Peace Farmer Housewife Group Community Enterprise of Wang-paya, Raman District, Yala Province

Apsorn E-sor¹, Jiraporn Keatnaremon², Nantharat Namburi³,
Nattharawee Phongkraphan⁴, Manus Suttikarn⁵, Wiroj Phaiboonvessawat⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6} Faculty of Management Science, Yala Rajabhat University

Email: apsornyru@gmail.com¹

Received: April 5, 2021

Revised: May 1, 2021

Accepted: May 5, 2021

Abstract

The purpose of this research was to develop creative product innovation with combined materials of Peace Farmer Housewife Group Community Enterprise of Wang-Paya, Raman District, Yala Province. The study was a research & development design. Data collection was conducted via focus group discussion, development operation, and questionnaires, to study involved participants including entrepreneurs of Peace Farmer Housewife Group Community Enterprise of Wang-Paya, middlemen, customers, design or artwork scholars. Results of the research indicated that development of creative product innovation with combined materials of Peace Farmer Housewife Group Community Enterprise of Wang-Paya was dividable to 3 steps as follows. 1) Development Planning: the selected product to develop into creative product innovation with combined materials was bag, suggesting material combination of Pandanus Kaidus Kurz with feather or bird cage materials, batik, and leather. 2) Development Operation: Creative Pandanus Kaidus Kurz bags were accomplished in 3 collections of “Binlala” set, “Patical” set, and “Banarock” set. 3) Development Conclusion: Satisfaction survey from target customer group showed that “Banarock” sets were overall mean rated at highest satisfaction degree, accounted at proportion of 38.25%.

Keywords : Innovation, Combined Materials, Yala Province

บทนำ

ตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา มีประชากร 1,029 ครัวเรือน จำนวนประชากรในตำบลมี 5,927 คน แบ่งเขตการปกครองเป็น 5 หมู่บ้าน ประกอบด้วยหมู่บ้าน หมู่ 1 บ้านกะสะแมง (ปากาสาแมง), หมู่ 2 บ้านโตะปะปาเก๊ะ, หมู่ 3 บ้านตาลาเน, หมู่ 4 บ้านอุเปาะ และหมู่ 5 บ้านบูเกะจือฆา (ตาโงง) (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย, 2563) วังพญาเดิมเป็นชุมชนเล็ก ๆ ชื่อว่า “ปากาสาแมง” มีผู้คนอาศัยอยู่ไม่มากนัก ชาวบ้านมีอาชีพทำนาเป็นหลัก ต่อมาเจ้าเมืองโกตาบารูได้ใช้พื้นที่ในชุมชนนี้ปลูกข้าวเป็นจำนวนมาก เสมือนเป็นดินแดนอุ้งข้าวอุ้งน้ำของเจ้าเมือง จึงเรียกกันว่า “วังพญา” (ไทยตำบล ดอท คอม, 2563)

พื้นที่วังพญาส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม ประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่จึงมีอาชีพทำนาเป็นอาชีพหลัก อาชีพรองทำสวนผลไม้และสวนยางพารา กลุ่มผู้หญิงส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจจากการทำนาและกรีดยาง ทำให้มีเวลาค่อนข้างมากในช่วงกลางวัน จึงรวมกลุ่มลงทุนแปรรูปอาหารและขนมเพื่อจำหน่ายตามร้านค้าในชุมชน หากแต่ไม่ประสบความสำเร็จทางกลุ่มจึงได้ขอคำปรึกษากับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งทางสำนักงานเกษตรอำเภอรามัน ได้แนะนำให้ นำวัตถุดิบเตยหนามที่มีอยู่มากในท้องถิ่นนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สร้างมูลค่า ดังกล่าวจึงเป็นจุดเริ่มต้นของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมสันติภาพวังพญา ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจในปี 2543 ทางกลุ่มมีที่ทำการเป็นอาคารไม้ชั่วคราว ตั้งอยู่ที่ 38 หมู่ 2 ตำบลวังพญา อำเภอรามัน

จังหวัดยะลา สมาชิกแรกเริ่ม มีจำนวน 15 คน ปัจจุบันเพิ่มเป็น 30 คน มีนางรอปิยะ เย๊ะลีมาเป็นประธานกลุ่ม ทางกลุ่มผลิตงานหัตถกรรมจักสานในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เสื่อ กระเป๋า กล้องดินสอ กล้องอเนกประสงค์ แพ้ม ปกไดอารี่ ซึ่งมีราคาตั้งแต่ 50-600 บาท ผลิตภัณฑ์ได้รับเครื่องหมาย มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) และได้รับการคัดสรรผลิตภัณฑ์โอท็อป ระดับ 3 ดาว

ปัญหาหนึ่งของการดำเนินงานหัตถกรรมจักสานเตยหนามของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมสันติภาพวังพญา ได้แก่ การที่ทางกลุ่มยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ ทำให้ยากต่อการสร้างการรับรู้ การจดจำ และสร้างความสนใจจากลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้มีผู้ศึกษาด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ที่ส่วนใหญ่ มักจะใช้ทักษะเดิม ๆ ที่ได้สืบทอดกันมาทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ซ้ำกัน และไม่เป็นที่สนใจของลูกค้า (รจนา จันทรอาสา และ ณาการ ชูจิต, 2559) คณะผู้วิจัยจึงเห็นควรพัฒนาวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเตยหนามของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านสันติภาพวังพญาให้มีอัตลักษณ์เฉพาะ ภายใต้หลักการผสมผสานวัตถุดิบอื่นที่แตกต่าง ที่ไม่เกินกว่า 50% ของภาพรวมวัตถุดิบหลักเตยหนาม ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าว คาดว่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพการทำงานในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ที่นอกกรอบและน่าสนใจ สามารถดึงดูดใจลูกค้า รวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจชุมชนได้ในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การปฏิบัติการพัฒนา (Development Action) และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ได้แก่ ภาคีผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา คนกลางลูกค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบหรืองานศิลปะ ซึ่งล้วนมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานจักสาน ไม่น่ากว่า 3 ปี ทั้งนี้วิธีการรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือวิจัย มี 3 ส่วน ดังนี้

1. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยใช้แบบสนทนากลุ่มในการศึกษาข้อมูลจากภาคีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา คนกลางลูกค้า และผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบหรืองานศิลปะ กลุ่มละ 2 คน รวมกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาทั้งสิ้น 8 คน โดยให้มีการคละทั้งทางด้านอายุ อาชีพ ถิ่นพำนักอาศัย และประสบการณ์ในการทำธุรกิจจักสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลทิศทางการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ทั้งทางด้านมิติการ

ออกแบบ การผลิต และการตลาด โดยต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวทางศิลปะการออกแบบที่น่าสนใจ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงสามารถผลิตได้จริง และมีศักยภาพด้านการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ประเด็นการสนทนากลุ่ม มี 4 ส่วนดังนี้

1.1 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกพัฒนา

คำถามสนทนากลุ่ม “ประเภทผลิตภัณฑ์ใดที่มีศักยภาพหรือมีโอกาสทางการตลาด ควรค่าแก่การได้รับการคัดเลือกพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบมากที่สุด”

1.2 ความต้องการทั่วไปที่มีต่อผลิตภัณฑ์

คำถามสนทนากลุ่ม “ลักษณะผลิตภัณฑ์ (จากข้อ 1.1) อย่างใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด (หมายเหตุ แนวทางคำตอบ อาจเป็นเรื่อง แบบ ขนาด สี ลวดลายการตกแต่ง ฯลฯ)”

1.3 การระดมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา

คำถามสนทนากลุ่ม “วัตถุดิบพื้นถิ่นใดสามารถนำมาผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้บ้าง และผสมผสานในลักษณะใด”

1.4 การคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา

คำถามสนทนากลุ่ม “ความคิดสร้างสรรค์ใดที่ท่านชื่นชอบและต้องการให้ได้รับการพัฒนามากที่สุด” (หมายเหตุ ความคิดสร้างสรรค์ 3 อันดับแรกที่ได้คะแนนสูงสุด จะถูกนำไปปฏิบัติการพัฒนาจริงในขั้นตอนการดำเนินงานต่อไป)

2. การปฏิบัติการพัฒนา (Development Action) เป็นการปฏิบัติการพัฒนารายละเอียดหรือรูปธรรมนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบตามแผนที่คัดเลือกไว้ รวมจำนวนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ทั้งสิ้น 3 ผลงาน

3. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เพื่อศึกษาผลสรุปของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบ โดยศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงทำงาน อายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน ซึ่งจัดเป็นลูกค้าโดยตรงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมสันติภาพวังพญา ทั้งนี้แบบสอบถามออนไลน์ที่ใช้ จำแนกข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลเรื่อง สถานภาพ อายุ ถิ่นพำนัก ปัจจุบัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นคำถามในลักษณะให้เลือกตอบข้อที่เป็นจริงมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

3.2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลงานกระเป๋าสานหวัดสร้างสรรค์ที่พัฒนา ซึ่งประเด็นประเมินผลความพึงพอใจจัดแบ่งเป็น 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านความสวยงาม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านความพึงพอใจโดยรวม โดยเป็นคำถามในลักษณะที่ให้เลือกตอบที่พึงพอใจมากที่สุดในแต่ละด้านเพียงคำตอบเดียว รวมถึงให้ระบุราคาผลิตภัณฑ์ที่พึงพอใจที่คิดว่าเหมาะสม

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการปฏิบัติการพัฒนา จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล ส่วนข้อมูลจากแบบสอบถาม จะถูกนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลอีกครั้ง ก่อนที่จะนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อทำการหาค่าความถี่และค่าร้อยละในการตอบวัตถุประสงค์วิจัยที่กำหนด

ผลการวิจัย

การวิจัยโดยจำแนกตามแบบแผนการวิจัย 3 ระยะ ปรากฏผลดังนี้

1. การวางแผนพัฒนา (Development Planning)

ผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่มในการศึกษาข้อมูลการวางแผนพัฒนาฯ จากภาคีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมสันติภาพวังพญา คนกลางลูกค้า และผู้รู้ด้านงานออกแบบหรืองานศิลปะ พบผลการศึกษาจำแนกตามประเด็นการสนทนากลุ่ม แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1.1 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกพัฒนาฯ

คำถามสนทนากลุ่ม “ประเภทผลิตภัณฑ์ใดที่มีศักยภาพหรือมีโอกาสดทางการตลาด ควรค่าแก่การได้รับการคัดเลือกพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบมากที่สุด”

ผลการสนทนากลุ่ม วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรังสิตภาพ วังพญา ได้ผลิตงานหัตถกรรมจักสานที่หลากหลาย อันได้แก่ เสื่อ กระเป๋า กล้องดินสอ กล้องอเนกประสงค์ แฟ้ม และปกไดอารี่ ซึ่งผู้ร่วมสนทนากลุ่มทั้งหมดให้ความคิดเห็นที่ตรงกันว่า ภายใต้งบประมาณวิจัย และเวลาดำเนินงานวิจัยที่มีจำกัด เห็นสมควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ “กระเป๋า” มากที่สุด โดยกลุ่มผู้ผลิตให้เหตุผลว่าจากประสบการณ์ที่จำหน่ายกระเป๋าจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าให้การตอบรับดีที่สุด สามารถจำหน่ายได้ในจำนวนที่มากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการจำหน่ายจากกลุ่มคนกลาง ที่มีความคิดเห็นว่าการกระเป๋าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพและมีโอกาสทางการตลาดสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่ทางกลุ่มแม่บ้านผลิต ส่วนกลุ่มลูกค้าได้ให้ความคิดเห็นเชิงสนับสนุนเช่นกันว่าควรเลือกพัฒนากระเป๋า เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจำเป็นต้องใช้ใน ชีวิตประจำวันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้บ่อย ส่วนกลุ่มผู้รู้ให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันว่าหากต้องพัฒนาโดยใช้ทักษะการคิดสร้างสรรค์ กระป๋อง น่าจะมีศักยภาพในการใช้ทักษะการคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาได้มากที่สุด ด้วยเหตุนี้ที่ประชุมสนทนากลุ่มจึงมีมติสรุปอย่างเป็นทางการเป็นเอกฉันท์เลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์เตยหนามจักสานเป็น “กระเป๋า”

1.2 ความต้องการทั่วไปที่มีต่อผลิตภัณฑ์

คำถามสนทนากลุ่ม “ลักษณะผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเตยหนามจักสานอย่างไรที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

ผลการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น และได้ข้อสรุปดังนี้

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มในสัดส่วน 2 ใน 3 ของทั้งหมด ชื่นชอบกระเป๋าเตยหนามจักสานแบบเรียบ ๆ สีธรรมชาติ อาจจะสีขาวหรือสีโศก จักสานฝีมือละเอียด เก็บรายละเอียดได้เรียบร้อย มีสายสำหรับหิ้วสะพาย รวมถึงด้ามจับที่เป็นไม้สำหรับถือหิ้วกระเป๋า (โดยถอดสายเก็บ) ข้างในบุผ้า ปากกระเป๋าอาจใส่ซับหรือติดแป๊ก เน้นปากกระเป๋ากว้างเพื่อให้ใส่ของหรือหยิบของได้ง่าย ขนาดกระเป๋าควรใหญ่พอสมควร ให้สามารถใส่เอกสารหรือโน้ตบุ๊กขนาด A4 ได้ ที่มุมกระเป๋ามีการใช้หนังเก็บมุม กันมุมแตก ควรมีวัสดุตกแต่งหรือเครื่องประดับตกแต่งเพื่อเพิ่มความเก๋เก๋ ทำให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ร่วมสนทนากลุ่ม 1 ใน 3 ทั้งกลุ่มผู้รู้และลูกค้าบางส่วนได้เสนอแนะให้สร้างความต่างจากกระเป๋าจักสานโดยทั่วไป โดยการทำกระเป๋าเตยหนามสีสด เช่น สีแดง สีม่วง สีส้ม ฯลฯ อาจพัฒนารูปทรงกระเป๋าแบบใหม่ ๆ ลวดลายใหม่ ๆ หรือใช้วัสดุในการตกแต่งกระเป๋าคือแตกต่างจากทั่วไป

1.3 การระดมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา

คำถามสนทนากลุ่ม “วัตถุดิบใดที่สามารถนำมาผสมผสานกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าเตยหนามจักสานดังกล่าวได้บ้าง และผสมผสานในลักษณะใด”

ผลการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นโดยใช้เทคนิคการ์ดผ่านกระดาษโพสต์อิท ทำให้ได้ข้อสรุปถึงวัตถุดิบ

ที่สามารถนำมาผสมผสานกับผลิตภัณฑ์กระเป๋า
เตยหนามจักสาน จำนวน 12 วัตถุประสงค์ ดังนี้ ผ้าปาเต๊ะ
ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อม ผ้าลูกไม้ ดอกไม้ผ้า หนัง กะลา
ลูกปัด/ปักไหม ลูกสะบ้า/ลูกปัดไม้ ว่าวบุหลันจิว
กริชจิว พวงกุญแจนก/ขนนก/กรงนก ฯลฯ โดย
ผสมผสานในลักษณะต่าง ๆ อาทิ ตัดเย็บติดบน
ตัวกระเป๋า ทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า ทำเป็นที่
จับหิ้วกระเป๋า ประดับตกแต่งบนกระเป๋า ฯลฯ
ดังตารางที่ 1

1.4 การคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ใน การพัฒนา

คำถามสนทนากลุ่ม “วัตถุประสงค์ใดที่
ท่านชื่นชอบและต้องการให้นำมาใช้ในการ
ผสมผสานกระเป๋าเตยหนามจักสานมากที่สุด”
(หมายเหตุ กำหนดให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม
แต่ละคนสามารถเลือกได้ 3 แนวความคิด)

ผลการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนา
กลุ่มได้แสดงความคิดเห็นโดยใช้สติ๊กเกอร์เลือก 3
แนวความคิด และได้ข้อสรุปดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลของการระดมความคิดสร้างสรรค์และการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์กระเป๋าเตยหนามจักสาน

วัตถุประสงค์ที่มีการเสนอให้นำมา ผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเตยหนาม	ลักษณะการผสมผสาน	ผลคัดเลือก	
		จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าปาเต๊ะ	ตัดเย็บติดบนตัวกระเป๋า	7	29.15
2. ผ้าบาติก	ตัดเย็บติดบนตัวกระเป๋าหรือทำเป็นที่ติดห้อย กระเป๋า	1	4.17
3. ผ้ามัดย้อม	ตัดเย็บติดบนตัวกระเป๋า	1	4.17
4. พวงกุญแจนก/ขนนก/กรงนก ฯลฯ	เย็บติดบนตัวกระเป๋าหรือทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า	9	37.50
5. ลูกสะบ้า/ลูกปัดไม้	ทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า	-	-
6. หนัง	ทำเป็นที่จับหิ้วกระเป๋าหรือประดับตกแต่งบน ตัวกระเป๋า	2	8.33
7. กริชจิว	ทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า	-	-
8. ว่าวบุหลันจิว	ทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า	-	-
9. กะลา	ทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า หรือประดับตกแต่ง ด้านหน้ากระเป๋า	1	4.17
10. ดอกไม้ผ้า	ทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า	1	4.17
11. ลูกปัด/ปักไหม	ปักไหมติดบนตัวกระเป๋า	1	4.17
12. ผ้าลูกไม้	ประดับติดเป็นดอกไม้ตกแต่งด้านหน้ากระเป๋า	1	4.17
	รวม	24	100

จากตารางที่ 1 ผลของการระดมความคิดสร้างสรรค์และการคัดเลือกความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา พบว่า วัตถุประสงค์ที่มีการเสนอให้นำมาผสมผสานกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าเตยหนามจักสานมากที่สุด ได้แก่ ชนบก/กรงนก/อื่น ๆ เกี่ยวกับนก (อันเนื่องจากยะลาเป็นเมืองแห่งนก) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.50 โดยนำมาผสมผสานในลักษณะเย็บติดบนตัวกระเป๋าหรือทำเป็นที่ติดห้อยกระเป๋า รองลงมาได้แก่ ผ้าปาเต๊ะ คิดเป็นร้อยละ 29.15 โดยนำมาผสมผสานในลักษณะตัดเย็บติดบนตัวกระเป๋า ส่วนหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 8.33 โดยนำมาผสมผสานในลักษณะตัดเย็บติดประกอบหรือทำสายสะพายกระเป๋า

2. การดำเนินงานพัฒนา (Development Implementation)

คณะผู้วิจัยได้ปฏิบัติการพัฒนารายละเอียด หรือรูปธรรมนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบตามแผนที่กำหนด โดยพัฒนากระเป๋าเตยหนามจักสาน ผสมผสานกับชนบก ผ้าปาเต๊ะ และหนัง จำนวน 3 ผลงาน ดังนี้



รูปที่ 1 ผลงานกระเป๋าเตยหนามสร้างสรรค์ ชุด “Binlala”

การผสมผสานวัตถุดิบ

วัตถุดิบเตยหนาม ผสมผสานกับชนบก กรงนก หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวกับนก

ลักษณะการผสมผสานวัตถุดิบ

ประดับตกแต่งบนตัวกระเป๋า

แนวความคิดการพัฒนา

อันเนื่องจากยะลาได้ชื่อว่า เป็นเมืองแห่งนก “Bird City” ผลงานกระเป๋าเตยหนามสร้างสรรค์ชุดนี้ จึงนำแนวคิดเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับนกมาเป็นแนวคิดในการพัฒนา เช่น การใช้ชนบก กรงนก ผ้าคลุมกรงนก งานประดิษฐ์รูปนก ฯลฯ ประดับตกแต่งบนตัวกระเป๋า ผ่านการออกแบบให้ดูร่วมสมัย



รูปที่ 2 ผลงานกระเป๋าเตยหนามสร้างสรรค์ ชุด “Patical”

การผสมผสานวัสดุดิบ

วัสดุดิบเตยหนาม ผสมผสานกับผ้าปาเต๊ะ

ลักษณะการผสมผสานวัสดุดิบ

ประดับตกแต่งบนตัวกระเป๋า

แนวความคิดการพัฒนา

สามจังหวัดชายแดนใต้ ประชากรส่วนใหญ่เกินกว่า 80% นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งมีวัฒนธรรมที่นิยมนำผ้าปาเต๊ะเป็นเครื่องแต่งกายประจำถิ่น ผลงานกระเป๋าเตยหนามสร้างสรรค์ ชุด “Patical” จึงนำเสนอให้ลวดลายและสีเส้นผ้าปาเต๊ะมาผสมผสานกับเตยหนามย้อมสี ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ดูโดดเด่นสวยงาม สะดุดตา น่าสนใจมากยิ่งขึ้น



รูปที่ 3 ผลงานกระเป๋าเตยหนามสร้างสรรค์ ชุด “Banarock”

การผสมผสานวัสดุดิบ

วัสดุดิบเตยหนาม ผสมผสานกับหนัง

ลักษณะการผสมผสานวัสดุดิบ

ประกอบตกแต่ง ช่วยยึดหรือเป็นส่วนหนึ่งของด้ามจับกระเป๋า

แนวความคิดการพัฒนา

กล้วยหินจัดเป็นผลไม้ชนิดหนึ่ง พบมากที่อำเภอธารโตและอำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา ผลกล้วยมีลักษณะเนื้อแน่นหนา หวานธรรมชาติ เป็นผลไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่พื้นที่อื่นไม่มีความน่าสนใจ

ของกล้วยชนิดนี้ประการหนึ่งได้แก่เรื่องของชื่อ โดยคำว่า “กล้วยหิน” เป็นชื่อที่ผสมผสานความเป็นสิ่งธรรมชาติที่แตกต่าง อันได้แก่ ความนุ่ม & ความแข็ง, ความง่าย & ความยาก ฯลฯ ด้วยแนวคิดดังกล่าว จึงนำมาเป็นไอเดียในการรังสรรค์พัฒนา เริ่มจากการไล่สีส้นของความเป็นกล้วยหิน อันได้แก่ สีน้ำตาล สีเขียว และสีเหลือง ผนวกกับการใช้ด้ามจับและหนังที่ดูเท่และแข็งแรง ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์กระเป๋า เเตยหนามสร้างสรรค์ที่แปลก แตกต่าง ไม่เหมือนใคร

3. การสรุปผลการพัฒนา (Development Conclusion)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาสรุปผลการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรังสรรค์วิสาหกิจพัฒนา โดยศึกษาความพึงพอใจ จากลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คนที่มีต่อกระเป๋าเเตยหนาม สร้างสรรค์ที่พัฒนา 3 ผลงาน ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลงานกระเป๋าเเตยหนามสร้างสรรค์ที่พัฒนา

ประเด็นประเมินผล	ผลงานกระเป๋าเเตยหนามสร้างสรรค์ที่พัฒนา						รวม
	ชุด “Binlala”		ชุด “Patical”		ชุด “Banarock”		
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	
ด้านความสวยงาม	42	42.00	29	29.00	29	29.00	100%
ด้านความคิดสร้างสรรค์	48	48.00	14	14.00	38	38.00	100%
ด้านประโยชน์ใช้สอย	-	-	57	57.00	43	43.00	100%
ด้านการตัดสินใจซื้อ	14	14.00	43	43.00	43	43.00	100%
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	26	26.00	35.75	35.75	38.25	38.25	100%

จากตารางที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายที่มีต่อกระเป๋าเเตยหนามสร้างสรรค์ ที่พัฒนาจำนวน 3 ผลงาน เป็นดังนี้ ด้านความสวยงาม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ ชุด “Binlala” คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 42 ด้านความคิดสร้างสรรค์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ ชุด “Binlala” คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 48 ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ ชุด “Patical” คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 57 ส่วนด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า

ลูกค้ามีความพึงพอใจ ชุด “Banarock” คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 43 สำหรับค่าเฉลี่ยโดยรวม พบว่า ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมี ความพึงพอใจ ชุด “Banarock” มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.25

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบของ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรังสิตภาพ วังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ลักษณะเป็น งานวิจัยและพัฒนา ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสนทนากลุ่ม การปฏิบัติการพัฒนา และ การใช้แบบสอบถาม ศึกษาจากภาคที่เกี่ยวข้อง ซึ่ง ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรรังสิตภาพวังพญา คนกลาง ลูกค้า และ ผู้รู้ด้านงานออกแบบหรืองานศิลปะ ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ แบบผสมผสานวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรังสิตภาพวังพญา สามารถ แบ่งการทำงานได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผน พัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบ ได้แก่ กระเป๋า โดยเสนอให้ผสมผสานวัตถุดิบเตยหนาม กับวัตถุดิบขนนกหรือกรงนก, ผ้าปาเต๊ะ และหนัง 2) การปฏิบัติการพัฒนา ได้มีการจัดทำกระเป๋า เตยหนามสร้างสรรค์ 3 ผลงาน ดังนี้ ชุด “Binlala” ชุด “Patical” และชุด “Banarock” 3) การสรุปผล การพัฒนา จากการสำรวจความพึงพอใจจาก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่า ชุด “Banarock” ลูกค้า มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยโดยรวมสูงสุด คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 38.25

สำหรับการอภิปรายผล การพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แบบผสมผสานวัตถุดิบของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรังสิตภาพ วังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา พบว่า ชุด “Banarock” ลูกค้ามีความพึงพอใจค่าเฉลี่ย โดยรวมสูงสุด ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่า ชุด ผลงานดังกล่าว มีรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์

สร้างสรรค์ในลักษณะการผสมผสาน (Combination) ซึ่งนอกจากผสมผสานวัตถุดิบแล้วยังมีการ ผสมผสานสีหรือลวดลายที่เป็นสัดส่วนหลัก/รอง ได้อย่างสมดุล กลมกลืน หรือขัดแย้งได้อย่าง เหมาะสม (รจนา จันทราสา, 2558) อีกทั้งยังมีการนำเรื่องราวของ “กล้วยหิน” ซึ่งจัดเป็นวัฒนธรรม ด้านอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ ชายแดนใต้เป็นฐานในการพัฒนา ซึ่งเป็นไปตาม หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (UNCTAD, 2008) สอดคล้องกับ งานวิจัยของศศิพร ตายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา (2558) ซึ่งวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดราชบุรี โดยผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากรท้องถิ่น เอกลักษณ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ นำมา ผสมผสานให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มรายได้ ให้แก่กลุ่มและชุมชน อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ พัชราพรรณ เสงี่ยมศักดิ์ และธรรมมิล สุขเสริม (2561) ที่วิจัยเรื่องความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทยที่พบว่าลูกค้า ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันและลวดลาย ที่สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยที่ได้แตกต่างบางมิติ เรื่องที่มาของความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ โดยงานวิจัยนี้ที่มาจากความคิด สร้างสรรค์มาจากการศึกษาความต้องการจาก ภาคที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ บุญทวรรณ วิงวอน, อัจฉราภรณ์ วรรณเมกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ (2557) ที่วิจัยเรื่อง แนวทาง

การยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อมอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่า ที่มาของความคิดสร้างสรรค์เน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จ ผ่านการนำความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตและพิธีกรรมต่าง ๆ ดึงการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ ๆ บนผลิตภัณฑ์หรือตำนานและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ

References

- Boonthawan Wingwon, Atcharabhorn Wanmakok and Atchara Meksuwan. (2014). Approach in Creating Local Wisdom with Creative Product Innovation of Small Enterprises in Hang Chat District, Lampang Province. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 9(1), 102-119.
- Phatcharaphan Sangiamsak and Thumwimon Suksern. (2018). Customer's Purchasing Requirements of Creative Products from Thai Wisdom. *Journal of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University*, 4(2), 157-173.
- Rosjana Chandhasa. (2015). *Vetiver Handicraft Product Design*. Printing Press of Chulalongkorn University.
- Sasiporn Taikham and Narin Sungrugs. (2015). The Development of Creative Product Model to Value-Added of the Small and Micro Community Enterprises in Ratchaburi Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(1), 606-632.
- Thailand Information Center. (2020, May 11). *Wang Phaya Subdistrict*. Retrieved from <http://yala.kapook.com/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%8D%E0%B8%B2>.
- ThaiTambon.Com. (2020, May 11). Information about Wang Phaya Sub-district, Raman District, Yala. Retrieved from: <https://www.thaitambon.com/tambon/950614>
- UNCTAD. (2008, August 30). *Creative Economy Report 2008*. Retrieved from <http://theory.isthereason.com/p=2176>.

การออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก

พจนันธรธรรม 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 และใช้วัสดุเป็นกระดาษสติ๊กเกอร์กันน้ำ 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 รวมถึงตลาดสินค้าและบรรจุภัณฑ์ภายในชุมชนให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน และความต้องการทางการตลาด รวมถึงการพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งขนาดย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น การส่งเสริมชุมชนและผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น ให้สามารถปรับตัวและเพิ่มศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่หลากหลายตามความต้องการของตลาด เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญของประเทศ ในมิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่หน่วยงานภาครัฐให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง

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

ศักยภาพของชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้นของชุมชน ทำให้หลากหลายสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์แบบแก้วรูปทรงกระบอกยาว ที่ยากต่อการตัดพริกแกง และมีต้นทุนที่สูงจนเกินไปเมื่อเทียบกับการจำหน่ายในราคาท้องตลาด

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยและกลุ่มชุมชนจึงเห็นควรในการออกแบบมาสคอตสำหรับหลากหลายสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดรูปแบบของฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีโอกาสเติบโตได้หากมีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถสร้างรายได้แก่เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบมาสคอตสำหรับหลากหลายสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อหลากหลายสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกงที่ได้รับการพัฒนา

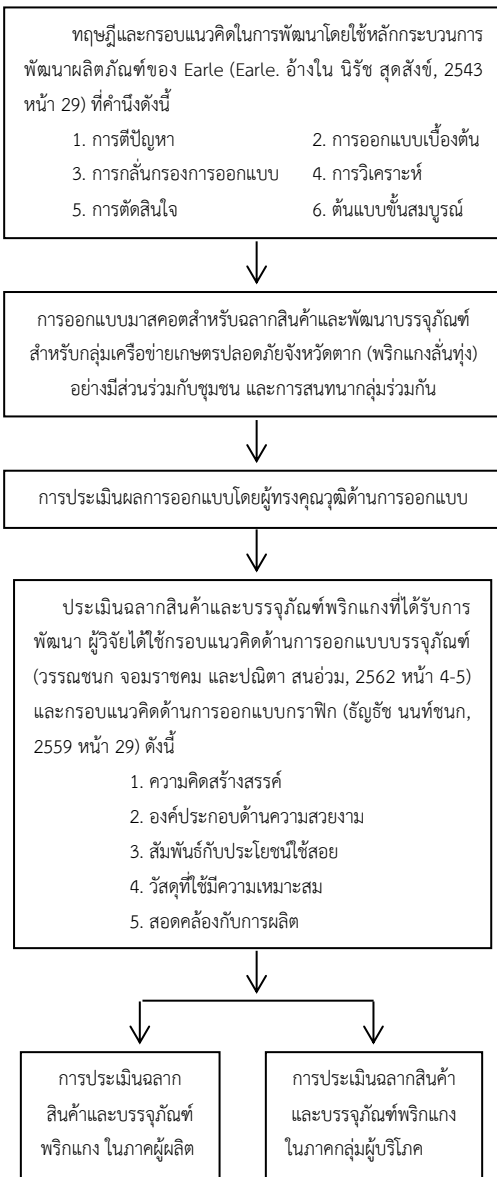
ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยการออกแบบมาสคอตสำหรับหลากหลายสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง)

ตำบลประดาง อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก มีการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดด้านการออกแบบ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้



การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก

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

ประชากร ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัย จังหวัดตากจำนวน 5 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้านการประเมินรูปแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้นทุ่ง)

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 ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 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) เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) โดยบันทึกลงแบบบันทึกเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษา ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนา

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หมายถึง การให้บุคคลกลุ่มหนึ่งที่นักวิจัยคัดเลือกมา

สนทนาโต้ตอบ แสดงความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกันในประเด็นต่าง ๆ ที่นักวิจัยกำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. แบบประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่มีต่อออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง)

4. แบบประเมินความพึงพอใจ คือ แบบประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ใช้ประเมินความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 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 และรวบรวมข้อมูลการออกแบบมาสคอตสำหรับฉลากสินค้าและพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัย จังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) ดังนี้

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

2. ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์พริกแกง และออกแบบมาสคอต ฉลากสินค้า สำหรับเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) 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 (พริกแกงลั่นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก ตามกรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นนำกลับมาสรุปผลที่ได้ในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ผลการวิจัย

จากการสังเกตและสนทนากลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) ตำบลประดาง อำเภอลำปาง จังหวัดตาก เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 พบว่าทางกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงลั่นทุ่ง) 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. สรุปรูปแนวทางการออกแบบ ดังนี้

3.1 ควรเป็นสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) ที่สื่อถึงความเป็นแม่ครัวหรือพ่อครัว ให้เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร

3.2 ชื่อที่ใช้ในฉลากสินค้าคือพริกแกง “ล้านทุ่ง” 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

ผู้วิจัยได้ออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนและพิจารณารูปแบบ สัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) พบว่า สัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมสอดคล้องกับแบรนด์พริกแกงล้านทุ่งมากที่สุด โดยสรุปข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

1. ใช้เป็นตัวละครที่เป็นผู้หญิงเพียงตัวเดียว เพื่อให้ง่ายต่อการจัดองค์ประกอบลงบนฉลากสินค้า

2. ปรับปรุงรูปแบบของสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) ให้เป็นภาพเพียงครึ่งตัวเพื่อให้ง่ายต่อการจัดวางลงบนฉลาก และเพื่อให้สามารถวางภาพลงบนฉลากโดยไม่กระทบต่อข้อมูลสำหรับผู้บริโภคอื่น ๆ บนฉลาก

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



รูปที่ 4 ฉลากสินค้าพริกแกงล้นทุ้งแบบขวด 80 กรัม แบบพริกแกงเผ็ดเครื่องเทศ พริกแกงลาบ และพริกแกงเผ็ด



รูปที่ 5 ฉลากสินค้าพริกแกงล้นทุ้งแบบซอง 100 กรัม แบบพริกแกงเผ็ดเครื่องเทศ พริกแกงลาบ และพริกแกงเผ็ด

จากการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบ 3 ท่าน ด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ในด้านการออกแบบ องค์ประกอบด้านความสวยงาม และวัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมตามศักยภาพของชุมชน ซึ่ง

สอดคล้องกับการผลิต และในแง่ของการใช้สอย ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนา ดังนี้

1. รูปแบบขวดบรรจุภัณฑ์พริกแกงขนาด 80 กรัม ให้ใช้เป็นขวดพลาสติก PED ปากทรงกลม เพื่อให้ง่ายต่อการตักพริกแกง ปากกระปุกขนาดไม่ต่ำกว่า 5 ซม. เพื่อให้ช้อนกลางสามารถใช้ตักพริกแกงได้

2. เพิ่มรายละเอียดของสินค้าให้ครบถ้วนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านส่วนประกอบ และชื่อของพริกแกงแต่ละประเภทต้องมีความชัดเจน เพื่อให้ตัดสินใจซื้อได้ง่าย



รูปที่ 6 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นสมบูรณ์

จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลงานต้นแบบของฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบ โดยการใช้ขวดพลาสติก PED ปากทรงกลม ขนาด 80 กรัม สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบกระปุก และปรับปรุงขนาดอักษรโดยอย่างยิ่งชื่อระบุประเภทของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีขนาดอักษรที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อประเมินความพึงพอใจของตัวแทนกลุ่มกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก และกลุ่มผู้บริโภค ณ งานแสดงและ

จัดจำหน่ายสินค้า OTOP ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน กำแพงเพชร เมื่อวันที่ 27-28 มีนาคม 2564 สรุปผลการประเมินได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกง

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 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจตัวแทนกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรปลอดภัยจังหวัดตาก ที่มีต่อฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์พริกแกง จำนวน 5 ท่าน โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48, S.D. = 0.65$)

ด้านความคิดสร้างสรรค์มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.55$) ในด้านองค์ประกอบด้านความสวยงามมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60, S.D. = 0.55$) ในด้านสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80, S.D. = 0.45$) ในด้านความเหมาะสมกับวัสดุ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00, S.D. = 0.71$) และด้านความสอดคล้องกับการผลิต มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00, S.D. = 0.00$)

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) และด้านความสอดคล้องกับการผลิตมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.48)



รูปที่ 7 การจัดแสดงสินค้าและประเมินความพึงพอใจผลงานต้นแบบ ณ ห้างสรรพสินค้า

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สนทนากลุ่มและออกแบบโดยมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่าทางกลุ่มเครือข่ายเกษตรปลอดภัยจังหวัดตาก (พริกแกงล้านทุ่ง) มีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตนเอง โดยมุ่งเน้นให้มีความโดดเด่น และแก้ปัญหาบรรจุภัณฑ์เดิมที่มีขนาดเล็กและเป็นทรงกระบอก ทำให้ยากต่อการใช้งานในการประกอบอาหาร และควรมีการพัฒนาสัญลักษณ์ตัวแทนกลุ่ม (mascot character) เพื่อให้ฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่จดจำได้ง่าย ดังที่ ชิสสิกา 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 ทั้งในแง่กระบวนการผลิตและต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า มีความพึงพอใจในด้านความสอดคล้องในการผลิตมากที่สุด และในแง่ของผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านของวัสดุที่ใช้มากที่สุด แสดงให้เห็นถึงการเลือกสินค้าที่ต้องมีวัสดุที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้การใช้งานในครัวเรือนได้ง่าย รวมไปถึงการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการกำหนดราคาการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่อย่างเป็นขั้นตอนในด้านของการคำนวณต้นทุน 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.

การออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น

มนัสชัย โมสิงหา¹, พิบูล ไวจิตรกรรม²

¹ 453 บ้านสวนแมนชั่น ลาดพร้าว 107 แยก 9 แขวงจัน เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 102410

² สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: djpeetasr41582@hotmail.com¹, pibool.wa@ssru.ac.th²

Received: April 21, 2021

Revised: May 21, 2021

Accepted: May 22, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีแนวคิดในการออกแบบแอปพลิเคชัน ที่ให้คำแนะนำการปฐมพยาบาลเบื้องต้นให้ผู้ได้รับบาดเจ็บอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ออกแบบให้มีรูปแบบทันสมัย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย ส่งเสริมให้ผู้ประสบเหตุเกิดความมั่นใจที่จะให้การช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ วิธีดำเนินงานวิจัย โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรซึ่งเป็นนักศึกษาช่วงอายุระหว่างอายุ 18-25 ปี จำนวน 100 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 5 คน ผลวิจัยจากการเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลในระดับปานกลาง และมีประสบการณ์การให้การปฐมพยาบาลผู้อื่นน้อย ผลวิจัยองค์ประกอบในการออกแบบพบว่า กลุ่มเป้าหมาย ต้องการแอปพลิเคชันที่มีรูปแบบกึ่งทางการ โทนสีสดใส ไม่นั่นลวดลายที่รบกวนสายตา ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายเพื่อให้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

คำสำคัญ : ปฐมพยาบาลเบื้องต้น, การออกแบบกราฟิก, แอปพลิเคชัน

Graphic design for first aid application

Manatchai Mosingha¹, Pibool Wajjitragum²

¹ 453 Lat Phrao 107 Alley, Lane 9, Khlong Chan, Bangkok District, Bangkok 10240

² Department of Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology

Suan Sunandha Rajabhat University

Email: djpeetasr41582@hotmail.com¹, pibool.wa@ssru.ac.th²

Received: April 21, 2021

Revised: May 21, 2021

Accepted: May 22, 2021

Abstract

The objective of this research is to design first aid application for rescuing the injured properly and efficiently with more modern form. Due to the present, many people misunderstand about the first aid method, and most of them dare not to perform it. Furthermore, current mobile application does not have enough information and attractive design which make the applications unreadable. According to tackle these problems, the researcher decided to launch an application that has an agreeable style. As a result, it can attract more people and raise their awareness about first aid method, and the users can apply what they learn from the application practically. To make the application, the researcher has conducted a research by collecting data with questionnaires from 100 people, which the age range are between 18-25 years old and 5 graphic design experts. According to the research, the target group had moderate level of first aid knowledge, but lack of experience in providing first aid. For the design elements, according to this research, Target group needs an application that is semi-formal, easy to read, and succinct, and with complete information.

Keywords : First Aid, Graphic Design, Application

บทนำ

อุบัติเหตุส่วนใหญ่ มักเกิดขึ้นโดยที่เราไม่ทันตั้งตัว จากการสำรวจพบว่า จำนวนอุบัติเหตุในประเทศไทยที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอุบัติเหตุทางท้องถนน ทางน้ำ อุบัติเหตุภายในครัวเรือน หรือการก่อการร้าย ผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุทั่วโลกยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แม้ว่าจะมีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง ปัญหาอุบัติเหตุต่าง ๆ โดยเฉพาะอุบัติเหตุทางท้องถนนของประเทศไทยก็ยังเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตลำดับต้น ๆ ของประเทศ จากข้อมูลสถิติของ Thai RSC พบว่ายอดสะสมของผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุในแต่ละปี มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 200,000 ราย และยอดเสียชีวิตไม่ต่ำกว่า 4,000 ราย อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นต่าง ๆ มีหลายสถานการณ์ที่อาจต้องการการปฐมพยาบาล การให้ความช่วยเหลือแก่บุคคลที่กำลังเจ็บป่วยหรือบาดเจ็บ โดยบริบาลให้เพื่อรักษาชีวิต ป้องกันไม่ให้สภาวะนั้นแย่ลง หรือเพื่อส่งเสริมการฟื้นตัว รวมถึงการรักษาเบื้องต้นในภาวะรุนแรงก่อนมีการช่วยเหลือของบุคลากรทางการแพทย์นั้น ถือเป็นสิ่งที่ควรให้ความรู้กับประชาชนทุกคน เพื่อเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วยลดความรุนแรงจากอาการบาดเจ็บเหล่านั้นก่อนส่งต่อให้แพทย์ช่วยเหลือและรักษาได้ง่ายขึ้น

ในอดีต การให้ข้อมูลการปฐมพยาบาลกับประชาชนนั้น จะจัดทำในรูปแบบของหนังสือ แผ่นพับ หรือจากการมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญฝึกอบรมซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ เริ่มเข้ามามีบทบาท มีช่องทางในการสื่อสารมากขึ้น ข้อมูลส่วนใหญ่จะประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทาง

ออนไลน์ หนึ่งในนั้นคือโทรศัพท์มือถือ ซึ่งมีอิทธิพลกับผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัย เกิดการผลิตแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งแอปพลิเคชันให้คำแนะนำในการปฐมพยาบาลของไทยในปัจจุบันนั้น ยังไม่ครอบคลุมการใช้งานได้เพียงพอกับการใช้งานในแต่ละประเภท อาจจะต้องมีการโยกย้ายสับเปลี่ยนการใช้งานระหว่างแอปพลิเคชัน ซึ่งใช้งานยาก และอาจจะทำให้สับสนได้ อีกทั้งข้อมูลต่าง ๆ อาจจะมีไม่เพียงพอต่อการใช้งานในสถานการณ์จริง และการออกแบบแอปพลิเคชันนั้น อาจจะไม่น่าดึงดูดให้นำใช้งาน ทำให้ดูไม่น่าเชื่อถือ และยังไม่เป็นที่รู้จัก

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษาและจัดทำ โครงการออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับให้ความรู้ด้านการปฐมพยาบาลที่มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัย นำไปใช้งาน ตอบโจทย์การใช้งานหลากหลายประเภท เพื่อดึงดูดให้ผู้คนหันมาสนใจและรณรงค์ให้ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ในสถานการณ์จริงได้อีกทั้งเพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ให้ข้อมูลเรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ในยามที่เรบาดเจ็บ หรือให้การช่วยเหลือผู้บาดเจ็บได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันที่กลุ่ม เป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย
2. เพื่อออกแบบแอปพลิเคชันที่ให้คำแนะนำการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ที่ใช้งานได้จริง
3. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประสบเหตุ เกิดความมั่นใจที่จะให้การช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือตำรา สื่อเว็บไซต์ และมัลติมีเดีย รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ทำแบบสอบถามเพื่อเก็บ ข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายอายุ 18-25 ปี และแบบสอบถามที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก ที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบ ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มประชากรตัวอย่าง
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 5 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (Mean) จากการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
6. ออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาจำนวน 100 คน ผลที่ได้จะแบ่งเป็น 2 ส่วน 1) ข้อมูลพฤติกรรมของ

ผู้บริโภครที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชัน 2) ข้อมูลทัศนคติของผู้บริโภคที่จะนำไปใช้ในงานออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชัน รวมทั้งข้อมูลจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน ดังนี้ ส่วนที่ 1 นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลอยู่ที่ระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 1) ซึ่งเคยมีประสบการณ์ในการปฐมพยาบาลผู้อื่น ในระดับน้อย (ดังตารางที่ 2) และส่วนใหญ่ จะไม่ใช้แอปพลิเคชันในการปฐมพยาบาล (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความรู้ด้านการปฐมพยาบาล

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
น้อยมาก	8	8	3
น้อย	31	31	2
ปานกลาง	48	48	1
มาก	8	8	3
มากที่สุด	5	5	4
รวม	100	100	

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประสบการณ์ในการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
น้อยมาก	23	23	3
น้อย	43	43	1
ปานกลาง	26	26	2
มาก	5	5	4
มากที่สุด	3	3	5
รวม	100	100	

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การใช้แอปพลิเคชันให้คำแนะนำการปฐมพยาบาล ในการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ใช่	14	14	2
ไม่ใช่	86	86	1
รวม	100	100	

ส่วนที่ 2 นักศึกษาที่มีทัศนคติที่มีต่อการออกแบบที่จะนำไปใช้ในงานออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น ที่นักศึกษาคิดว่าเกี่ยวข้องกับปฐมพยาบาลมากที่สุดคือ สีพื้นธรรมดา ไม่มีลวดลายเน้นสบายตา (ดังตารางที่ 4) และการใช้งานที่อยากให้มีมากที่สุดภายในแอปพลิเคชัน คือ การเรียกรถพยาบาล (ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการออกแบบของแอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
สีพื้นธรรมดา ไม่มีลวดลาย เน้นสบายตา	42	42	1
สีสันสดใส มีลวดลาย มีตัวการ์ตูน	28	28	2
สีพื้นธรรมดา มีลวดลาย	23	23	3
สีพื้นธรรมดา มีตัวการ์ตูน	7	7	4
รวม	100	100	

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชันที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ซึ่งสามารถตอบให้มากกว่า 1 ข้อ

รายละเอียด	ความถี่	จำนวน	ลำดับ
เรียกรถพยาบาล	86	100	1
อุปกรณ์ปฐมพยาบาล	38	100	5
ช่องทางติดต่อแพทย์	70	100	2
ติดตามรถพยาบาลแบบเรียลไทม์	59	100	3
คำนวณค่าใช้จ่ายและชำระเงิน	49	100	4
รวม	100	100	

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้แนวคิดในการออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้น ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบทั้ง 5 ท่าน สรุปได้ว่าการออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชันเพื่องานปฐมพยาบาลเบื้องต้นควรแยกสีแยกหมวดหมู่ให้ชัดเจนเพื่อลดความสับสนของผู้ใช้งาน (Art Blog, 2016) และเพื่อความเข้าถึงคนที่ใช้งานทุกช่วงอายุ ต้องสื่อให้ชัดเจนว่าเราควรกดตรงไหนในการช่วยเหลือประเภทอะไร ควรมีปุ่มน้อยที่สุด (Site.google, 2005) และอาจจะสับสนได้ถ้าไอคอนสื่อไม่ได้มากพอ หรือมีปุ่มน้อย ขอยหน้ามากเกินไป ควรใช้ได้ทั้งในที่ที่มีแสงสว่างมากและในที่ที่มีแสงน้อย (Light Theme and Dark Theme) ควรมีรูปลักษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและน่าเชื่อถือ (Authoritative) เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและนำไปใช้งานจริงได้ (King Mongkut's Institute of Technology North

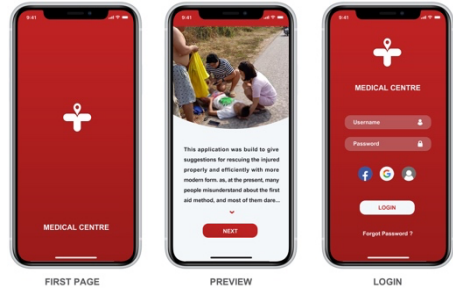
Bangkok, 2015) และไม่ควรใช้ภาพกราฟิกที่เป็น ลวดลายในการออกแบบมากเกินไป

สรุปและอภิปรายผล

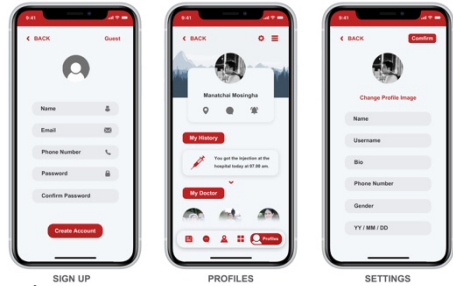
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถาม กลุ่มเป้าหมายและแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์เพื่อนำมาออกแบบ โดยมี ข้อมูลลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดงาน แบบร่างมือและแบบร่างคอมพิวเตอร์โดยมี กลุ่มเป้าหมายเป็นเพศชายและเพศหญิง อยู่ใน ช่วงอายุ 18 - 25 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประมาณมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ลักษณะบุคลิกภาพ เป็นคนชอบเรียนรู้ ชอบแสวงหาประสบการณ์อะไรใหม่ ๆ และมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาลในระดับปานกลาง โดยการออกแบบกราฟิกสำหรับแอปพลิเคชัน เพื่อนำมาปฐมพยาบาลเบื้องต้น แนวคิดในการ ออกแบบ คือ ใช้งานง่าย (ขั้นตอนน้อย ไม่ซับซ้อน ให้ข้อมูลชัดเจน) (Designil, 2015) ลักษณะของ งาน คือ Authoritative (เชี่ยวชาญน่าเชื่อถือ) เพื่อนำเสนอความน่าเชื่อถือของตัวแอปพลิเคชันที่มี ข้อมูลเนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และมีการออกแบบที่ดูน่าใช้งาน และตอบโจทย์ผู้ใช้งาน ได้หลากหลาย เหมือนมีแพทย์มาให้คำแนะนำข้าง กาย แบบร่างของการออกแบบกราฟิกสำหรับ แอปพลิเคชันปฐมพยาบาลเบื้องต้น (Siriphon, 2003) มีดังนี้

1. ออกแบบ Logo
2. ออกแบบ Icon, Pictogram
3. ออกแบบ Interface ที่ใช้ในแต่ละหน้า

4. ออกแบบ User Interface ของแต่ละหน้า (Login, Profiles, Main menu, Messengers)



รูปที่ 1 หน้าหลักของแอปพลิเคชัน



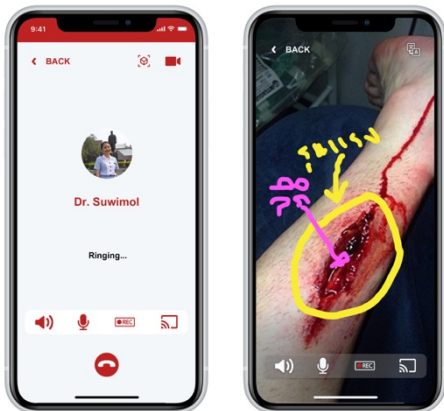
รูปที่ 2 หน้าลงทะเบียนผู้ใช้งาน



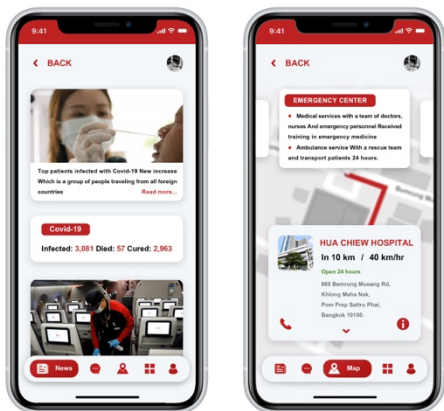
รูปที่ 3 รูปแบบต่าง ๆ ของการใช้งาน



รูปที่ 4 การเข้าถึงสถานพยาบาลด้วยสัญญาณดาวเทียม



รูปที่ 5 การปฐมพยาบาลผ่านระบบออนไลน์



รูปที่ 6 การแจ้งเตือนและบันทึกการใช้สถานที่

กิตติกรรมประกาศ

การทำกรวิจัยครั้งนี้สามารถสมบูรณ์ได้นั้นได้รับความช่วยเหลือจากหลาย ๆ ปัจจัย จากหลายบุคคล ซึ่งถ้าพึ่งผู้วิจัยคนเดียวนั้น ไม่สามารถทำให้การวิจัยสำเร็จจุล่งลงได้ หากขาดบุคคลเหล่านี้

ผศ.ดร.พิบูล วัชรธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ท่านคอยให้คำแนะนำ และตรวจสอบงานออกแบบอยู่เสมอ สม่่าเสมอ คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำกับนักศึกษาเป็นอย่างดี

อีกทั้งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่ช่วยตอบแบบสอบถามในการทำกรวิจัยครั้งนี้ พุดถึงแนวทางต่าง ๆ และแนะนำวิธีต่าง ๆ แนวทางที่เป็นประโยชน์ในการออกแบบ

และเพื่อน ๆ ในสาขา หากไม่มีเพื่อน ๆ ในสาขาที่คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกันและช่วยเหลือกันจนวินาทีสุดท้าย ผู้วิจัยคงไม่สามารถทำโครงการวิจัยสำเร็จและผ่านไปได้ด้วยดี

References

Art Blog, (2020, February 23) *Primary Color*. retrieve from: <https://krittayakorn.wordpress.com/2013/03/20>

Designil, (2020, February 23). *User Interface Design*. retrieve from: <https://www.designil.com/7-rules-beautiful-ui-design.html>

King Mongkut's Institute of Technology
North Bangkok, (2020, February 23).

Principles of Graphic Design. retrieve
from: [http://www.ideaesign.com/port/
graphic/content0303_01.htm](http://www.ideaesign.com/port/graphic/content0303_01.htm).

Siriphon, R. (2003). *First Aid Manual*. Se-
Education p.l.

Site.google, (2020, February 27). *Application
Design*. retrieve from: [https://sites.google.
com/site/tlmimo99/6-4-kar-xxkbaeb-
xaepphlikhechan](https://sites.google.com/site/tlmimo99/6-4-kar-xxkbaeb-xaepphlikhechan)

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปางบุรี จังหวัดกำแพงเพชร

ณัฐธิกานต์ ปิ่นจู่ไร¹, ธนกิจ โคกทอง², ธนสิทธิ นิตยประภา³, สาวิตรี พรหมรักษา⁴

^{1,2} สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

^{3,4} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Email : nutthikan.pin.pin@gmail.com¹

Received: April 23, 2021

Revised: April 30, 2021

Accepted: May 1, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปางบุรี จังหวัดกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ โดยการออกแบบและการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนจากการสังเกตและสนทนากลุ่ม พบว่า รูปแบบการใช้ลวดลายและสีสันทันของกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญยังขาดลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งปัจจุบันทางกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญได้ทอผ้าขึ้นจำหน่าย ภายใต้ลวดลายของอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ตามออเดอร์ที่ได้รับ ทำให้ขาดซึ่งความมั่นใจในการพัฒนาลวดลายของตนเอง เพราะมีความเสี่ยงในการจัดจำหน่ายสูงกว่า เมื่อเทียบกับการทอผ้าขึ้นตีนจกที่ได้รับมอบหมายตามออเดอร์ที่ได้รับ ดังนั้นชุมชนเกิดการมุ่งเน้นที่อยากจะออกแบบและพัฒนาลวดลายจากผ้าให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญของตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อส่งเสริมพัฒนาให้กับกลุ่มชุมชน ซึ่งชุมชนมีความเห็นสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน “ลวดลายดอกกระเจียว” นั้นเป็นลวดลายแสดงความเป็นอัตลักษณ์ประจำกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปางบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ได้อย่างเด่นชัด และมีการปรับแก้ลวดลายให้มีความเหมาะสมที่สุด ซึ่งมีผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญที่พัฒนาแล้ว โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.67$)

คำสำคัญ : การออกแบบ, ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ, ภูมิปัญญา, อัตลักษณ์

Design and development of woven fabrics with local wisdom according to identity of Ban Sap Charoen community, Pang Makha subdistrict, Khanu Woralaksaburi district Kamphaeng Phet Province

Nutthikan Pinjurai¹, Tanakit Koktong², Thanasit Nitayaprapha³, Sawitri Promruksa⁴

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

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

Email : nutthikan.pin.pin@gmail.com¹

Received: April 23, 2021

Revised: April 30, 2021

Accepted: May 1, 2021:

Abstract

Research on the design and development of woven fabrics with local wisdom according to identity Of Ban Sap Charoen community, Pang Makha subdistrict, Khanu Woralaksaburi district Kamphaeng Phet Province The objectives of this research are 1) to design and develop patterns of woven fabrics with local wisdom according to the identity of Ban Sapcharoen community. Towards textile products with local wisdom according to the identity of Ban Sapcharoen community By the design and development with participation with the community from observation and discussion of the group, it was found that the patterns and colors of the Hinjok weaving group at Ban Sapcharoen Still lacking a pattern that is their own identity Which at present, the Hinjok Sarin Group of Ban Sapcharoen has weaving sarong for sale Under the pattern of other ethnic group identities according to the orders received Causing the lack of confidence in the development of one's own pattern Because there is a higher risk of distribution Compared to the weaving of a sarong made of cloth that has been assigned by the order received Hence, the community had a focus on designing and developing jok-pattern patterns to reflect the identity of the Baan Sapcharoen Sarin Weaving Group, Ban Sapcharoen. The researcher has undertaken the design and development with participation with the community to promote and develop for the community groups. Which the community agreed in the same direction “Krachiew flower pattern” is a pattern showing the identity of the Hinjok Sarin, Ban Sapcharoen, Pang Makha Sub-district, Khanu Woralaksaburi District, Kamphaeng Phet Province And

adjust the pattern to make it most suitable Which has the results of assessing the satisfaction of the consumer groups Towards textile products with local wisdom according to the identity of the developed Ban Sapcharoen community Overall, they were satisfied at a high level ($\bar{X} = 4.35$), with standard deviation (S.D. = 0.67).

Keywords : Design, Textile products, Wisdom, Identity

บทนำ

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวความคิดการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เกิดการยอมรับของตลาด และทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน โดยรัฐบาลมีนโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ซึ่งมีรัฐบาลคอยช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นอีกวิถีทางหนึ่ง ในการส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนา ท้องถิ่นและสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ และให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีคุณภาพ สร้างจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มสินค้าให้ตรงตามความต้องการของ ตลาดทั้งในและต่างประเทศ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2547 หน้า 1)

จากแผนการดำเนินงานโครงการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนา ท้องถิ่นด้วยพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม ท้องถิ่นด้วยศาสตร์พระราชา คือ โครงการยกระดับ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชรมอบหมายให้ทางคณะเทคโนโลยี อุตสาหกรรม เป็นผู้รับผิดชอบ การพัฒนาท้องถิ่น ทางด้านงานบริการวิชาการ เป็นพันธกิจหนึ่งที่ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมให้ความสำคัญและ

ต้องปฏิบัติตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นอีก หนึ่งปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมและสร้างรายได้ให้กับ ชุมชน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถ ยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หรือการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ OTO P แล้วให้ได้ดาวที่มากขึ้น หรือยกระดับมาตรฐาน สินค้าชุมชนอย่างน้อย 1 ระดับ และเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น คณะเทคโนโลยี อุตสาหกรรม ซึ่งมีวิทยาการศาสตร์ทางด้าน เทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการออกแบบพัฒนา ผลิตภัณฑ์ จึงเป็นอีกหนึ่งศักยภาพทางวิชาการ และวิชาชีพที่สามารถส่งเสริมชุมชนให้มีการ พัฒนา ศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเป็น รูปธรรม

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยลงพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าทอชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำดวนบุรีรัมย์ จังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลข้างต้น และ ตัวแทนชุมชนเข้ามาปรึกษาขอความช่วยเหลือนั้น พบว่า มีผู้นำที่มีความเข้มแข็งอยากผลักดันและ ส่งเสริม ให้ชุมชนของตนเองมีชื่อเสียงและเป็นที่ รู้จักมากยิ่งขึ้น ชุมชนมีศักยภาพสูงในการผลิต ผ้าทอ เพราะปัจจุบันนั้นมีการผลิตสินค้าชุมชน ส่งให้จังหวัดอุทัยธานีเป็นประจำ แต่ชุมชนนี้ยังขาด ทักษะและกระบวนการด้านลวดลายเป็นอัตลักษณ์ ของชุมชนเอง ดังนั้นชุมชน ดังนั้นทำให้ผู้วิจัยเกิด แนวคิดที่ลงพัฒนา ผลักดันและส่งเสริมชุมชนบ้าน เกิดเป็นที่รู้จักมากขึ้น และยกระดับศักยภาพ ชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดกำแพงเพชร มีการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

กรอบแนวความคิดการออกแบบ ในการนำเสนอส่วนประกอบหรือโครงสร้างของการออกแบบ เช่น เส้น สี รูปทรง พื้นผิว ฯลฯ มาจัดวางรวมกัน ต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ ความสมดุล การตัดกัน การเน้น ขนาด และสัดส่วน จังหวะ และเอกภาพ

กรอบแนวความคิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2539 หน้า 19) ที่ค่านิ่ง ดังนี้ (1) รูปแบบที่สร้างสรรค์ (2) มีความงามที่

น่าสนใจ (3) สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย (4) เหมาะสมกับวัสดุ (5) สอดคล้องกับการผลิต

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ

การมีส่วนร่วมกับชุมชน เพื่อสร้างแนวทางในออกแบบและพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตาม อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 125) ดังนี้

ประชากร ได้แก่ นักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานเกี่ยวข้องการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดกำแพงเพชร และกลุ่มชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

นักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานเกี่ยวข้องการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 3 คน

กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 3 คน

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 125) ดังนี้

ประชากร ได้แก่ ประชาชนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยว จังหวัดตาก

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observation) (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 122) เพื่อใช้สังเกตสภาพทั่วไปของบรรยากาศภายในชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัดตาก เป็นการศึกษาแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้า สำหรับกลุ่มบ้านทรัพย์เจริญ โดยบันทึกแบบบันทึกเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษา ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนา

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หมายถึง การให้บุคคลกลุ่มหนึ่งที่นักวิจัยคัดเลือกมาสนทนาโต้ตอบ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ของกลุ่มตัวแทนสมาชิกผู้ประกอบหรือกลุ่มชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัดตาก แสดงความรู้สึกนึกคิดซึ่งกันและกันในประเด็นต่าง ๆ ที่นักวิจัยกำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เช่น เกี่ยวกับศึกษากระบวนการผลิต ความต้องการทางเทคโนโลยีการผลิต ปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่

เกิดจากกระบวนการผลิต และศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าตีนจก เพื่อทราบถึงตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ ราคาที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ รูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการสร้างอาชีพในชุมชน

3. แบบประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ที่มีต่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้า กลุ่มชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัดตาก

4. แบบประเมินความพึงพอใจ คือ แบบประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ใช้ประเมินความพึงพอใจตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale) ได้กำหนดเกณฑ์โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของจุดตัด ดังนี้ (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 122)

- 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 และรวบรวมข้อมูลออกแบบและพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ

ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัด
กำแพงเพชร ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลภาคเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้
จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
โดยการรวบรวม วิเคราะห์ จัดกลุ่มของเอกสาร
เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาด้วยการ
ค้นคว้าเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา กระบวนการผลิต
รูปแบบ การกำหนดกรอบแนวคิด และอื่น ๆ เพื่อ
นำข้อมูลมาเปรียบเทียบวิเคราะห์ความเป็นไปได้
ในการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของ
ผู้บริโภคปัจจุบัน

2. ทำการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน
และการสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกชุมชนบ้านทรัพย์
เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัด
กำแพงเพชร เป็นการศึกษาเพื่อจัดเตรียม
ข้อมูลด้านความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการ
พัฒนารูปแบบ จากนั้นสรุปผลโดยการบรรยายสรุป

3. การประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการ
ออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชน
บ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง
จังหวัดกำแพงเพชร ร่วมกัน

4. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์
ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า
อำเภอลำปาง จังหวัดกำแพงเพชร แบบมี
ส่วนร่วมกับชุมชนในการให้ข้อมูล และข้อเสนอแนะ
มาทำการออกแบบลวดลายร่าง 2 มิติ จำนวน 10
รูปแบบ ลายเส้นงานขาวดำ

5. ประเมินการออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์
ผ้าทอ โดยกลุ่มผู้ผลิต และนักออกแบบหรือ
เจ้าหน้าที่หน่วยงานเกี่ยวข้องการส่งเสริมพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดกำแพงเพชร โดยการนำ
การออกแบบลวดลายร่าง 2 มิติ จำนวน 10
รูปแบบ แล้วนำไปทดสอบเพื่อคัดเลือกรูปแบบ
จำนวน 3 รูปแบบพร้อมลงสี และเลือกรูปแบบที่
ได้คะแนนสูงสุดไปเขียนแบบขึ้นผลิต จำนวน 1
รูปแบบที่ผ่านการคัดเลือก พร้อมทั้งผลิตต้นแบบ
จำนวน 1 รูปแบบ จากอัตลักษณ์ของชุมชนบ้าน
ทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง
จังหวัดกำแพงเพชร

6. ประเมินความพึงพอใจ โดยผู้บริโภคหรือ
นักท่องเที่ยว จังหวัดกำแพงเพชร

7. เสนอผลงานการออกแบบต่อชุมชนแบบมี
ส่วนร่วม เพื่อรับข้อเสนอแนะ และจัดทำรายงาน
ผล สรุปผลการวิจัย ตามกรอบแนวคิดการวิจัย
จากนั้นนำกลับมาสรุปผลที่ได้ ในรูปแบบข้อมูล
เชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:
S.D.)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1
เพื่อออกแบบและพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอ
ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชน
บ้านทรัพย์เจริญ ดังนี้

1. การสังเกตการลงพื้นที่แบบมีส่วนร่วมกับ
ชุมชน เพื่อใช้สังเกตสภาพทั่วไปของบรรยากาศ
ภายในชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า
อำเภอลำปาง จังหวัดกำแพงเพชร และได้
เข้าสัมภาษณ์คุณณัฐกาญจน์ สอนเครือ ผู้ใหญ่บ้าน
ทรัพย์เจริญ และสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต พบว่า

ด้านประวัติความเป็นมา กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ หมู่ 17 ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกที่ผู้ใหญ่บ้านก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559 ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 28 คน โดยมุ่งเน้นการทอผ้าขึ้นตีนจกตามออเดอร์การสั่งทอจากหมู่บ้านอื่น ๆ ซึ่งสมาชิกในกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกมีความพร้อมทั้งในด้านทักษะการทอผ้า และการแกะลวดผ้า ทำให้มีศักยภาพในการสร้างสรรค์รูปแบบลายผ้าทอได้อย่างหลากหลาย แต่เนื่องด้วยการรับงานตามความต้องการผลิตของชุมชนอื่น ๆ ทำให้ยังไม่มีลวดลายผ้าที่เป็น อัตลักษณ์ของชุมชนตนเองอย่างเด่นชัด

ด้านการศึกษากระบวนการผลิต พบว่าการทอผ้าขึ้นตีนจกนั้น จัดเป็นการทอผ้าที่ใช้ระยะเวลาในการผลิตนานอย่างหนึ่ง เนื่องด้วยกระบวนการจกลายผ้าที่ต้องใช้ทักษะ ความมีฝีมือ ความประณีต และสมาธิของผู้จกลายผ้า ทำให้การจะได้ผ้าขึ้นตีนจกจำนวน 1 ผืน ต้องใช้ระยะเวลาหลายวัน ขึ้นอยู่กับความละเอียดของลวดลาย อีกทั้งสมาชิกในชุมชนนั้นล้วนมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร ปลูกมันสำปะหลัง ข้าว อ้อย ข้าวโพด เห็ดโคน ขายเป็นหลัก ดังนั้นจึงทำให้มีเวลาในการผลิตผ้าค่อนข้างน้อย ขึ้นอยู่กับเวลาที่เหลือจากการทำอาชีพหลัก ทำให้กระบวนการผลิตผ้าขึ้นตีนจกนั้นช้ายิ่งกว่าเดิม

ด้านความต้องการทางเทคโนโลยีการผลิต ปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดจากกระบวนการผลิต พบว่า ในด้านของวัสดุอุปกรณ์การทอผ้าและจกผ้าต่าง ๆ เป็นวัสดุที่ได้รับการสนับสนุนจาก

ผู้ใหญ่บ้าน และการจัดสรรตามออเดอร์ที่ได้รับ ดังนั้นรูปแบบของการทอผ้า และการจกผ้าจึงเน้นไปที่การเลียนลวดลวดลายตามความต้องการของผู้สั่งงาน สังเกตได้ว่าทางชุมชนจะมีสีของด้ายที่เป็นสีเฉพาะจากการใช้ในออเดอร์การทำผ้าขึ้นตีนจกตามออเดอร์เท่านั้น ดังนั้นการคิดลวดลายใหม่ ๆ และการพัฒนาลวดลายนั้น จะต้องมีการสนับสนุนวัสดุและอุปกรณ์ที่เหมาะสมต่อการถักทอลายใหม่ ๆ และสีด้ายสีอื่น ๆ เป็นต้น

ด้านศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก เพื่อทราบถึงลวดลาย และความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่า รูปแบบการใช้ลวดลายและสีสันทันของลวดลายผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ ยังขาดลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งปัจจุบันทางกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ ได้ทอผ้าขึ้นจำหน่ายภายใต้ลวดลายของอัตลักษณ์ กลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ตามออเดอร์ที่ได้รับ ทำให้ขาดซึ่งความมั่นใจในการพัฒนาลวดลายของตนเอง เพราะมีความเสี่ยงในการจัดจำหน่ายสูงกว่า เมื่อเทียบกับการทอผ้าขึ้นตีนจกที่ได้รับมอบหมายตามออเดอร์ที่ได้รับ

ด้านรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค พบว่า รูปแบบที่เหมาะสมของการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ คือ การมุ่งเน้นที่ลวดลายจกผ้าให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญของตนเอง เนื่องจากการทอผ้าขึ้นตีนจกตามรายการจากชุมชนอื่น ๆ ทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ขาดอัตลักษณ์ของตนเอง และไม่สามารถจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ ต้องจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อของกลุ่ม

ชาติพันธุ์อื่น ๆ เท่านั้น ซึ่งผู้บริโภคที่มีความต้องการในการซื้อสินค้า ก็ต้องการรูปแบบสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ และเป็นที่ยึดจำในการซื้อ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาตลาดหลายอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อต่อยอดสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ มีผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

ด้านรายได้ของชุมชนต่อครัวเรือน และราคาที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ โดยรายได้ของกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ ประมาณ 1,000 – 2,000 บาทต่อเดือน ตามกำลังการทอผ้าของแต่ละบุคคลในกลุ่มทอผ้า ซึ่งราคาของผ้าทอจะมีราคาที่แตกต่างกันตามปริมาณของลวดลายที่ทำการทอลงบนผ้านี้

- ผ้าขึ้นทอมือมีปริมาณลวดลายมาก (ผืน) ราคาขายต่อผืน คือ 8,000 บาท
- ผ้าขึ้นทอมือมีปริมาณลวดลายปานกลาง (ผืน) ราคาขายต่อผืน คือ 4,500 บาท
- ผ้าขึ้นทอมือมีปริมาณลวดลายน้อย (ผืน) ราคาขายต่อผืน คือ 2,000 บาท
- ผ้าขึ้นทอมือส่วนตีน (ชิ้น) ราคาขายต่อชิ้น คือ 3,500 บาท
- ผ้าขึ้นทอมือส่วนตัว (ชิ้น) ราคาขายต่อชิ้น คือ 3,500 บาท

ช่องทางในการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ มีจากการขายผ่านทางออนไลน์เฟสบุ๊ก การขายให้กับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการ การขายตามเทศกาลของพื้นที่ในจังหวัดกำแพงเพชร โดยการขายออนไลน์นั้น

ทางกลุ่มแม่บ้านจะใช้วิธีในการฝากส่งสินค้าภายในจังหวัดกำแพงเพชรเท่านั้น

ในส่วนของต้นทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ โดยที่การทอผ้า 1 ผืน จะใช้เวลาในการทอผ้าประมาณ 1 เดือน แรงงานไม่มี เนื่องจากไม่มีการจ้างแรงงานในการทอผ้า เนื่องจากการทอผ้าใช้เวลานาน และผู้ทอผ้ายังคงมีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรมด้วย ดังนั้นเวลาในการทอผ้าจึงมีเวลาอย่างจำกัดในการทอผ้า แต่ถ้าเป็นผู้ที่ทอผ้าแบบเป็นอาชีพทำเต็มเวลา 1 ผืน จะสามารถทอผ้าได้ในเวลา 30 วัน ซึ่งต้นทุนต่อผ้า 1 ผืน มีดังนี้

วัตถุดิบ ต้นทุนรวมของวัตถุดิบ จำนวน 343.33 บาท

- ฝ้ายแกะ จำนวน 73.33 บาท
- ฝ้ายกล่อ่ง จำนวน 220 บาท
- ฝ้ายยืน จำนวน 50 บาท

ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน และของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการสร้างอาชีพในชุมชน พบว่า กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญมีความต้องการในการพัฒนารูปแบบลวดลายผ้าขึ้นตีนจก ให้มีเอกลักษณ์และเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์สร้างแนวทางในการพัฒนาสินค้าที่มีกลิ่นอายความเป็นกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญอย่างแท้จริง โดยชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนตลอดกิจกรรม



รูปที่ 1 การลงพื้นที่สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล

2. ด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง เพชร ดังนี้

ผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ร่วมกันกับชุมชน เพื่อถอดหาภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ พบว่าผลการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน สังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observation) และการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่า ชุมชนเลือกใช้อัตลักษณ์ในพื้นที่ในด้านของความสมบูรณ์ทางธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งถือเป็นจุดเด่นด้านภูมิศาสตร์ของชุมชน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ทำอาชีพเป็นเกษตรกรจากการสนทนากลุ่มร่วมกันอีกครั้งจึงสามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของลวดลาย จึงสามารถจำแนกลวดลายองค์ประกอบสำหรับกลุ่มทอผ้าขึ้นต้นจกบ้านทรัพย์เจริญ ได้ทั้งหมด 3 ลาย ได้แก่ ลายดอกกระเจียว ลายหน่อไม้ และลายอื่น ๆ เช่น ภูเขา ลำธาร เห็นโคน น้ำตก เป็นต้น

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบลวดลายอัตลักษณ์กลุ่มทอผ้าขึ้นต้นจกบ้านทรัพย์เจริญ ทั้งหมด 3 ลวดลาย ซึ่งจากการพิจารณาอย่างมี

ส่วนร่วมกับชุมชน ชุมชนมีความเห็นสอดคล้องในการนำลวดลาย เป็นลวดลายอัตลักษณ์ประจำกลุ่มทอผ้าขึ้นต้นจกบ้านทรัพย์เจริญ



รูปที่ 2 การถอดหาภูมิปัญญาท้องถิ่น

เสร็จแล้วนำเครื่องมือไปประเมินรูปแบบการออกแบบลวดลาย โดยนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานเกี่ยวข้องการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดลำปาง เพชร จำนวน 3 ท่าน และกลุ่มชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำปาง เพชร จำนวน 3 ท่าน เพื่อหารูปแบบเหมาะสมไปผลิตต่อไป



ลายดอกกระเจียว



ลายหน่อไม้



ลายภูเขา

รูปที่ 3 การออกแบบลวดลายผ้า 2 มิติ

จากการดำเนินการนำลวดลายทั้ง 3 ลวดลาย มาพิจารณาอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งชุมชนมีความเห็นสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน “ลวดลายดอกกระเจียว” นั้นเป็นลวดลายแสดงความเป็นอัตลักษณ์ประจำกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำดวนบุรีรัมย์ จังหวัดกำแพงเพชร ได้อย่างเด่นชัด และมีการปรับแก้ลวดลายให้มีความเหมาะสมที่สุด



รูปที่ 4 ลวดลายอัตลักษณ์ประจำกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านทรัพย์เจริญ

ผลการวิเคราะห์ตาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ดังนี้

จากนั้นผู้วิจัยได้นำผลงานต้นแบบของ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ณ งานแสดงและจัดจำหน่ายสินค้า OTOP ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน กำแพงเพชร เมื่อวันที่ 27-28 มีนาคม 2564 ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสุ่มแบบบังเอิญ ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550 หน้า 125) จำนวน 100 คน สรุปผลการประเมินได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้บริโภค		
		\bar{X}	S.D.	ระดับ
1.	ด้านรูปแบบที่สร้างสรรค์	4.41	0.62	มาก
2.	ด้านสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย	4.41	0.74	มาก
3.	ด้านความงามที่น่าสนใจ	4.14	0.72	มาก
4.	ด้านเหมาะสมกับวัสดุ	4.42	0.65	มาก
5.	ด้านสอดคล้องกับการผลิต	4.37	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.35	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X} = 4.35$)

และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ (S.D. = 0.67) ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านรูปแบบที่สร้างสรรค์ คือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X} = 4.41$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ (S.D. = 0.62) ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย คือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X} = 4.41$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ (S.D. = 0.74) ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านความงามที่น่าสนใจ คือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X} = 4.14$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ (S.D. = 0.72) ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านเหมาะสมกับวัสดุ คือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X} = 4.42$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ (S.D. = 0.65) ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านสอดคล้องกับการผลิต คือ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ ($\bar{X} = 4.35$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ (S.D. = 0.67) ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สนทนากลุ่มและออกแบบโดยมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่า พบว่าทางกลุ่มชุมชนบ้านทรัพย์เจริญ ตำบลปางมะค่า อำเภอลำดวนบุรี จังหวัดกำแพงเพชร มีความต้องการในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชน โดยมุ่งเน้นให้มีความโดดเด่นสร้างสรรค์ของลวดลายเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเองเฉพาะถิ่น และเป็น การสร้างให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสื่อความหมาย

ให้ได้รับประสบการณ์จากวิถีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เป็นที่จดจำได้ง่าย มีความสอดคล้องกับแนวความคิดของประเสริฐ ศิลรัตน์ (2538 หน้า 2) ได้กล่าวว่าการออกแบบลวดลายปัจจุบันเป็นศิลปะประยุกต์แขนงหนึ่งที่สร้างสรรค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏในรูปแบบในลักษณะลวดลายเพื่อเสริมแต่งโครงสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่ คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือปรับปรุงของเดิมที่มีอยู่ และมีความต้องการ 2 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพและด้านความงามในการออกแบบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของวิมล จุฑะวิภาต (2545) ที่กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์กับการออกแบบเครื่องประดับ คือ ความคิดสร้างสรรค์ด้านความคิดสร้างสรรค์ด้านประโยชน์ใช้สอย และความคิดสร้างสรรค์ด้านความงามในการวิจัยนี้ การออกแบบและพัฒนาลวดลายผลิตภัณฑ์ผ้าทอนั้นได้มีส่วนร่วมกับชุมชนโดยตรง จึงทำให้ชุมชนเลือกวิธีการออกแบบและพัฒนาลวดลายที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน และความต้องการอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ด้านลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอสามารถพัฒนาต่อยอดในการพัฒนาต่อไปได้อีก โดยคำนึงถึงสัดส่วนมนุษย์ พฤติกรรมผู้บริโภค การเพิ่มประโยชน์ใช้สอยในด้านอื่น ๆ การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาร่วมพัฒนา เพื่อเพิ่มสวยงาม ความแข็งแรง และรูปแบบ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ที่สนับสนุนการทำวิจัยนี้ และขอขอบคุณ
ผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง

References

- Department of Community Development.
(2004). *Guidelines for creating a story
of product*. ATN Production.
- Phonsanong Wongsingthong. (2007). *Product
Design Research Methods*. Chulalongkorn
University Publishing.
- Prasert Silrattana. (1995). *Pattern design*.
Odeon Store.
- Watthana Chutawipa T. (2002). *Jewelry
design*. Chulalongkorn University.
- Wirun Tangcharoen. (1996). *Design*. Visual Art.

แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

โรมซี แตมาสา¹, อัปสร อีซอ², อัศฮาร์ และแม็ง³

¹งานวิจัยและบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³สาขาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Email: Romsee.t@yru.ac.th¹, Apsorn.e@yru.ac.th², Ashar.l@yru.ac.th³

Received: March 8, 2021

Revised: June 3, 2021

Accepted: June 7, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ เก็บข้อมูลจาก ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญการออกแบบตราสัญลักษณ์ ใช้การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น และใช้การออกเสียงเพื่อจัดอันดับสิ่งที่สื่อถึงความเป็นคณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด 2 อันดับ นำมาขยายความและรายละเอียด เพื่อใช้เป็นแนวคิดการออกแบบและใช้แบบสำรวจความคิดเห็นในการเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด

ผลการศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ จากประเด็นคำถาม **“นี่ถึง วงกม.มรย.นี่ถึงอะไร”** พบว่า เรือสำเภา สื่อถึงอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด รองลงคือ คำว่า Smart เรือสำเภา หมายถึงการส่งเสริมกิจการงาน การค้า ความเจริญรุ่งเรือง เป็นตัวแทนของความสำเร็จ สอดคล้องกับคณะวิทยาการจัดการ ที่เป็นองค์กรที่อุดมไปด้วยองค์ความรู้ สามารถนำพบบัณฑิตสู่ความเจริญรุ่งเรืองและประสบความสำเร็จ ด้วยศาสตร์บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ดังปรัชญา คณะวิทยาการจัดการ ที่ว่า **“เรียนรู้อย่างมีคุณค่า ใช้วิชาอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา”** สอดคล้องกับแนวคิดในสร้างอาคารเรียนที่มีต้นแบบพื้นฐานจากรูปลักษณ์ของเรือสำเภา ในส่วนของคำว่า Smart นั้น ใช้รูปลักษณ์ของคนที่สวยงามใส่เนคไท (Necktie) ปรากฏอยู่ในรูปลูกศรที่ชี้ขึ้นบน อธิบายถึงการมุ่งสู่เป้าหมายของคณะวิทยาการจัดการ ด้านองค์ประกอบการออกแบบ ใช้แบบอักษรอ่านง่าย ใช้สีม่วงซึ่งเป็นสีประจำคณะและสีขาวเป็นหลัก

คำสำคัญ : แนวทางการออกแบบ, ตราสัญลักษณ์, สื่อสารอัตลักษณ์

The Guideline for identity-communicated Logo Design Faculty Management Sciences of Yala Rajabhat University

Romsee Taemasa¹, Apsorn E-sor², Ashar Leameng³

¹Research & Academic Service Faculty Management Sciences Yala Rajabhat University

²Marketing Faculty Management Sciences Yala Rajabhat University

³General Administration Faculty Management Sciences Yala Rajabhat University

Email: Romsee.t@yru.ac.th¹, Apsorn.e@yru.ac.th², Ashar.l@yru.ac.th³

Received: March 8, 2021

Revised: June 3, 2021

Accepted: June 7, 2021

Abstract

A study of The Guideline for identity-communicated Logo Design Collect data from Executive, instructor, officer, Student and expert design logo Using focus groups to brainstorm ideas use Pronunciation to rank what represents the Faculty of Management At most 2 rank to expand and explain in detail for use as a design concept and use Poll In selection the Optimal.

Results of the study on The Guideline for identity-communication Logo Design from the question “Think of FMS.YRU. What do you think of?” Found that “JUNK (ship)” The most communicate To identity Faculty of Management Sciences and The second is that word “Smart” Junk (ship) Means to promote work and Promote trade, Prosperity, Represent success, In accordance with the Faculty of Management Sciences Is an organization rich in knowledge That brings graduates to prosperity And successful with business administration and Communication Arts As the philosophy Faculty of Management Sciences “Learn Valuably, Use subjects with morality, Bringing knowledge to development” Consistent with the concept of building Faculty of Management Sciences The prototype is based on the appearance of Junk (ship) As for The word “SMART” Use the look of people who wear necktie Appears in the shape of an arrow pointing up It represents the goal of the Faculty of Management Sciences In the design elements Use legible font Use purple which is the color of the faculty and white as the main.

Keywords : Design guidelines, Logo, identity-communicated

บทนำ

คณะวิทยาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มี ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจอันประกอบด้วย 1) การผลิตบัณฑิต 2) การวิจัย 3) การผลิตพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา 4) การให้บริการวิชาการ ถ่ายทอดเทคโนโลยี และ 5) การบริหารจัดการมหาวิทยาลัยให้มีความคล่องตัว แต่ด้วยคณะวิทยาการจัดการมีความโดดเด่นด้านการบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ เพื่อสร้างจุดแข็ง ความเป็นเอกลักษณ์ และบ่งบอกความเป็นวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการจึงได้กำหนดคุณลักษณะขององค์กร ดังนี้ วิสัยทัศน์ “ต้นแบบการจัดการศึกษาด้านบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์” ปรัชญา “เรียนรู้ อย่างมีคุณค่า ใช้วิชาอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา” อัตลักษณ์ “นักศึกษาบุคลิกภาพดี มีวินัย ใจอาสา สู้งาน การปฏิบัติเลิศ” (แผนยุทธศาสตร์คณะวิทยาการจัดการระยะ 5 ปี พ.ศ. 2560-2564) นอกจากนี้คณะวิทยาการจัดการ ได้กำหนด พันธกิจเพื่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนี้ 1) จัดการศึกษาที่มีคุณภาพตามระบบ 2) พัฒนางค์กร สร้างระบบประกันคุณภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ 3) พัฒนานักศึกษาตามคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ 4) สร้างงานวิจัย นวัตกรรม และถ่ายทอดเทคโนโลยี. องค์ความรู้สู่ชุมชน 5) บริการวิชาการแก่สังคมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

หากแม้ว่าองค์กรได้กำหนดบทบาทหน้าที่ เป้าหมายขององค์กรและมีการดำเนินการตามที่วางไว้มีประสิทธิภาพมากเพียงใด สิ่งสำคัญที่สุด

คือ การสร้างการรับรู้ เป็นที่รู้จัก จดจำและยอมรับ เชื่อถือ จากบุคคลอื่น สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบันที่มีหลายมหาวิทยาลัยกำลังประสบปัญหาขาดแคลนผู้เรียน เนื่องจากการแข่งขันรับนักศึกษาอย่างสูง มหาวิทยาลัยระดับกลางและระดับเล็ก จำต้องมีการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และขายจุดเด่นขององค์กรให้ได้ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก จดจำ มีภาพลักษณ์ที่ดี จำเป็นต้องสร้างสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงภาพลักษณ์ อันจะสร้างภาพพจน์และความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กร เพราะภาพลักษณ์องค์กรสามารถทำให้ เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือ ครีธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้ องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ มีชื่อเสียงมีความเจริญก้าวหน้า สัญลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงแค่สิ่งที่เป็นตัวแทน หรือ สื่อความหมายแทนสิ่งหนึ่ง หากแต่ยังมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคม ทั้งในแง่ของการสื่อความหมาย ส่งข่าวสาร และแสดงลักษณะเฉพาะตัวที่เป็น ตัวแทนของแต่ละสังคม (ทองเจือ เขียดทอง, 2545) ในการดำเนินกิจการใด ๆ ทุกหน่วยงานหรือองค์กรก็มีความมุ่งหวังที่จะให้หน่วยงาน หรือ องค์กรของตนมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเป็น อัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากผู้อื่นรวมทั้ง ได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากบุคคลทั่วไป และการที่องค์กรจะได้มาซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกเหนือจากการมีระบบบริหารงานที่ดี มีบุคลากรและสภาพแวดล้อมที่ดีแล้ว สิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งย่อนไปกว่าสิ่งที่กล่าวมาแล้วนั้นคือการมีระบบเอกลักษณ์ องค์กรที่ดี ซึ่งจะเป็นส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร คำว่า อัตลักษณ์องค์กร หรือ

Corporate Identity (CI) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่นพร้อม ๆ กับแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก หรืออาจกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คือ การสื่อสารภาพลักษณ์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันรวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่องค์กรบุคลากร ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ๆ จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร โดยเฉพาะในโลกที่มีการแข่งขันกันอย่างมากเช่นในปัจจุบัน (สมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547)

จากความเป็นมา และความสำคัญ ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่คณะวิทยาการจัดการให้ง่ายต่อการจดจำ ความเป็นเอกภาพ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ระเบียบวิธีวิจัย

แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยภาคีผู้เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ มีรายละเอียดและวิธีการศึกษาดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ได้ทำการศึกษาครั้งนี้คือภาคี ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

ผู้บริหาร หมายถึง ผู้ดำรงตำแหน่งบริหารในคณะวิทยาการจัดการ ตำแหน่ง คณบดี รองคณบดี ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี หัวหน้างาน และประธานหลักสูตร ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็นต่อแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 5 คน

อาจารย์ หมายถึง บุคลากรสายวิชาการที่สังกัดอยู่ในหลักสูตรของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ทั้งภาควิชาบริหารธุรกิจและภาควิชานิเทศศาสตร์ ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็นต่อแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 8 คน

เจ้าหน้าที่ หมายถึง บุคลากรสายสนับสนุนประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะหรือวิชาชีพที่สังกัด ใน

คณะวิทยาการจัดการ ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็นต่อแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 6 คน

นักศึกษา หมายถึง ตัวแทนผู้เรียนนักศึกษาสังกัดคณะวิทยาการจัดการ ทั้งหลักสูตรบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ และหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ใช้วิธีแบบเจาะจง ในการให้ข้อมูลและใช้วิธีแบบสะดวกในการสำรวจความคิดเห็น จำนวน 105 คน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ หมายถึง ผู้มีความรู้ ประสบการณ์ และแนวคิด ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์องค์กร ใช้วิธีแบบเจาะจงในการให้ข้อมูลการออกแบบ จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้วิธีรวบรวมข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่มภาคีที่มีส่วนร่วม (Focus Group) เครื่องมือสนทนากลุ่ม ประกอบด้วยประเด็นคำถามแบบมีโครงสร้าง 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นสิ่งที่สื่อถึงความเป็น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มากที่สุด และใช้การออกเสียงเพื่อจัดอันดับ จำนวน 2 อันดับ ในประเด็น “นึกถึง วจก. มรย. นึกถึงอะไร” พร้อมขยายความหมายและร่วมแสดงความคิดเห็นและรายละเอียดเพิ่มเติม

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจ เลือกตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาโดยใช้ Google Form

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดแบบแผนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นการสนทนากลุ่ม ใช้การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นสิ่งที่สื่อถึงความเป็น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มากที่สุดในประเด็น “นึกถึง วจก. มรย. นึกถึงอะไร”

2. ขั้นออกเสียง ให้ภาคีผู้เกี่ยวข้องออกเสียงคำหรือสิ่งที่สื่อถึงความเป็นคณะวิทยาการจัดการ กำหนด 1 คน สามารถออกเสียงได้ จำนวน 3 ครั้ง และทำการจัดอันดับ 2 อันดับที่ได้คะแนนสูงสุด นำมาเป็นส่วนประกอบของงานสื่อสารอัตลักษณ์หรือตราสัญลักษณ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3. ขั้นทวนคำตอบและขยายรายละเอียด ให้ภาคีทวนคำตอบและร่วมแสดงความคิดเห็นถึงรายละเอียด 2 อันดับสิ่งที่สามารถใช้เป็นสัญลักษณ์ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ พร้อมแนวคิดในเรื่อง สี ตัวอักษร รูปทรง ขนาด และการสื่อความหมายในการออกแบบ

4. ขั้นสำรวจแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมที่สุด สำรวจความคิดเห็นของภาคีผู้มีส่วนร่วมเพื่อเลือกแบบตราสัญลักษณ์ จากจำนวน 3 แบบ และนำแบบที่ได้ผลคะแนนสูงสุด มาเป็นตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การศึกษาครั้งนี้ ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม จัดข้อมูลที่มีคุณลักษณะในทิศทางเดียวกันแล้วกำหนดประเด็น ประเภท และหัวข้อที่สามารถนำเสนอ ข้อค้นพบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีความหมายตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่ต้องการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการพรรณนาเป็นหลัก ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอในภาพรวม ทั้งนี้ในส่วนของการพิจารณาแบบที่เหมาะสมที่สุดจากจำนวน 3 รูปแบบนั้น ใช้สถิติความถี่ และค่าร้อยละเพื่อจัดอันดับที่สูงสุดมาเป็นผลที่ได้จากการศึกษาเรื่องนี้

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น ในการออกแบบและใช้แบบสำรวจ เพื่อเลือกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มากที่สุด มีผลดังนี้

จากประเด็นคำถาม “นึกถึง วจก. มรย.นึกถึงอะไร” พบว่า เรือสำเภา สื่อถึงอัตลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มากที่สุด รองลงมาคือ คำว่า Smart เรือสำเภา หมายถึง การส่งเสริมการทำงาน การค้า และความเจริญรุ่งเรืองเป็นตัวแทนของความสำเร็จ สอดคล้องกับคณะวิทยาการจัดการที่เป็นองค์กรที่อุดมไปด้วยองค์ความรู้ สามารถนำพาบัณฑิตสู่ความเจริญ รุ่งเรืองและประสบความสำเร็จ ด้วยศาสตร์บริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ ตั้งปรัชญาคณะวิทยาการจัดการ ที่ว่า “เรียนรู้อย่างมีคุณค่า ใช้วิชาอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา” สอดคล้องกับแนวคิดในการสร้างอาคารเรียนที่มีต้นแบบพื้นฐานจากรูปลักษณ์ของเรือสำเภา ในส่วนของคำว่า Smart นั้น ใช้รูปลักษณ์ของบุคคลที่สวมใส่เนกไท (Necktie) ปรากฏอยู่ในรูปลูกศรที่ชี้ขึ้นบนอธิบายถึงการมุ่งสู่เป้าหมายของคณะวิทยาการจัดการ ในด้านองค์ประกอบการออกแบบ ใช้แบบอักษรอ่านง่าย โดยใช้ ตัวอักษร FMS ย่อมาจาก คำว่า Faculty Management Sciences แปลว่า คณะวิทยาการจัดการ และใช้สีม่วงซึ่งเป็นสีประจำคณะและสีขาเป็นหลัก โดยได้ออกแบบ ไว้จำนวน 3 แบบ ดังนี้



แบบที่ 1

ความหมายของโลโก้

	=		=	เรือสำเภาแทนที่ด้วยลายเส้นแฉิวไหว เป็นรูปทรงของตัวเรือ สื่อถึงศาสตร์และศิลป์ ในด้านธุรกิจการค้า และการสื่อสาร
	=	Smart Leader	=	ที่ตัว M ถูกออกแบบให้มีลักษณะของ นักธุรกิจ ที่สูงขม นำเชือก ที่แทนกลวงตัว M มีลักษณะเหมือนคนสี่ขาค และมืออีกฝ่ายหนึ่ง คือลูกศรชี้ขึ้น หมายถึงผู้นำ ที่พัฒนาขึ้น ตลอดเวลา
	=	Knowledge	=	เป็นปู่อบรมรู้ ในด้านบริหารและการสื่อสาร แทน ด้วยลายเส้นที่ออกมาจากหัวนักธุรกิจเป็นเรื่องราวที่สื่อแต่มีความคิดที่สร้างสรรค์

รูปที่ 1 แสดงรูปแบบและความหมายขององค์ประกอบของ ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 1

แบบที่ 2



ความหมายของโลโก้

	=		=	เรือสำเภาแทนที่ด้วยลายเส้นโค้งสวยลื่นประสานกัน เป็นรูปทรงของตัวเรือที่มองจากด้านบน สื่อถึงสายธุรกิจการบริหารและสาขานักศาสตร์
	=	Smart Leader	=	ลำตัวเรือ ลักษณะเหมือนคน แทนนักธุรกิจ ผู้มีความรู้กับศาสตร์ ศิลปทางด้านบริหาร การสื่อสาร เส้นที่ประสานกับลักษณะเป็นตัว V หมายถึง Victory = ชัยชนะ
	=	Knowledge	=	เป็นปู่อบรมรู้ ในด้านบริหารและการสื่อสาร แทนด้วยลายเส้นที่ออกมาจากหัวนักธุรกิจเป็นเรื่องราวที่สื่อแต่มีความคิดที่สร้างสรรค์ และต้อง รู้เท่าทัน พัฒนาตนเองตลอดเวลา

รูปที่ 2 แสดงรูปแบบและความหมายขององค์ประกอบของ ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 2

แบบที่ 3



รูปที่ 3 แสดงรูปแบบและความหมายขององค์ประกอบของ ตราสัญลักษณ์ แบบที่ 3

ทั้งนี้จากการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 แบบ ใช้ผู้ตอบแบบแบบสำรวจ จำนวน 124 คน ประกอบด้วย นักศึกษา จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 84.7 รองลงมาอาจารย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ผลปรากฏว่า รูปแบบที่ 1 มีผู้เลือกสูงสุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 จำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 29 ของผู้ตอบทั้งหมด ทั้งนี้ ในส่วนของ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การปรับสีให้สว่างขึ้น และการพัฒนาไปสู่การนำรูปแบบไปใช้ในงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์คณะวิทยาการ การจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา สามารถ อภิปรายผลดังนี้

1. แบบตราสัญลักษณ์

1.1 ที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของคณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ได้ใช้ ภาพ “เรือสำเภา” และสี “ม่วง” โดยมีที่มาของ แนวความคิด คือ “เรือสำเภา” เป็นตัวแทน ที่สื่อถึง คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบตัวอาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ที่มีลักษณะเป็นตัว เรือสำเภา ที่แสดงถึงความ อุดมสมบูรณ์และความสำเร็จ ในอดีตการค้าขาย สินค้า ความรู้ การศึกษา จะเดินทางมาด้วยเรือ เป็นหลัก เรือสำเภาที่ใหญ่ถึงจะเดินทางได้เป็น ระยะไกลและนำพาสำภาระสินค้า ความรู้ นักปราชญ์ไปยังจุดหมายดินแดนปลายทาง “ไปให้ ถึงฝั่ง” หมายถึง “ความสำเร็จ ความสมปรารถนา” ด้วยความเชื่อที่ว่า “ผู้ที่มีเรือไว้ในครอบครอง ชีวิต

จะประสบความสำเร็จเจริญรุ่งเรือง และอุดมสมบูรณ์ด้วยความมั่งคั่ง” สามารถสังเกตได้ว่าในที่ทำงานบางที่มีเรือสำเภาจำลองไว้ประดับอยู่เสมอ สอดคล้องกับปิยะแสง จันทรวงศ์ไพศาล (2556) และใช้คำว่า SMART เป็นส่วนประกอบเสริมในการออกแบบ โดยใช้รูปลักษณ์ของบุคคลที่สวมใส่เนคไท (Necktie) ปรากฏอยู่ในรูปลูกศรที่ชี้ขึ้นอธิบายถึงการมุ่งสู่เป้าหมายของคณะวิทยาการจัดการ สอดคล้องกับแนวคิดหลักการสำคัญในการตั้งเป้าหมายที่ดีของทุกธุรกิจ โดยคำว่า SMART ประกอบด้วย 1) S : Specific หมายถึง เฉพาะเจาะจง 2) M : Measurable หมายถึง สามารถวัดได้ 3) A : Achievable หมายถึง

บรรลุผลได้ 4) R : Realistic หมายถึง สมเหตุสมผล สอดคล้องสถานการณ์ความเป็นจริง และ 5) T : Timely หมายถึง กำหนดช่วงเวลาชัดเจนส่วนด้านองค์ประกอบการออกแบบ ใช้ตัวอักษรอ่านง่าย ใช้สีม่วงซึ่งเป็นสีประจำคณะและสีขาวเป็นหลัก

1.2 จากการสรุปผลการออกแบบพบว่า จากการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 แบบ จากผู้ร่วมแสดงความคิดเห็น จำนวน 124 คน ประกอบด้วย นักศึกษา จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 84.7 รองลงมาอาจารย์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ในส่วนของการลงคะแนนรูปแบบที่เหมาะสมผลปรากฏดังภาพ



รูปที่ 4 แสดง แบบที่ 3 อัตลักษณ์คณะวิทยาการจัดการ ที่ได้รับคะแนนสูงสุด

มีผู้เลือกสูงสุด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ของผู้ตอบทั้งหมด ทั้งนี้ ในส่วนของข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การปรับสีให้สว่างขึ้น และการพัฒนาไปสู่การนำรูปแบบไปใช้งานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

2. รูปแบบตัวอักษร

แนวคิดในการออกแบบรูปแบบตัวอักษร ประกอบด้วยสัญลักษณ์ ต้องการให้แบบตัวอักษรกลมกลืนสัมพันธ์กับรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อให้เห็นลักษณะเฉพาะของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยออกแบบตัวอักษรให้อ่านง่าย ชัดเจน และใช้ตัวอักษรย่อที่แฝงด้วยความหมายทางกายภาพสื่อถึงความเป็นบริหารจัดการ และการสื่อโดยใช้คำภาษาอังกฤษเพื่อเป็น

การสื่อสารภาษากลางที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ใช้อักษรย่อ FMS เป็นตัวย่อหลักในการเรียกสั้น ๆ จากคำว่า Faculty Management Sciences และแฝงด้วยลักษณะความเป็นคนเข้าไปเป็นองค์ประกอบ นอกจากคำว่า FMS ที่ตั้งเด่นสง่าแสดงความแตกต่าง มีลูกศรชี้ขึ้นบน และยังมีคำว่า Faculty Management Sciences กำกับอยู่ใต้สัญลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับเบอร์รี่แมน (Gregg Berryman, 2545 หน้า 62) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของสัญลักษณ์ที่ดีว่าสัญลักษณ์ที่ดีต้องแสดงความแตกต่าง รู้จักได้รวดเร็ว ชัดเจนจดจำและระลึกถึงได้อย่างดีระดับนามธรรมเหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่คาดหวังเหมาะสมกับการย่อหน้าหลักสัญลักษณ์ให้ความรู้สึกหนักมีทิศทางที่ชี้ขึ้นบนซึ่งมีผลกระทบต่ออารมณ์มองเห็นที่

3. สีประกอบสัญลักษณ์

ใช้สีม่วงเป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบตราสัญลักษณ์เนื่องด้วยเป็นสีประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาให้ความหมายถึง ความร่ำรวยรุ่งโรจน์ สติปัญญา การเปลี่ยนแปลง ความสง่างาม สอดคล้องกับแนวคิด 10 ความหมายของสีแต่ละสีต่อความรู้สึกในการออกแบบ 2020 (จ.เจริญ อินเตอร์พรีน (ประเทศไทย) จำกัด, 2563) ในส่วนขององค์ประกอบสีย่อยของรูปแบบสัญลักษณ์นั้นใช้สีขาวในการสื่อ สีขาวหมายถึง ความบริสุทธิ์ สันติภาพ ความสงบสุข ความดี ความเรียบง่าย ความสะอาด ความเท่าเทียม คล้องกับ ปรัชญาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ยะลา ที่ว่า “เรียนรู้อย่างมีคุณค่า ใช้วิชาอย่างมีคุณธรรม นำความรู้สู่การพัฒนา”

References

- Charoen Inter Print (Thailand) Co., Ltd. (2020, July 3). *10 meanings of each color to design feelings*. Retrieved from <https://jprint.co.th/color-meaning>
- Faculty of Management. (2017). *Strategic Plan of the Faculty of Management Sciences, Phase 5, 2017-2021*. Yala Rajabhat University.
- Gregg Berryman. (1942). *Graphic design [ออกแบบกราฟิก]* (2nd edition). QE & IB Company Limited.
- Piyasaeng Chantarawongpaisarn (1991). *108 Chinese auspicious things*. SE-EDUCATION Public Company Limited.
- Sumitra Sriwiboon. (2004). *Corporate identity* (2nd edition). CoreFunction.
- Thongchue Khetthong. (2002). *Logo trade mark symbol* (3rd edition). Sipprapa.

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ณัฐพร ยมรัตน์¹, พบพร เอี่ยมใส²

^{1,2} สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และกราฟิก คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Email : mangporeza@gmail.com¹

Received: April 28, 2021

Revised: June 3, 2021

Accepted: June 7, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย และ 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย จากการศึกษาพบว่า สมัยก่อนเครื่องหอมไทยนิยมใช้เป็นเครื่องประทีนโคมและยาสมุนไพรในการรักษาโรค ภายหลังมีการรื้อฟื้นวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาจึงเกิดความนิยมใช้กลิ่นหอมสังเคราะห์มากขึ้นเพราะมีหลากหลายกลิ่น และบรรจุใส่ขวดน้ำหอมสวย ๆ ใช้แล้วดูหรูหรา ทันสมัย เครื่องหอมไทยจึงได้รับความนิยมน้อยลงตามยุคสมัย ผู้วิจัยได้มองเห็นปัญหาจึงมีแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทันสมัย และสร้างมูลค่าให้กับเครื่องหอมไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยภายใต้ชื่อแบรนด์ (Brand) “พินปากา” (PINPAKA) ทั้งหมด 5 โครงสร้าง 3 กราฟิก ได้แก่ กลิ่นกุหลาบ กลิ่นลาเวนเดอร์ กลิ่นมะลิ โดย 5 โครงสร้างประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ก้านหอม บรรจุภัณฑ์เทียนหอม บรรจุภัณฑ์น้ำมันหอมระเหย บรรจุภัณฑ์บุหงารำไป และบรรจุภัณฑ์ Box Set ซึ่งได้ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ และบุคคลทั่วไปจำนวน 100 คน พบว่า ด้านการตอบสนองทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้แบรนด์ ความน่าจดจำ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.46) น้อยที่สุดคือด้านการตอบสนองทางอารมณ์ ได้แก่ ความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้าและแบรนด์ (สัญลักษณ์) มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.64) โดยรวมถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : การออกแบบบรรจุภัณฑ์, เครื่องหอมไทย

Packaging design for Thai perfume

Natthaporn Yommarat ¹, Pobpron Iamsai ²

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

Email : mangporeza@gmail.com¹

Received: April 28, 2021

Revised: June 3, 2021

Accepted: June 7, 2021

Abstract

Research on Packaging design for Thai perfume the objective is 1) to study and design packaging of Thai fragrances. 2) To assess the satisfaction of consumers towards the packaging of Thai fragrances. According to the study, In the past, Thai perfumery was popular as a cosmetic product and used as an herbal medicine in the treatment of diseases and after Western culture has been introduced. Therefore, the popularity of synthetic fragrances is increasing because there are a variety of and contained in a beautiful perfume bottle Used to look luxurious and modern. The researcher had concept in packaging design of Thai fragrances to create appearance, modernity and create value. The researcher has designed the packaging of Thai fragrances under the brand name PINPAKA. all have 5 structures and 3 graphics included rose, lavender, jasmine. The structures consisting of Scented stick packaging, Scented Candle Packaging, Essential oil packaging, Potpourri packaging, Box Set packaging which has been evaluated by experts and the general population of 100 people found that psychological responses were brand awareness, memory, satisfaction at the highest level ($\bar{X} = 4.81$) while the standard deviation (S.D. = 0.46) was the least. The emotional responses were the satisfaction with the product image and the brand (symbol), the satisfaction was at a high level ($\bar{X} = 4.30$), the standard deviation (S.D. = 0.64) was overall considered the highest.

Keywords : Packaging design, Thai perfume

บทนำ

ปัจจุบันเครื่องหอมไทย นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทั้งในด้านการส่งออก และสามารถตอบสนองต่อกลุ่มผู้ซื้อมูลค่าสูงได้ จึงเกิดการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยขึ้นมาหลากหลายในท้องตลาด ทั้งในระดับตลาดบนและตลาดล่าง อีกทั้งยังเป็นการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมของไทยให้เกิดความนิยม และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย ผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยจากแนวทางที่ได้รับความนิยม และกลิ่นหอมจากสมุนไพรไทยที่คนเลือกใช้มากที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค และเกิดความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้า จนเกิดความต้องการในการซื้อสินค้าเครื่องหอมไทยตามยุคสมัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค และเกิดความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้า มีการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

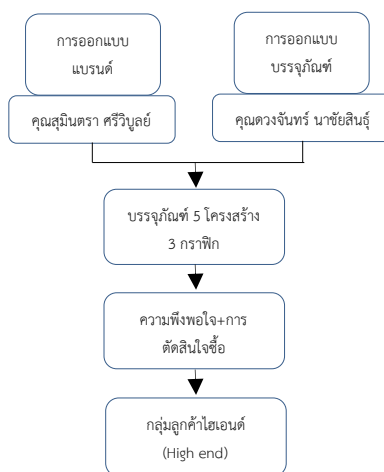
กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดด้านการออกแบบแบรนด์ (สุมินตรา ศรีวิบูลย์, 2554 หน้า 21) ที่ค้ำนี้้ง ดังนี้

1. ด้านการตอบสนองทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้แบรนด์ ความน่าจดจำ
2. ด้านการตอบสนองทางอารมณ์ ได้แก่ ความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้า และแบรนด์ (สัญลักษณ์)

กรอบแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์, 2558 หน้า 30) ที่ค้ำนี้้ง ดังนี้

1. การขึ้นรูป วิธีการบรรจุ ลักษณะของรอยต่อการใช้งานเปิด - ปิดสะดวก
2. การออกแบบรูปแบบให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สินค้า
3. การกำหนดลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความโดดเด่น
4. มีขนาดพอดี เหมาะสม สามารถรับน้ำหนักสินค้าได้ดี
5. เลือกชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม สามารถป้องกันสินค้าได้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง ได้แก่

1.1 ด้านการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องหอมไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

ประชากร ได้แก่ แบรินด์เครื่องหอมไทยปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แบรินด์เครื่องหอมไทยปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย จำนวน 13 แบรินด์

1.2 ด้านการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านการประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ แบบเจาะจงสถานที่ ได้แก่

ประชากร ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิเกี่ยวกับเครื่องหอมไทย เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์

ข้อมูลโดยการ พิจารณาเปรียบเทียบของแบรินด์เครื่องหอมต่าง ๆ ที่เป็นเนื้อหาสำคัญในหัวข้อที่ทำการศึกษา และองค์ประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมต่าง ๆ ในปัจจุบัน สสำรวจ วิเคราะห์แนวทางในการเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย และองค์ประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2. แบบประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้การตั้งคำถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับกรอบแนวคิดในแบบออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย เพื่อการประเมินบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมที่สุด

3. แบบประเมินความพึงพอใจ ใช้การตั้งคำถามเพื่อการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย ประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale)

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

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลในขั้นตอนการศึกษาและรวบรวมข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลทฤษฎีและปฐมภูมิเครื่องหอมไทย

2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลตลาดเครื่องหอมไทยในปัจจุบัน รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิก

3. วิเคราะห์ข้อมูลในการเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย โดยนำข้อมูลที่ได้อิงวิเคราะห์จากเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล นำมากำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4. ปฏิบัติการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย (แบบร่าง) จำนวน 5 โครงสร้าง 3 กราฟิก เพื่อเสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ

5. ออกแบบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้การตั้งคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับกรอบแนวคิดในแบบออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

6. หาความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความเที่ยงตรง มีประสิทธิภาพในการใช้ในงานวิจัยในขั้นตอนการสังเคราะห์ เพื่อเก็บข้อมูล ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (IOC)

7. เสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน เพื่อรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอจากผู้ทรงคุณวุฒิ

8. ปรับปรุงรูปแบบตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

9. ผลิตบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

10. ออกแบบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

11. หาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความเที่ยงตรง มีประสิทธิภาพในการใช้ในงานวิจัยในขั้นตอนการสังเคราะห์ เพื่อเก็บข้อมูล ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (IOC)

12. ประเมินความพึงพอใจ กลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย จำนวน 100 คน ทำการประเมิน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความพึงพอใจ นำมาวิเคราะห์และสรุปผล

13. วิเคราะห์ผล และสรุปผลการวิจัย โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการสอบถาม และวิเคราะห์สรุปผล โดยใช้ตารางเปรียบเทียบโดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และบรรยายในลักษณะความเรียง เพื่อให้ได้มาซึ่งการรายงาน/อภิปรายผล

14. รายงาน/อภิปรายผล เพื่อการนำเสนอผลงานการออกแบบ และข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย จากเอกสารและตำรา ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย สามารถแบ่งได้หลายประเภทตามความต้องการของผู้ใช้ หรือผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเภทไว้ดังนี้

1. เครื่องหอมไทยประเภทปรุงกลิ่น
2. เครื่องหอมไทยประเภทประพินโหม

3. เครื่องหอมไทยประเภทปรุงแต่ง
4. เครื่องหอมไทยประเภทรูปเทียน
5. เครื่องหอมไทยประเภทบุหงา
6. เครื่องหอมไทยประเภทสปา

ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยมีทั้งหมด 12 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำอบ ดิโอโคโลญจน์ แป้งร่ำ แป้งพวง การบูรหอม พิมเสนน้ำ กายาน รูปหอม เทียนหอม บุหงารำไป น้ำมันหอมระเหย ก้านหอม

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ลำดับ	ชนิดผลิตภัณฑ์เครื่องหอม	จำนวน	ร้อยละ (n = 13)
1	น้ำอบ	0	0
2	ดิโอโคโลญจน์	4	30.7
3	แป้งร่ำ	0	0
4	แป้งพวง	0	0
5	การบูรหอม	2	15.3
6	พิมเสนน้ำ	0	0
7	กายาน	0	0
8	รูปหอม	0	0
9	เทียนหอม	13	100
10	บุหงารำไป	5	38.4
11	น้ำมันหอมระเหย	13	100
12	ก้านหอม	13	100

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยที่มีทั้งหมด 12 ชนิด คิดเป็นร้อยละจากจำนวนความถี่ได้ ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมที่มีความนิยมสูงสุด 4 ลำดับ ได้แก่ เทียนหอม น้ำมันหอมระเหย และก้านหอม คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ บุหงารำไปคิดเป็นร้อยละ 38.4

จากการวิเคราะห์กลิ่นของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยทั้งหมด 16 ชนิด ได้ศึกษารูปแบบของกลิ่นจากแบรนด์เครื่องหอมที่เป็นที่นิยม และเป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศมีทั้งหมด 13 แบรนด์ ที่ได้นำมาศึกษา ได้แก่ 1) Erb 2) PRIMMALAI 3) THANN 4) HARNN 5) PANPURI 6) SATIRA 7) HOHM 8) KARMAKAMET 9) ORGANIKA 10) BSAB 11) DONNA CHANG 12) REUNROM 13) HALO CRAFT เพื่อเป็นการคัดเลือกกลิ่นของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยที่ได้รับความนิยมจากแบรนด์เครื่องหอมที่มีการผลิตเครื่องหอม ผู้วิจัยได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบกลิ่นผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ลำดับ	ชนิดกลิ่นของผลิตภัณฑ์เครื่องหอม	จำนวน	ร้อยละ (n = 13)
1	ส้มเขียวหวาน	6	46.1
2	ลาเวนเดอร์	12	92.3
3	ลำเจียก	1	7.6
4	กระดังงา	5	38.4
5	มะลิ	12	92.3
6	จำปา	2	15.3
7	ลิลาวดี	4	30.7
8	กล้วยไม้	2	15.3
9	กุหลาบ	11	84.6
10	ยูคาลิปตัส	2	15.3
11	ตะไคร้	11	84.6
12	มะกรูด	3	23
13	มินต์	8	61.5
14	มะนาว	6	46.1
15	กฤษณา	0	0
16	กานพลู	2	15.3

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบกลิ่นของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยทั้งหมด 16 ชนิด คิดเป็นร้อยละจากจำนวนความถี่ได้ดังนี้ ลาเวนเดอร์ และมีลิ มีจำนวนความถี่อยู่ที่ 12 คิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมาได้แก่ กุหลาบ และตะไคร้ มีจำนวนความถี่อยู่ที่ 11 คิดเป็นร้อยละ 84.6 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ กฤษณา มีจำนวนความถี่อยู่ที่ 0 คิดเป็นร้อยละ 0

สรุปผลการวิเคราะห์กลิ่นของผลิตภัณฑ์เครื่องหอม และชนิดของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์พิจารณาจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ และรูปแบบกลิ่น ที่มีความนิยมในการจัดจำหน่ายเพื่อกำหนดขอบเขตของกรณีศึกษาการออกแบบได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย จำนวน 5 โครงสร้าง ได้แก่

- 1) โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์ก้านหอม จำนวน 1 โครงสร้าง
- 2) โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์เทียนหอม จำนวน 1 โครงสร้าง
- 3) โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์น้ำมันหอมระเหยจำนวน 1 โครงสร้าง
- 4) โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์บุหงารำไป จำนวน 1 โครงสร้าง
- 5) โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์ชุดรวม 1 โครงสร้าง

ซึ่งมีทั้งหมด 3 กลิ่นได้แก่

- กลิ่นลาเวนเดอร์
- กลิ่นกุหลาบ
- กลิ่นมะลิ

ผู้วิจัยได้ใช้ชื่อตราสินค้าเป็นชื่อว่า “พินพากา” (PINPAKA) เพราะในพจนานุกรมคำว่า พินพากามาจากคำไทย 2 คำ คือ 1) ยุกาพิน แปลว่า หญิงงาม และ 2) ผกา แปลว่า ดอกไม้ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ชื่อแบรนด์ (Brand) โดยใช้การเล่นคำเล่นความหมาย และตัดคำเพื่อสร้างคำใหม่เพื่อให้เกิดความคล้องคำ คล้องความหมาย โดยได้คำว่า ยุกาพิน ผู้วิจัยถอดคำให้เหลือแค่ พากิน และเล่นคำโดยใช้เป็นคำว่า พินพา แทนคำว่า พากิน และนำมาผสมกับคำว่า ผกา ซึ่งทั้ง 2 คำ เมื่อนำมารวมกันจะมีความหมายว่า หญิงงามกับดอกไม้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า พินพากา (PINPAKA) เป็นชื่อที่มีความเหมาะสม

จากการศึกษา และวิเคราะห์แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิก กรณีศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย โดยการพิจารณาจากมูดบอร์ด (Mood Board) ดังรูปที่ 2, 3 และ 4 เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกเครื่องหอมไทย ดังนี้



รูปที่ 2 มูดบอร์ด (Mood Board) แสดงผลการวิเคราะห์การออกแบบตราสินค้า (Logo)

รูปแบบของตราสินค้าที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย จะเป็นลักษณะของตราสินค้าที่มีแรงบันดาลใจ หรือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับ

รูปทรงดอกไม้ โดยการนำรูปทรงของดอกไม้มาตัดทอนเป็นลายเส้น และรูปทรงเรขาคณิตเพื่อให้เกิดตราสินค้า (Logo) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยที่ให้ความเรียบหรูจากการตัดทอนรูปทรงธรรมชาติ (Nature from) และสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า (Logo) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยแบบร่วมสมัยมากขึ้น และตราสินค้า (Logo) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยมีความหรูหรา และความทันสมัย (Classy) จากสีทอง (Gold) ซึ่งสีทองเป็นสีที่แสดงถึงความมั่งคั่ง มั่งมี อบอุ่น การใช้สีทองในการออกแบบตราสินค้า (Logo) โดยสื่อความมั่นคงของเครื่องหอมไทยในยุคปัจจุบันที่ยังคงได้รับความนิยม และเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มีความสวยงาม ส่วนฟอนต์ (Font) ใช้ตัวหนังสือที่มีความเรียบง่าย (Simplicity) ทันสมัย ง่ายต่อการอ่าน และการเกิดภาพจำของตราสินค้า (Logo) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย

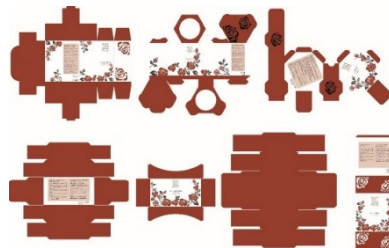


รูปที่ 3 รูปแบบตราสินค้า (Logo) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย แบรนด์ ฟินพากา (PINPAKA)

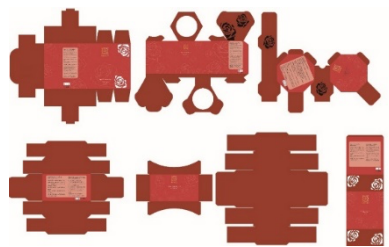


รูปที่ 4 มูดบอร์ด (Mood Board) แสดงผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยแบรนด์ ฟินพากา (PINPAKA)

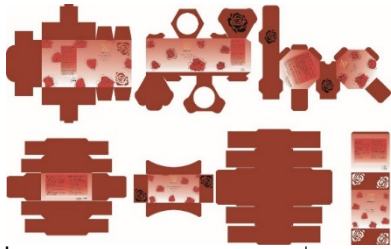
จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย ทั้งหมด 5 โครงสร้าง 3 กราฟิก ดังรูปที่ 5, 6 และ 7 เพื่อใช้ในการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีรูปแบบดังนี้



รูปที่ 5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยรูปแบบที่ 1



รูปที่ 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยรูปแบบที่ 2



รูปที่ 7 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย
รูปแบบที่ 3

ผู้วิจัยได้นำผลการออกแบบทั้งหมด 3 รูปแบบ
นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบพิจารณา
ตามกรอบแนวคิดในการออกแบบ ดังนี้

- ดร.จอมจรรย์ มະโนปັນ คณะสถาปัตยกรรม
ศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบมหาวิทยาลัย
นเรศวร

- นายกิตติศักดิ์ ธรรมศักดิ์ชัย สาขาวิชา
ออกแบบอุตสาหกรรม แขนงออกแบบกราฟิกและ
บรรจุภัณฑ์ คณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

- นายสมศักดิ์ ทองแก้ว ตำแหน่งอาจารย์
สาขาวิชาทัศนศิลป์และมีเดียอาร์ต คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

จากผลการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านการออกแบบ พบว่า รูปแบบของบรรจุภัณฑ์
ภายใต้แบรนด์ พินพากา (PINPAKA) รูปแบบที่ 1
มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากการจัด
องค์ประกอบกราฟิกบนชิ้นงาน ดูสวยงามและ
การเลือกใช้สีที่ตัดกับลายกราฟิก ทำให้บรรจุภัณฑ์
ดูเด่นขึ้น รวมถึงการเลือกใช้รูปทรงของดอกไม้ที่มี
ความสวยงาม ชัดเจน มองออกง่าย สามารถสื่อถึง
กลิ่นเครื่องหอมได้ดี และมีข้อเสนอแนะให้
ปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

- ควรมีการเพิ่มขนาดตราสินค้าแบรนด์
พินพากา (PINPAKA) บนบรรจุภัณฑ์ให้ใหญ่ขึ้น
เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสังเกตได้ง่าย

- ควรมีการเพิ่มตราสินค้าแบรนด์ พินพากา
(PINPAKA) ลงบนบรรจุภัณฑ์ในตำแหน่งอื่น ๆ
ควรวางตราสินค้าอย่างน้อย 2 ตำแหน่ง เพื่อ
ความชัดเจนในการวางจำหน่ายเพื่อดึงดูดความสนใจ
ของลูกค้า

- สีอาจจะดูสด ฉูดฉาด หรือดูแรงไป บางครั้ง
อาจจะต้องมีสีที่สื่อถึงความอ่อนนุ่ม อ่อนโยน
ละมุนละไมบ้าง การกำหนดสีของตัวอักษรบางอัน
อาจจะดูเกินไปกับกราฟิกพื้นหลังไป

ผู้วิจัย จึงดำเนินการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์
เครื่องหอม ภายใต้แบรนด์ พินพากา (PINPAKA)
รูปแบบที่ 1 ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
ดังรูปที่ 8, 9, 10 ดังนี้



รูปที่ 8 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย



รูปที่ 9 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย



รูปที่ 10 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค ที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้ผลิต (n=100)		ระดับ
		\bar{X}	S.D.	
1	ด้านการตอบสนองทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้แบรนด์ ความน่าจดจำ	4.81	0.46	มากที่สุด
2	การตอบสนองทางอารมณ์ ได้แก่ ความพึงพอใจใน ภาพลักษณ์สินค้าและแบรนด์ (สัญลักษณ์ตราสินค้า)	4.61	0.56	มากที่สุด
3	การขึ้นรูป วิธีการบรรจุ ลักษณะของรอยต่อการใช้งาน เปิด - ปิดสะดวก	4.30	0.64	มาก
4	การออกแบบรูปแบบให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สินค้า	4.33	0.68	มาก
5	การกำหนดลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความโดดเด่น	4.44	0.68	มาก
6	การผลิตบรรจุภัณฑ์มีขนาดพอดี เหมาะสม สามารถ รับน้ำหนักสินค้าได้ดี	4.60	0.60	มากที่สุด
7	การเลือกชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม สามารถ ป้องกันสินค้าได้	4.71	0.52	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.54	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภค มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย จำนวน 100 คน โดยรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.54$) (S.D. = 0.59) ด้านการตอบสนองทางจิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้แบรนด์ ความน่าจดจำ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) (S.D. = 0.46) ด้าน

การเลือกชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม สามารถป้องกันสินค้าได้ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$) (S.D. = 0.52) ด้านการตอบสนองทางอารมณ์ ได้แก่ ความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้าและแบรนด์ (สัญลักษณ์) มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) (S.D. = 0.56) ด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์มีขนาดพอดี เหมาะสม สามารถรับ

น้ำหนักสินค้าได้ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.60$) (S.D. = 0.60) ด้านการกำหนดลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความโดดเด่น มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.49) ด้านการออกแบบรูปแบบให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์สินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) (S.D. = 0.68) ด้านการขึ้นรูปวิธีการบรรจุลักษณะของรอยต่อการใช้งานเปิด-ปิดสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) (S.D. = 0.64) โดยรวมถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบเครื่องหอมไทย ช่วยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยให้ดูทันสมัย สร้างมูลค่าให้กับเครื่องหอมไทย โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยที่ได้รับความนิยม และกลิ่นหอมจากสมุนไพรไทยที่คนเลือกใช้มากที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค และเกิดความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้า จนเกิดความต้องการในการซื้อสินค้าเครื่องหอมไทยตามยุคสมัย สอดคล้องกับ (ประเสริฐ พิษยะสุนทร, 2557 หน้า 20) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม จะต้องสอดคล้องกับการใช้งาน ความสวยงาม ความเรียบง่าย วัสดุและการผลิต

จากการวิเคราะห์กลิ่นของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยทั้งหมด 16 ชนิด ได้ศึกษารูปแบบของกลิ่น จากแบรนด์เครื่องหอมที่เป็นที่นิยม และเป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ลาเวนเดอร์ และมะลิ มีจำนวนความถี่อยู่ที่ 12 คิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมาได้แก่ กุหลาบ มีจำนวน

ความถี่อยู่ที่ 11 คิดเป็นร้อยละ 84.6 ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยทั้งหมด 5 โครงสร้าง 3 กราฟิก ได้แก่ โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์ก้านหอม โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์เทียนหอมจำนวน โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์น้ำมันหอมระเหย โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์บุหจกราไป โครงสร้างสำหรับบรรจุภัณฑ์ชุดรวม ซึ่งมีทั้งหมด 3 กลิ่น ได้แก่ กลิ่นลาเวนเดอร์ กลิ่นกุหลาบ และกลิ่นมะลิ และวิเคราะห์แนวทางการคิดชื่อตราสินค้า (Brand) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย ผู้วิจัยได้คัดเลือกชื่อแบรนด์ (Brand) ที่มีความเหมาะสม ควรใช้ชื่อตราสินค้าเป็นชื่อว่า “พินพากา” (PINPAKA) เป็นชื่อแบรนด์ (Brand) ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย โดยออกแบบคำให้สื่อในลักษณะของตัวอักษรแบบเรียบง่าย ทันสมัย ง่ายต่อการอ่าน และการจดจำภาพลักษณ์ สอดคล้องกับ (ณัฐธิดานต์ ปิ่นจูโร และทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา, 2560) ที่เล็งเห็นว่ากระบวนการ ในการสร้างเอกลักษณ์ในองค์กรสามารถช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องหอมไทย ให้เป็นที่ยอมรับในประเทศและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ให้มีความทัดเทียมกับเครื่องหอมของต่างประเทศที่มีราคาสูง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ที่สนับสนุนการทำวิจัยนี้ และขอขอบพระคุณ
ผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง

Prasert Pitchayasunthorn. (2014). *Introduction to art and design* (2nd edition). Chulalongkorn University Book Center.
Sumitra Sriwiboon. (2011). *Brand Design*. Flexible Color Co., Ltd.

References

Duangjan Nachaisin. (2015). *Introduction for Packaging Design*. KKUPrinting House.
Nutthikan Pinjurai and ongwut Egwutvongsa. (2017). Design and Development of Polypropylene Furniture Engaging in Sustainable Development Design of Ban Po Phatthana, Muang, Kamphangphet. *Proceedings of National Conference “Assambling of Wisdom 3rd: Wisdom to the Future”*. Faculty of Architecture Khon Kaen University, 15 - 16 June 2017. 503-512.

วารสารดีไซน์แอนด์โค

วารสารดีไซน์แอนด์โค เป็นวารสารตีพิมพ์และเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ ทัศนศึกษา ศิลปะหัตถกรรม บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 2 ท่านต่อหนึ่งบทความ หากผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน มีความคิดเห็นไม่ตรงกัน ทางวารสารจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3 เป็นผู้พิจารณา และต้องได้รับความเห็นชอบจากบรรณาธิการวารสารดีไซน์แอนด์โค โดยบทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง โดยมีข้อเสนอแนะในการส่งบทความดังนี้

การเตรียมต้นฉบับบทความ

ชื่อเรื่อง (Title)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษควรถูกสั้น กระชับ ครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ และสื่อความหมายของเรื่องที่ทำอย่างชัดเจน
ชื่อ-นามสกุลของผู้เขียน	ระบุชื่อนามสกุลเต็ม ของผู้เขียนให้ครบทุกคน โดยไม่ต้องใส่คำนำหน้านามใด ๆ ระบุสถานที่ทำงานหรือหน่วยงานที่สังกัดของผู้เขียน, ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
บทคัดย่อ (Abstract)	มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นเนื้อความสรุปสาระสำคัญของเรื่อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย และผลสรุป มีความยาวไม่เกิน 300 คำ ให้พิมพ์คอลัมน์เดียว
คำสำคัญ (Keyword)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ จำนวน 3-5 คำ
บทนำ	อธิบายถึงความสำคัญหรือที่มาของปัญหาที่ทำการศึกษาวัตถุประสงค์ และอาจรวมไปถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องบางส่วน
ระเบียบวิธีวิจัย	อธิบายขั้นตอนการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายสั้นกระชับ
ผลการวิจัย	อธิบายผลการทดลองที่พบอย่างชัดเจน ครบถ้วนเรียงตามหัวข้อวัตถุประสงค์
สรุปและอภิปรายผล	เป็นการประเมิน การตีความ และการวิเคราะห์ในแง่มุมต่าง ๆ ของผลที่ได้ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีความสอดคล้อง

<p>กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)</p>	<p>หรือขัดแย้งกับผลงานผู้อื่นอย่างไร โดยต้องมีการอ้างทฤษฎีหรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบ</p> <p>ระบุสั้น ๆ ว่าได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยและความช่วยเหลือจากแหล่งใดบ้าง</p>
<p>เอกสารอ้างอิง (References)</p>	<p>ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association (APA) ตามรูปแบบที่กำหนด โดยแปลเอกสารอ้างอิง (References) จากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ</p>
<p>รูปภาพและตาราง</p>	<p>ต้องมีความคมชัดเป็นภาพขาวดำที่ชัดเจน มีคำอธิบายสั้น ๆ ครบถ้วนและเข้าใจ กรณีที่เป็นตาราง ให้ระบุลำดับที่ของตาราง ใช้คำว่า “ตารางที่.....” และอธิบายใส่ไว้เหนือตาราง กรณีที่เป็นรูป ให้ระบุลำดับที่ของรูปใช้คำว่า “รูปที่.....” และมีคำอธิบายใส่ไว้ใต้รูป</p>

การเขียนเอกสารอ้างอิง
American Psychological Association (APA)

การอ้างอิงในเนื้อหา

กรณีผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. **(ผู้แต่ง, ปีพิมพ์, เลขหน้า)** ไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, น. 35-40) (McCartney & Phillips, 2006, pp. 498-499) (Murphy, 1999, p. 85)

กรณีที่ไม่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน เช่น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

2. **ผู้แต่ง (ปีพิมพ์, เลขหน้า)** กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุ ไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น ยุทธ ไกยวรรณ (2557, น.45) ได้ศึกษาถึง.....

Kanokon Boonsarngsuk (2002, p. 14) studied.....

กรณีที่ไม่ปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีพิมพ์โดยลงปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ เช่น สายชล ทองคำ (2550)

3. **ปีพิมพ์ ผู้แต่ง (เลขหน้า)** กรณีมีการระบุปีพิมพ์และผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว (ปีพิมพ์และผู้แต่งสามารถสลับที่กันได้) ให้ระบุเฉพาะเลขหน้าที่อ้างอิงถึงในวงเล็บเท่านั้น เช่น ในปี 2551 รังสรรค์ ประเสริฐศรี ได้กล่าวว่า ผู้นำ คือ บุคคลที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และบรรลุผลสำเร็จ โดยเป็นผู้แสดง

บทบาทความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือผู้นำคือ บุคคลซึ่งก่อให้เกิดความมั่นคงและช่วยเหลือบุคคลต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม จากความหมายของผู้นำที่กล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า ผู้นำเป็นบุคคลที่มีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือบุคคลอื่นในกลุ่มหรือชุมชน เป็นที่ยอมรับและได้รับการเชื่อถือฟังจากสมาชิกของกลุ่มหรือชุมชนที่ต้องปฏิบัติตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่มที่ตั้งไว้

การอ้างอิงท้ายบทความ

เป็นการรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ ****โดยแปลเอกสารอ้างอิงจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ**** และจัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ตัวอย่าง เช่น

บทความในวารสาร (Journal Articles)

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)./หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

วรวิทย์ จันทรสุวรรณ. (2014). การออกแบบเซนเซอร์ทางเคมีสำหรับตรวจวัดไอออนปรอทด้วยตาเปล่า. *วารสารวิทยาศาสตร์ มข.*, 42(4), 748-760.

Chansuvarn, W., Tuntulani, T. & Imyim, A. (2015). Colorimetric detection of mercury(II) based on gold nanoparticles, fluorescent gold nanoclusters and other gold-based nanomaterials. *TrAC Trends in Analytical Chemistry*, 125(65), 83-96.

บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (มีเลข DOI)

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขปีที่(ฉบับที่)./เลขหน้า./<https://doi.org/เลขdoi>

Herbst-Damm, K. L., & Kulik, J. A. (2005). Volunteer support, marital status, and the survival times of terminally ill patients. *Health Psychology*, 24(4), 225-229. <https://doi.org/10.1037/0278-6133.24.2.225>

หนังสือ (Book)

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

เทพรรัตน์ พิมลเสถียร. (2560). *นวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

World Health Organization. (2013). *The world health report 2013: Research for universal health coverage*. WHO.

วิทยานิพนธ์ (Theses & Dissertations)

ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต]./ชื่อมหาวิทยาลัย.

อลิษา มิตรานนท์. (2556). ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษานักศึกษา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Chansuvarn, W. (2012). *Spectrometric analysis of mercury(II) ion using gold nanoparticles
stabilized by dithia-diaza ligands* [Doctoral dissertation]. Chulalongkorn University.

รายงานการประชุมเชิงวิชาการ (Proceeding)

ชื่อ/สกุล./ (ปี)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ./ (บ.ก.)./ชื่อหัวข้อการประชุม/ชื่อการประชุม./, วันเดือน
ปีที่จัด./หน้าแรก-หน้าสุดท้าย./ฐานข้อมูล.

พัชรภาดาตันติชูเวช. (2553). การศึกษาทั่วไปกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในประเทศมาเลเซียและ
สิงคโปร์ ศึกษาโดยเปรียบเทียบกับประเทศไทย. ใน ศิริชัย กาญจนวาสี (บ.ก.), *การขับเคลื่อนคุณภาพ
การศึกษาไทย การประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติ, 25-26 มีนาคม 2553, 97-
102.* คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras.
In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture notes in
computer science: Vol. 4678. Advanced concepts for intelligent vision systems, May
3-4, 2007, 97-108.* Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-540-74607-2_9

เว็บเพจบนเว็บไซต์ (webpage on the website)

ชื่อ-สกุลผู้เขียน./ (ปี/วัน/เดือนที่เผยแพร่)./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL

วรวิทย์ จันทรสุวรรณ. (2563, 17 พฤษภาคม). *รู้ก่อนใช้สารเคมีในห้องปฏิบัติการ.* Active Learning:
Learning for All. http://web.rmutp.ac.th/woravith/?page_id=2941

Tomoyuki Ohe. (2019, August 29). *The chemical structure of drugs affects their toxicity.*
Keio Research Highlights. <https://research-highlights.keio.ac.jp/2019/08/b.html>

การส่งต้นฉบับบทความ

ส่งบทความผ่านระบบ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jdecho> เท่านั้น หากต้องการ
รายละเอียดเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารดีไซน์เอคโค คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เลขที่ 1 ถนน อุทองนอก แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ
10300 โทรศัพท์ 0 2160 1438 ต่อ 22 โทรสาร 0 2160 1440 Email : fit_journals@ssru.ac.th