

การออกแบบตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมุนไพรบ้านเกาะหมี่
ตำบลคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา*

LOGO AND LABEL DESIGN FOR CURRY PASTE PRODUCTS OF KOH MEE HERBAL
CURRY COMMUNITY ENTERPRISE, KHLONG HAE SUB-DISTRICT,
HAT YAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

นนทพร ภัคมาน*, ณัฐชนา นวลยัง

Nontaros Parkkaman*, Natchana Nuanyang

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ประเทศไทย

Faculty of Architecture, University of Technology Srivijaya, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: kanokwannaporn.p@rmuts.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเลือกรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ กลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา หน่วยงานภาครัฐ (เทศบาลเมืองคลองแห) ผู้นำชุมชนบ้านเกาะหมี่ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และสังเกตการณ์สรุปผลเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานรวมถึงสร้างความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และเป็นข้อมูลสำหรับดำเนินการออกแบบ จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งหมด 15 คน เลือกรูปแบบที่ 1 มากที่สุด และตามด้วยรูปแบบที่ 3 รูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 4 ตามลำดับ โดยตราสินค้า และฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามความเหมาะสมแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ตามคำบอกเล่าของชุมชน คือ รูปหมี่ดำ ด้านการใช้โทนสี Background ของฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นสีโทนสีแดง Maroon/Carmine, Russet, Auburn, Marigold, Cide, Rust เพื่อให้มีโทนสีที่โดดเด่นเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ภาพประกอบของฉลากเครื่องแกงเป็นภาพวาดขมิ้น พริก ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกไทย กระเทียม เพื่อแสดงถึงวัตถุดิบที่สำคัญที่มีในชุมชน วัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากการปลูก ภาพด้านหลังให้เป็นทิวเขาของชุมชนเกาะหมี่เพื่อเป็นสัญลักษณ์ว่าเครื่องแกงถูกผลิตขึ้นที่ชุมชนเกาะหมี่ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกใสสามารถมองเห็นเครื่องแกงด้านใน ฝาปิดคัปดสนิท ใช้สอยง่าย เก็บรักษาง่าย วิธีการไม่ยุ่งยาก สะดวกต่อการขนย้าย วางซ้อนทับกันหลายชั้นได้ การผลิตเอื้อต่อกำลังคน เก็บในอุณหภูมิต่ำได้

คำสำคัญ: ตราสินค้า, ฉลากบรรจุภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชน, เครื่องแกงสมุนไพร, บ้านเกาะหมี่

Abstract

The objectives of this study were to study the guidelines for developing and selecting suitable logo and label designs for curry paste products of the Koh Mee Herbal Curry Community Enterprise, Khlong Hae Sub-district, Hat Yai District, Songkhla Province. This study used the

qualitative research methodology. The key informants consisted of representatives from the Koh Mee Herbal Curry Community Enterprise, Khlong Hae Sub-district, Hat Yai District, Songkhla Province, a government agency (Khlong Hae Town Municipality), and leaders of Koh Mee Community. The data were collected through the interviews, observations, and community participation. The data obtained were used as basic information for the design guidelines. The key informants were the leaders total 15 people It was found that Design 1 was chosen by the most participants and stakeholders, followed by Design 3, Design 2, and Design 4, respectively. This is due to the fact that this design features the black bear image, reflecting the community's name and identity. The label background is in reddish shades such as the maroon/carmine, russet, auburn, marigold, cide and rust in order to make it stand out and suitable for food products. The label features illustrations of the key ingredients of curry paste, like turmeric, chili, lemongrass, kaffir lime leaves, pepper, garlic, and so on, in order to demonstrate that the products are made with readily available, locally sourced ingredients. The Koh Mee Sub-district's mountain range is used as the background, signifying that the curry paste products are produced in the Koh Mee Community. The container is made of clear plastic for a clear vision of curry paste inside. Each container features a tight-closing locking cover that makes it simple to open, store, and transport. It is also possible to stack the containers on top of one another. The packaging and label re produced using a straightforward production method that need minimal labor. Furthermore, the packaging can be stored at low temperatures without damage.

Keywords: Logo, Packaging label, Community Enterprise, Herbal Curry, Baan Koh Mee

บทนำ

ตำบลคลองแห อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นตำบลที่มีชุมชนดั้งเดิมและมีประวัติศาสตร์มายาวนาน มีโครงสร้างชุมชนทั้งหมด 40 ชุมชน (มงคล ชนินทรสงขลา, 2563) สภาพแวดล้อมเขตเทศบาลเมืองคลองแหมีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไป เป็นที่ราบลุ่ม ทุ่งนา (เทศบาลเมืองคลองแห, 2563) คลองแหนั้นมีภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านอาหารด้านอาชีพและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่าในชุมชน ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านอาหาร นั่นคือ เครื่องแกงสมุนไพรจัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตเครื่องแกงบ้านเกาะหมี่ เป็นกลุ่มอาชีพที่มีความเข้มแข็งมีการรวมตัวกันเป็นวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกง ซึ่งเครื่องแกงปักษ์ใต้ของกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือ ความเผ็ดร้อน (สินค้า OTOP, 2563) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะหมี่เป็นกลุ่มที่ใส่ใจและให้ความสำคัญกับการผลิตเครื่องแกงซึ่งในส่วนผสมของเครื่องแกงมีสมุนไพรหลากหลายชนิด สามารถช่วยบำรุงร่างกาย มีส่วนรักษาโรคต่าง ๆ วัตถุดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบในชุมชน

เมื่อพิจารณาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT) พบว่า สมาชิกมีการรวมกลุ่มคอยช่วยเหลือกัน มีการวางแผนที่ดีก่อนทำงานในด้านการผลิตและการแปรรูป มีสถานที่ตั้งกลุ่มใกล้เส้นทางสายหลัก สะดวกในการเดินทางใกล้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ทุ่งหญ้าเกาะหมี่ ตลาดนัดเกาะหมี่ มัสยิดกลางประจำจังหวัดสงขลา มีสูตรเครื่องแกงเป็นเอกลักษณ์ มีรสชาติเผ็ดร้อน สะอาด และรู้แหล่งที่มาของวัตถุดิบจากในชุมชนโดยเฉพาะเครื่องแกงที่ทำจากสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะหมี่ มีรสชาติดีเผ็ดร้อนเป็นเอกลักษณ์และมีหลายสูตรส่งผลให้มีลูกค้าประจำ คือ ชาวมาเลเซีย

แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะหมื่นขาดองค์ความรู้ที่จำเป็นในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ขาดนโยบายการทำงานกันระหว่างภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแกงเพื่อเป็นของฝาก มีการจำหน่ายเฉพาะคนในพื้นที่เท่านั้น ขาดการสื่อสารข้อมูลสินค้าทำให้ผู้บริโภคไม่มีข้อมูล

จากความสำคัญดังกล่าวกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงบ้านเกาะหมื่นยังขาดองค์ความรู้เพื่อยกระดับ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ไม่มีฉลากบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม หากมีการพัฒนาตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ มีการประชาสัมพันธ์ที่ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อาจทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักพื้นที่มากขึ้นเกิดรายได้หมุนเวียนส่งผลให้ชุมชนเกิดความสามัคคี และมีความภาคภูมิใจในชุมชนที่มาจากความร่วมมือร่วมใจจะเป็นฐานข้อมูลให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมุนไพรบ้านเกาะหมื่น และฝ่ายพัฒนาอาชีพเทศบาลเมืองคลองแหต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการเลือกรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมื่น ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจลงพื้นที่ศึกษา โดยทำการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสร้างความเข้าใจในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในกระบวนการออกแบบเพื่อนำมาสู่การออกแบบตราสัญลักษณ์และฉลากบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมื่น ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คือ ผู้นำชุมชนบ้านเกาะหมื่น และกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมื่น ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 9 คน หน่วยงานภาครัฐ (เทศบาลเมืองคลองแห) 6 คน

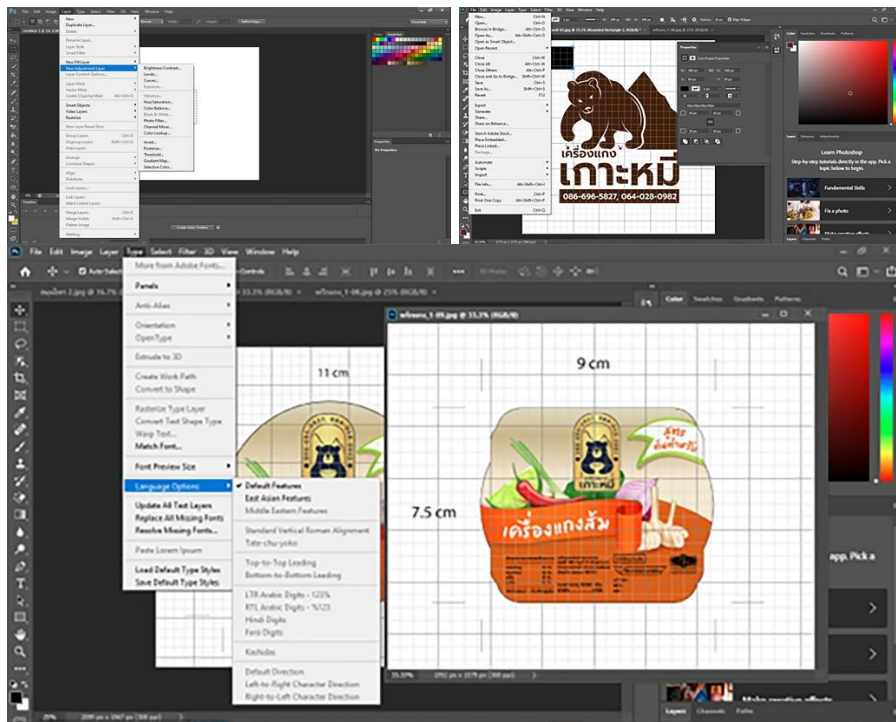
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการ และแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมื่น 2) โปรแกรม Adobe Photoshop cs6 โปรแกรม Adobe Illustrator cc 2021 โปรแกรม Adobe Illustrator Draw โปรแกรม Procreate ในการพัฒนาต้นแบบตราสินค้าและต้นแบบผลิตภัณฑ์ 3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การสนทนากลุ่ม เป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างนักวิจัย และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นการใช้ชุดคำถามแบบเจาะเจาะลึก ทั้งทางด้านมุมมอง เจตคติ ความต้องการ ความเชื่อ และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับงานวิจัย โดยชุดคำถามดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว เพื่อให้ได้ชุดคำถามที่เกิดความเที่ยงตรงและแม่นยำ และได้ข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์ อย่างละเอียดและตรงประเด็น

4. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ได้แก่ 1) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลศักยภาพของชุมชนกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมื่น ข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนา 2) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และ 3) ข้อมูลจากเอกสารจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการดำเนินการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 สร้างเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพร และส่วนที่ 3 พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพร

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ และแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการออกแบบต้นแบบตราสินค้าและต้นแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างเอกสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและประหยัดเวลา เหมาะกับการพิมพ์เอกสาร และการสร้างไฟล์ดิจิทัล ผลิตต้นแบบตราสินค้าและต้นแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อต้องการบรรจุภัณฑ์มาใช้บรรจุสินค้า ในส่วนของตราสินค้า ใช้เป็นสื่อโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ สร้างภาพจำและสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่ม โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop cs6 โปรแกรม Adobe Illustrator cc 2021 เพื่อออกแบบตราสินค้า ลักษณะเส้นและการกรรภาพรูปภาพ โปรแกรม Adobe Illustrator Draw ใช้สำหรับการวาดไอคอน และงานกราฟิกในงานสิ่งพิมพ์ โปรแกรม Procreate ใช้สำหรับการแก้ไขภาพกราฟิก การวาดภาพดิจิทัล และโปรแกรม Microsoft Office 2021 ใช้สำหรับประมวลผลคำ



ภาพที่ 1 ภาพกระบวนการออกแบบ ในโปรแกรม Adobe Photoshop cs6



ภาพที่ 2 ภาพกระบวนการออกแบบ ในโปรแกรม Adobe Illustrator cc 2021



ภาพที่ 3 ภาพกระบวนการออกแบบด้วยการวาดเทคนิคสีน้ำ (Watercolor painting)



ภาพที่ 4 รูปแบบการออกแบบต้นแบบตราสินค้าและรูปแบบต้นแบบฉลากบรรจุภัณฑ์
อย่างละ 4 รูปแบบ

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำต้นแบบตราสินค้าและต้นแบบฉลากบรรจุภัณฑ์โดยประชุมเชิงปฏิบัติการมีส่วนร่วมของชุมชนเสนอแนะโดยมีนายประจักษ์ ชูแก้ว รองนายกเทศมนตรีฯ นายวิลาศ วุ่นแก้ว ผอ.กองสวัสดิการสังคมฯ นายเฉลิมพร บิลหมัด ประธานกรรมการชุมชนเกาเหมี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาเหมี พนักงานเทศบาลและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการผังเมือง และนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ในการลงพื้นที่ครั้งนี้ นักวิจัยได้วางวัตถุประสงค์ ไว้เพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมประชุมร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูล เพิ่มเติมข้อเสนอแนะ และทำการเลือกรูปแบบ ของตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 5 แสดงสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัย ฉบับนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบและข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือ 2 แบบ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (Interview) ในส่วนของ แบบสอบถาม ชุดคำถามที่ใช้ในงานวิจัยจะประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมี่ 3) พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมี่ อีกทั้งนักวิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้กระบวนการ การนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้จากการเก็บข้อมูล เช่น งานวิจัย วารสาร แบบสอบถามและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย อีกทั้งยังนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน มาทำการวิเคราะห์ จัดระเบียบ แยกออกมาเป็นประเด็นที่สำคัญ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาประเด็นที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันและดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลให้มีลักษณะเป็นแนวความคิดสรุปเชิงนามธรรม โดยนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนา

ผลการวิจัย

การเลือกรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอลำดวน จังหวัดสงขลา ความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบตราสินค้า และฉลากบรรจุภัณฑ์ก่อนเข้าสู่กระบวนการออกแบบต้นแบบตราสินค้า และต้นแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ พบว่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ยวัยแรงงานคือ อายุ 36 - 40 ปีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีสถานะสมรสประกอบอาชีพธุรกิจร้านอาหารและมีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง 15,001 - 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพร ชุมชนบ้านเกาะหมี่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องแกงผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ขนาดของตราสินค้าตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์มีความต้องการต้นทุนในการผลิตตราสินค้ามากกว่า 1.50 บาท ลักษณะรูปร่างตราสินค้าของกลุ่มให้เป็นไปตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ต้องการรูปแบบโดยรวมของตราสินค้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และต้องการข้อมูลบนฉลากสินค้า

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรต้องการให้บรรจุภัณฑ์เครื่องแกงสมุนไพรมีขนาด 500 กรัม มีความเหมาะสมมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกใช้สอยง่ายการเก็บรักษาง่ายสะดวกต่อการขนย้ายง่าย สวยงาม การออกแบบต้องสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความเหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตเอื้อต่อความสามารถของกำลังคน ต้องไม่ยุ่งยากไม่ซับซ้อนสามารถเก็บในที่ที่มีอุณหภูมิต่ำได้ โดยบรรจุภัณฑ์ไม่เสียหาย บรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่ม

ผลการดำเนินการเลือกรูปแบบของตราสินค้ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ผู้เข้าประชุม เลือกรูปแบบที่ 1 มากที่สุด และตามด้วยรูปแบบที่ 3 รูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 4 ตามลำดับ ซึ่งในส่วนของรูปแบบที่ 1 ยังมีข้อเสนอแนะต้องปรับแก้ ดังต่อไปนี้ รายละเอียดสำหรับการปรับรูปแบบที่ 1 การแก้ไขจากข้อเสนอแนะในการลงพื้นที่สำรวจและการจัดประชุม

1. ปรับโทนสีของ Background ให้เป็นโทนสีแดง - ส้ม เพื่อให้มีโทนสีที่โดดเด่น

2. ปรับภาพของหมี่ที่อยู่ด้านหน้าให้มีลักษณะเหมือนกำลังอุ้มถ้วยเครื่องแกง ภายในถ้วยด้านหน้าใส่ส่วนประกอบของเครื่องแกง เช่น ขมิ้น พริก ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกไทย กระเทียม ฯลฯ

3. ให้มือของหมี่ประสานกัน (ให้มือติดกัน) เป็นลักษณะของการอุ้มถ้วยเครื่องแกง (อาฟีเสาะ ผลามิโซ, 2566)

4. ปรับด้านหลังให้เป็นทิวเขา ของตำบลเกาะหมี่ เพื่อเป็นสื่อสัญลักษณ์ว่าเครื่องแกงถูกผลิตขึ้นที่ชุมชนเกาะหมี่ (กิติยะ บิลและ, 2566); (รัตติกร ชุนรงค์, 2566)

ผลการดำเนินการเลือกรูปแบบของฉลากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า เลือกรูปแบบที่ 1 มากที่สุด และตามด้วย รูปแบบที่ 2 รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4 ตามลำดับ ซึ่งในส่วนของรูปแบบที่ 1 ยังมีข้อเสนอแนะต้องปรับแก้ ดังต่อไปนี้ รายละเอียดสำหรับการปรับรูปแบบฉลากรูปแบบที่ 1 แก้ไขจากข้อเสนอแนะในการลงพื้นที่สำรวจและการจัดประชุม

1. นำโลโก้ (ตราสินค้า) ของแบบที่ 1 มาใส่บนฉลากบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 และรายละเอียดของภาพกราฟิกที่ไม่จำเป็นออก (สิรินาฏ ส่งมาก, 2566)

2. ปรับขนาดอักษรให้ชัดและขยายขนาดของตัวอักษรให้ใหญ่ เพื่อสามารถอ่านได้ง่าย

3. ปรับโทนสีของ Background ให้เป็นโทนสีที่สว่างขึ้น

4. จัดองค์ประกอบของภาพและระยะห่างตัวอักษรให้มีความสมดุล

5. ปรับความละเอียดของไฟล์ภาพให้คมชัดและละเอียดขึ้น (อรัญญา อ่างสกุล, 2566); (อารยา การันสันติ, 2566)



ภาพที่ 6 รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมุนไพร่บ้านเกาะหมี่



ภาพที่ 7 ต้นแบบตราสินค้าและต้นแบบฉลากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมุนไพร่บ้านเกาะหมี่

อภิปรายผล

กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจเก็บข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนา พบว่า กลุ่มมีความสามัคคีและมีการวางแผนก่อนการดำเนินงาน มีสูตรเครื่องแกงที่หลากหลายเป็นเอกลักษณ์ รสชาติ อร่อยใช้วัตถุดิบที่ปลูกขึ้นเองในชุมชน แต่กลุ่มยังไม่มีตราสินค้าที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนประกอบด้วยฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่ทนต่อความชื้น มีความต้องการให้ตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ลักษณะรูปร่างตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามความเหมาะสม และต้องแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบกับข้อมูลบนฉลากบรรจุภัณฑ์ต้องถูกต้อง ลวดลายบนฉลากบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม (นวนลัย บัญวงศ์, 2542) มีรายละเอียดชัดเจน และมีขนาดปริมาณบรรจุ 500 กรัม ลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทพลาสติก ใช้สอยง่าย เก็บรักษาง่าย สะดวกต่อการขนย้ายสวยงาม สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีความเหมาะสมด้านวัสดุ วิธีในการผลิตเอื้อต่อกำลังคน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เก็บในอุณหภูมิต่ำได้ บรรจุภัณฑ์ไม่เสียหาย ด้านตราสินค้าและฉลากของบรรจุภัณฑ์ เป็นไปตามความเหมาะสมและแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนตามคำบอกเล่าของคนในชุมชน รูปแบบตราสินค้าสัญลักษณ์ซึ่งพ้องกับชื่อตำบลเกาะหมี่ ลักษณะเหมือนกำลังอุ้มถ้วยเครื่องแกง และสอดคล้องกับทฤษฎี Keller, K. L. กล่าวถึงองค์ประกอบอัตลักษณ์ตราสินค้าว่า คือ ส่วนต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นมาเป็นตราสินค้าหนึ่ง ๆ สามารถช่วยเพิ่มการจดจำ และช่วยให้การเชื่อมโยงข่าวสารกับตราสินค้านั้น ๆ คือ บุคลิกเป็นสัญลักษณ์พิเศษที่ช่วยเพิ่มความจดจำในตราสินค้า (Keller, K. L., 2013) เพิ่มการเชื่อมโยงไปที่ตราสินค้า โดยมากมักจะออกแบบในรูปของคนและสิ่งที่มีชีวิตที่พบได้ในชีวิตประจำวัน เช่น Mr.Bebendum ของยาง Michelin, เด็กสมบูรณ์ของซีอิ๊วขาวของหยันหว่อหยุ่น

ด้านการใช้โทนสีของ Background ให้เป็นโทนสีแดง Maroon/Carmine, Russet, Auburn, Marigold, Cide, Rust เพื่อให้มีโทนสีที่โดดเด่นและเป็นโทนสีที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร (รัชฎาภรณ์ เขียวจันทร์, 2559) ภาพประกอบส่วนอื่น ๆ ของฉลากเครื่องแกง เป็นภาพวาดขมิ้น พริก ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกไทย กระเทียม ฯลฯ เพื่อแสดงถึงวัตถุดิบที่สำคัญในการใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องแกง วัตถุดิบพื้นถิ่นที่มีในชุมชน เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้มาจากการปลูก ด้านหลังให้เป็นทิวเขา ของตำบลเกาะหมี่ เพื่อเป็นสื่อสัญลักษณ์ว่าเครื่องแกงถูกผลิตขึ้นที่ชุมชนเกาะหมี่ ด้านขนาดอักษรที่ชัด เพื่อสามารถอ่านได้ง่าย จัดองค์ประกอบของภาพและระยะห่างตัวอักษรให้มีความสมดุล มีไฟล์ภาพให้คมชัด (ประชิด พิณบุตร, 2540)

ด้านลักษณะคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทพลาสติกใส สามารถมองเห็นเครื่องแกงด้านในได้ จะต้องสามารถนำมาบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่เป็นของเหลวได้ ฝาล็อคปิดสนิท ใช้สอยง่าย เก็บรักษาง่าย สะดวกต่อการขนย้าย วางทับซ้อนกันหลายชั้นได้ วิธีในการผลิตเอื้อต่อกำลังคน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เก็บในอุณหภูมิต่ำได้

สรุปและข้อเสนอแนะ

การดำเนินการออกแบบตราสินค้า และฉลากบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมุนไพรบ้านเกาะหมี่ ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกรูปแบบและแนวทางการพัฒนาตราสินค้าและฉลากบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจเครื่องแกงสมุนไพรชุมชนบ้านเกาะหมี่ ด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการมีส่วนร่วมของชุมชนเลือกรูปแบบตราสินค้า และรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 มากที่สุด คือ รูปหมี่ดำ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น โทนสี Background ของฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นสีโทนสีแดงเป็นโทนสีที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และมีภาพเป็นองค์ประกอบสื่อถึงวัตถุดิบที่สำคัญในการใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องแกง คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทพลาสติกใส มองเห็นด้านใน ฝาล็อคปิดสนิทใช้สอยง่าย เก็บรักษาง่าย สะดวกต่อการขนย้าย วิธีผลิตไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัยครั้งต่อไป คือ 1) ควรมีการแปรรูปเครื่องแกงเป็นรูปแบบชนิดน้ำปรุงสำเร็จและสามารถนำกราฟิกรูปแบบ

ตราสินค้าไปต่อยอดได้ และ 2) เครื่องหมายรับรองฮาลาลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของชาวมุสลิมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงสมุนไพรอย่างไร

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วย การสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานการวิจัย ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้สำเร็จลงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยะ บิลแหละ. (1 พ.ย. 2566). รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์. (ปาณิสรา เกียรติสกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- เทศบาลเมืองคลองแห. (2563). ข้อมูลพื้นฐาน. เรียกใช้เมื่อ 2 สิงหาคม 2566 จาก <https://www.klonghaecity.go.th>
- นวนน้อย บุญวงศ์. (2542). หลักการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร: สำนักแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชิด พิณบุตร. (2540). การออกแบบผลิตภัณฑ์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: วิเจ.พรินติ้ง.
- มงคล ชนินทรสงขลา. (2563). อัตลักษณ์ของพื้นที่และวัฒนธรรมอาหารในชุมชนท่าข้ามสู่เส้นทางท่องเที่ยว. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- รัชฎาภรณ์ เขียวจันทร์. (2559). หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. เรียกใช้เมื่อ 19 มิถุนายน 2565 จาก <http://artd3302-ratchadaporn.blogspot.com>
- รัตติกร ขุนรงค์. (1 พ.ย. 2566). รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์. (ปาณิสรา เกียรติสกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- สินค้า OTOP. (2563). กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิตเครื่องแกง. เรียกใช้เมื่อ 25 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.klonghaecity.go.th>
- สิรินาฏ ส่งมาก. (1 พ.ย. 2566). รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์. (ปาณิสรา เกียรติสกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- อรัญญา อ่างสกุล. (1 พ.ย. 2566). รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์. (ธนิสา แสนสิรา, ผู้สัมภาษณ์)
- อาฟีเสาะ ผลามิโซ. (1 พ.ย. 2566). รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์. (ปาณิสรา เกียรติสกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- อารยา การันสันติ. (1 พ.ย. 2566). รูปแบบตราสินค้าและรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์. (ปาณิสรา เกียรติสกุล, ผู้สัมภาษณ์)
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity Global Edition (4th ed.). England: Pearson Education Limited.