

การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

Brand design and development "Nam Prik Mae Lek", a product of the
Puranawat community enterprise, Thawi Watthana district, Bangkok

สำราญ ผลดี (Samran Phondee)

อรรหาวิ เจ๊ะสะแม (Anhawi Chesamae)

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธนบุรี

Faculty of Science and Technology, Thonburi University

Received: May 5, 2021, Revised: May 17, 2021, 2021, Accepted: May 19, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปูลาวาส 2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” โดยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานทั้งการวิจัยคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนปูลาวาส คือ ความเป็นชุมชนชาวสวนริมคลองมหาสวัสดิ์ที่แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ มีวัดปูลาวาสเป็นศูนย์กลางของชุมชน ตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาคือ “น้ำพริกแม่เล็ก” ซึ่งเป็นน้ำพริกสูตรโบราณ มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับในท้องถิ่น โดยมีแนวคิดการออกแบบให้มีความร่วมสมัยแต่ยังคงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน โดยใช้เทคนิคกราฟิก ซึ่งผลการประเมินคุณภาพพบว่า ภาพรวมของตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่า $\bar{X} = 4.44$ และค่า $SD = 0.67$ ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่า $\bar{X} = 4.45$ และค่า $SD = 0.60$ ในรายคำถามพบว่า ความเรียบง่าย สวยงาม ง่ายต่อการจดจำชื่อของผลิตภัณฑ์จากตราสินค้า อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.54$ และ $SD = 0.57$) สะท้อนว่า ตราสินค้าที่ได้รับการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนและร่วมสมัย มีคุณภาพเพียงพอสามารถนำไปพัฒนาสู่กระบวนการผลิตเพื่อจำหน่าย อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ต่อไป

คำสำคัญ: ตราสินค้า, ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน, ชุมชนปูลาวาส

Abstract

This research aims to 1. design and develop a brand name “Nam Prik Mae Lek”, Puranawas Community Enterprise products, 2. study the level of consumer satisfaction with the brand "Nam Prik Mae Lek", which is a combination of both the qualitative and quantitative research. The research results showed that the identity of the Puranawat community is that it is a farmer community on the Maha Sawat canal, surrounded by abundant nature, with the Puranawat Temple being the center

of the community. The brand that has been designed and developed is "Nam Prik Mae Lek", an ancient recipe chili that has a unique flavor recognized locally with a contemporary design concept but still clearly retains the community identity. Using graphics techniques, the results of the quality assessment showed that the overall picture of brands being designed and developed is at a high level, with a value of $\bar{X} = 4.44$ and an SD of 0.67, while the evaluation of consumer satisfaction found that the overall picture is very high with values of $\bar{X} = 4.45$ and an SD of 0.60. It was found that the issue of simplicity, beauty, and ease in terms of remembering the name of the product from the brand received the highest score in a very good level ($\bar{X} = 4.54$ and SD = 0.57) reflecting that the brand has been developed in accordance with the community and contemporary identity, having sufficient quality, and can be developed into the production process for sale. This will add value to the product in the future.

Keywords: Brand, Community enterprise products, Puranawas Community

บทนำ

ชุมชนปูลาวาส เป็นชุมชนเก่าแก่ตั้งอยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ฝั่งใต้ ประกอบด้วยหมู่ 2 และหมู่ 3 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ไม่มีหลักฐานที่ชัดเจนว่าชุมชนแห่งนี้เริ่มตั้งถิ่นฐานขึ้นเมื่อใด หากแต่เมื่อพิจารณาวัดปูลาวาส ที่สร้างขึ้นในช่วงประมาณ พ.ศ. 2397 หรือในสมัยรัชกาลที่ 4 ก็อาจอนุมานได้ว่า ชุมชนแห่งนี้มีอายุไม่ต่ำกว่าร้อยปี ผู้คนส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน ในอดีตมีการบ้านเรือนอยู่ริมน้ำหรืออยู่ตามริวกสวนไร่นา ประกอบอาชีพด้านการเกษตรเป็นหลักทั้งการทำนา สวนผักผลไม้ และสวนกล้วยไม้ ฯลฯ วิธีการดำรงชีวิตที่แต่เดิมใช้เส้นทางน้ำเป็นหลัก แม้ปัจจุบันจะมีถนนตัดผ่านในชุมชน แต่ชาวบ้านจำนวนมากไม่น้อยก็ยังไม่ทิ้งการเดินทางโดยทางเรือและวิถีชีวิตริมน้ำ นอกจากนี้ชุมชนในพื้นที่มีมรดกภูมิปัญญาที่น่าสนใจอยู่จำนวนมาก เช่น การทำขนมไทยโบราณที่ปัจจุบันไม่เพียงเพื่อจำหน่ายในชุมชนเท่านั้น หากแต่ยังส่งจำหน่ายสู่ภายนอกด้วย ศิลปะการฉลุกระดาษโบราณ พิธีกรรมทำทองถิ่น หลวงพ่อแก้ว หลวงพ่อดำ พระครูจัน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน กว๊านเตี้ยเรือโบราณ กาแฟโบราณ บ้านเก่าของลำตัดแม่ประยูรศิลปินพื้นบ้านชื่อดัง ฯลฯ (สำราญ ผลดี และอรรหาวิ เจ๊ะสะแม, 2560)

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม และภูมิวัฒนธรรมดังกล่าว จึงมีความพยายามจากผู้นำท้องถิ่นรวมถึงชาวชุมชนที่ต้องการจะพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของอัตลักษณ์ชุมชน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เช่น ความพยายามในการจัดตั้งตลาดน้ำริมคลองมหาสวัสดิ์ บริเวณหน้าวัดปูลาวาส โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ความพยายามในการพัฒนาสินค้าของชุมชนให้มีอัตลักษณ์สะท้อนถึงตัวตนและความเป็นชุมชนริมน้ำ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้มีการเริ่มต้นและดำเนินการในบางส่วนไปบ้างแล้ว โดยชุมชนได้ร่วมมือกับหน่วยงานราชการ เอกชน สถาบันการศึกษาหลายแห่ง เพื่อให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ ซึ่งมหาวิทยาลัยธนบุรีก็เป็นส่วนหนึ่งในความร่วมมือดังกล่าวด้วย

มหาวิทยาลัยธนบุรีได้ทำความร่วมมือกับชุมชนปูลาวาสตามโครงการบริการวิชาการ ตั้งแต่ พ.ศ. 2561 (มหาวิทยาลัยธนบุรี สำนักวางแผนและพัฒนา, 2560) โดยก่อนหน้านี้ได้ทำความร่วมมือในการศึกษาวิจัยบริบท

พื้นฐานและศักยภาพของชุมชนมาแล้วหลายปีแม้จะยังไม่ได้ทำความร่วมมืออย่างเป็นทางการ ความร่วมมือดังกล่าว ดำเนินการในรูปแบบที่ทางมหาวิทยาลัยเข้าไปส่งเสริมและให้บริการทางวิชาการเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นกับ ชุมชน ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า นอกจากวิถีชีวิตที่อยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ดังรายละเอียดข้างต้นแล้ว ชุมชนยังมีการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายโดยใช้ต้นทุนจากสภาพแวดล้อมและวิถีชุมชนหลายชนิด เช่น น้ำพริก ผลิตภัณฑ์จากขิง ผลิตภัณฑ์จากผัก อนุรักษ์นบแห้ง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ขนมไทยโบราณ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากกล้วย ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเกิดจากภูมิปัญญาและความสามารถในการผลิตเพื่อจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง ดังนั้น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงเป็นแบบเรียบง่าย ไม่มีตราสินค้าที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น ส่งผลต่อปริมาณ การขายที่ไม่มากนัก และด้วยความร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยธนบุรีและชุมชนปทุมวาสนา ที่ต้องการพัฒนาตรา สินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนที่เด่นชัดจึงได้ทำความร่วมมือในเบื้องต้นที่จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นมา จำนวน 1 ชนิด เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนนำร่องเพื่อการออกแบบ โดยพิจารณาเห็นว่า “น้ำพริก” คือผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่มีรสชาติที่มีเอกลักษณ์และความเหมาะสมในการนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันจะนำมาซึ่งการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่ในชุมชนต่อไป

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ “การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร” ขึ้นทั้งนี้เพื่อพัฒนาตรา สินค้า น้ำพริกแม่เล็ก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสนาให้มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มมูลค่า สะท้อนให้เห็น ถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และต่อยอดสู่การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น อันเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดที่จะพัฒนา ท้องถิ่นโดยเน้นด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ อันจะนำมาซึ่งความเป็นชุมชนเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นชุมชน ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสนา ที่มีคุณภาพ สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่นและช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุม วาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและผลิตเพื่อจำหน่ายต่อไป

คำถามการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดคำถามหลักของการวิจัยไว้ดังนี้

1. พื้นที่ชุมชนปทุมวาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างไร และสามารถนำมา พัฒนาต่อยอดให้มีความโดดเด่นชัดเจนได้หรือไม่
2. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่เล็ก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนให้เห็น ถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนได้ชัดเจนได้หรือไม่

3. หากว่า น้ำพริกแม่เล็ก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครได้รับการพัฒนารูปแบบของตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการวิจัยที่เป็นวิชาการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้นจะมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มมูลค่า และได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้นหรือไม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผ่านการสำรวจ การวิเคราะห์ข้อมูล และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อออกแบบสร้างสรรค์ตราสินค้าน้ำพริกยี่ห้อแม่เล็กให้มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคภายใต้กรอบแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1.1 การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มมูลค่า สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร รวมถึงเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นตามความต้องการของชุมชน

1.2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครที่ถูกพัฒนาขึ้น อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รวมถึงปริมาณการขายให้กับชุมชน

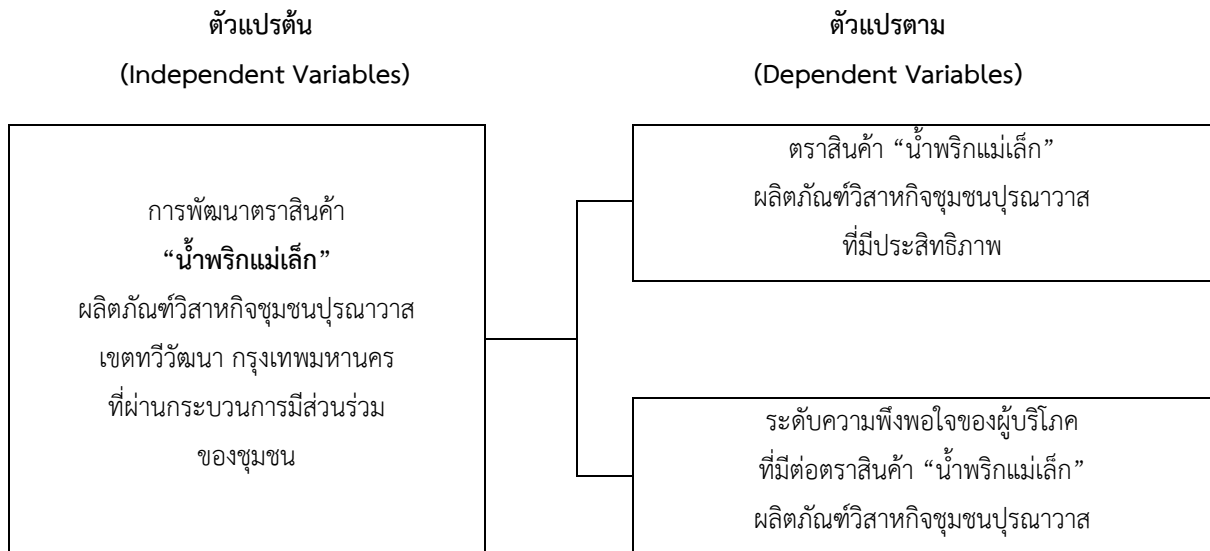
2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ของการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

2.1 พื้นที่ในการศึกษาเพื่อการเก็บข้อมูล กำหนดขอบเขตไว้ในพื้นที่ชุมชนปทุมวาส ประกอบด้วยหมู่ 2 และหมู่ 3 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นชุมชนที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ฝั่งใต้ ไม่นับรวมชุมชนที่เกิดขึ้นใหม่หรือชุมชนริมถนน หมู่บ้านจัดสรร เนื่องด้วยว่าเป็นชุมชนอยู่อาศัยที่ไม่ได้ผูกพันหรือร่วมในวิถีชุมชนดั้งเดิมในพื้นที่ จึงไม่อาจอธิบายถึงอัตลักษณ์และวิถีวัฒนธรรมชุมชนดั้งเดิมได้ชัดเจน

2.2 พื้นที่ในการสำรวจความพึงพอใจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ไว้คือ กลุ่มคนทั่วไปที่สนใจรับประทานน้ำพริก ซึ่งมีทั้งกลุ่มคนที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า รวมถึงกลุ่มคนที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาก่อน เพื่อเปิดพื้นที่ทางการค้าให้เพิ่มขึ้นมากกว่าที่จำหน่ายอยู่แต่เดิม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Approach) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitaty research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research) ใช้ในกระบวนการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบตราสินค้าให้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1.การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชนที่จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาตราสินค้า และ 2.การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก/การสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชน ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่ง ผลของการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ จะนำมาใช้ในการเป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบพัฒนาตราสินค้า เพื่อให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนที่ชัดเจน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitaty research) ใช้ในกระบวนการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสน ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้น อันจะนำมาซึ่งผลสรุปของประสิทธิภาพของการออกแบบที่มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักคือ 1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพื้นฐานทั้งอัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ 2.กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบพัฒนา และ 3. กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจในตราสินค้า

กลุ่มที่ 1. ผู้ให้ข้อมูลพื้นฐานทั้งอัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ หมายถึง ชาวชุมชนที่ให้การสัมภาษณ์และร่วมสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้เป็นแบบสะดวก และไม่กำหนดจำนวน

กลุ่มที่ 2. กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพตราสินค้า รวมจำนวน 10 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้เป็นแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้ผลิตน้ำพริก ผู้นำชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เพื่อพิจารณาถึงความต้องการ รูปแบบ อัตลักษณ์ และความเหมาะสมของตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลุ่มที่ 3. ผู้ประเมินความพึงพอใจตราสินค้า คือ ประชากร/ผู้บริโภค ที่สนใจผลิตภัณฑ์น้ำพริกของชุมชน ปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้เป็นแบบสะดวก ประกอบด้วย บุคคลทั่วไปที่สนใจในผลิตภัณฑ์ โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นกลุ่มคนที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เดิมอยู่หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างของการเก็บรวบรวมข้อมูลในการประเมินความพึงพอใจการออกแบบตราสินค้าในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนของประชากรทั่วไปที่รับประทานน้ำพริก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้ที่รับประทานน้ำพริกทั้งหมดจึงคำนวณจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรและไม่ทราบสัดส่วนของประชากรของ Yamane (1973: 727-278) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% จากการคำนวณจึงได้เท่ากับ 384 คน โดยเลือกทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ ที่สะดวก และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และแบบประเมินคุณภาพ/ความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ใช้ในการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม และภูมิวัฒนธรรม รวมถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในการออกแบบตราสินค้าที่มีคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. แบบประเมิน แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

- แบบประเมินคุณภาพตราสินค้า โดยนำไปใช้กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน
- แบบประเมินความพึงพอใจตราสินค้า โดยนำไปใช้กับกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 384 คน

วิธีการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 1 ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งจากเอกสาร บทความ กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบประเมิน เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้

ขั้นตอนที่ 2 จัดสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามประเมินเรื่อง การพัฒนาตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามหลักวิชาการ

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ได้ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชาการก่อนนำไปใช้จริง

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขและจากข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นนำผลที่ได้จากการทดลองไปตรวจสอบหาความน่าเชื่อถือ

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิและผ่านการทดลองใช้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนด

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางกายภาพ สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ สำหรับ

เป็นข้อมูลเพื่อการออกแบบพัฒนาตราสินค้าให้ได้ตามวัตถุประสงค์

2. ทำแบบประเมินคุณภาพ ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อการออกแบบ ครอบครัวมิติต่าง ๆ อย่างรอบด้าน

3. ทำแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อประเมินประสิทธิภาพของตราสินค้าที่ได้รับการพัฒนา อันจะนำมาซึ่งการนำไปปรับใช้จริงต่อไป

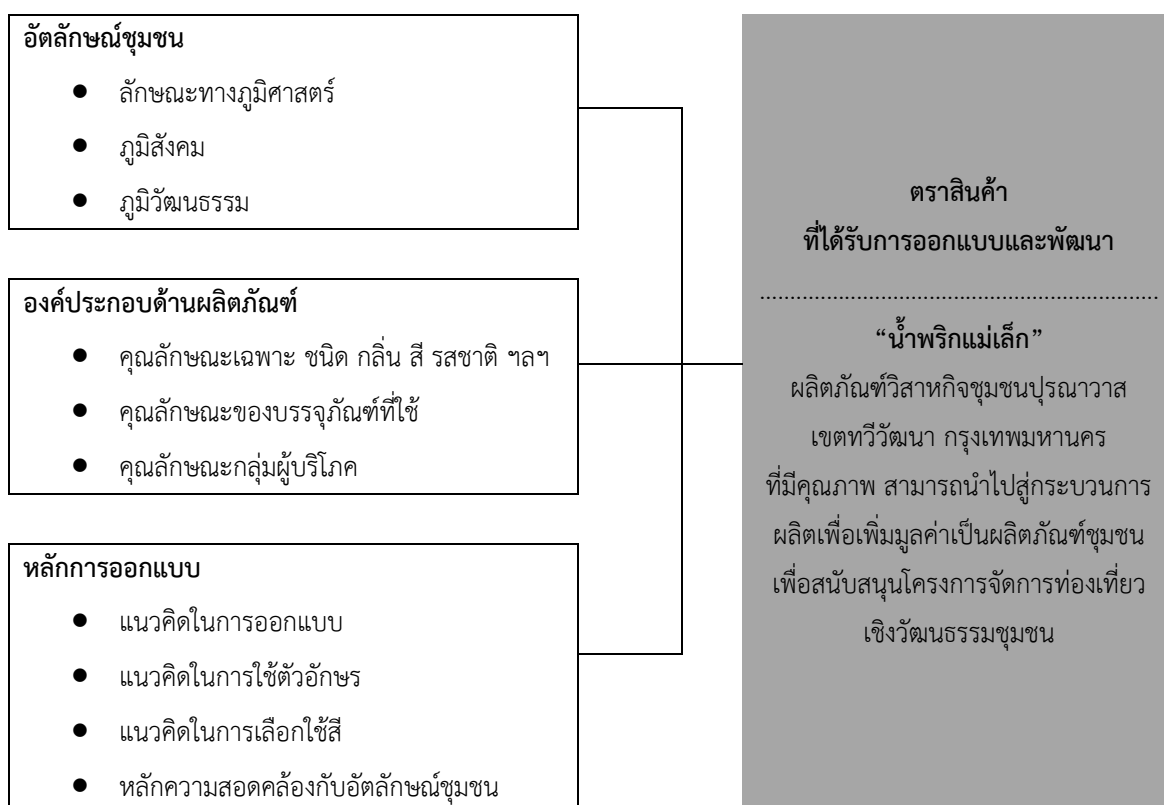
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ ทั้งลักษณะทางกายภาพ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการทั้งด้านการออกแบบและด้านการตลาด ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้ทั้งจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ จากนั้นนำมาแปลผลด้วยการบรรยายเป็นลักษณะความเรียง

ขั้นตอนที่ 2 นำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประกอบการออกแบบตราสินค้าให้มีคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ของชุมชน มีคุณภาพดี และสามารถเพิ่มมูลค่าได้

ขั้นตอนที่ 3 ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยคณะผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยจะทำการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (mean) วิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) และทำการแปลผลความเหมาะสมและความพึงพอใจของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในการออกแบบ



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมาวาส

จากการลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งมิติทางภูมิศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นปทุมาวาสร่วมกับชุมชนทั้งจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มพบว่า ชุมชนปทุมาวาส เป็นชุมชนเก่าแก่นับร้อยปี ผู้คนตั้งบ้านเรือนตามแนวหาดด้านทิศใต้ของคลองมหาสวัสดิ์ มีความหนาแน่นพอสมควรโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณรอบวัดปทุมาวาส สภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทั้งการทำนา สวนผัก สวนผลไม้ ฯลฯ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่จึงทำให้ได้ผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพสูง ไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมี ผู้คนมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแม้จะอยู่ใกล้กับสังคมเมืองโดยมีวัดปทุมาวาสเป็นศูนย์กลางของชุมชน ซึ่งลักษณะดังกล่าวสะท้อนว่าชุมชนปทุมาวาสมีพื้นฐานทางภูมิวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและศักยภาพอยู่ในระดับที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ การสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าท้องถิ่น ฯลฯ



ภาพที่ 3 ภาพกราฟิกแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนปทุมาวาส ที่มา : อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และคณะ (2560). *คู่มือท่องเที่ยวปทุมาวาส : ท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ เกษตรชาวนเมือง และวิถีวัฒนธรรมริมน้ำ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธนบุรี

จากการประชุมร่วมกับประธานชุมชน ได้ข้อสรุปว่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้รับการพัฒนา คือ “น้ำพริก” โดยชื่อที่ต้องการใช้คือ “น้ำพริกแม่เล็ก” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับกันในกลุ่มชุมชนว่าเป็นน้ำพริกที่มีคุณภาพและโดดเด่นเรื่องรสชาติที่แตกต่างจากทั่วไป โดยเป็นสูตรที่มีส่วนผสมเฉพาะที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งคำว่า “แม่เล็ก” นี้ก็มีความหมายถึง ชื่อของผู้ที่เป็นเจ้าของสูตร โดยมีทั้งสิ้น 5 ชนิดด้วยกัน ประกอบด้วย น้ำพริกตาแดง น้ำพริกเผา น้ำพริกแมงดา น้ำพริกแจ่วบอง และน้ำพริกปลาร้ารส ทั้ง 5 ชนิดนี้ แต่เดิมได้ผลิตเพื่อบริโภคและแบ่งปันกันภายในชุมชนจนเป็นที่ยอมรับในรสชาติ ลักษณะที่โดดเด่นและแตกต่างคือการเป็นน้ำพริกสูตรโบราณที่ทั้งสูตร และวิธีการทำคือภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ต่อมาก็มีการทำเพื่อจำหน่ายแต่เป็นเพียงการ

จำหน่ายอยู่ภายในชุมชนเท่านั้น กล่าวได้ว่า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ต้องการได้รับการพัฒนามีคุณค่าและองค์ประกอบที่ชัดเจนสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดและเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นได้

จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนา “ตราสินค้า” ร่วมกับชุมชนพบว่า ควรเน้นโครงสร้างของการออกแบบให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น โดยเน้นให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่น แต่ไม่ทิ้งความเป็นสูตรโบราณ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบทั้งมิติทางวัฒนธรรม การออกแบบ การตลาดแล้วนำมาซึ่งการพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้วิจัยออกแบบให้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ใช้ปิดโดยรอบหรือด้านข้างของบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นรูปแบบยาว และส่วนที่ใช้ปิดที่ฝาปิดของบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นรูปแบบทรงกลม เพื่อให้สอดคล้องกับฝาของบรรจุภัณฑ์ โดยออกแบบเป็น 3 ชุด 9 รูปแบบ ใน 1 ชุด แบ่งเป็น 3 รูปแบบ โครงสร้างของการออกแบบมีลักษณะคล้ายกัน แตกต่างกันที่สีของตราสินค้า ซึ่งผลการคัดเลือกรูปแบบของตราสินค้า โดยพิจารณาร่วมกับชุมชนได้ดังนี้



ภาพที่ 4 ตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว

ตราสินค้าที่ได้รับการคัดเลือก มีการออกแบบโดยผสมผสานระหว่างความเป็นอดีตกับสมัยใหม่เข้าในตัวตราสินค้า โดยมีการวาดรูปเครื่องปรุง เช่น พริก กระเทียม ที่สะท้อนถึงวิถีการกินของคนไทยในอดีต รวมถึงตัวอักษรที่ผ่านงานกราฟิกในรูปแบบสมัยใหม่ แต่มีการนำอัตลักษณ์ของชุมชนโดยวาดผ่านสัญลักษณ์และตัวอักษร ซึ่งสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชนที่มีความทันสมัยเข้ามา มีการวาดสัญลักษณ์ของวัดปทุมาวาสที่สะท้อนวิถีวัฒนธรรมชาวพุทธของคนในชุมชน มีการวาดรูปพริกที่แสดงถึงความเป็นตัวแทนของน้ำพริก และมีชื่อ “น้ำพริกแม่เล็ก” ที่มีความโดดเด่นทำให้สามารถสื่อถึงชื่อผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ในส่วนของตัวอักษร ผู้วิจัยใช้ตัวอักษรชื่อผลิตภัณฑ์ “น้ำพริกแม่เล็ก” โดยใช้รูปแบบตัวอักษรสมัยใหม่ เป็นตัวอักษรคล้ายการเขียนด้วยพู่กัน ด้านข้างจะมีการนำตัวอักษรแบบโบราณมาใช้เพื่อนำเสนอถึงความเก่าแก่ของสูตรน้ำพริก ในขณะที่การเลือกใช้สี ผู้วิจัยพิจารณาเลือกใช้สีพื้นเป็นสีน้ำตาลแดงสด เพื่อให้ความรู้สึกถึงความความอบอุ่นแรงของรสชาติน้ำพริก มีการใช้สีของเครื่องปรุงตามสีจริงเพื่อให้เกิดความรู้สึกถึงรสชาติที่จะเกิดขึ้น ตัวชื่อผลิตภัณฑ์ใช้สีขาวและสีเหลืองเพื่อให้เกิดความโดดเด่น เมื่อนำเอาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ได้รับการพัฒนาแล้วเข้าสู่กระบวนการพิจารณาร่วมกับชุมชน ผู้ผลิต และผู้วิจัยแล้ว ผลการวิเคราะห์ได้คัดเลือกเหลือบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า มาจำนวน 1 รูปแบบ ดังภาพ



ภาพที่ 5 บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว

2. ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปรณาวาส

มีการนำเอาตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบ พัฒนา และคัดเลือกแล้วเข้าสู่กระบวนการประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 4 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 3 คน ผู้นำชุมชน/ปราชญ์ชุมชน 2 คน และผู้ผลิต 1 คน โดยทั้ง 10 คนนี้ โดยเป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอกจำนวน 3 คน ปริญญาโทจำนวน 5 คน ปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีอีกจำนวน 2 คน ผลการประเมินคุณภาพแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดผลการประเมินคุณภาพของตราสินค้าโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ที่	ประเด็นประเมิน	$\bar{X}$	S.D	ระดับคุณภาพ
1.	ตราสินค้าสะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นของชุมชนปรณาวาสได้ชัดเจน	4.10	0.57	มาก
2.	ตราสินค้ามีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.60	0.52	ดีมาก
3.	การเลือกใช้สีมีความสวยงาม เหมาะสม และทันสมัย	4.50	0.71	ดีมาก
4.	การเลือกใช้ตัวอักษรมีความสวยงาม เหมาะสม และทันสมัย	4.50	0.53	ดีมาก
5.	ภาพรวมของตราสินค้ามีคุณภาพ สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4.50	0.53	ดีมาก
รวม		4.44	0.56	มาก

ผลการประเมินคุณภาพพบว่า ภาพรวมคุณภาพอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่า $\bar{X} = 4.44$ และค่า $SD = 0.56$ เมื่อพิจารณาประเด็นพบว่า เรื่องของตราสินค้ามีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ได้รับคะแนนมากที่สุด อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.60$ และ $SD = 0.52$) รองลงมาคือ การเลือกใช้สีมีความสวยงาม เหมาะสม และทันสมัย อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.50$ และ $SD = 0.71$) การเลือกใช้ตัวอักษรมีความสวยงาม เหมาะสม และทันสมัย อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.50$ และ $SD = 0.53$) ภาพรวมของตราสินค้ามีคุณภาพ สามารถ

ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.50$ และ $SD = 0.53$) และ ตราสินค้าสะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นของชุมชนปทุมมาวาสได้ชัดเจน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$ และ $SD = 0.57$) ตามลำดับ กล่าวได้ว่า ผลการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมมาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการพัฒนามีคุณภาพมากเพียงพอ ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าตราสินค้าที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้จะสามารถนำไปสู่การผลิตเพื่อจำหน่ายอันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ต่อไป

ในส่วนของการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมมาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผลการประเมินพบว่า มีผู้ตอบแบบประเมินทั้งสิ้น 384 คน แบ่งเป็นชาย 160 คน และหญิง 224 คน ส่วนใหญ่ อายุ 21-30 ปี จำนวน 254 คน และกลุ่มที่น้อยที่สุด อยู่ระหว่าง 51-60 ปี ที่มีเพียง 1 คน ในส่วนของรายได้ของผู้ตอบแบบประเมินนั้น ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ที่มีจำนวน 161 คน น้อยที่สุดคือ รายได้ 30,001 บาทขึ้นไปที่มีเพียง 6 คน ในส่วนของอาชีพ พบว่า เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดที่มีถึง 172 คน ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ระบุอาชีพมีน้อยที่สุดคือ 7 คน ในส่วนที่เกี่ยวกับระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่า ส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีที่มีมากถึง 246 คน ในขณะที่การศึกษาระดับปริญญาเอกที่ตอบแบบประเมินมีเพียง 5 คนเท่านั้น

ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดความพึงพอใจด้านการออกแบบของตราสินค้า

ที่	ประเด็นประเมิน	$\bar{X}$	S.D	ระดับคุณภาพ
1.	มีรูปแบบและเนื้อหา ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนปทุมมาวาสอย่างชัดเจน	4.26	0.65	มาก
2.	ภาพรวมของตราสินค้ามีความเป็นเอกภาพ มีจุดเด่นที่ชัดเจน และกลมกลืนกัน	4.49	0.57	มาก
3.	มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างสมดุลกัน ดูแล้วรู้สึกสบายตา หรือรู้สึกอึดอัด	4.45	0.63	มาก
4.	การใช้สี มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.49	0.61	มาก
5.	ตัวอักษรที่ใช้ มีความชัดเจน ง่ายต่อการจดจำ	4.52	0.62	ดีมาก
6.	องค์ประกอบต่าง ๆ สอดคล้อง กลมกลืนกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์	4.50	0.54	ดีมาก
7.	องค์ประกอบต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.45	0.61	มาก
รวม		4.45	0.60	มาก

ผลการประเมินพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่า $\bar{X} = 4.45$ และค่า $SD = 0.60$ เมื่อพิจารณาในรายประเด็น พบว่า เรื่องของตัวอักษรที่ใช้ มีความชัดเจน ง่ายต่อการจดจำ ได้รับคะแนนสูงสุด อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.52$ และ $SD = 0.62$) รองลงมาคือ องค์ประกอบต่าง ๆ สอดคล้อง กลมกลืนกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่

ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.50$ และ $SD = 0.54$) การใช้สี มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.49$ และ $SD = 0.61$) ภาพรวมของตราสินค้ามีความเป็นเอกภาพ มีจุดเด่นที่ชัดเจน และกลมกลืนกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$ และ $SD = 0.57$) มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างสมดุลกัน ดูแล้วรู้สึกสบายตา หรือรู้สึกอึดอัด อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.45$ และ $SD = 0.63$) องค์ประกอบต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.45$ และ $SD = 0.61$) และมีรูปแบบและเนื้อหา ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนปทุมวาสาอย่างชัดเจน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.26$ และ $SD = 0.65$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจหลายประการ กล่าวคือ ตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลของท้องถิ่นในเชิงลึกอันเป็นผลมาจากรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมพิจารณาออกแบบและออกแบบ ส่งผลให้ตราสินค้ามีความสวยงาม โดดเด่น สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนปทุมวาสาได้อย่างชัดเจน โดยใช้ความเป็นสูตรเฉพาะของน้ำพริกที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ วิถีความเป็นชุมชนริมคลองมหาสวัสดิ์ และวิถีวัฒนธรรมที่ยึดมั่นในพุทธศาสนาจากการมีวัดสำคัญอย่างวัดปทุมวาสา มาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์

ตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาโดยผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิและการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค สามารถสื่อความหมายกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สอดคล้องสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน ตราสินค้าสะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น มีความสวยงาม ทันสมัย สีสันสวยงาม การเลือกใช้ตัวอักษรมีความเหมาะสม โดดเด่น และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Philip Kotler (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ แปล, 2546 : 538) ที่กล่าวว่า ตราสินค้าที่ดีจะต้องสามารถสื่อความหมายได้ใน 6 ระดับ คือ 1. คุณสมบัติ (Attributes) 2. คุณประโยชน์ (Benefits) 3. คุณค่า (Values) 4. วัฒนธรรม (Culture) 5. บุคลิกภาพ (Personality) และ 6. ผู้ใช้ (User)

ในขณะที่แนวคิดในการออกแบบตราสินค้าครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ชุมชน ในขณะเดียวกันก็คำนึงถึงหลักการประกอบของศิลปะที่ให้ความสมดุลระหว่างเรื่องราวและการออกแบบที่มีความเป็นเอกภาพและสมดุลด้วย ซึ่งเป็นไปตามหลักการออกแบบดังที่ ขวัญใจ สุขก้อน น้ำฝน ลูกคำ และบุญนצר สันฐาน (2555) ได้อธิบายไว้ว่า หลักการออกแบบที่ดีจะต้องคำนึงถึงความเป็นเอกภาพ (Unity) ความสมดุล (Balance) ความกลมกลืน (Harmony) การซ้ำ (Repetition) การลดหลั่น (Gradation) และ จุดเด่น (Dominance) สะท้อนให้เห็นว่าตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบนี้มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าตามหลักการหรือแนวคิดเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ดังกล่าวข้างต้น

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยในกระบวนการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการประเมินความพึงพอใจในส่วนของผู้บริโภค ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่า $\bar{X} = 4.45$ และค่า $SD = 0.60$ เมื่อพิจารณารายละเอียดในส่วนของผู้ประเมินความพึงพอใจพบประเด็นที่น่าสนใจ กล่าวคือ กลุ่มผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ต่ำกว่า

10,000 บาท เป็นกลุ่มมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งถือว่าเป็นคนรุ่นใหม่ ที่มีรายได้ยังไม่มากนักซึ่งอาจเป็นผู้ที่เพิ่งเริ่มการทำงานที่อยู่ในระหว่างการศึกษาระหว่างการประกอบกับเมื่อพิจารณาในคำถามที่พบว่า ประเด็นเกี่ยวกับความความเรียบง่าย สวยงาม ง่ายต่อการจดจำชื่อของผลิตภัณฑ์ ได้รับคะแนนสูงสุด อยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.54$ และ $SD = 0.57$) แสดงให้เห็นว่า ตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา สอดคล้องกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผลการประเมินดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของดร.ณิ มูเก็ม (2560) เรื่อง “การพัฒนาสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา” ที่พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้ภาพที่มีความสวยงามสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสินค้า มีความสำคัญอย่างมากต่อการเพิ่มมูลค่าของสินค้าเมื่อนำไปจำหน่าย รวมถึงลักษณะของการออกแบบที่มีอัตลักษณ์สะท้อนความเป็นท้องถิ่นหรือชุมชนที่ชัดเจนส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่นเดียวกับการศึกษาของเจน ยุทธ ศรีหิรัญ (2560) เรื่อง “การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ทุเลแสนผสมสมุนไพรไทย บ้านนาชุม จังหวัดพิษณุโลก” ที่พบว่า แนวคิดในการนำเอาดอกปีปจากผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดพิษณุโลกและเป็นดอกไม้ของต้นไม้ประจำจังหวัดมาผสมผสานกับภาพประกอบที่แสดงถึงส่วนผสมหลักของสมุนไพรที่อยู่ในแฉกและครีมนวดผสม โดยออกแบบให้ดูทันสมัยและบ่งบอกความเป็น ตัวตนของจังหวัดพิษณุโลก ส่งผลต่อการประเมินการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับ มาก รวมถึงผลของการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายก็อยู่ในระดับ มาก เช่นกัน สะท้อนให้เห็นว่า การออกแบบและพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่คำนึงถึงหลักการออกแบบมีความทันสมัยโดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นพื้นฐาน มีความสำคัญและส่งผลต่อการรับรู้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก รวมถึงการสำรวจหรือประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ซื้อก่อนที่จะนำผลการวิจัยนี้ไปสู่กระบวนการผลิตเพื่อจำหน่ายจริงก็มีความสำคัญอย่างมากเช่นกัน

นอกจากนี้ วัตถุประสงค์สำคัญส่วนหนึ่งคือการพัฒนาซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้เชื่อมโยงกับโครงการพัฒนาท้องถิ่นชุมชนปทุมวาสนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นกระบวนการวิจัยในส่วนของการออกแบบและพัฒนาตราสินค้าจึงให้ความสำคัญกับมิติทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่เป็นชุมชนริมน้ำ มีวิถีวัฒนธรรมที่ผูกพันอยู่กับธรรมชาติ ซึ่งเชื่อได้ว่าผลของการวิจัยจะเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นไปตามความมุ่งหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับการศึกษาของประชิด ทิณบุตร อีระชัย สุขสวัสดิ์ และอดิสรณ์ สมนึกแทน (2559) เรื่อง “การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท” ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ ด้านสุขภาพและความงาม ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาโดยใช้อัตลักษณ์จังหวัดชัยนาทเป็นสื่อสร้างสรรค์ส่งผลต่อการรับรู้และสามารถที่เชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาทได้เป็นอย่างดี สะท้อนให้เห็นว่า การสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคมีส่วนสำคัญในการสร้างความโดดเด่นของท้องถิ่นและสามารถเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้

กล่าวได้ว่าการวิจัยเรื่อง การออกแบบพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ประกอบกับความสอดคล้องของผลการศึกษาวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่า ตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาในครั้งนี้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพมากเพียงพอ

สามารถนำไปสู่ขั้นตอนของการผลิตเพื่อจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รวมถึงสามารถเป็นส่วนหนึ่งหรือใช้ป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาชุมชนบูรณาการไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การออกแบบและพัฒนาตราสินค้ามีศักยภาพเพียงพอสามารถนำไปสู่กระบวนการผลิตเพื่อการจำหน่ายเป็นสินค้าชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะสะท้อนตัวตนความเป็นชุมชนริมน้ำได้ต่อไป
2. ผลการวิจัยพบว่า ตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นนี้ สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ดังนั้นจึงควรนำตราสินค้าดังกล่าวไปปรับประยุกต์ใช้กับสินค้ารูปแบบอื่นของชุมชน เพื่อให้สินค้าของชุมชนบูรณาการ มีความเป็นเอกภาพ โดดเด่น และชัดเจน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นเพียงการศึกษาสินค้าชนิดเดียว ในขณะที่ชุมชนบูรณาการยังมีการผลิตสินค้าชุมชนชนิดอื่นอีกหลายชนิด เช่น ขนมไทย ผลิตภัณฑ์จากกล้วย ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นร่วมด้วย อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรใช้รูปแบบของตราสินค้าที่เป็นโครงสร้างเดียวกัน เพื่อความเป็นเอกภาพและมีความชัดเจนในอัตลักษณ์ของชุมชน
2. ผลจากการวิจัยเบื้องต้นพบว่า ชุมชนบูรณาการ เป็นชุมชนที่มีศักยภาพและมีองค์ประกอบของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ครบถ้วน ทั้งการเป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา และวิถีวัฒนธรรมที่ชัดเจน รวมถึงลักษณะทางธรรมชาติ และองค์ประกอบอื่นของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาร่วมในประเด็นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยเน้นอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นสำคัญ

เอกสารอ้างอิง

- เจนยูทธ ศรีหิรัญ. (2560). การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมสมุนไพรไทย บ้านนาชุม จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 8(1), 155-168.
- ดร.ณิ มูเก็ม. (2560). การพัฒนารูปลักษณ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(2), 69-79.
- ประชิด ทิณบุตร ชีระชัย สุขสวัสดิ์ และอดิสรณ์ สมนึกแทน. (2559). การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท. *วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 84-94.
- มหาวิทยาลัยธนบุรี สำนักวางแผนและพัฒนา. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยธนบุรี (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำราญ ผลดี และคณะ. (2560). *คู่มือท่องเที่ยวปฐมนวาส ท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ* เชียงเขตรชานเมือง และวิถีวัฒนธรรมริมน้ำ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธนบุรี.

Kotler, P. (2546). *การจัดการการตลาด*. (ฉนวนรณ แสงสุวรรณ และคณะ, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

Yamane, T. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.
