


การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบ  
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ

Product Label Design Through Participatory Communication to Develop  
the Packaging of the Community Processed Food and Herbal Products  
According to the Sustainable Creative Economy Concept in  
Samut Prakarn Province



ชาติรี บัณฑิต

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ปีการศึกษา 2557

ชื่อเรื่อง	การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ
ผู้วิจัย	ชาตรี บัวคลี่
สถาบัน	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ปีที่พิมพ์	2560
สถานที่พิมพ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
จำนวนหน้างานวิจัย	200 หน้า
คำสำคัญ	ออกแบบ ฉลากสินค้า การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาอย่างยั่งยืน
ลิขสิทธิ์	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) และการวิจัยแบบผสมผสานวิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Method) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนารูปแบบฉลากสินค้าชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ รวมถึงบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน เพื่อให้ให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการวิจัย โดยผู้มีส่วนร่วม ได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล หรือวิสาหกิจชุมชน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเปรียบเทียบ In-Dependent T-Test

ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์มียอดขายลดลงเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือ ใ้ใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบถูก จุดด้อย คืออายุการเก็บรักษาสั้นและการหาช่องทางการสื่อสารการตลาด โอกาส คือนโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของรัฐบาล และอุปสรรค คือความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัญหา คือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึง

งบประมาณในการสนับสนุนจากภาครัฐ ผลประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากผลิตภัณฑ์เดิมพบว่ามีความพึงพอใจระดับน้อยทุกผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมต้องระดมมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมสะท้อนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการวิจัย

2. ผลการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ทุกผลิตภัณฑ์มีผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมากทุกผลิตภัณฑ์ และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่พบว่า ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชนรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้นในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ ผลงานออกแบบฉลากจะสำเร็จผลและเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนร่วมได้ ต้องมาจากความเท่าเทียมและความสมดุลทางความคิดอย่างมีประชาธิปไตยของผู้มีส่วนร่วม และงานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต้องสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ่านภาพประกอบ สี ตัวอักษรและลวดลายกราฟิก

3) การประเมินผลสัมฤทธิ์การบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน ของนักศึกษา ก่อนและหลังการมีส่วนร่วมพบว่า นักศึกษามีการเรียนรู้เพิ่มขึ้นทุกด้าน โดยนักศึกษาได้เรียนรู้การสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการและมีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัยมากที่สุด ข้อค้นพบที่โดดเด่น คือ การบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาได้ฝึกการใช้ปฏิภาณไหวพริบเพื่อการแก้ปัญหา โดยเฉพาะขั้นตอนการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เนื่องจากทุกความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมีความสำคัญเท่ากัน จึงต้องหาจุดกึ่งกลาง หรือความสมดุลของความจำเป็นเพื่อให้ได้ผลงานที่ตรงใจผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด และการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมช่วยลดความมั่นใจเกินขอบเขต (ทิฐิ) หรือการคิดหมกมุ่นแต่ความต้องการของตนเอง ความอยากเอาชนะ และการเห็นอกเห็นใจผู้อื่น โดยการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างเท่าเทียมซึ่งเป็นเรื่องยากของเด็กนักศึกษายุค Generation Me

<b>Research Title</b>	Product Label Design Through Participatory Communication to Develop the Packaging of the Community Processed Food and Herbal Products According to the Sustainable Creative Economy Concept in Samut Prakarn Province
<b>Researcher</b>	Chatree Buaclee
<b>Institution</b>	Huachiew Chalermprakiet University
<b>Year of Publication</b>	2017
<b>Publisher</b>	Huachiew Chalermprakiet University
<b>Sources</b>	Huachiew Chalermprakiet University
<b>No. of Pages</b>	200 pages
<b>Keywords</b>	label design, community product, participatory communication, sustainable creative economy
<b>Copyright</b>	Huachiew Chalermprakiet University

### **Abstract**

The Participatory Communication Design Concept is the concept that mixes the designing principles, the arts elements and the participatory communication together through the Mixed Method Research. The Knowledge of the Participatory Communication Design Concept allows the participants of the designing process to involve in every step of the designing process from design planning and assignment, design brain-storming and evaluation of the design outcome. The design process participants consist of the inside and outside participants. The inside participant are the designers, the advertising agencies (AE), The design lecturers while the outside participants are the owners of the products and services, their customers and the supporting parties such as the provincial development officers and the representatives of the financial sources. The tools used in collecting the opinions of the design process participants are the SWOT Analysis, The questionnaires, The interview forms, The satisfactory evaluation forms and the target conformity evaluation forms.

The prominent features of Participatory Communication Design Concept are :

- 1) All involved participants are satisfied with the resulted design in every aspect such as illustrations, colors, lettering, design structure and design materials.
- 2) All participants exchange their own information with one another, resulting in the creation of the knowledge management (KM) of participatory design process which is trend of current and future design process.
- 3) The concept reduces the participants' own over confidence and concentration of their own demands, resulting in their being sympathetic to others and their being open minded to different ideas.

**Keywords:** 1.label design 2.community product 3.participatory communication  
4.sustainable creative economy



## กิตติกรรมประกาศ

ผลสำเร็จของโครงการวิจัยลุล่วงไปด้วยดี เกิดจากการสนับสนุนของบุคลากรฝ่ายต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ พุ่มวิเศษ อธิการบดี และรองศาสตราจารย์ ดร.อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ทองก้อน ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการวิชาการและเจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ที่คอยอำนวยความสะดวกในการทำโครงการวิจัยครั้งนี้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ที่ช่วยเหลือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา ทิมเมือง (คณบดี) ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสยศ อรัญยะนาค ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาจ พุกสวัสดิ์และอาจารย์อุดมศักดิ์ ยุทธนาระวิศักดิ์ ที่เป็นทั้ง พี่สาว พี่ชายและเพื่อนร่วมงาน กัลป์ยานมิตร คอยส่งเสริม ตรวจสอบเครื่องมือ ตลอดจนช่วยเหลือในโครงการและเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้วิจัยหลาย ๆ เรื่อง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ และอาจารย์ ดร.นิรัฎกกาญจน์ จันทรา ที่ได้ถ่ายทอดความรู้เชิงวิชาการด้วยความเมตตากรุณา ทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการออกแบบและการใช้สถิติเพื่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐทั้ง พัฒนาการจังหวัดสมุทรปราการ สภาเกษตรกรอำเภอบางพลี และผู้มีส่วนร่วมนานาวิจัยทั้งหมด ที่เสียสละเวลาเพื่อถ่ายโอนความรู้และพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดและพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้ก้าวไกล มั่นคง เข้มแข็งและยั่งยืนไปด้วยกัน

ขอขอบคุณนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้ความร่วมมือและเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยไปกับครูคนนี้ แม้จะเหน็ดเหนื่อย ลำบากและใช้เวลามากแต่ก็ไม่ท้อถอยและฝ่าฟันอุปสรรคไปด้วยกัน

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณมารดา และคุณตาคุณยายที่คอยสนับสนุนการทำวิจัยมาโดยตลอด

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญรูปภาพ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>
	ที่มาและความสำคัญ
	วัตถุประสงค์การวิจัย
	ขอบเขตการวิจัย
	นิยามศัพท์เฉพาะ
	สมมุติฐานการวิจัย
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
<b>บทที่ 2</b>	<b>เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>
	แนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมและการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม
	แนวคิดทฤษฎีการออกแบบ
	แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	ภาคสรุป
<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>
	ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย
	ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
	การแปลผล
	การวิเคราะห์ข้อมูล
	การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4	บทที่ 4 ผลการสำรวจสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์	43
บทที่ 5	บทที่ 5 ผลการออกแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารแปรรูปและสมุนไพร	98
บทที่ 6	บทที่ 6 ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน	142
บทที่ 7	การสรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	160
	สรุปผลการวิเคราะห์	160
	อภิปรายผล	166
	ข้อเสนอแนะ	168
	ภาคผนวก	176
	ประวัติย่อผู้วิจัย	200



## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1.	กรอบแนวคิดงานวิจัย	28
2.	การใช้เครื่องมือศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	37
3.	การใช้เครื่องมือการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	38
4.	การใช้เครื่องมือประเมินผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3	39
5.	คุณสุณี สุขมา ผู้ประกอบการข้าวเกรียบปลาสดน้ำพริกเผาแม่สุณี	49
6.	กระบวนการผลิตหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม	54
7.	กระบวนการผลิตหมูหวานแม่เรณู	58
8.	กระบวนการผลิตขนมบุหลันดั้นเมฆ	59
9.	ผู้ประกอบการและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลขนมบุหลันดั้นเมฆ	62
10.	ผู้ประกอบการและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลน้ำพริกแม่ทองหล่อ	67
11.	ผู้ประกอบการและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลร้านขนมไทยท่าเรือ	68
12.	ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบเดิม	72
13.	ฉลากหมูแผ่น หมูฝอย “ชวนชิม” รูปแบบเดิม	75
14.	ฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิม	79
15.	ฉลากขนมบุหลันดั้นเมฆ “นันทน์ภัส” รูปแบบเดิม	83
16.	ฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อรูปแบบเดิม	87
17.	ฉลากขนมไทยท่าเรือรูปแบบเดิม	91
18.	แผนภาพ (Infographic) สรุปผลการวิจัย บทที่ 4	95
19.	กระบวนการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม	98
20.	แบบร่างสมบูรณ์ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	99
21.	เปรียบเทียบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่	102
22.	ผู้ประกอบการและฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	105
23.	แบบร่างสมบูรณ์ฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม	106

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
24.	เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่	108
25.	ผู้ประกอบการ และผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	111
26.	แบบร่างละเอียดฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	112
27.	การเปรียบเทียบฉลากเดิมและฉลากใหม่ของผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู	114
28.	แบบร่างละเอียดของฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	117
29.	เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่	120
30.	แบบร่างสมบูรณ์ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	123
31.	เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่	126
32.	การนำผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อไปใช้จริง	129
33.	แบบร่างละเอียดฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	130
34.	เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่	133
35.	ผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือที่นำฉลากสินค้าไปใช้จริง	136
37.	แผนภาพสรุปผลการวิจัย บทที่ 5	137
38.	ขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	140
39.	การประชุมเพื่อวางแผนงานและการลงพื้นที่สำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน	140

## สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
40	การให้นักศึกษามีส่วนร่วมกับการวิจัยในทุกขั้นตอน 141	141
41	แผนภูมิการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการเรียนรู้	141
42.	แบบจำลองการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการ วิชาการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบอย่างยั่งยืน	149
43.	การเรียนรู้จากสถานการณ์จริงของนักศึกษา	152



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	ผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารและสมุนไพร อำเภอเมือง	33
2.	ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอบางป่อ	34
3.	ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอบางพลี	34
4.	ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอพระประแดง	35
5.	ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอพระสมุทรเจดีย์	35
6.	ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอบางเสาธง	35
7.	ความพึงพอใจฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี รูปแบบเดิม	72
8.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม รูปแบบเดิม	76
9.	ความพึงพอใจฉลากหมูหวาน “แม่เรณู” รูปแบบเดิม	79
10.	ความพึงพอใจฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนันทน์รสรูปแบบเดิม	83
11.	ความพึงพอใจฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อรูปแบบเดิม	88
12.	ความพึงพอใจฉลากขนมไทยทำเรือรูปแบบเดิม	92
13.	ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและ รูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	100
14.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสม น้ำพริกเผาแม่สุณีที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	101
15.	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์ ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบเดิมกับฉลากรูปแบบใหม่	103
16.	ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและ รูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพร Change ที่ออกแบบด้วย กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืน	106
17.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม ที่ออกแบบด้วย	107

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
	กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืน	
18.	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากหมูแผ่น หมู ฝอยชวนชิมรูปแบบเดิม กับฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบใหม่	109
19.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากหมูหวาน “แม่เรณู” ที่ออกแบบด้วย กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน	113
20.	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากหมูหวานแม่ เรณูรูปแบบเดิม กับฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบใหม่	115
21.	ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและ รูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูที่ออกแบบด้วยกระบวนการ สื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	118
22.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนนท์นัทส์ที่ออกแบบด้วย กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน	119
23.	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมบุหลัน ต้นเมฆนนท์นัทส์เดิม กับฉลากบุหลันต้นเมฆนนท์นัทส์รูปแบบใหม่	121
24.	ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและ รูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบด้วย กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืน	124
25.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบ ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	125

## สารบัญภาพตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
	รูปแบบใหม่	
27.	ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	130
28.	ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากขนมไทยทำเรือที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	131
29.	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมไทยทำเรือรูปแบบเดิม กับฉลากขนมไทยทำเรือที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	134
30.	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยการบูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัย	142

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ว่าด้วยการพัฒนาประเทศไทยชี้ให้เห็นว่าประเทศอยู่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงความคิดและกระบวนทัศน์ของคนในสังคมให้เกิดการพัฒนาไปสู่แนวคิด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาแบบองค์รวม ยังผลให้เกิดการมุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนา ดังจะเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพของคนและการพัฒนาสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการพัฒนาคนตามแผนพัฒนาฉบับนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554: 4-9)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ก่อเกิดการพัฒนาและต่อยอดจนกลายเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 และ 10 ในปัจจุบันซึ่งถือเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การพัฒนาในมิติต่าง ๆ เข้าสู่การเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาตามแนวทางพระราชดำริ “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “การพัฒนาแบบองค์รวม” ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนกับภาครัฐเพื่อพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 เป็นจุดเปลี่ยนของการพัฒนาประเทศโดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาบุคคลและบูรณาการหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับภาคส่วนต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง (อัจฉรา ศรีพันธ์. 2556)

กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องเพื่อก้าวเข้าสู่ความยั่งยืน ผลิดอกออกผลสืบต่อมา ยังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 11 อันเกิดจากการนำเอาผลการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่ส่งผลให้เกิดความเป็นอยู่ร่มเย็นเป็นสุขของชุมชนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 มาต่อยอด โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นอยู่ที่ดี คือความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ความเข้มแข็งทางชุมชน การมีงานทำ และความอบอุ่นในครอบครัว แต่อย่างไรก็ตาม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 ยังมีอุปสรรคที่สำคัญต่อการเป็นอยู่ที่ดี คือการขาดความสมานฉันท์ในสังคม การขาดความสมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ และการขาดสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชนโดยเฉพาะด้านการศึกษา

**แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11** ก่อให้เกิดแนวคิดการผลิตสินค้าชุมชนบนพื้นฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งเน้นไปที่การสร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน และการปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดย “แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์” และ “แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เป็นหัวใจหลักที่สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559) ส่งผลให้เกิดวิธีการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ คือการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยประยุกต์ใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ มุ่งเน้นการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์อาหารที่สื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียงบนพื้นฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่นผสมผสานกับการใช้เทคนิคการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ออกแบบและผู้บริโภคทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ซึ่งกลวิธีที่จะสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการออกแบบและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ตามหลักแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์จากทุกภาคส่วนผ่านกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพถึงจะสามารถสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบที่ยั่งยืนได้

นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและต่อเนื่องของภาครัฐก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชนและวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัดจำนวนมากโดยวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) คือกิจการขนาดเล็กที่คนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า หรือบริการ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมของชุมชนเพื่อสร้างรายได้ พึ่งตนเองและคนในครอบครัว กล่าวได้ว่าการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนมีฐานคิดอยู่บนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สุชาติดา แสงดวงดี และคณะ. 2557) และจังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวข้องกับอาหารและสมุนไพรเกิดขึ้นจำนวนไม่น้อย เช่น กลุ่มสมุนไพรใบยา กลุ่มขนมไทยบางด้วน กลุ่มแม่บ้านอิสลามทำน้ำพริก (รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรปราการ. 2553: 6-36) จากการสัมภาษณ์สภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการและพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการพบว่า ปัญหาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน คือการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีแล้วแต่มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม ไม่สวยงามและไม่น่าซื้อ (ตฤตภักดิ์ ศรีประภา และสีชุมพุดตรสินธุ์. 19 มีนาคม 2558 : สัมภาษณ์) หากสินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนเหล่านี้ได้รับการส่งเสริมและ



พัฒนารูปแบบไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และยั่งยืน จะสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างคุณค่าในมิติของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และการออกแบบสิ่งพิมพ์โดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เนื่องจากเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ทางการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารและสมุนไพรให้ได้คุณภาพมาตรฐาน ถือเป็น การสร้างรากฐานด้านการพัฒนาประเทศในระดับท้องถิ่นให้เข้มแข็ง เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเอง เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรในจังหวัดสมุทรปราการ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ยึดมั่นปณิธานของมหาวิทยาลัยที่ว่า “เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม” มีการวิจัย การบริการวิชาการแก่ชุมชนและการจัดการองค์ความรู้ มีวิชาที่เปิดสอนด้านการสื่อสารมวลชนและการออกแบบสื่อสารหลายกลุ่มวิชา มีที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น จึงมีศักยภาพพร้อมที่จะวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดสมุทรปราการ และได้วางแผนแนวทางการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน เป็นลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) มุ่งเน้นการพัฒนาารูปแบบฉลากสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางด้วยการบูรณาการกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (MN2003) เพื่อให้ นักศึกษาได้เรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน พร้อมทั้งเพิ่มทักษะการค้นคว้า ศึกษาทดลอง หาแนวทางการออกแบบสิ่งพิมพ์อย่างมีส่วนร่วม ส่งผลให้นักศึกษาเกิดกระบวนการเรียนรู้ และคุ้นเคยกับระบบการเรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษาร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น

รวมถึงใช้การบูรณาการเข้ากับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของนักศึกษาในวิชา การออกแบบ สิ่งพิมพ์ (MN2003) โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ได้แก่ สภาพทั่วไปและปัญหาของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของรูปแบบฉลากสินค้า และความต้องการในรูปแบบฉลากสินค้า
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
3. เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และเรียนการสอนวิชาการผลิตสิ่งพิมพ์

### 3. ขอบเขตการวิจัย

#### 3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือผู้ที่เป็นสมาชิกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการและประกอบธุรกิจทางด้านการผลิตอาหารแปรรูปและสมุนไพร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล ลูกค้า หรือร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและ นักวิชาการด้านการออกแบบสื่อสารเท่านั้น

#### 3.2 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2557 – 30 ตุลาคม 2559 รวมระยะเวลาทั้งสิ้นจำนวน 2 ปี 7เดือน

#### 3.3 ขอบเขตด้านสถานที่

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ วิสาหกิจชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น

#### 4. นิยามศัพท์เฉพาะ

การออกแบบ หมายถึง การออกแบบกราฟิกลดทลาย รูปทรง โดยใช้หลักการจัดวาง ตามองค์ประกอบศิลป์

การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม หมายถึง ผู้มีส่วนร่วมสามารถมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการวิจัยทั้งในกระบวนการวางแผนการออกแบบ (Pre-Production) การออกแบบ (Production) การเผยแพร่งานออกแบบ (Post-Production)

ผู้มีส่วนร่วม หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการวิจัยอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ นักออกแบบอาชีพ นักวิชาการด้านการออกแบบ หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาอำเภอ หรือพัฒนาจังหวัด ลูกค้าประจำ และนักศึกษาที่ร่วมออกแบบ

ฉลากผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่เป็นข้อมูลผลิตภัณฑ์อันประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์กราฟิก ข้อมูลโภชนาการ วันเดือนปีที่ผลิต เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นโดยผู้ประกอบการเจ้าของรายเดียว หรือรวมตัวเป็นกลุ่มผู้ผลิต มีสถานที่ผลิตอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ และผลิตสินค้าประเภทอาหารหรือสมุนไพร

#### 5. สมมุติฐานการวิจัย

5.1 หากสะท้อนความต้องการและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและสมดุล จะสามารถทำให้ได้รูปแบบฉลากสินค้าที่ถูกต้อง สวยงามตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

5.2 การพยายามปรับความสมดุลและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม เพื่อสะท้อนไปยังผลงานออกแบบ ย่อมส่งผลให้นักศึกษาเกิดความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นและลดความเชื่อมั่นเกินขอบเขตของตัวเองลง

#### 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนได้พัฒนารูปแบบฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการออกแบบสิ่งพิมพ์ กระบวนการวิจัยและการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยได้บริการวิชาการตามปณิธานเรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

หน่วยงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้แบบจำลองการออกแบบสิ่งพิมพ์อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าและตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วม โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ของการตรวจเอกสาร เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจดังนี้

- 2.1 แนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมและการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม
- 2.2 แนวคิดการออกแบบสิ่งพิมพ์
- 2.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 ภาศสรุป

#### 2.1 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) และ การศึกษาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

##### 2.1.1 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ดังนั้นในการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้ จำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร โดยยึดความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมตามคำนิยามของสหประชาชาติ (1983) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการ ขั้นปฏิบัติการขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่า การสื่อสาร (Communication) มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายในที่นี้จะขอสรุปว่า การสื่อสาร คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

แนวคิดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) สามารถสรุปเป็นสาระสำคัญหลัก ๆ 3 ประการ ดังนี้ (Servaes et al.1996 : 18)

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง สิทธิของประชาชนในการเข้าถึงสื่อสาธารณะที่ให้บริการ รวมทั้งสิทธิในเปิดรับรายการ หรือมีส่วนร่วมในการจัดทำรายการที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนและสื่อต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการต่าง ๆ อย่างอิสระ

2) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การที่ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุกระดับ คือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนทั้งในกระบวนการวางแผนการผลิต (Pre-Production) การผลิตรายการ (Production) การเผยแพร่ (Post-Production) การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารต่าง ๆ ในชุมชน

3) การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจของประชาชนในชุมชนที่มีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด กำหนดนโยบาย การวางแผน การลงทุน การกำหนดและการจัดสรรงบประมาณ ซึ่งการจัดการด้วยตนเองเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมที่ ยูเนสโกยอมรับและให้ความสำคัญ โดยการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนี้เงื่อนไขที่สำคัญที่ทำให้ กระบวนการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคม ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในสังคมที่มีการคำนึงถึงสิทธิการเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิและเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น โอกาสในการรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์ของสาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตน การตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและการปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่ โดยเชื่อกันว่า **ปรัชญาการสื่อสารเชิงประชาธิปไตยจะนำไปสู่การเพิ่มพลังให้กับสมาชิกในสังคมโดยการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรม หรือโครงการต่าง ๆ ที่ได้ร่วมกันกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแล และตรวจสอบโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง** (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. 2543 : 23)

นอกจากนั้น Tufte และ Mefaloputlos (2009) ยังเสนอกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้เป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1) การประเมินการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participation Communication Assessment: PCA) เป็นการประเมินสถานการณ์ ค้นหาข้อมูลเชิงลึกเพื่อกำหนดวิธีการ เครื่องมือในการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในโครงการการสื่อสาร

2) การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication Strategy Design) อยู่บนพื้นฐานของการค้นหาปัญหาจากการวิจัยและหาแนวทางที่ดีที่สุดในการประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อบรรลุสู่การเปลี่ยนแปลงตามจุดมุ่งหมาย

3) การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร (Implementation of Communication Activities) ซึ่งเป็นขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อให้เกิดผลที่ต้องการ

4) การติดตามและการประเมินผล (Monitoring and Evaluation) ในขั้นตอนนี้ต้องดำเนินการไปตลอดทั้งโครงการการสื่อสารและประเมินผลกระทบระหว่างการดำเนินโครงการการสื่อสาร และผลกระทบสุดท้ายที่ได้รับ

#### 2.1.1 แนวคิดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

การบูรณาการการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาชุมชนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่สนับสนุนให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการดำเนินการใด ๆ ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ได้นำไปสู่การแลกเปลี่ยนและสร้างความเข้าใจร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง (กลิน ประสิทธิ์โชค. 2554 : 10) การพัฒนาชุมชนหรือดำเนินการใด ๆ จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจน และเพื่อให้การดำเนินการที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีความเกี่ยวข้องซึ่งมีความหลากหลายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้อย่างเหมาะสม กระบวนการมีส่วนร่วม จะเกิดการพัฒนาได้สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ **ทุกคนที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีและมีความเป็นประชาธิปไตย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และดำเนินการจนสิ้นสุดโครงการ** ในส่วนขั้นตอนการดำเนินงานจะมีการดำเนินงานโดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงจากผู้ที่อยู่ในชุมชน เพื่อให้สามารถสรุปเป็นขั้นตอนของการศึกษาอย่างมีส่วนร่วม ด้วยกระบวนการดังกล่าวจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจน สะท้อนมุมมองและความต้องการภายใต้กรอบวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนอย่างแท้จริง

ดังนั้นกระบวนการออกแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนด้วยการศึกษาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่

เหมาะสมกับการวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยสามารถสรุปหลักการศึกษามีส่วนร่วมของชุมชนได้ ดังนี้

- 1) ให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิปัญญาของชุมชน โดยยอมรับความรู้พื้นฐานและกระบวนการสร้างองค์ความรู้ที่แตกต่างไปจากกระบวนการสร้างความรู้ของนักวิชาการ
- 2) ปรับปรุงความสามารถ และศักยภาพของชุมชนด้วยการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของคนในชุมชน พร้อมทั้งพัฒนาความเชื่อมั่นของคนในชุมชน ให้สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์ปัญหาของชุมชนได้เอง
- 3) ให้ความรู้ที่เหมาะสมกับชุมชน โดยให้สามารถทำความเข้าใจในองค์ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน พร้อมทั้งสามารถดึงองค์ความรู้ที่มีออกมาใช้ประโยชน์ได้
- 4) สนใจและใส่ใจต่อการแสดงความคิดเห็นจากชุมชน เพราะกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการจะสามารถหาคำตอบที่เกิดจากความต้องการหรือปัญหาที่คนในชุมชนเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ทำให้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง
- 5) การแสดงออกถึงสิทธิเสรีภาพทางความคิด รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของชุมชนเป็นสิ่งที่สำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

กระบวนการพัฒนาชุมชนสิ่งที่สำคัญและจะส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมได้นั้น ผู้วิจัยจำเป็นต้องทำความเข้าใจและอาศัยการสื่อสารที่สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนเสียก่อน เมื่อมีความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว จึงจะสามารถสอดแทรกความรู้ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้ประสบความสำเร็จในการศึกษาวิจัย ก่อเกิดการพัฒนาของโครงการและสามารถดำเนินการกับชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง โดยการวิจัยแบบมีส่วนร่วมมีขั้นตอนและส่วนประกอบดังนี้

- 1) องค์ประกอบการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมสิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ การกระตุ้นให้สมาชิกภายในสังคมเกิดการตื่นรู้และก่อตัว นั่นคือผู้เกี่ยวข้องภายในชุมชนจะเล็งเห็นความสำคัญและให้ความสนใจยินดีเข้าร่วมการศึกษา แต่ด้วยลักษณะที่แตกต่างของคนในชุมชนผู้วิจัยจำเป็นต้องทำความเข้าใจพื้นฐานของคนในชุมชนเสียก่อน โดยพื้นฐานของคนในชุมชนนั้นประกอบไปด้วย รากฐานของบุคคลที่เข้าร่วม เช่น ทักษะ ประสบการณ์ความรู้ ความชำนาญ ความต้องการและความสนใจที่เป็นบริบทสอดคล้องกับการศึกษา



ความเข้าใจในกระบวนการศึกษาและสภาวะผู้นำของผู้เข้าร่วมการศึกษา ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างเครือข่าย  
ผู้สนใจ

### 2.1.2 แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิด  
ทฤษฎีการพัฒนา ดังนั้นกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับ  
กระบวนการพัฒนาซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สามารถสรุปพัฒนาการของกระบวนการ  
พัฒนาที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ 3 ยุค ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ  
และคณะ. 2543)

1) กระบวนการครอบงำและกระบวนการทำสังคมให้ทันสมัย (Dominant  
Modernistic Paradigm) เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1960 -1970 ที่เน้นเรื่องการพัฒนาประเทศโลกที่สาม  
ให้มีความทันสมัยตามแบบตะวันตก

2) กระบวนการพึ่งพา (Dependency Paradigm) เป็นกระบวนการที่ได้แย้งกระบวนการ  
ทำให้ทันสมัย โดยมีความคิดว่าการพัฒนาความทันสมัยเป็นกระบวนการนำประเทศโลกที่สามไป  
พึ่งพาประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว

3) กระบวนการใหม่ (Alternative Development Paradigm) เป็นกระบวนการที่เริ่มต้น  
ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นกระบวนการใหม่ของการพัฒนาที่มีชื่อเรียกหลายชื่อแต่มี  
จุดร่วมเดียวกันคือ การปฏิเสธกระบวนการกระแสหลัก (Dominant Paradigm) อย่างสิ้นเชิงและเสนอ  
ให้มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่รากฐานและสร้างค่านิยมการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ตลอดจนได้เสนอทัศนะใหม่ที่  
ท้าทายว่า การพัฒนาไม่จำเป็นต้องมีเพียงกระบวนการเดียวที่ใช้กันอย่างเป็นสากลทั่วโลก ในแต่ละแห่ง  
อาจจะมีกระบวนการที่หลากหลายของตนเอง (Multiplicity Paradigm)

เนื่องจากแนวคิดเรื่องการพัฒนาไม่ใช่เป็นเพียงแนวคิดลอย ๆ แต่เป็นแนวคิดที่มีวิธีการนำไปสู่  
การปฏิบัติ โดยการปฏิบัตินั้นต้องการเงื่อนไขและกลไกทางสังคมหลายประเภทเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็น  
การเปิดพื้นที่ให้การสื่อสารเข้าไปมีบทบาทในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาประเทศ อาจกล่าวได้ว่า  
“การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่าง “การสื่อสาร” และ “การพัฒนา” นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม กระบวนทัศน์การพัฒนาเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลโดยตรงต่อกระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยการศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในกระบวนทัศน์ยุคแรกจะมุ่งความสนใจไปที่การพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพของการสื่อสารสมัยใหม่ให้เอื้อประโยชน์ต่อโครงการพัฒนาต่างๆ ต่อมาในกระบวนทัศน์ยุคหลังจึงมีการตั้งคำถามนำการศึกษาแบบใหม่มากมาย เช่น การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเป็นการพัฒนาเพื่อประโยชน์ของใคร และเป็นการสื่อสารโดยใคร ถึงใคร เป็นต้น

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบ

### 2.2.1 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

#### 1) เอกลักษณ์องค์กร

ในด้านการตลาด อัตลักษณ์องค์กร หรือ อัตลักษณ์กลุ่มบริษัท (corporate identity) เป็นรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของหน่วยงาน หรือองค์กรซึ่งถูกออกแบบ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ แสดงออกมาในรูปแบบของแบรนด์และการใช้งานเครื่องหมายการค้า แม้ว่าเรื่องของอัตลักษณ์ จะไม่ใช่สิ่งเดียวที่เกี่ยวกับแบรนด์ แต่เรื่องของแบรนด์กับอัตลักษณ์เป็นเรื่องที่ต้องเกิดขึ้นควบคู่กันอยู่เสมอ เราสามารถสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นได้ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ให้กับแบรนด์ โดยสามารถสื่อสารออกมาได้ 3 ส่วนด้วยกัน คือ การสร้างอัตลักษณ์ผ่านทางภาพ (Visual Identity) การสร้างอัตลักษณ์ผ่านทางพฤติกรรม (Behavioral Identity) และการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการพูด (Verbal Identity)

เครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ (Logo) เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) ได้แก่

(1) ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์ ได้แก่ สินค้าและบริษัทผู้ผลิต เช่น การออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อความจำ ความเชื่อถือและตราตรึงผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน

(2) สัญลักษณ์ (Symbol) มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ไม่ใช้ตัวอักษรประกอบ ใช้สำหรับแสดงบอกถึงการร่วมกัน เช่น บริษัท องค์กร สถาบันที่ก่อตั้งขึ้นโดยกฎหมาย

(3) ภาษาภาพ (Pictograph) ไม่ใช่ภาษาและภาพประกอบด้วยอักษร แต่เป็นการใช้ภาพบอกเพื่อแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะ เช่น เครื่องหมายบอกทิศทางความปลอดภัย การคมนาคม

(4) เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อเอาตัวอักษรออกมาจากคำเต็ม หรือชื่อเต็มขององค์กร บริษัท สถาบันต่าง ๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน

(5) ชื่อ หรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (Logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษา โดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น

(6) เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (Combination Marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

(7) เครื่องหมายการค้า (Trademarks) ซึ่งอาจจะมีได้หลายลักษณะที่ได้กล่าวไว้ทั้ง 5 ประการ ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ในลักษณะใด เลือกใช้ตามความเหมาะสม

## 2) ความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร

การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร มีส่วนสร้างสรรค์สัญลักษณ์และข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคมโดยเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเสริมการรับรู้ทางการมองเห็น เป็นลู่ทาง หรือสื่อกลาง ช่วยการรับรู้แห่งข้อตกลงต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ มีความชัดเจน มีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาให้ระลึกถึงและเป็นเครื่องหมายแห่งความทรงจำเตือนใจ อาจเป็นข้อควรระวังในระบบระเบียบของกฎเกณฑ์และความเชื่อที่จะปฏิบัติต่อกันไปเพื่อความคงอยู่ของสังคมที่สงบร่มเย็นดังที่ปรากฏอยู่เป็นเครื่องหมายสัญลักษณ์และข้อตกลงต่าง ๆ เช่น สัญลักษณ์แทนศาสนา ลัทธิ เครื่องหมายจราจร เป็นต้น ซึ่งเครื่องหมาย สัญลักษณ์ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์ขององค์กรนี้จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบให้มีขนาดรูปร่างที่ชัดเจน เรียบร้อย สวยงามและเหมาะสมกับอำนาจทางการมองเห็น (Visual Perception) ของมนุษย์ การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นการเสริมสร้าง แต่งข่าวสารให้ดึงดูดสายตาและน่าสนใจขึ้นโดยการปรับปรุงเพิ่มเติมเสริมแต่งด้วยทักษะทางศิลปะและให้หลักจิตวิทยาการรับรู้เข้าช่วย เช่น การจัดวางรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เปลี่ยนขนาด การเสนอข้อความที่กะทัดรัดได้ใจความ เป็นต้น การมีแผนสำหรับเอกลักษณ์องค์กรที่ดีจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยรับมือวิธีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สาเหตุที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการเอกลักษณ์นั้น มักมีที่มาจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

(1) องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นใหม่ และมีคู่แข่งในธุรกิจเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับองค์กร

(2) องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ตั้งมานานพอสมควรและเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนา รูปแบบเอกลักษณ์องค์กรเสียใหม่ ซึ่งระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์องค์กรนั้น ขึ้นอยู่กับวาระสำคัญของบริษัท เช่น วาระฉลองครบรอบ 10 ปีของบริษัทและฝ่ายบริหารต้องการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์องค์กรให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น หรือสภาวะการณ์แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

(2.1) ลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท เช่น ถ้าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับแฟชั่น เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง ฯลฯ อาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กรบ่อยครั้งกว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น ธนาคาร เป็นต้น

(2.2) แผนการตลาดองค์กรต่าง ๆ ควรมีแผนการบริหารระยะยาวซึ่งรวมเอกลักษณ์องค์กร อยู่ในแผนนั้น ๆ ด้วย เพื่อให้การสร้างเอกลักษณ์องค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีทิศทางที่ชัดเจน เหตุผล ในการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กรไม่ว่าจะมีที่มาจาก การที่ “สัญลักษณ์” ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบ เบื้องต้นที่สำคัญที่สุดในการสร้างเอกลักษณ์องค์กรนั้นได้ใช้งานมานานพอสมควรแล้ว หรือเกิดจากการ ต้องการของฝ่ายบริหารก็ตาม **สิ่งที่องค์กรควรตั้งคำถามถามตัวเองให้ชัดเจนเสียก่อน คือ องค์กร เปลี่ยนแปลงอย่างไรและคาดหวังที่จะได้อะไรจากการเปลี่ยนแปลงนั้นเพราะคำตอบที่ได้จะเป็นสิ่ง สำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางในการเปลี่ยนเอกลักษณ์องค์กร** กระบวนการในการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จจะเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างช้า ๆ ค่อยเป็นค่อยไปรวมทั้งต้องมีการวางแผนที่ดีและต่อเนื่องเพราะการกระทำใด ๆ ที่ก่อให้เกิดความผิดพลาด อาจนำองค์กรไปสู่การปิด ตัวลงของบริษัท ด้วยเหตุนี้องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนและรอบคอบ **อาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่จะเป็นดัชนีบ่งชี้ให้เห็นถึงเวลาที่ควรจะมีการปรับเปลี่ยนคือ ความต้องการที่อยากแตกต่าง หรือ อยากระบายจากคู่แข่งนั่นเอง**

### 2.2.2 หลักการออกแบบ

การออกแบบ คือการสร้างสรรคโดยใช้ทฤษฎีต่าง ๆ และใช้วัสดุนานาชนิดในการสร้างสรรค์ ผลงานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ โดยการออกแบบต้องรู้จักวางแผนอย่างเป็นระบบเป็น ขั้นตอนและประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นประโยชน์ (ชะลูด นิมเสมอ, 2544)

การออกแบบ (Design) คือศาสตร์แห่งความคิดและต้องใช้ศิลป์ร่วมด้วย เป็นการสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมายและนำกลับมาใช้งานได้อย่างน่าพอใจ ความน่าพอใจ นั้น แบ่งออกเป็น 3 ข้อหลัก ๆ ได้ดังนี้

1) ความสวยงาม เป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน คนเราแต่ละคนต่างมีการรับรู้หลักสุนทรียศาสตร์และความพอใจไม่เท่ากัน ไม่มีเกณฑ์ในการตัดสินใด ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอย่างชัดเจน ดังนั้นงานออกแบบที่มีการจัดองค์ประกอบทางศิลป์อย่างเหมาะสมก็สามารถประเมินได้ว่าเป็นสิ่งที่สวยงาม โดยความสวยงามนี้เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อประโยชน์ทางด้านอารมณ์ความรู้สึก

2) จุดมุ่งหมายด้านประโยชน์ใช้สอยที่ดีเป็นเรื่องที่สำคัญมากในงานออกแบบทุกประเภท เช่น ถ้าเป็นการออกแบบที่เป็นสิ่งของ อาทิ แก้วน้ำ จะต้องออกแบบมาให้ใช้ง่าย ไม่ปวดเมื่อย ถ้าเป็นงานกราฟิก เช่น งานสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ตัวหนังสือจะต้องอ่านง่าย เข้าใจง่าย ถึงจะได้ชื่อว่า เป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้

3) มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดี เป็นหนทางความคิด ที่ทำให้งานออกแบบสามารถตอบสนอง ต่อความรู้สึกพอใจ ชื่นชม มีคุณค่า บางคนอาจให้ความสำคัญมากหรือน้อย หรืออาจไม่ให้ความสำคัญเลยก็ได้ ดังนั้นการออกแบบโดยใช้แนวความคิดที่ดี อาจจะทำให้ผลงาน หรือสิ่งทีออกแบบมีคุณค่ามากขึ้นก็ได้

### 2.2.3 การออกแบบตราสัญลักษณ์

การออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นการสร้างบุคลิกภาพให้กับสินค้า เปรียบได้กับหน้าตาและบุคลิกภาพส่วนตัวของคนโดยการออกแบบสัญลักษณ์ที่ดีจะต้องออกแบบให้กระชับแต่หนักแน่นและโดดเด่น ดังนั้นการออกแบบสัญลักษณ์จะต้องย่อสาระสำคัญและจับเน้นความหมาย รวมถึงสร้างสรรค์ตามหลักศิลปะ (ปาพจน์ หนูนภักดี. 2553 : 230) แต่จุดที่สำคัญของการออกแบบสัญลักษณ์นั้นจะต้องมีความละเอียดอ่อนและสลับซับซ้อนมากกว่าที่คนทั่วไปเข้าใจ เนื่องจากตราสัญลักษณ์มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจและการตลาดเป็นอย่างมาก

## 2.2.4 การออกแบบฉลากสินค้า

ฉลากเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับสินค้าทุกชนิด โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องติดฉลากเพื่อป้องกันหน้าตาและรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และการพิมพ์ฉลากต้องคมชัด ดูเด่น สะดุดตา เห็นแล้วน่าซื้อสินค้านั้นและแตกต่างจากคู่แข่ง ถ้าพิมพ์ฉลากออกมาได้ดี อาจมีผลต่อยอดขายสินค้าได้

ตราสินค้า Brand คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ จะแสดงด้วยตัวอักษร และหรือสัญลักษณ์ ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม จดจำง่าย

ผลิตภัณฑ์ Product คือ การนำเสนอข้อมูล ให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในคืออะไรควรเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น

เป้าหมาย Target หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษา การทำงานแบ่งได้ สองลักษณะ คือการออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก

## 2.3 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 2.3.1 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 โดยคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นคำที่มีบุคคลและองค์กรหลักของโลกที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

Howkins (2001) ได้ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์

สหราชอาณาจักร (1990) ซึ่งเป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก” (World Creative Hub) ได้ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงาน ให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถสั่งสมและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

องค์การยูเนสโก (UNESCO) (UNESCO as cited in UNCTAD. 2010) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) (WIPO as cited in UNCTAD. 2010) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมดทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งานไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้น หรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน

อย่างไรก็ตาม ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย และเป็นความหมายตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 คือ องค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ. 2552)

ประเทศไทยใช้เกณฑ์การจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบและปรับเปลี่ยนตามรูปแบบของ UNESCO ทั้งนี้เป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ของประเทศไทยและสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยกำหนดกรอบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้เป็น 4 ประเภทหลักและ 15 สาขาย่อย ดังนี้ (UNCTAD. 2010 and UNESCO. 2006)

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural/Biodiversity-Based Heritage) ประกอบด้วย 4 สาขาย่อย คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ งานฝีมือและหัตถกรรม อาหารไทย และการแพทย์แผนไทย

2. ประเภทศิลปะ (Arts) ประกอบด้วย 2 สาขาย่อย คือ ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์

3. ประเภทสื่อ (Media) ประกอบด้วย 4 สาขาย่อย คือ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การกระจายเสียง การพิมพ์ และดนตรี

4. ประเภทสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) ประกอบด้วย 5 สาขาย่อย คือ การออกแบบ สถาปัตยกรรม แฟชั่น การโฆษณาและซอฟต์แวร์

### 2.3.2 การพัฒนาอย่างยั่งยืน

“แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ” ซึ่งเป็นแนวคิดที่เริ่มต้นจากการประชุม Brundtland Commission เมื่อปี 1987 โดยเป็นแนวคิดที่มุ่งแก้ปัญหาการพัฒนาที่ถูกครอบงำด้วยกระบวนทัศน์ที่เน้นเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ซึ่งเป็นที่มาของปัญหาต่าง ๆ มากมาย เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมาเกิดการขยายตัวทางการผลิตอย่างรวดเร็ว ด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยหลักของการผลิตโดยปราศจากการวางแผนการใช้ประโยชน์และการป้องกันความเสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างรอบคอบ จึงส่งผลให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างรวดเร็วตามระดับของการผลิตโดยรวมที่เพิ่มสูงขึ้น

แนวความคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความเป็นมาเกี่ยวข้องกับการร่างแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) โดยคำว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เป็นคำที่ถูกนิยามขึ้นโดยสมัชชาสิ่งแวดล้อมโลก (World Commission on Environment and Development : WCED) ที่เกิดขึ้นจากรายงานเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (The Brundtland Report หรือ Our Common Future) โดยได้ให้ความหมายว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง รูปแบบของการพัฒนาที่สนองความต้องการของคนในยุคปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนยุคต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง (Sustainable Development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs) โดย WCED ได้กำหนดประเด็นหลักในการพัฒนาอย่างยั่งยืน 6 ประเด็น ประกอบด้วย ประชากรและการพัฒนา (Population and Development) ความมั่นคงทางด้านอาหาร (Food Security) ความหลากหลายทางพันธุกรรมของพืช และระบบนิเวศ (Species and Ecosystem) พลังงาน (Energy) อุตสาหกรรม (Industry) และการสร้างความเป็นเมือง (Urban Challenge) (Elliott. 1994)



สำหรับประเทศไทยได้มีนักวิชาการหลายท่านพยายามอธิบายแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยแนวคิดที่สำคัญคือ แนวคิดของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต. 2539) ได้อธิบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า “การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีลักษณะที่เป็นการพัฒนาแบบบูรณาการ (Integrated) คือ การพัฒนาที่ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ อย่างมีดุลยภาพ (Balance) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาตินั่นเอง

นอกจากรายงานเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (The Bruntland Report หรือ Our Common Future) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนแล้ว ยังมีการประชุมระดับโลก 4 ครั้ง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในปัจจุบัน คือ

1) การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมมนุษย์ เมื่อปี พ.ศ. 1982 ที่กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน

2) การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ปี พ.ศ.1992 ที่กรุงริโอ เดอจาเนโร สหพันธ์สาธารณรัฐบราซิล (UN Conference on Environment and Development: UNCED) ประเทศไทยและประเทศสมาชิกสหประชาชาติ รวม 178 ประเทศได้ร่วมลงนามรับรองปฏิญญาริโอ ว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (Rio Declaration on Environment and Development) และแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ซึ่งเป็นแผนแม่บท เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลก โดยครอบคลุมการพัฒนาที่สมดุล ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ สังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

3) การประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน เมื่อปี พ.ศ.2002 ที่นครโจฮันเนสเบิร์ก สาธารณรัฐอัฟริกาใต้

4) การประชุม "คณะกรรมการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ" ครั้งที่ 11 (UN Commission on Sustainable Development) หรือ CSD 11 ปี พ.ศ. 2003 โดยคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ได้ศึกษาเรื่องการสร้างความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ก็เปรียบเสมือนแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกที่ครอบคลุมการพัฒนาที่สมดุล ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ สังคม และด้าน

สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยสาระสำคัญ 4 ส่วน ดังนี้ (United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA). 1992)

ส่วนที่ 1 มิติทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 2 การอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากร

ส่วนที่ 3 การส่งเสริมบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่สำคัญ

ส่วนที่ 4 วิธีการในการดำเนินงาน

แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ แนวคิดในการพัฒนาให้เกิดความสมดุลระหว่างมิติทางสังคม มิติทางเศรษฐกิจ และมิติทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

มิติทางสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องพัฒนาให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีการศึกษาที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยสังคมนั้นต้องเป็นสังคมธรรมรัฐ มีประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการบริหารสามารถตรวจสอบได้ ประชาชนมีสิทธิและโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในโครงการต่าง ๆ ของรัฐ

มิติทางเศรษฐกิจ สังคมที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องเป็นสังคมที่มีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่พึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก และระบบเศรษฐกิจนั้นต้องเติบโตไม่หยุดนิ่ง แต่ต้องมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมและเสมอภาค

มิติทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คุณภาพสิ่งแวดล้อมแต่ละด้านต้องอยู่ในระดับมาตรฐาน หรือสูงกว่ามาตรฐาน ประชาชนและรัฐใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า มิติทางสิ่งแวดล้อมต้องได้รับการนำไปพิจารณาในฐานะเป็นต้นทุนทางการผลิต หากการพัฒนาทั้งสามมิติดำเนินไปอย่างมีสมดุล ก็จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คนรุ่นต่อไปสามารถมีชีวิต หรือคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าคนในยุคปัจจุบัน

แนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนนี้ได้ปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 จนถึงแผนฉบับปัจจุบัน คือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ก็ยังเป็นแนวคิดสำคัญที่ปรากฏอยู่ในยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้ง 6 ยุทธศาสตร์ที่ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างความเชื่อมโยงกับ

ประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมและยุทธศาสตร์ที่ 6 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554)

#### 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กันยาพร กุณศลเสพย์ (2553) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง ผู้วิจัยได้ศึกษาการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยาเพื่อสื่อสารสำหรับผู้สูงอายุตามแนวคิดออกแบบเพื่อมวลชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านฉลากยาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบฉลากตามแนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชน และประเมินความพึงพอใจของฉลากยาที่ออกแบบกับกลุ่มผู้สูงอายุ ใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนเป็นกรอบแนวคิด ประกอบด้วย 1. การใช้งานอย่างเท่าเทียม 2. มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน 3. ความสะดวกในการใช้งาน 4. มีการให้ข้อมูลที่เพียงพอ 5. มีช่วงระยะและนัยให้กับความผิดพลาด 6. ใช้แรงทางกายภาพน้อย 7. มีขนาดพื้นที่เหมาะสมกับการใช้งาน โดยแปรข้อมูลเหล่านี้ลงไปแบบสอบถาม แบบสังเกตพฤติกรรมและแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เป็นฉลากบรรจุภัณฑ์ยาต้นแบบ แล้วจึงประเมินประเมินความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อฉลากต้นแบบ ผลการวิจัยพบว่า **แนวทางในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยา กลุ่มผู้สูงอายุใช้การจดจำสีและตราสินค้าของฉลากมากกว่าข้อมูล เนื่องจากฉลากยาส่วนใหญ่ใช้ตัวอักษรขนาดเล็กมากในการบรรยายสรรพคุณยา**

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการรวบรวมข้อมูลวิจัย เช่นการเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากร โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตพฤติกรรมเพื่อให้สามารถได้ข้อมูลที่ดีที่สุดสำหรับการออกแบบฉลากสินค้าต้นแบบ แล้วนำฉลากสินค้าต้นแบบให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งเพื่อหาจุดบ่งพร่องทางการออกแบบ แล้วปรับปรุงแก้ไขจนได้ต้นแบบฉลากสินค้าที่เป็นที่พอใจของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย

ชมจันทร์ ดาวเดือน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้โครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในเรื่องภาพประกอบ สี ตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบ ความเหมาะสมด้าน

การตลาด มี 2 ตัวแปรที่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ อายุและรายได้ของผู้บริโภคมีผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันทุกด้าน แต่หากแยกเป็นเครื่องสำอางสมุนไพรแต่ละประเภทมีผลการวิจัยดังนี้

1. เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อบำรุงและดูแลผิวกาย พบว่าเพศ มีผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกัน 2 ด้านคือ ด้านการใช้สีและด้านความเหมาะสมทางการตลาด ส่วนอายุและรายได้ของผู้บริโภคมีการรับรู้ที่แตกต่างกันทุกด้าน

2. เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อบำรุงและดูแลผิวหน้า พบว่าเพศมีการรับรู้ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และความสะดวกในการใช้งานที่แตกต่างกัน ส่วนอายุและรายได้ของผู้บริโภคมีการรับรู้ที่แตกต่างกันทุกด้าน

3. เครื่องสำอางสมุนไพรทำความสะอาดผิวกาย พบว่าเพศมีผลต่อการรับรู้ด้านความเหมาะสมด้านการตลาดที่แตกต่างกัน นั่นคือ เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นแตกต่างกันต่อการวางโชว์ผลิตภัณฑ์บนชั้นวางและไม่สามารถเข้าใจได้ทันทีว่าผลิตภัณฑ์คือสินค้าชนิดใด

4. เครื่องสำอางสมุนไพรทำความสะอาดผิวหน้า พบว่า เพศไม่มีความแตกต่างกันในการรับรู้มีเพียงอายุและรายได้ที่มีความแตกต่างทางการรับรู้ทุกด้าน

5. เครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อบำรุงและรักษาเส้นผม พบว่าเพศมีผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกัน 3 ด้านคือ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการใช้สี และผลรวมทุกด้าน

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในส่วนขององค์ประกอบศิลป์กับการรับรู้ของผู้มีส่วนร่วม ทั้งด้านการจัดวางองค์ประกอบ การใช้สี การใช้ตัวอักษรและการใช้ภาพประกอบเพื่อสื่อสาร

ณมณ โขตอนันต์กุล (2555) เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ออกแบบผู้พิการสายตาเลือนรางและเภสัชกรในร้านขายยา มีจุดมุ่งเน้นเพื่อสร้างต้นแบบฉลากยาสำหรับผู้มีปัญหาทางสายตา โดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์เป็นกรอบแนวคิดทฤษฎีในการออกแบบ ใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบความต้องการ การมองเห็น พฤติกรรมและปัญหาเพื่อสอบถามผู้พิการทางสายตาเป็นเครื่องมือวิจัย ส่วนเภสัชกรและร้านค้า ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับฉลากยาและการให้บริการด้านเภสัชกรรม ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์เพื่อการออกแบบฉลากยา สามารถเพิ่มการรับรู้เนื้อหาบนฉลากให้กับผู้พิการได้มากขึ้น แต่การออกแบบต้องเพิ่มอักษรเบรลล์ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากการรับรู้

สัญลักษณ์ใหม่ ๆ ของผู้พิการจะต้องมีประสบการณ์ร่วมมาเกี่ยวข้อง นั่นคือผู้พิการทางสายตาจะต้องมีการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์ที่นำมาใช้บนฉลากยาก่อน จึงจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาของฉลากยาได้ สีที่สามารถมองเห็นได้ง่ายที่สุดคือ สีที่ตัดกันเช่น สีดำบนพื้นขาว และไม่สามารถใช้สีใด ๆ เพื่อการสื่อความหมายได้เนื่องจากผู้พิการไม่สามารถมองเห็นสี ขนาดของสัญลักษณ์ที่ผู้พิการสามารถรับรู้ได้ดี คือ ขนาด 2 เซนติเมตร ส่วนขนาดของฉลากยาที่เป็นขนาดมาตรฐานสำหรับผู้พิการทางสายตา คือ ขนาด 7x11 เซนติเมตร

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์บนฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะในส่วนของ การเลือกขนาดของตัวอักษร ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนมากที่สุด ทั้งสำหรับผู้พิการสายตาเลือนรางและคนปกติ อีกทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบคำถาม เพื่อสอบถามข้อมูลด้านความต้องการของผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย เช่น สี การจัดองค์ประกอบ ขนาดของฉลากที่เหมาะสม ขนาดตัวอักษร รวมถึงการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ควรมีส่วนร่วมในการออกแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน

สิริพิชญ์ วรรณภาส และคณะ (2551) งานวิจัยนี้เป็นการขับเคลื่อนเครือข่ายองค์ความรู้จังหวัดนนทบุรี ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่าง คือผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของกลุ่มเกษตรกรไทรน้อย เป็นผลิตภัณฑ์นำร่องในการพัฒนาต้นแบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และจัดทำหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องมือวิจัยคือแบบสำรวจปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน แบบสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ แล้วนำองค์ความรู้ที่ได้จัดทำเป็นหลักสูตรฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ส่วนแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด สรุปได้ว่าเครื่องหมายตราสินค้าควรเป็นลายเส้นกราฟฟิกที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ไทย เรียบง่าย ลักษณะขวดบรรจุภัณฑ์ควรเปลี่ยนจากขวดกลมเป็นขวดเหลี่ยม ฉลากสินค้าควรมีการจัดองค์ประกอบภาพและอักษรใหม่ให้แสดงออกถึงบุคลิกของสินค้าและอ่านได้ง่าย

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบฉลากสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะในส่วนของส่วนแนวทางการพัฒนาฉลากสินค้าที่ตรงความต้องการตลาด เช่นเครื่องหมายตราสินค้าควรเป็นลวดลายที่สื่อถึงความเป็นไทย มีความเรียบง่ายจัดองค์ประกอบภาพให้สมดุลสวยงาม แสดงออกถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

อัจฉรา ศรีพันธ์ (2556) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน กระบวนการสื่อสารและพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของการผลิตสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้วิธีการวิจัยทั้งแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) เชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ความรู้ในมิติทางด้านสังคม/วัฒนธรรม และมีมิติทางด้านเศรษฐกิจเป็นหัวใจหลักในการผลิต มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้ความรู้ในการผลิตทั้ง 3 มิติตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทางด้านกระบวนการสื่อสารในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง และสื่อสารผ่านผู้นำความคิดเห็นในชุมชนตามทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวัดและในส่วนกลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ที่เหมาะสมคือ “APPRECIATE Model” นั่นคือ ต้องสร้างประเด็นที่น่าสนใจต่อคนในชุมชนก่อน โดยมุ่งเน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่คนในชุมชนจะได้รับ ต่อด้วยกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์แบบสนิทชิดเชื้อกับคนในชุมชน โดยผู้วิจัยต้องกลมกลืนไปกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนด้วย หลังจากนั้นจะต้องสื่อสารเนื้อหาผ่านการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการให้การศึกษาแก่ผู้ร่วมวิจัย และขั้นตอนสุดท้าย คือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและอนาคต

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัยโดยเฉพาะในมิติของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ รวมถึงมิติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

## ภาคสรุป

จากการศึกษาแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมพบว่า กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการ ขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นบำรุงรักษาสาระสำคัญของกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ได้แก่ การเข้าถึงสื่อ มุ่งเน้นประเด็นสิทธิชุมชน รวมทั้งสิทธิในการเลือกรับรายการ หรือมีส่วนร่วมในการเข้าไปจัดทำรายการในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตน และการแสดงความคิดเห็นต่อสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้อุปสรรคของการเข้าถึงสื่อยังเป็นปัญหาของการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่นปัญหาการเข้าถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐ เนื่องจากชุมชนอยู่ในที่ห่างความเจริญมากเกินไป หรือปัญหาด้านเศรษฐกิจ เช่น ชุมชนที่อยู่บนภูเขาไม่สามารถซื้อหาหนังสือพิมพ์ หรือใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ อีกปัญหา คือปัญหาด้านช่องว่างและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งเป็นปัญหาในการมีส่วนร่วม หรือการให้ความร่วมมือระหว่างชุมชน กับภาครัฐมากที่สุด นอกจากนี้การที่คนในชุมชนจะสามารถมีส่วนร่วมได้นั้น จะต้องการมีขีดค้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มคิดและตัดสินใจกำหนดนโยบาย การวางแผน การลงทุน การกำหนดและการจัดสรรงบประมาณ

แนวคิดนี้ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในทุกกระบวนการของการวิจัย เนื่องจากการวิจัยขั้นนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของออกแบบผลากสินค้า ไม่ว่าจะเป็นผู้วิจัย ผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ นักศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนย่อมต้องใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน นำไปสู่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบผลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

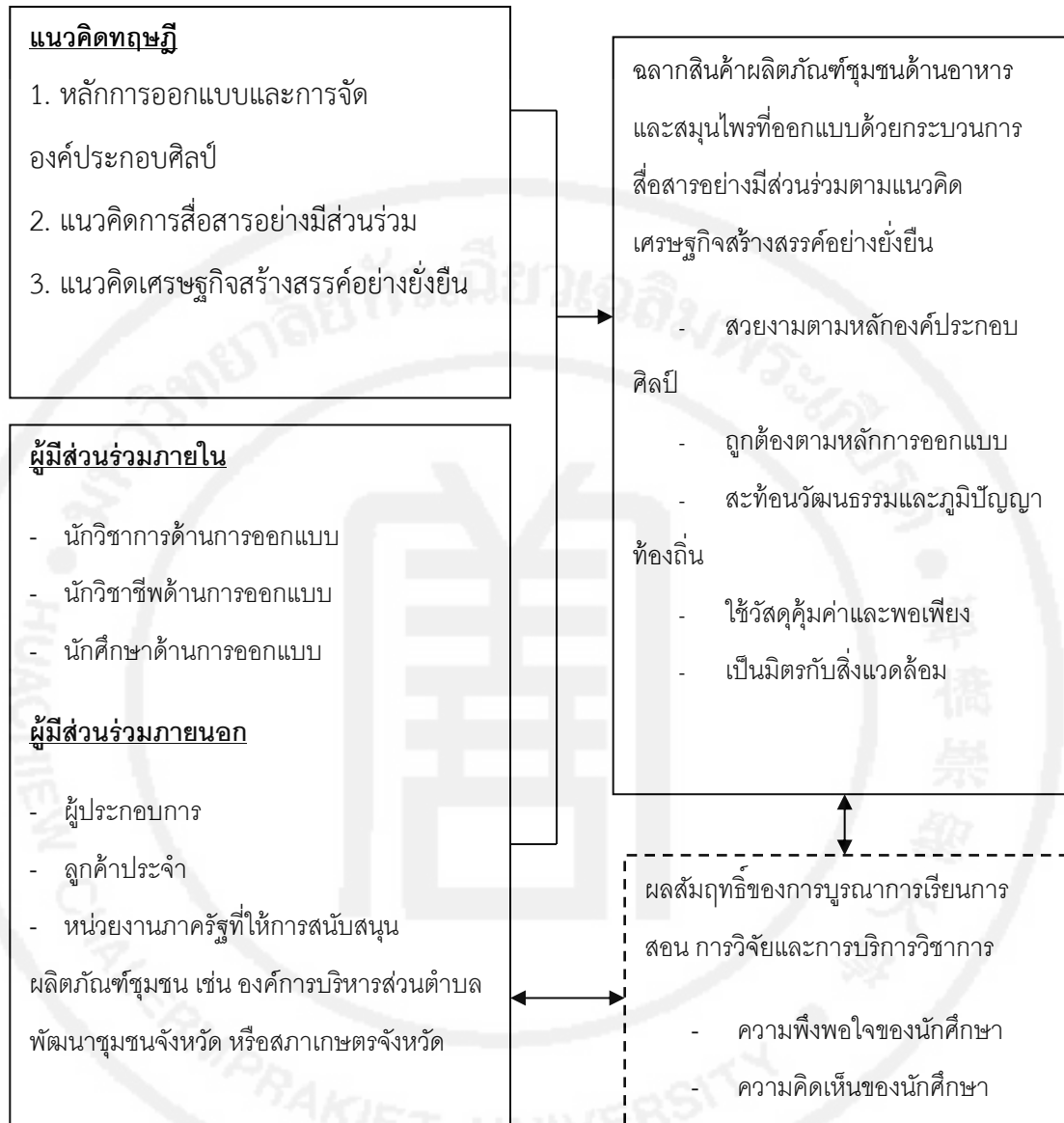
จากการศึกษาแนวคิดการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมสามารถสรุปได้ว่า การศึกษาอย่างมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่ช่วยในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคนจะต้องร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีและมีความเป็นประชาธิปไตย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และดำเนินการจนสิ้นสุดโครงการ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงจากผู้ที่อยู่ในชุมชนสะท้อนมุมมองและความต้องการภายใต้กรอบวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนอย่างแท้จริง

จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบพบว่า การออกแบบที่ดีจะต้องมีการใช้ระบบสัญลักษณ์ที่ชัดเจน ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายมีขนาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้สีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ และการจดจำ โดยเฉพาะสีที่สื่อถึงความยั่งยืนเช่น สีเขียว สีฟ้า สีเหลือง สีน้ำตาล องค์ประกอบศิลป์ที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดสำหรับการออกแบบฉลากสินค้าคือ การจัดวางให้สมดุลเหมาะสม

จากการศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า แนวคิดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาให้เกิดความสมดุลระหว่างมิติทางสังคม มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มิติด้านการส่งเสริมบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่สำคัญ และมิติในแง่ของวิธีการในการดำเนินงานให้ยั่งยืน โดยแนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์เพื่อกำหนดข้อคำถามในการออกแบบสอบถามให้สื่อถึงความยั่งยืน อันประกอบด้วย การออกแบบที่ใช้วัสดุธรรมชาติ อย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์และพอเพียง การออกแบบโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบที่สื่อถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน



### กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 : แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง การออกแบบผลผลิตสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารแปรรูปและสมุนไพรตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ” เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามตามระยะเวลาในการทำวิจัยเป็น 3 ระยะเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### ขั้นตอนการดำเนินงานระยะที่ 1

(1) ขั้นตอนการบูรณาการกระบวนการวิจัยและบริการวิชาการ เข้าสู่กระบวนการเรียนการสอนเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร ในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1) วิเคราะห์ผู้เรียนโดยสังเกตอย่างมีส่วนร่วม เพื่อศึกษาความต้องการต่อรูปแบบการจัดกระบวนการเรียนการสอน

2) ให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย หลักการออกแบบฉลากสินค้า แนวคิดการสื่อสารและการศึกษาอย่างมีส่วนร่วมและแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3) ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำวิจัยและบริการวิชาการทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ

4) ติดตามพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการเพื่อขอข้อมูลวิสาหกิจชุมชนด้านอาหารและสมุนไพรทั้งหมดของจังหวัดสมุทรปราการ อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอเมืองอำเภอพระประแดงอำเภอพระสมุทรเจดีย์อำเภอบางพลีอำเภอบางบ่อและอำเภอบางเสาธง

5) ติดต่อไปยังผู้ประกอบการ หรือประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อรับสมัครผู้ประกอบการที่สนใจโครงการ โดยบอกเงื่อนไขของกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอนที่หลากหลาย ยินดีให้ข้อมูลและยินดีเสียสละเวลาในการมีส่วนร่วมจนจบโครงการ

6) คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพรที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์

7) ออกแบบเครื่องมือวิจัย โดยใช้วัตถุประสงค์ นิยามศัพท์เฉพาะและกรอบแนวคิดเป็นประเด็นคำถามของเครื่องมือวิจัย

8) นำเครื่องมือวิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือวิจัย

9) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบกับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อนำปัญหามาปรับข้อความของเครื่องมือวิจัย

10) นำเครื่องมือวิจัยออกสำรวจปัญหาและสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์

11) ติดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยอันประกอบไปด้วยผู้มีส่วนร่วมกับการออกแบบภายนอกวิชาชีพ คือ 1) ผู้ประกอบการ 2) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาอำเภอ หรือพัฒนาจังหวัด 3) ลูกค้าประจำ และผู้มีส่วนร่วมกับการออกแบบภายในวิชาชีพ คือ 1) นักออกแบบมืออาชีพ 2) นักวิชาการด้านการออกแบบ และ 3) นักศึกษาที่ร่วมออกแบบ

12) ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิม ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

13) ศึกษาความต้องการด้านรูปแบบฉลากสินค้ากับผู้มีส่วนร่วมด้วยแบบสัมภาษณ์

(2) ขั้นตอนการชี้แจง อบรมให้ความรู้และนำเสนอปัญหา

เป็นขั้นตอนชี้แจงกระบวนการวิจัย รวมถึงให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และนำเสนอปัญหาของฉลากสินค้าเดิม โดยจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนร่วม ณ ห้องบรรยาย 3 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

2.1) ติดต่อผู้มีส่วนร่วมทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์ และนักศึกษาที่เรียนวิชา MN 2003 รวมเพื่อ  
เข้าอบรม

2.2) ติดต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อบรรยายความรู้เกี่ยวกับ หลักการ  
ออกแบบฉลากสินค้าและอัตลักษณ์องค์กร คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อรัณยนาถ (ผู้ช่วย  
ศาสตราจารย์ประจำกลุ่มวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ) และผู้เชี่ยวชาญ  
ด้านกฎหมายลิขสิทธิ์และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า คือ อาจารย์ภัทรพร เ็นนบุตร (อาจารย์  
ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ) เพื่อบรรยายให้ความรู้กับผู้มีส่วนร่วม

2.3) ชี้แจงที่มาของการวิจัย วัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่ผู้มีส่วนร่วมจะได้รับ รวมถึง  
เสนอปัญหาของฉลากสินค้าเดิมเพื่อขอข้อวิจารณ์และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนร่วม

2.4) ให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
อย่างยั่งยืน รวมถึงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร

2.5) ให้ผู้มีส่วนร่วมและนักศึกษาร่วมกันวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค  
(SWOT) ของผลิตภัณฑ์

2.6) สรุปปัญหาด้านรูปแบบของฉลากสินค้าเดิม เพื่อนำเสนอให้ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย  
ได้รับรู้และร่วมกันเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

## ขั้นตอนการดำเนินงานระยะที่ 2

(1) ขั้นตอนการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่าง  
ยั่งยืน

1.1) สรุปปัญหาและความต้องการของผู้มีส่วนร่วม เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบ  
โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ความต้องการด้าน ตราสัญลักษณ์ ลวดลายกราฟิก สีหลัก สีรอง พื้นหลัง  
ภาพประกอบ ภาพวาด ภาพถ่าย ตัวอักษร

1.2) ออกแบบฉลากสินค้าจำนวน 3 รูปแบบโดยแต่ละรูปแบบต้องสะท้อนความ  
ต้องการของผู้มีส่วนร่วม และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1.3) นำแบบฉลากสินค้าทั้ง 3 รูปแบบให้ผู้มีส่วนร่วมประเมิน โดยใช้แบบประเมินความสอดคล้องของฉลากสินค้ากับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือ

1.4) เลือกแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดเพียง 1 รูปแบบจากทั้งหมด 3 รูปแบบ

1.5) นำรูปแบบฉลากสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกกลับไปให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจ ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1.6) เปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยสถิติเปรียบเทียบ T-Test

### ขั้นตอนการดำเนินงานระยะที่ 3

(1) ประเมินผลสัมฤทธิ์การบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน

1.1) ใช้แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนรู้และหลังเรียนรู้วัดผลสัมฤทธิ์กับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ MN 2003 จำนวน 30 คน

1.2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาโดยใช้สถิติ T-Test

1.3) สัมภาษณ์ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 3.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

### 3.3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผลิตภัณธ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร ในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง 6 อำเภอ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณธ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ และนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในวิชาการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ MN 2003 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ผลิตภัณธ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร ในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง 6 อำเภอจำนวน 62  
ผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดในตาราง

**ตารางที่ 1** ผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารและสมุนไพร อำเภอเมือง

ที่	อำเภอ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	เมืองสมุทรปราการ	อาหารแปรรูปจากปลา	อาหาร
2	เมืองสมุทรปราการ	เครื่องหอมบุหงารำไป	สมุนไพร
3	เมืองสมุทรปราการ	หมูแผ่น หมูหวานชวนชิม	อาหาร
4	เมืองสมุทรปราการ	ชาสมุนไพรรวมตราเฮอรั่มินตี	เครื่องดื่มสมุนไพร
5	เมืองสมุทรปราการ	บำรุงผม (แฮร์ไรซิงโทนิค)	สมุนไพร
6	เมืองสมุทรปราการ	ผงซักฟอกปิ้ง	สมุนไพร
7	เมืองสมุทรปราการ	แชมพูสมุนไพรอัญชัญ	สมุนไพร
8	เมืองสมุทรปราการ	โลชั่นทับทิมแอปเปิ้ล “ชั้นทอง”	สมุนไพร
9	เมืองสมุทรปราการ	แชมพูมะหาด	สมุนไพร
10	เมืองสมุทรปราการ	แชมพูสุนัขสมุนไพร	สมุนไพร
11	เมืองสมุทรปราการ	แป้งฝุ่นสมุนไพร	สมุนไพร
12	เมืองสมุทรปราการ	ไบโอบอมบ์	สมุนไพร
13	เมืองสมุทรปราการ	Wax เงาไข่มุกเร่งผมยาว	สมุนไพร
14	เมืองสมุทรปราการ	น้ำมันสมุนไพรสกัดเย็นและผลิตภัณฑ์แปรรูป “นาโม”	สมุนไพร
15	เมืองสมุทรปราการ	เครื่องดื่มผงขิงสำเร็จรูป	เครื่องดื่มสมุนไพร
16	เมืองสมุทรปราการ	น้ำพริกสำเร็จรูป ตรารุ่งเจริญ	อาหาร
17	เมืองสมุทรปราการ	แชมพูอัญชันสกัดเย็น	สมุนไพร
18	เมืองสมุทรปราการ	สมุนไพรปิดผมขาว แฮร์ คัลเลอร์เรนท	สมุนไพร
19	เมืองสมุทรปราการ	สบู่กลีเซอรีนผสมกวาวเครือ	สมุนไพร
20	เมืองสมุทรปราการ	เจลอาบน้ำสมุนไพร	สมุนไพร
21	เมืองสมุทรปราการ	ไบโอโซน	สมุนไพร
22	เมืองสมุทรปราการ	ยาน้ำมันเหลือง ตรา โลมาคู่	สมุนไพร
23	เมืองสมุทรปราการ	หมูหยอง	อาหาร
24	เมืองสมุทรปราการ	น้ำพริกปรุงรสพร้อมบริโภค (น้ำพริกปลาสด)	อาหาร
25	เมืองสมุทรปราการ	ทองม้วนกะทิสด	อาหาร

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ประกอบการโดยชี้แจงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเงื่อนไขคือ “ผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูหวานชวนชิม”

### ตารางที่ 2 ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอบางบ่อ

ที่	อำเภอ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	บางบ่อ	ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์นภัส	อาหาร
2	บางบ่อ	ปลาสดหอมแปรรูป	อาหาร
3	บางบ่อ	น้ำพริกเผาพลาสติก	อาหาร
4	บางบ่อ	แชมพูมะกรูด	สมุนไพร
5	บางบ่อ	เซรั่มน้ำบุษย์ สูตรบัวหลวง	สมุนไพร
6	บางบ่อ	ปั้นสิบพลาสติก	อาหาร
7	บางบ่อ	ครีมนวดผมมะกรูด	สมุนไพร

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ประกอบการโดยชี้แจงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเงื่อนไขคือ “ผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์นภัส”

### ตารางที่ 3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอบางพลี

ที่	อำเภอ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	บางพลี	ขนมเปียกไส้ถั่วแดงไข่เค็ม	อาหาร
2	บางพลี	สบู่ถ่านไม้ไผ่ใยบัวมถนอมผิว	สมุนไพร
3	บางพลี	แชมพูสมุนไพรพีเอิร์บ	สมุนไพร
4	บางพลี	Face Mark Cream บ้านสมุนไพรคุณธรรม	สมุนไพร
5	บางพลี	ครีมสมุนไพรทาผ้า 2x	สมุนไพร
6	บางพลี	ชุดลดกระชับ	สมุนไพร
7	บางพลี	น้ำพริกกลุ่มสตรีเพชรบางแก้ว	อาหาร
8	บางพลี	น้ำมันนวดตัว “อโรมา”	สมุนไพร
9	บางพลี	ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี	อาหาร
10	บางพลี	ขนมชั้นสูตรสมุนไพร	อาหาร
11	บางพลี	เครื่องตีสมุนไพร “Chang”	เครื่องตีสมุนไพร

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ประกอบการโดยชี้แจงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเงื่อนไขคือ “ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี”

#### ตารางที่ 4 ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอพระประแดง

ที่	อำเภอ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	พระประแดง	ลอดช่องสิงคโปร์	อาหาร
2	พระประแดง	น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108	อาหาร
3	พระประแดง	ทองม้วนสมุนไพร	อาหาร
4	พระประแดง	ปั้นสิบทอดไส้ปลา รสสุคนธ์ขนมไทย	อาหาร
5	พระประแดง	สมุนไพรเสริมสร้างเส้นผม	สมุนไพร

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ประกอบการโดยชี้แจงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเงื่อนไขคือ “ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108”

#### ตารางที่ 5 ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอพระสมุทรเจดีย์

ที่	อำเภอ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	พระสมุทรเจดีย์	เครื่องดื่มรังกสำเร็จรูปตรา “จินไท่”	เครื่องดื่มสมุนไพร
2	พระสมุทรเจดีย์	สบู่สมุนไพรขมิ้น	สมุนไพร
3	พระสมุทรเจดีย์	ขนมเกสรดอกลำเจียก ตราแม่จรรยา	อาหาร
4	พระสมุทรเจดีย์	ขนมเปียะไส้ลูกจาก	อาหาร
5	พระสมุทรเจดีย์	กึ่งเหยียด	อาหาร
6	พระสมุทรเจดีย์	ขนมไทยท่าเรือ	อาหาร

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ประกอบการโดยชี้แจงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเงื่อนไขคือ “ผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือ”



ตารางที่ 6 ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพร อำเภอบางเสาธง

ที่	อำเภอ	ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์
1	บางเสาธง	ญานีสาน้ำปลาหวาน	อาหาร
2	บางเสาธง	น้ำพริกเผากุ้ง	อาหาร
3	บางเสาธง	เห็ดโคนญี่ปุ่นในน้ำซีอิ๊ว	อาหาร
4	บางเสาธง	หมูหวานแม่เรณู	อาหาร
5	บางเสาธง	ขนมคูกี้เบอร์เกอร์	อาหาร
6	บางเสาธง	น้ำปลาหวานสูตรเผ็ด	อาหาร
7	บางเสาธง	น้ำเมียงคำ	อาหาร

จากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อไปยังผู้ประกอบการโดยชี้แจงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเงื่อนไขคือ “ผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู”

(2) ผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัยอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ ลูกค้า นักออกแบบ นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ/เอกชนที่มีส่วนช่วยสนับสนุนหรือผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนเช่น องค์การบริหารส่วนตำบล หรือพัฒนาอำเภอ พัฒนาจังหวัด จำนวน 30 คน และนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา การผลิตสิ่งพิมพ์ (MN2003) ในภาคเรียนที่ 1/2557 จำนวน 30 คนรวมทั้งสิ้น 60 คน

### 3.3.2 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้มีส่วนร่วมและผลิตภัณฑ์ชุมชนประจำอำเภอ ทั้ง 6 อำเภอที่อยู่ในจังหวัดสมุทรปราการและการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดผลิตภัณฑ์ที่ยอมรับในเงื่อนไขของการวิจัยดังรายละเอียด

- (1) มีที่ตั้งหรือแหล่งผลิตอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น
- (2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่ม หรือสมุนไพร และผู้ประกอบการมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
- (3) ยินดีเสียสละเวลาเพื่อการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม

จากคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ข้างต้นมีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินจำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ อำเภอละ 1 ผลิตภัณฑ์ดังนี้

- |  |                     |
|--|---------------------|
| 3.1) ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี | อำเภอบางพลี         |
| 3.2) ผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูหวานชวนชิม          | อำเภอเมือง          |
| 3.3) ผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู                 | อำเภอบางเสาธง       |
| 3.4) ผลิตภัณฑ์นันทน์ภัสนมบุหลันต้นเมฆ        | อำเภอบางบ่อ         |
| 3.5) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108      | อำเภอพระประแดง      |
| 3.6) ผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือ                  | อำเภอพระสมุทรเจดีย์ |

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

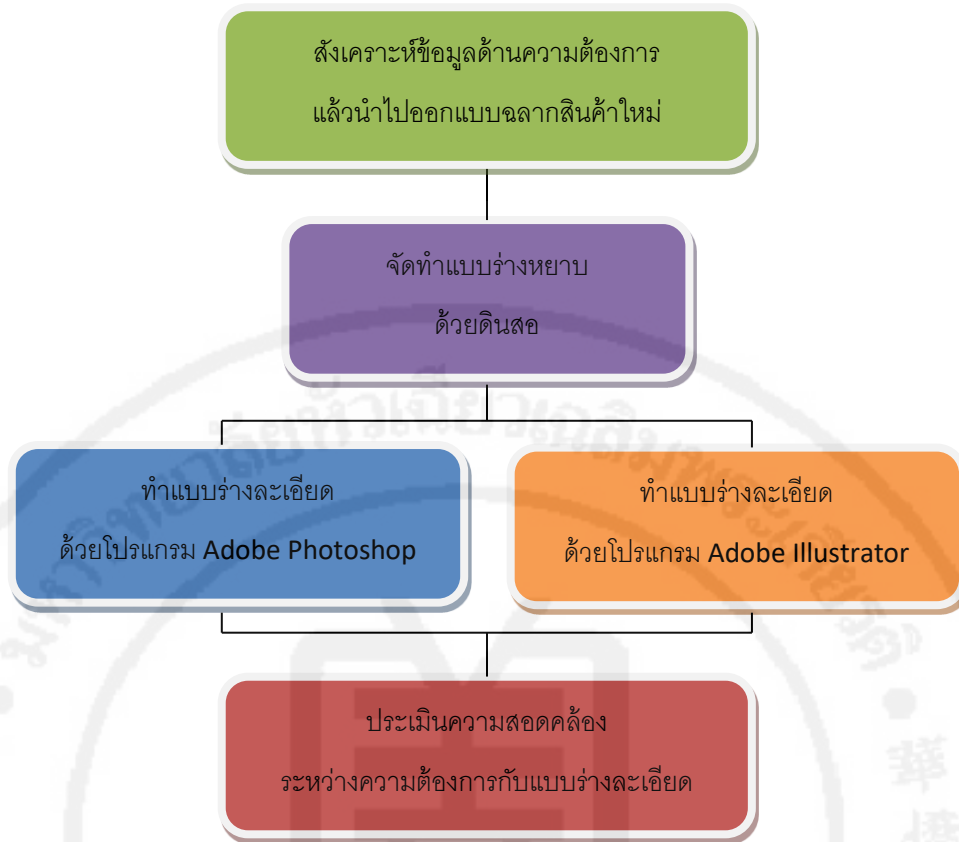
เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินความสอดคล้องและแบบประเมินความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยแยกเครื่องมือตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 วัตถุประสงค์ดังนี้

3.4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน รวมถึงปัญหาด้านรูปแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนโดยใช้ 1) แบบสอบถามข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์และภูมิหลังของผลิตภัณฑ์ 2) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบของผู้มีส่วนร่วม 3) เครื่องมือวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค (SWOT) และ 4) แบบประเมินความพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าเดิมดังภาพ



ภาพที่ 2 : การใช้เครื่องมือศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

3.4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ออกแบบและพัฒนารูปแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยใช้แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบฉลากสินค้าใหม่ และประเมินความพึงพอใจของรูปแบบฉลากสินค้าใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบฉลากสินค้าได้แก่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้านการออกแบบ ประกอบด้วย โปรแกรม Adobe Photoshop CS 6 และโปรแกรม Adobe Illustrator CS 6 ดังภาพ



ภาพที่ 3 : การใช้เครื่องมือการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

3.4.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเข้ากับการเรียนการสอนโดยใช้แบบประเมินผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ และแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน

การใช้เครื่องมือประเมินผลสัมฤทธิ์  
ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3



ภาพที่ 4 : การใช้เครื่องมือประเมินผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

### 3.5 การแปลผล

#### 3.5.1 เกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้ามีรายละเอียดดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	พอใจมากที่สุด
4	พอใจมาก
3	พอใจปานกลาง
2	พอใจน้อย
1	ไม่พอใจ

### 3.5.2 การแปลผลการให้คะแนนความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	พอใจมาก
2.61 – 3.40	พอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	พอใจน้อย
1.00 – 1.80	ไม่พอใจ

### 3.5.3 การแปลผลความสอดคล้องระหว่างผลงานออกแบบกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วม มีรายละเอียดดังนี้

คะแนน	ระดับความสอดคล้อง
-1	ไม่สอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
1	สอดคล้อง

## 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นสี่ส่วนตามลักษณะของข้อมูลด้านต่าง ๆ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 วิเคราะห์การกระจายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 60 คน ได้แก่ สัดส่วนความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิม และฉลากสินค้าใหม่เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 60 คน โดยเป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาผลต่างของระดับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

(1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อฉลากอันเดิม และระดับความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าอันใหม่ที่เพิ่มขึ้น (ความพึงพอใจฉลากเดิม-ความพึงพอใจฉลากใหม่)

(2) วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 60 คน ทั้งระดับความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าอันเดิม ระดับความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าใหม่ และระดับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น

3.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการรูปแบบฉลากสินค้าใหม่ ได้แก่ สีฉลากสินค้าที่ต้องการ ตัวอักษรที่เหมาะสมกับฉลากสินค้า ลักษณะการจัดวางตามหลักองค์ประกอบศิลป์ ข้อมูลที่ควรปรากฏบนฉลากสินค้า ภาพประกอบที่ควรใช้บนฉลากสินค้า ตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมกับสินค้า และลวดลายกราฟิกที่เหมาะสมกับฉลากสินค้า

3.6.4 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นหลังการเรียนรู้ของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการการวิจัยและการบริการวิชาการ

3.6.5 วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังการเรียนรู้ของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการการวิจัยและการบริการวิชาการ โดยใช้การทดสอบ 2 กลุ่ม ไม่อิสระจากกัน (Pair T-test)

### 3.7 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ติดต่อผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือที่ใช้ศึกษาวิจัยและเนื้อหา ดังมีรายนามต่อไปนี้

3.7.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบศิลป์

3.7.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุนทรียศาสตร์และศิลปะ

3.7.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อรัณยนาค ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อสาร

3.7.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา ทิมเมือง ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร

3.7.5 อาจารย์ ดร.นิรัฎกานุจ จันทรา ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติเพื่อ  
การวิจัย





## บทที่ 4

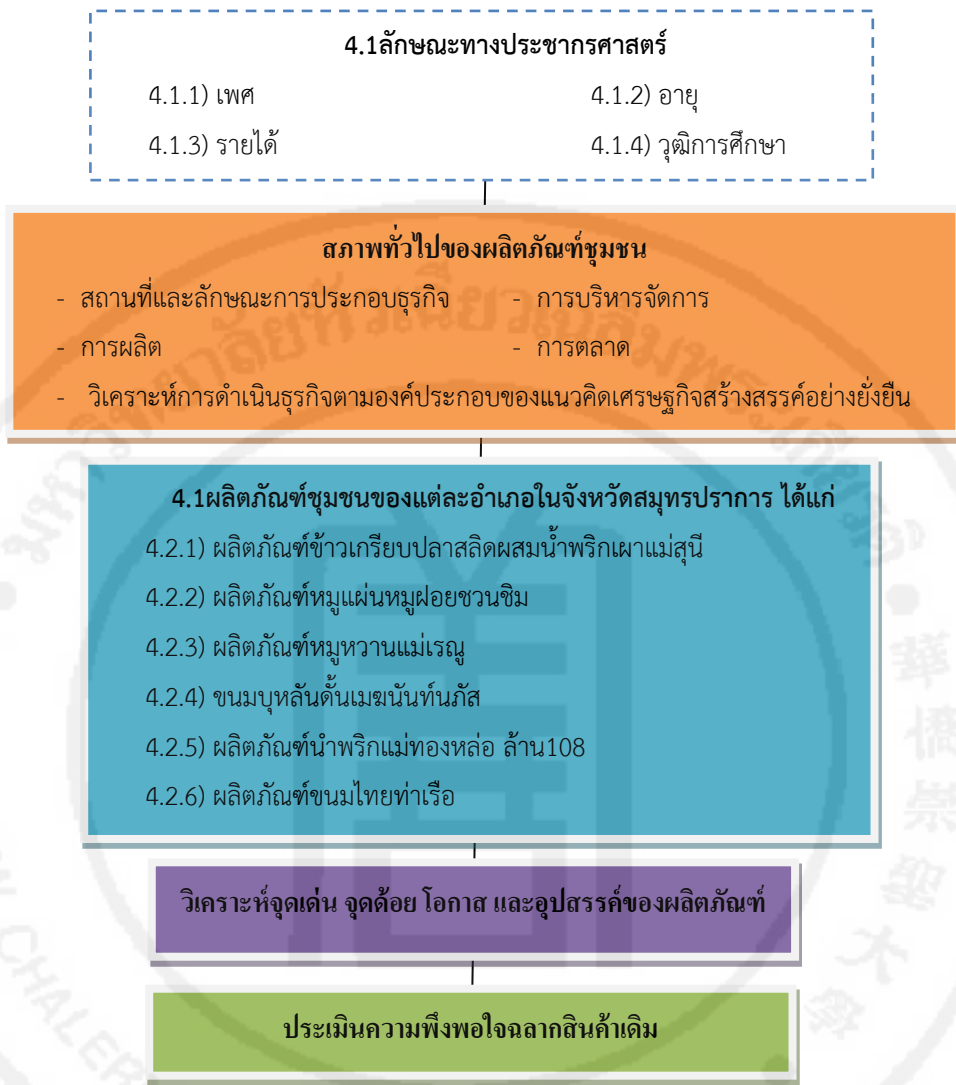
### ผลการสำรวจสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์

การสำรวจสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ เป็นวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการศึกษาเรื่อง “การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารแปรรูปและสมุนไพรตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ” ผู้วิจัยได้สำรวจลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้มีส่วนร่วม ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน สภาพทั่วไปในการดำเนินงาน เช่น การตลาด การผลิต การบริหาร แหล่งทุน รายได้ เศรษฐกิจ สาเหตุการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาใช้ในธุรกิจ และวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค (SWOT) ของผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีข้อค้นพบที่โดดเด่นดังนี้

1. ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมจะสะท้อนมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการวิจัย
2. ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีความต้องการด้านการพัฒนาสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสร้างสื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภค (นรินทร์ สังข์รักษา, สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และสมชาย ลักษณะนรินทร์. 2558)
3. ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เนื่องจากมีความศรัทธาและอยากน้อมนำแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช มาปรับใช้กับธุรกิจของตนเองตามแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 11
4. จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารแปรรูปและสมุนไพรของจังหวัดสมุทรปราการ 1) จุดเด่น คือผลิตภัณฑ์ทั้งหมดใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบถูก 2) จุดด้อย คืออายุการเก็บรักษาสั้นและการหาช่องทางการสื่อสารการตลาด 3) โอกาส คือนโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของรัฐบาล 4) อุปสรรค คือความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์
5. ปัญหาของผลิตภัณฑ์คือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงงบประมาณสนับสนุน

ผลการวิจัยนำเสนอเป็นลำดับตามผังอภิปรายผลดังภาพ



ภาพที่ 5 : ผังการอภิปรายผลการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

**4.1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของผู้มีส่วนร่วม**

**เพศ**

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้มีส่วนร่วมมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 57 และเพศชายจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 43

### อายุ

อายุของกลุ่มผู้มีส่วนร่วม พบว่าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21–40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 41 ปีคิดเป็นร้อยละ 19.5 และน้อยที่สุดคือช่วงอายุน้อยกว่า 20 คิดเป็นร้อยละ 0 (ไม่มี)

### รายได้

ผู้มีส่วนร่วมโดยรวมมีรายได้อยู่ในช่วง มากกว่า 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือช่วงรายได้ 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 และน้อยที่สุดคือช่วงรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 0 (ไม่มี)

### วุฒิการศึกษา

ผู้มีส่วนร่วมโดยรวมมีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา คือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22 และน้อยที่สุด คือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17

### วิจารณ์ผลการวิจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์โดยภาพรวม

จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมพบว่า มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มแม่บ้านและทำเป็นอาชีพเพื่อเสริมรายได้ให้ครอบครัว อีกส่วนหนึ่งเป็นลูกค้าเพศหญิงที่มีพฤติกรรมห่วงใยสุขภาพและชื่นชอบอาหารและสมุนไพร และอีกส่วนหนึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล/ จังหวัด ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนสินค้าชุมชน ซึ่งมักจะเป็นเพศหญิงเนื่องจากมีความรู้ ความสามารถทางด้านอาหารและสมุนไพร ประกอบกับค่านิยมไทยเพศหญิงจะให้ความสนใจทางด้านอาหารและสมุนไพร มากกว่าเพศชาย ผลสำรวจจึงพบว่ากลุ่มผู้มีส่วนร่วมมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่มีอายุ 21–40 ปี เนื่องจากเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และเป็นผู้ประกอบการ บางส่วนเป็นนักร้องแบบ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบล/ จังหวัด รวมถึงอาจารย์มหาวิทยาลัย ซึ่งหน่วยงานส่วนใหญ่จะกำหนดคุณสมบัติของพนักงานว่าต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไป หรือผ่านการเกณฑ์ทหารมาก่อนจึงจะรับเข้าทำงาน ทำให้ช่วงอายุของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในช่วง 20–40 ปีมากที่สุด

รายได้ของผู้มีส่วนร่วม ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 15,000 - 30,000 บาท เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งผู้ปกครองให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณเดือนละ 15,000 บาท และเป็นพนักงานบริษัท หรือหน่วยงานในภาครัฐที่มีอายุการทำงานไม่มากและมีอัตราการให้ค่าตอบแทนที่ค่อนข้างน้อย แต่มีความมั่นคงและสวัสดิการดีกว่า มีความเสี่ยงน้อยกว่าหากเปรียบเทียบกับอาชีพค้าขาย หรือเจ้าของกิจการ จึงทำให้มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางไม่สูงมาก

วุฒิการศึกษาของผู้มีส่วนร่วม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา พนักงานบริษัทและหน่วยงานในภาครัฐ ที่ใช้ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นคุณวุฒิในการทำงาน จึงทำให้ระดับการศึกษาของผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่อยู่ในระดับนี้มากที่สุด

## 4.2 สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

4.2.1 ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

### (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- 1) เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร
- 2) สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดี ที่ 5 มีนาคม วันเสาร์ที่ 14 มีนาคม วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน วันเสาร์ที่ 18 กรกฎาคม และวันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม 2558

3) ผู้ให้สัมภาษณ์คือ คุณสุณี สุขมา (ผู้ประกอบการ)

### (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

- 1) ที่ตั้ง เลขที่ 56 หมู่ 14 ต. บางปลา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
- 2) ใช้เงินเก็บส่วนตัวลงทุนครั้งแรกประมาณ 4 หมื่นบาท
- 3) รูปแบบธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว
- 4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 2 ปี
- 5) ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือข้าวเกรียบปลาสด โดดเด่นด้วยการผสมแป้งข้าวเกรียบกับเนื้อปลาสดอันเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อีกทั้งยังคิดนวัตกรรมใหม่ด้วยการผสมรสชาติและกลิ่นของน้ำพริกเผาเข้าไปในเนื้อของข้าวเกรียบ ทำให้สามารถรับประทานได้โดยไม่ต้องจิ้มกับน้ำพริกเผาเหมือนข้าวเกรียบปลาสดอื่น ๆ ในท้องตลาด

## (3) การบริหารจัดการ

1) การบริหารจัดการใช้หลักการบริหารจัดการแบบพึ่งพาตนเอง เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ศึกษาในระบบและมีอายุค่อนข้างมาก จึงอาศัยหลักการแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะการเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานพัฒนาอำเภอบางพลีและมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในการอบรมความรู้ โดยเฉพาะสำนักงานพัฒนาอำเภอบางพลี และสำนักงานเกษตรอำเภอบางพลี

2) มีโครงสร้างแบบเจ้าของคนเดียว

3) ผู้ประกอบได้รับเงินช่วยเหลือจากพัฒนาชุมชนอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการส่วนหนึ่งและใช้เงินเก็บส่วนหนึ่งเพื่อดำเนินธุรกิจ

4) มีการพัฒนาองค์กรโดยการคิดค้นและสร้างสรรค์สูตรที่ไม่เหมือนใคร

## (4) การผลิต

ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผา เกิดขึ้นจากการที่คุณแม่สุณี เข้าร่วมการอบรมเรื่อง "การผลิตข้าวเกรียบปลาสดของเกษตรกรอำเภอบางพลี" โดยตอนนั้นยังไม่มีส่วนผสมอื่นใดเพิ่มเติม เพราะธรรมชาติของวัฒนธรรมการกินข้าวเกรียบปลาสดจะมีน้ำพริกเผากินคู่กัน ซึ่งจะเป็นส่วนผสมที่แยกออกมาจากข้าวเกรียบปลาสด แต่ด้วยเหตุที่ว่าลูกค้ามองเห็นการที่มีน้ำพริกเผาแยกจะทำให้พกพาไปไหนมาไหนลำบาก รวมถึงถ้ากินไม่หมดน้ำพริกเผาที่เปิดแล้วจะเสีงง่าย และหกละเอะเทอะ ผู้ประกอบการเห็นปัญหาในข้อนี้ จึงนำน้ำพริกเผาเป็นส่วนผสมรวมในข้าวเกรียบปลาสด เมื่อลองผลิตปรากฏว่า กลิ่นของน้ำพริกเผาและปลาสดหอมเด่นชัดมากกว่าเดิมและที่สำคัญยังอร่อยอีกด้วย จึงเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีมาจนถึงทุกวันนี้

## (5) การตลาด

1) การเปิดตลาดของข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี เน้นไปที่ตลาดภายในประเทศ โดยการออกร้านแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ไบเซคบางนา หรืองานประจำจังหวัดงานประเพณีและตลาดนัดสินค้าในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดใกล้เคียง

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

3) ไม่มีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

4) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปฏิบัติในธุรกิจ เกิดจากผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และต้องการให้ผู้บริโภคมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

(6) วิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1) ด้านความรู้

ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการผลิตขนมอยู่บ้างจากอดีตที่เคยช่วยเหลือคุณแม่ทำขนมในงานบุญต่าง ๆ ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์จึงทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาความรู้จนต่อยอดเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลต่าง ๆ มากมาย

2) ด้านการศึกษา

ผู้ประกอบการได้เข้าร่วมพัฒนาความรู้ ที่ทางหน่วยงานรัฐบาลจัดขึ้นทุกครั้ง จึงทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอแม้จะอายุมากแต่ก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการศึกษาของผู้ประกอบการ

3) ด้านการสร้างสรรค์งาน

อาศัยหลักความคิดสร้างสรรค์ ช่างสังเกตและสอบถามของผู้ประกอบการ จึงทำให้สามารถสร้างสรรค์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาที่ไม่เหมือนใคร สะดวกและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ผู้ประกอบการอยู่ระหว่างการนำเครื่องหมายการค้าไปยื่นขอจดทะเบียนและกำลังยื่นขอการจดสิทธิบัตรสูตรข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผา

5) ด้านวัฒนธรรม

ปลาสดเป็น อาหารที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดสมุทรปราการ เมื่อนำมาผสมกับการทำข้าวเกรียบที่เป็นภูมิปัญญาการทำขนมไทยแต่โบราณจึงทำให้ ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสมุทรปราการ

6) ด้านการส่งเสริมความรู้

ผู้ประกอบการได้แสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่นการเข้าอบรมสัมมนากับหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการดูสื่อต่าง ๆ เพื่อนำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์

7) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อไม่ให้เหมือนใครและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

(7) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

1) ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผา เป็นธุรกิจที่อยู่ในตลาดของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยจึงทำให้ยอดขายของผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี สามารถดำเนินงานได้อย่างดี

2) การยอมรับของการตลาด ลูกค้าให้การยอมรับดีมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) การเติบโตและยอดขาย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงทำให้ข้าวเกรียบพลาสติก น้ำพริกเผาแม่สุณีมียอดขายที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

(8) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผา ได้แก่

1) จุดเด่น คือสูตรการผลิตที่ผสมน้ำพริกเผาลงไป ข้าวเกรียบโดยไม่ต้องจิ้มน้ำพริกเผาอีกและเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรปราการคือ เนื้อพลาสติกที่ผสมอยู่ในผลิตภัณฑ์

2) จุดด้อย คือ ฉลากสินค้าไม่สวยงาม ใช้สีที่ไม่โดดเด่นและไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ ประกอบกับผู้ประกอบการต้องการได้ฉลากที่มีรูปทรงเหมือนโล่รางวัลที่ผลิตภัณฑ์ได้รับอย่างมากมาย

3) โอกาส คือการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐอย่าง สำนักงานพัฒนาอำเภอบางพลี สำนักงานเกษตรอำเภอบางพลีและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4) อุปสรรค คือความรู้ในการใช้สื่อสมัยใหม่ของผู้ประกอบการ เนื่องจากคุณแม่สุณีมองเห็นว่า การใช้ช่องทางขายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่สามารถช่วยขยายตลาดได้ แต่คุณแม่สุณีไม่มีความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และการสื่อสารการตลาด



ภาพที่ 6 : คุณสุณี สุขมา ผู้ประกอบการข้าวเกรียบพลาสติกน้ำพริกเผา แม่สุณี

#### 4.2.2 ผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอย “ชวนชิม” อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

##### (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

1) เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร ผลิตและบริการเนื้อหมูแปรรูป

2) สัมภาษณ์เมื่อ วันศุกร์ ที่ 6 มีนาคม วันเสาร์ที่ 14 มีนาคม วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน วันจันทร์ที่ 20 กรกฎาคมและวันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม 2558

3) ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณบุญทอม ศิวรักษ์

##### (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

1) ที่ตั้ง 1922 หมู่ 2 ต. สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

2) เงินลงทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจครั้งแรกประมาณ 2 หมื่นบาท

3) รูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว และผู้ประกอบการทำเป็นอาชีพเสริม โดยอาชีพหลัก คือ ธุรกิจหอพักให้เช่าบริเวณใกล้ ๆ โรงเรียนลาซาล

4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจประมาณ 5 ปี (เริ่มปี 2548)

5) ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 ชนิดคือ หมูย่าง หมูฝอย และหมูแผ่น แต่ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญคือ หมูฝอยและหมูแผ่น ที่ลูกค้านิยมซื้อไปฝากบุคคลใกล้ชิด โดยหมูฝอยและหมูแผ่นมีด้วยกัน 2 ขนาด/ราคา คือขนาดเล็ก ราคา 50 และขนาดใหญ่ราคา 100 บาท

##### (3) การบริหารจัดการ

1) การบริหารจัดการใช้หลักการบริหารจัดการแบบพึ่งพาตนเอง

2) โครงสร้างองค์กร เป็นแบบโครงสร้างเจ้าของคนเดียวและมีสมาชิกในครอบครัวช่วยเหลือ

3) ผู้ประกอบการไม่มีการจัดหาแหล่งเงินทุน แต่ใช้ทุนส่วนตัวในการบริหารจัดการ

4) มีการพัฒนาองค์กรด้วยการคิดค้นสูตรใหม่ที่ผสมสมุนไพรออแกนิกเพิ่มเข้ามา

##### (4) การผลิต

1) วัตถุดิบมาจากเนื้อหมูท้องถิ่น และสมุนไพรในท้องถิ่น



2) แรงงานที่ใช้ในการผลิต คือผู้ประกอบการและคนในครอบครัวอีก 3 ท่านคือลูกชายผู้ประกอบการจำนวน 2 คนและสามีของผู้ประกอบการ

3) อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต คืออุปกรณ์ทำครัวและเตาย่าง

4) กระบวนการผลิตเริ่มจากการคัดเลือกเนื้อหมูคุณภาพ สะอาดปลอดภัย และไม่ใช้สารเคมี 100% โดยจะซื้อจากเชียงใหม่ที่รู้จักกันมาตั้งแต่สมัยคุณแม่ของผู้ประกอบการ ในส่วนสมุนไพรที่ใช้ในการหมักจะเลือกซื้อจากชาวสวนท้องถิ่นที่ปลูกโดยใช้วิธีเกษตรอินทรีย์

#### (5) การตลาด

1) เน้นตลาดภายในประเทศ เน้นขายที่ประจำและการออกร้านแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาดนัดสินค้า หรืองานประจำจังหวัด งานประเพณีและตลาดนัดสินค้าในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดใกล้เคียง

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือกลุ่มคนทำงานและกลุ่มนักเรียนนักศึกษาบริเวณใกล้เคียงจุดขาย

3) การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เน้นการโฆษณา ณ จุดขายเพียงอย่างเดียว

4) ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาใช้ในส่วนของ การคัดเลือกวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การนำภูมิปัญญาการหมักหมมและการเลือกสมุนไพรมาประยุกต์ใช้ด้านการผลิต รวมถึงการแสดงออกผ่านฉลากสินค้าด้วยการนำเสนอภาพหมูแผ่น หมูฝอยบนจานแบบไทย ๆ ใช้ตัวอักษรที่ออกแบบอ่อนช้อยสวยงามตามแบบอักษรไทยเป็นต้น

(6) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

#### 1) ด้านความรู้

ก่อนที่ผลิตหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม ผู้ประกอบการได้สะสมความรู้ที่ตกทอดมาในตระกูล โดยฝึกทำกับคุณแม่ของผู้ประกอบการ ซึ่งขายหมูแผ่น หมูฝอยมาหลายชั่วอายุคน เช่นความรู้ด้านการเลือกเนื้อหมู การเลือกเครื่องปรุง การเลือกสมุนไพรเพื่อการหมัก การทุบหมูให้เป็นหมูฝอยที่มีลักษณะเส้นยาวไม่ละเอียด หรือแข็งจนเกินไป

#### 2) ด้านการศึกษา

ผู้ประกอบการได้แสวงหาความรู้โดยศึกษาเทคนิคการทอดและการอบหมูที่  
ประหยัดน้ำมัน และดีต่อสุขภาพ โดยเข้าอบรมกับโครงการลูกพระดาบส ในจังหวัดสมุทรปราการและ  
หากมีการจัดอบรมจากวิสาหกิจชุมชน หรือทางจังหวัดผู้ประกอบการก็เข้าร่วมอบรมเสมอ

### 3) ด้านการสร้างสรรคงาน

ผู้ประกอบการอาศัยการถามข้อมูลจากลูกค้าเก่า เพื่อนำมาเป็นแนวทางการ  
สร้างสรรคงาน จนกลายเป็นหมูแผ่น หมูอบรสสมุนไพรไทย

### 4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ผู้ประกอบการไม่มีการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา แต่มีแนวโน้มว่าจะนำตรา  
สัญลักษณ์ไปยื่นจดทะเบียนลิขสิทธิ์ตราสินค้า

### 5) ด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรมการรับประทานหมูแผ่น หมูฝอยกับข้าวเหนียวนุ่มมีมาช้านานคู่กับ  
สังคมไทย โดยส่วนใหญ่จะเป็นการทานเล่น มากกว่าการทานจริงจังหรือการทานเป็นมื้อหลัก แต่ปัจจุบันนี้  
วิถีชีวิตของคนเมือง โดยเฉพาะผู้คนที่อาศัยในเมืองใหญ่ ๆ ค่อนข้างเร่งรีบ ดังนั้นหมูแผ่น หมูฝอยพร้อม  
ทานกับข้าวเหนียวจึงเป็นทางเลือกที่คนเมืองจะรับประทานเป็นอาหารเช้าเพื่อตอบสนองต่อความเร่งรีบ  
เพื่อไปทำงาน หรือทำกิจวัตรประจำวัน

### 6) ด้านการส่งเสริมความรู้

คนไทยแต่โบราณรู้จักเสาะแสวงหาวิธีการถนอมอาหาร โดยเฉพาะการถนอม  
อาหารจากเนื้อสัตว์และผลไม้ ซึ่งการทำหมูแผ่น หมูฝอยเป็นการถนอมอาหารอย่างหนึ่ง โดยใช้น้ำมันและ  
การอบแห้งเพื่อให้สามารถรับประทานได้นานขึ้น สามารถทานเป็นอาหารหลัก หรือเป็นขนมคบเคี้ยวได้ มี  
รสชาติที่แตกต่างออกไปจากการปรุงเนื้อหมูในลักษณะอื่น ซึ่งการถนอมอาหารโดยการทำหมูแผ่น หมูฝอย  
มีการสะสมความรู้มาอย่างยาวนานและสืบทอดกันภายในตระกูล เพราะแต่ละตระกูลจะมีเคล็ดลับและ  
เทคนิคการแปรรูปที่แตกต่างกัน

### 7) ด้านเทคโนโลยี

นวัตกรรมและภูมิปัญญา การผลิตหมูแผ่น หมูฝอยไม่มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่  
เข้ามาพัฒนา แต่เป็นการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการแปรรูปหมูแผ่น หมูฝอยให้ได้คุณภาพทั้งลักษณะของ  
หมู สีและกลิ่น รวมถึงรสชาติที่ถูกปากลูกค้า โดยหมูฝอย หมูแผ่นชวนชิมได้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ขึ้นมา  
คือ หมูแผ่นหมูฝอยรสสมุนไพรไทย ที่ผสมผสานตระไคร้ พริกแห้ง ถั่ว ใบมะกรูดเข้ามาเพิ่มรสชาติให้  
แปลกใหม่ และดีต่อสุขภาพของลูกค้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยต้องการให้ลูกชายเป็นผู้สืบทอดกิจการต่อไป เห็นได้จากการผู้ประกอบการให้ลูกชายเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงการขาย

#### (7) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

1) สภาพรวมธุรกิจหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมมีสภาพรวมของธุรกิจที่ค่อนข้างดี เนื่องจากเป็นปัจจัย 4 และเป็นอาหารที่ถูกจริตกับคนเมืองที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ

2) การยอมรับทางการตลาดของหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม ค่อนข้างดีเนื่องจากมีขายมาอย่างยาวนาน แต่มีการหยุดเป็นช่วง เนื่องจากผู้ประกอบการมีธุรกิจหอเช่าซึ่งเป็นธุรกิจหลักอยู่แล้ว แต่ก็พยายามที่ขายหมูแผ่นหมูฝอยทุกวันเพื่อไม่ให้ลูกค้าประจำลืม หรือขาดช่วง ในแง่ของการยอมรับนับว่าได้รับการยอมรับอย่างดีโดยเฉพาะในเรื่องของรสชาติที่เป็นที่ถูกปาก เนื่องจากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมเด่นในเรื่องของรสชาติที่ไม่หวานมากจนเกินไป

3) การเติบโตและยอดขายมีการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ และมีการออกแบบฉลากสินค้าและตราสินค้าใหม่ที่ชัดเจน จำง่ายและน่าเชื่อถือ

(8) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม ได้แก่

1) จุดเด่น คือเป็นอาหารแปรรูปที่ผสมสมุนไพร เช่น เมล็ดผักชี พริกไทยดำ

2) จุดด้อย คือการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไม่นาน ผู้ประกอบการจึงอยากพัฒนาด้านการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บได้นานโดยไม่ต้องเติมสารที่เป็นอันตรายต่อผู้รับประทาน และฉลากสติ๊กเกอร์ไม่สื่อถึงความเป็นหมูแผ่นหมูฝอย

3) โอกาส คือการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐอย่าง สำนักงานพัฒนาจังหวัด

4) อุปสรรค คือแรงงานผลิตและเวลา เนื่องจากผู้ประกอบการมีอาชีพหลักคือการดูแลฟาร์มเนื้อให้เขา โดยผลิตหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมเป็นอาชีพเสริม



ภาพที่ 7 : กระบวนการผลิตหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม

#### 4.2.3 ผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

- (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน
  - 1) เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร ผลิตและบริการเนื้อหมูแปรรูป
  - 2) สัมภาษณ์เมื่อ วันจันทร์ ที่ 9 มีนาคม วันเสาร์ที่ 14 มีนาคม วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน วันจันทร์ที่ 20 กรกฎาคม และวันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม 2558
  - 3) ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณกาญจนา เพ็ชรแย้ม
- (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ
  - 1) ที่ตั้ง 14/6 หมู่ 5 ตำบลศิระจรเข้ชั้น้อย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ
  - 2) เงินลงทุนครั้งแรกประมาณ 1 แสนบาท
  - 3) รูปแบบธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว
  - 4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6 ปี (เริ่มปี 2552)

5) ผลผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ หมูหวานเพียงอย่างเดียว เนื่องจากผู้ประกอบการ ประกอบวิชาชีพพยาบาล และทำผลิตภัณฑ์หมูหวานเป็นอาชีพเสริมจึงไม่ค่อยมีเวลาในการประกอบธุรกิจแบบเต็มตัว

(3) การบริหารจัดการ

- 1) โครงสร้างองค์กร เนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวจึงไม่มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนมีเพียงคุณภานุญาและญาติพี่น้องที่ช่วยกันผลิต
- 2) ใช้เงินทุนส่วนตัวในการบริหารจัดการ
- 3) ยังไม่มีการพัฒนาองค์กรที่ชัดเจนเนื่องจากเป็นอาชีพเสริมและอาชีพหลักของผู้ประกอบการค่อนข้างยุ่งและไม่แน่นอน

(4) การผลิต

- 1) วัตถุดิบมาจากเนื้อหมูและเครื่องเทศได้มาจากตลาดในท้องถิ่น
- 2) แรงงานคือผู้ประกอบการ และเครือญาติ
- 3) ใช้อุปกรณ์ทำครัวทั่วไปในการผลิต
- 4) กระบวนการผลิต คัดเลือกเนื้อหมูคุณภาพ สะอาดปลอดภัย สร้างจุดขายด้วยการผสมผสานสมุนไพรไทยคือรากผักชีและเมล็ดผักชีในหมูหวาน ปราศจากผงชูรส

(5) การตลาด

- 1) ปกติจะขาย ณ จุดประจำนั้นคือ บริเวณวัดศรีวารีน้อย และโรงพยาบาลสมิตเวช เนื่องจากผู้ประกอบการมีอาชีพหลักเป็นพยาบาลในโรงพยาบาลสมิตเวช จำนำไปฝาก ณ ร้านค้าในโรงพยาบาล
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มคนทำงานและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบริเวณวัดศรีวารีน้อย รวมถึงผู้ที่อาศัยบริเวณใกล้เคียงจุดขาย
- 3) เน้นการโฆษณา ณ จุดขายเพียงอย่างเดียว
- 4) ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาใช้ในส่วนของการผลิตหมูหวานโดยใช้ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ และต้องการให้ภูมิปัญญาได้สืบทอดอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

(6) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1) ด้านความรู้

ก่อนที่ผลิตหมูหวานแม่เรณู ผู้ประกอบการได้สะสมความรู้ที่ตกทอดมาในตระกูล โดยฝึกทำกับคุณแม่ ซึ่งได้รับการสืบทอดเทคนิคการทำหมูหวานต่อมาจากคุณยายอีกที

## 2) ด้านการศึกษา

ผู้ประกอบการได้แสวงหาความรู้โดยเฉพาะวิธีการผลิตหมูหวานที่ดีต่อสุขภาพ และลดภาวะความเสี่ยงจากการติดหวาน อันจะนำไปสู่โรคเบาหวานในอนาคต โดยการลดปริมาณความหวานลง ไม่ใช้สารกันบูด ผลชูรสและโซเดียมคลอไรด์ (เกลือแกง) ในการผลิต

## 3) ด้านการสร้างสรรค์งาน

ผู้ประกอบการได้มีการสร้างสรรค์ผลงานโดยผสมสมุนไพรท้องถิ่นเข้าไปในสูตรอาหาร ทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ที่สำคัญคือการลดความหวานของหมูหวาน และไม่ใส่สารเคมีเจือปนซึ่งตรงกับค่านิยมการรักสุขภาพของคนในปัจจุบัน

## 4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ผู้ประกอบการไม่มีการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาแต่มีแนวโน้มว่าจะนำตราสัญลักษณ์ไปยื่นจดทะเบียนตราสินค้า

## 5) ด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรมการรับประทานหมูหวาน ส่วนใหญ่จะรับประทานเป็นของขบเคี้ยว หรือรับประทานเป็นอาหารว่างมากกว่ากินจริงจังเป็นอาหารหลัก โดยส่วนใหญ่ผู้นิยมรับประทานหมูหวาน จะเป็นคนไทยที่นับถือศาสนาพุทธและจะซื้อไปฝากญาติ

## 6) ด้านการสั่งสมความรู้

การทำหมูหวานเป็นการใช้ความร้อนถนอมอาหาร ประเภทเนื้อสัตว์อีกวิธีหนึ่งซึ่งการใช้ความร้อน เป็นการทำลายจุลินทรีย์ที่ทำให้อาหารเสื่อมคุณภาพ รวมถึงความร้อนยังสามารถหยุดปฏิกิริยาของเอ็นไซม์ที่อาจทำให้เนื้อหมูเสื่อมคุณภาพ อีกทั้งการใช้น้ำตาลที่หมักลงไปกับหมูหวานยังช่วยยืดอายุการบูดเน่าของหมูหวาน

## 7) ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมและภูมิปัญญา

การผลิตหมูหวานไม่มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนา แต่เป็นการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการแปรรูปหมูให้ได้คุณภาพทั้งลักษณะของหมู สีและกลิ่น รวมถึงการใช้น้ำตาลเพื่อถนอมอาหารและเติมแต่งรสชาติให้ถูกปากลูกค้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบในแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมโดย

ต้องการสื่อให้เห็นถึงแหล่งผลิต หรือที่มาของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำให้กับลูกค้าและเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นไปในตัว โดยเฉพาะวัฒนธรรมการโยนบัว ซึ่งเป็นวัฒนธรรมแห่งเดียวที่มีอยู่ในอำเภอ บางเสาธงจังหวัดสมุทรปราการ ดังนั้นการออกแบบฉลากสินค้าหมูหวานแม่เรณู จึงเพิ่มลวดลายกราฟิก ดอกบัวลงไปในฉลากเพื่อสื่อถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอบางเสาธง

#### (7) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

1) สภาพรวมธุรกิจหมูหวานแม่เรณู มีสภาพธุรกิจโดยรวมค่อนข้างดี เนื่องจากผู้ประกอบการค่อนข้างให้ความสนใจในเรื่องของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า เช่น การลดความหวาน ลดความเค็มไม่ใส่สารการบูดสอดคล้องกับความนิยมรักสุขภาพของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

2) การยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อหมูหวานแม่เรณู เริ่มมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนหนึ่งมาจากการขยายช่องทางการตลาด ที่ผู้ประกอบการนำไปฝากขายตามร้านค้าของญาติพี่น้องและอีกส่วนหนึ่งมาจากการประกอบอาชีพหลักของผู้ประกอบการ ที่ประกอบวิชาชีพพยาบาล ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านความสะอาดและความปลอดภัยยังผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

3) การเติบโตและยอดขายมีการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือและมีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้กระจายเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคมากขึ้นตามไปด้วย

#### (8) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนหมูหวานแม่เรณู ได้แก่

1) จุดเด่น คือเป็นอาหารแปรรูปที่ผสมสมุนไพร เช่น เมล็ดผักชี พริกไทยดำ มีรสชาติหวานกำลังดี

2) จุดด้อย คือการจัดสรรเวลาของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการประกอบวิชาชีพพยาบาล ซึ่งเป็นวิชาชีพที่ขาดแคลนทรัพยากรบุคคล และต้องทำงานร่วมกับแพทย์อยู่ตลอดเวลา ทำให้การบริหารเวลาเพื่อการผลิตไม่มีความต่อเนื่อง

3) โอกาส คือการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนอย่าง การที่ผู้วิจัยและนักศึกษาเข้ามาออกแบบฉลากสินค้าให้ฟรี

4) อุปสรรค คือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์จากคู่แข่ง ทั้งรูปลักษณ์ของฉลากบรรจุภัณฑ์ แต่เนื่องจากการออกแบบอัตลักษณ์องค์จากผู้วิจัยทั้งตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการลดความกังวลไปได้มากอีกทั้งผู้ประกอบการยังมีโครงการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหลังจากได้รับความรู้ที่ผู้วิจัยจัดอบรมให้



ภาพที่ 8 : กระบวนการผลิตหมูหวานแม่เรณู

#### 4.2.4 ผลผลิตภัณณ์นันทน์ภัสนมบุหลันต้นเมฆ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณณ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

##### (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณณ์ชุมชน

1) เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหารที่บูรณาการระหว่างสูตรทำขนมชาววังผสมผสานกับงานฝีมือด้านการประดิษฐ์

2) สัมภาษณ์เมื่อ วันพฤหัสบดี ที่ 5 มีนาคม วันเสาร์ที่ 14 มีนาคม วันเสาร์ที่ 6 มิถุนายน วันเสาร์ที่ 18 กรกฎาคม และวันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม 2558

3) ผู้ให้สัมภาษณ์ คือ คุณศิริรัตน์ หวังอรุณโรจน์

##### (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

1) ที่ตั้ง 36 หมู่ 1 ตำบลคลองสวน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ 10540

2) เงินลงทุนเริ่มแรกในการประกอบธุรกิจ ประมาณ 1 หมื่นบาท

3) รูปแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียวเป็นธุรกิจครอบครัว

4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1 ปี (เริ่ม 22 ก.ค. 2557)

5) ผลิตภัณณ์ที่สำคัญคือ ขนมบุหลันต้นเมฆนันทน์ภัสเป็นขนมที่มีสูตรเฉพาะเพียงรูปแบบเดียว จึงมีผลิตภัณณ์เพียงอย่างเดียวที่สำคัญ



## (3) การบริหารจัดการ

- 1) โครงสร้างองค์กรแบบเจ้าของคนเดียว
- 2) มีแหล่งเงินทุนในการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐคือ สำนักพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนส่วนตัว
- 3) การพัฒนาองค์กรมีการคิดค้นสูตรใหม่ตลอดเวลา อีกทั้งยังเข้าร่วมการอบรมที่ทางพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการจัดในทุกครั้ง

## (4) การผลิต

- 1) ขนมอบุหลับต้นเมฆนั้นทนภัสเป็นขนมไทยโบราณที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น โดยเฉพาะดอกอัญชัน มะพร้าว ไข่ไก่และแป้งท้าวยายม่อม
- 2) แรงงาน แรงงานโดยผู้ประกอบการและสามี
- 3) อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต คืออุปกรณ์ทำครัว ได้แก่ หม้อนึ่ง ถ้วยตะไล
- 4) กระบวนการผลิตเริ่มจาก คั้นดอกอัญชันกับน้ำร้อนให้ได้ปริมาณ พักไว้แล้วผสมกะทิกับแป้งข้าวเจ้าคลุกเคล้าให้เข้ากันแล้วนำไปเคี่ยวในกระทะให้พอข้น ๆ ใส่เกลือลงไปเล็กน้อยแล้วพักไว้ จากนั้นผสมไข่แดงกับน้ำตาลไอซิ่งให้เข้ากันเติมกลิ่นดอกมะลิลงไปเล็กน้อยเพื่อดับกลิ่นคาวของไข่ จากนั้นนำไปกรองให้เนื้อเนียน ผสมแป้งข้าวเจ้าและแป้งท้าวยายม่อมให้เข้ากัน วางถ้วยตะไลลงในหม้อนึ่ง หยอดส่วนผสมลงไปจนเกือบเต็ม ปิดฝานึ่งทิ้งไว้ประมาณ 2.30 นาที สังเกตจากขอบขนมเริ่มมีสีเข้มขึ้นและตรงกลางมีสีอ่อน ๆ จากนั้นให้รับนำออกมาจากชุดนึ่งแล้วคว่ำถ้วยขนมลงขนม แป้งที่ยังไม่สุกก็จะไหลออกมา (ทำให้ขนมเป็นหลุมตรงกลาง) หยอดกะทิที่เคี่ยวไว้ลงไปในหลุมแล้วนำไปนึ่งต่ออีก 1 นาที จากนั้นให้หยอดส่วนผสมไข่แดงลงในหลุมหนึ่งต่อจนไข่แดงสุก



ภาพที่ 9 : กระบวนการผลิตขนมบุหลันต้นเมฆ

## (5) การตลาด

1) มุ่งเน้นตลาดภายในประเทศ ซึ่งการเปิดตลาดของธุรกิจขนมอบหลัสดั้งเดิมเน้นที่นันทภัสนั้นไปที่การออกขายประจำหน้าร้าน ณ ตลาดคลองสวน และการออกร้านแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น งานประจำจังหวัด งานประเพณีและตลาดนัดสินค้าในจังหวัดสมุทรปราการ

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้รักสุขภาพ เนื่องจากขนมอบหลัสดั้งเดิมเน้นที่นันทภัส คัดสูตรการผลิตที่ไม่หวานจากถูกปากของผู้รักสุขภาพ

3) การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เน้นการโฆษณา ณ จุดขาย การออกรายการทีวีต่าง ๆ เช่น รายการครัวคุณต๋อย และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook

4) เหตุผลที่ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาใช้คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาขนมไทย ให้คนรุ่นลูก รุ่นหลานสืบทอดต่อไป

(6) วิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 1) ด้านความรู้

ผู้ประกอบการมีความรู้จากการลองผิดลองถูกคิดและดัดแปลงสูตรให้เข้ากับคนยุคสมัยใหม่ที่นิยมรสชาติหวานน้อย อีกทั้งยังเข้าร่วมการอบรมที่หน่วยงานพัฒนาจังหวัดจัดขึ้นในทุกครั้ง

## 2) ด้านการศึกษา

ก่อนที่จะผลิตขนมอบหลัสดั้งเดิมผู้ประกอบการได้ศึกษาหาความรู้ โดยการสอบถามผู้รู้ รวมถึงการค้นคว้าจากตำราต่าง ๆ จนพัฒนากลายเป็นขนมอบหลัสดั้งเดิมสูตรเฉพาะของร้านนันทภัส

## 3) ด้านการสร้างสรรค้งาน

เมื่อสามารถทำขนมอบหลัสดั้งเดิมจนคล่องแคล่วแล้ว ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์สูตรใหม่เฉพาะของตนเอง โดยปรับลดความหวานลงและเติมกลิ่นน้ำลอยดอกมะลิลงไปแทน กลิ่นวานิลลา ทำให้กลายเป็นสูตรเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านนันทภัสเท่านั้น

## 4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ผู้ประกอบการอยู่ระหว่างการยื่นจดสิทธิบัตรตราสินค้าและยื่นขออนุสิทธิบัตรสูตรขนมอบหลัสดั้งเดิมผสมน้ำลอยดอกมะลิ

## 5) ด้านวัฒนธรรม

การทำขนมบุหลันดั้นเมฆเป็นวัฒนธรรมการทำขนมไทยโบราณ ที่มีมาตั้งแต่สมัย ราชการที่ 2 โดยได้จากแรงบันดาลใจมาจากเพลง “บุหลันลอยเลื่อน” ที่ราชการที่ 2 ได้ทรงประพันธ์ขึ้น หลังจากทรงพระสุบินเห็นดวงจันทร์ค่อยๆ ลอยเคลื่อนเข้ามา เมื่อได้ยินพระราชดำรัสเกี่ยวกับที่ทรงพระสุบิน ห้องเครื่องจึงได้ลองประดิษฐ์คิดค้นขนมที่มีแรงบันดาลใจมาจากสิ่งที่พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงพระสุบินและเป็นที่มาของขนมบุหลันลอยดั้นเมฆ กลายเป็นวัฒนธรรมขนมไทยโบราณสืบมาจนถึงปัจจุบัน

#### 6) ด้านการส่งเสริมความรู้

ผู้ประกอบการได้เสาะแสวงหาความรู้และนำดอกมะลิมาผสมขนมบุหลันดั้นเมฆจนเป็นสูตรเฉพาะของตน และสร้างสรรค์วัฒนธรรมการปรุงขนมไทยที่ผสมผสานสมุนไพรเพื่อการบำรุงร่างกายและสร้างสรรค์รูปลักษณะที่งดงาม ผสมกับน้ำอัญชันที่มีสรรพคุณช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระในร่างกาย เสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้ร่างกายและเพิ่มพลังงานให้ร่างกาย บำรุงสมอง เพิ่มการไหลเวียนเลือดลดระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวาน ล้างสารพิษและของเสียออกจากร่างกาย แก้ท้องอืดท้องบวม เป็นแก้มที่ทำมาจากหัวเต้ายายม่อม (Tacca leontopetaloides) ซึ่งเก็บเกี่ยวได้แค่ปีละ 1 ครั้ง จึงทำให้เป็นแก้มที่มีราคาแพง ลักษณะของแก้มเป็นผงสีขาวมีเม็ดสีเหลี่ยมเล็ก ๆ ทำให้นมมีลักษณะใส สุกง่าย เมื่อสุกจะเริ่มใส มีเงาในเนื้อแก้ม เหนียวปานกลาง เมื่อเย็นแล้ว แก้มรวมตัวเป็นก้อน ล่อนออกจากภาชนะได้ดี ทำให้ได้ขนมที่มีรูปลักษณะสวยงาม น่ากินอีกทั้งผู้ประกอบการยังได้เข้าอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์รวมถึงการสื่อสารการตลาดที่ทางสำนักพัฒนาจังหวัดจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

#### 7) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

มีการผสมผสานระหว่างแก้มข้าวเจ้าและแก้มเต้ายายม่อม กลายเป็นนวัตกรรมทางอาหารอย่างหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ได้แก้มที่มีความนุ่มลิ้น สุกง่าย และมีสีส้มสวยงามรวมถึงมีเงาสะท้อนของตัวแก้ม จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านภูมิปัญญา ในเรื่องการรักษาภูมิปัญญาการประดิษฐ์ไทยโบราณ

#### (7) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

1) สภาพรวมธุรกิจ ขนมบุหลันดั้นเมฆสามารถพัฒนาธุรกิจให้เติบโตได้เรื่อย ๆ แม้จะมีเรื่องของเศรษฐกิจ และจำนวนนักท่องเที่ยวมาเกี่ยวข้องก็ตามแต่ก็ไม่กระทบมากนัก เนื่องจากเป็นขนมไทยโบราณที่หากินได้ยาก มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีคู่แข่งทางการตลาดน้อย

2) การยอมรับของลูกค้าชนมบุหลันต้นเมฆนั้นทนภัส ค่อนค้างดี เนื่องจากชนมบุหลันต้นเมฆนั้นทนภัส มีการประชาสัมพันธ์ผ่านข่าวโทรทัศน์กระแสหลัก และผ่านรายการอาหารต่าง ๆ มากมายจนมีชื่อเสียงโด่งดังระดับประเทศ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้บรรจุชนมบุหลันต้นเมฆนั้นทนภัสเป็นของดีจากตลาดคลองด่าน

3) การเติบโตและยอดขาย อัตราการเติบโตของธุรกิจชนมบุหลันต้นเมฆยังสามารถไปได้อีกไกลเนื่องจากมีคู่แข่งน้อย และเป็นขนมหายากจึงมีลูกค้าที่อยากทดลองชิมค่อนข้างมาก ทำให้ยอดขายมีการขยายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะยอดขายในวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์

(8) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนชนมบุหลันต้นเมฆนั้นทนภัส ได้แก่

1) จุดเด่น คือเป็นชนมบุหลันต้นเมฆที่ปรับปรุงสูตรโดยใช้น้ำลอยดอกมะลิแต่งกลิ่นให้หอมแบบไทยและลดความหวานลงให้สอดคล้องกับความนิยมรักสุขภาพของคนไทยยุคปัจจุบัน

2) จุดด้อย คือวัตถุดิบหายากและมีราคาสูง เช่นแป้งเท้ายายม่อม ดอกอัญชัน ดอกมะลิราคาจะปรับตัวสูงขึ้นในฤดูร้อนและฤดูฝน อีกทั้งตราสัญลักษณ์ยังไม่สวยงามและไม่สื่อถึงชนมบุหลันต้นเมฆ

3) โอกาส คือการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชน โดยชนมบุหลันต้นเมฆได้รับคัดเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นของดีประจำตลาดคลองด่าน เนื่องจากเป็นขนมไทยโบราณหารับประทานยาก อีกทั้งยังมีรายการโทรทัศน์ติดต่อให้ออกรายการมากมาย เช่น รายการครัวคุณต๋อย

4) อุปสรรค คือสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวลดจำนวน

ลง



ภาพที่ 10 : ผู้ประกอบการและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลชนบทหลังต้นเมฆนันทน์ภัส

#### 4.2.5 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

- (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน
  - 1) เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร
  - 2) สัมภาษณ์เมื่อ วันศุกร์ที่ 6 มีนาคม วันเสาร์ที่ 14 มีนาคม วันอาทิตย์ที่ 7 มิถุนายน วันเสาร์ที่ 18 กรกฎาคม และวันศุกร์ที่ 14 สิงหาคม 2558
  - 3) ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณเจี๊ยบ (สมาชิกกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรี ตำบลบางกระเจ้า)
- (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ
  - 1) ที่ตั้งร้านน้ำพริกแม่ทองหล่อ ล้าน 108 ตลาดบางน้ำผึ้ง ต.บางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ โทร 099-529-9644
  - 2) เงินลงทุนในการผลิตครั้งแรก ประมาณ 1 แสนบาท
  - 3) รูปแบบธุรกิจ ธุรกิจครัวเรือน
  - 4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 10 ปี (เริ่มตั้งแต่วันที่ที่มีการเปิดทำการตลาดบางน้ำผึ้งวันแรก)
  - 5) ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือน้ำพริกปลาร้าทรงเครื่องและหลนปราร้าออแกนิกส์
- (3) การบริหารจัดการ

1) การบริหารจัดการใช้หลักการบริหารจัดการแบบพึ่งพาอาศัยสมาชิกภายในกลุ่มสตรีตำบลบางกระเจ้า

1) โครงสร้างองค์กรเจ้าของคนเดียวแต่อยู่ในสังกัดกลุ่มพัฒนาอาชีพสตรี ตำบลบางกระเจ้า โดยมีประธานกลุ่มสตรีตำบลบางกระเจ้าเป็นผู้ดูแลช่วยเหลือ

2) ใช้เงินทุนส่วนตัวในการลงทุนทำธุรกิจ

3) มีการพัฒนาองค์กรด้วยการคิดค้นสูตรใหม่เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

#### (4) การผลิต

1) วัตถุดิบ น้ำพริก เป็นอาหารคู่กับครัวเรือนคนไทยมาอย่างยาวนาน ถือเป็นอาหารที่เป็นภูมิปัญญาและเป็นอัตลักษณ์ของชาติไทย โดยน้ำพริกแม่ทองหล่อ เป็นน้ำพริกที่มีหัวใจหลักเน้นเรื่องความสดใหม่ ความสะอาดและปลอดภัย มาจากธรรมชาติไร้สารเคมีเจือปน ของวัตถุดิบ

2) แรงงานโดยผู้ประกอบการและแรงงานภายในชุมชน

3) เทคโนโลยี/เครื่องจักร คืออุปกรณ์ทำครัว

4) กระบวนการผลิต นำปลาร้าไปสับละเอียด แล้วนำ หัวหอม ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม ไปคั่วให้หอม จากนั้นโขลกให้ละเอียด ตามด้วย พริกป่น ข้าวคั่ว หัวหอม ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม เมื่อโขลกจนละเอียดแล้วให้นำไปคั่วให้หอม ผัดให้เข้ากันแล้วนำขึ้นมาพักไว้ จากนั้น นำกระทะตั้งไฟให้ร้อน ตามด้วยน้ำมันพืช แล้วนำปลาร้าที่ผสมเครื่องแล้วลงผัดในกระทะ เติมน้ำมันหอย และน้ำตาลใส่ ผัดให้เข้ากันให้หอม เครื่องเคียงคือผักสด ผักพื้นบ้าน ลวกจิ้มตามต้องการ

#### (5) การตลาด

1) เน้นการตลาดภายในประเทศ ซึ่งน้ำพริกแม่ทองหล่อเป็นน้ำพริกที่วางขายภายในตลาดบางน้ำผึ้ง ที่เป็นตลาดแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีจุดขายคือเป็นตลาดน้ำที่คงวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้อย่างครบถ้วน

2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้รักสุขภาพ ที่มาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง รวมทั้งกลุ่มลูกค้าคนไทยที่อยู่ต่างประเทศ

3) การโฆษณาและการส่งเสริมการขายเน้นการโฆษณา ณ จุดขาย และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

4) เหตุผลที่ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาใช้ เนื่องจากมีความต้องการให้ธุรกิจน้ำพริกที่สืบทอดมาจากคุณแม่ ได้สืบทอดต่อไปยังรุ่นลูก และรุ่นหลาน อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์อาหารไทยที่เป็นอัตลักษณ์ของชาติ

(6) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
อย่างยั่งยืน

1) ด้านความรู้

ผู้ประกอบการมีความรู้ จากการถ่ายทอดมาจากคุณแม่ ซึ่งเป็นสูตรที่มีการพัฒนา  
และคิดค้นมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า ตายาย

2) ด้านการศึกษา

ผู้ประกอบการได้มีการศึกษาค้นคว้าความรู้เพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาต่อยอด  
ผลิตภัณฑ์ เช่นการหาความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของวัตถุดิบและเครื่องเคียงต่าง ๆ เช่นหน่อไม้หมักก้อยดำ  
ที่มีสรรพคุณในการช่วยแก้ปัญหาเส้นเลือดฝอย เป็นต้น

3) ด้านการสร้างสรรค้งาน

ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ 100% เพื่อเป็น  
จุดขายที่แตกต่างให้กับตัวเองนั่นคือ “การทำน้ำพริกออร์แกนิก”

4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

สิ่งที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แม่ทองหล่อคือ สูตรการ  
ทำน้ำพริกปลาร้าที่มีเทคนิคการทำ เป็นแบบเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร นั่นคือ การเลือกใช้วัตถุดิบที่มาจาก  
ป่าชุมชน ทำให้ได้วัตถุดิบที่สดใหม่ ไม่มีสารพิษตกค้าง ปลอดภัย จนเป็นที่มาของสูตร น้ำพริกปลาร้า  
ทรงเครื่องออร์แกนิก และแนวโน้มจะนำสูตรการผลิตจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (ซึ่งขณะที่ผู้วิจัยทำ  
การวิจัยนี้ผู้ผลิตยังอยู่ในขั้นตอนของการศึกษากฎหมาย)

5) ด้านวัฒนธรรม

น้ำพริกถือเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยมาแต่โบราณ เป็นเทคนิค  
การถนอมอาหารของคนโบราณดังนั้น ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อ จึงถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็น  
วัฒนธรรมอยู่ในตัวเอง ส่วนการออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีส่วนร่วมนี้ ผู้วิจัยได้นำรูปแบบของครก ซึ่งเป็น  
รูปแบบเฉพาะของคนไทยเข้าไปเป็นภาพประกอบ ทำให้ฉลากสินค้ามีการแฝงรูปแบบวัฒนธรรมใน  
ลักษณะการใช้รูปกราฟิกที่เป็นรูปครก ซึ่งเป็นอุปกรณ์ทำครัวที่สำคัญในวัฒนธรรมไทยทำให้ฉลากสินค้า  
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อ มีการแสดงออกทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน

6) ด้านการส่งเสริมความรู้

ผู้ประกอบการได้ส่งเสริมความรู้โดยเข้าร่วมอบรมตามที่หน่วยงานภาครัฐ และ  
สถาบันการศึกษาจัดอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังหาความรู้จากอินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์

## 7) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

กระบวนการผลิตน้ำพริกของ ผลิตภัณฑ์แม่ทองหล่อ ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ซับซ้อน หรือขั้นสูงแต่เป็นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมจากเครื่องมือการผลิตที่ธรรมดา และมีใช้ในครัวเรือนทั่วไป เช่น ครกหิน เครื่องโม่พริก เครื่องผสมน้ำพริก ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมในครัวเรือน หรืออุตสาหกรรมขนาดเล็ก โดยปกติจะเน้นการผลิตด้วยการใช้แรงงานคน ภายในท้องถิ่นมากกว่า เนื่องจากการผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านที่รวมตัวกันทำ ถือเป็นภาระกระจายรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น

## (7) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

1) สภาพรวมธุรกิจน้ำพริกแม่ทองหล่อ มีจุดเด่นในเรื่องของสูตร ที่มีให้เลือกมากถึง 10 สูตร ประกอบไปด้วยน้ำพริกแมงดา น้ำพริกนรกปลาสด น้ำพริกป่า น้ำพริกนรกกุ้ง น้ำพริกไข่เค็ม น้ำพริกเผากุ้ง น้ำพริกตาแดง น้ำพริกปลาย่าง น้ำพริกตาแดงแมงดา น้ำพริกมะขาม น้ำพริกปลาร้า ร้องไห้ และน้ำพริกปลาร้าหัวเราะ ทำให้เพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับของอกถูกใจ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ที่มาเดินเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งทั้งคนไทย และคนต่างชาติที่มักจะซื้อไปฝากครอบครัวและเพื่อน ๆ ส่งผลให้สภาพโดยรวมของธุรกิจน้ำพริกแม่ทองหล่อสามารถเพิ่มยอดขายได้ดี และคล่องตัวแม้จะมีปัญหาด้านเศรษฐกิจโดยรวมที่ถดถอยของโลกในปัจจุบันมากกระทบบ้างเล็กน้อย แต่ไม่มากจนต้องเกิดสภาวะขาดทุน

2) ลูกค้านำให้การยอมรับในเรื่องของรสชาติและความสดใหม่ของน้ำพริกแม่ทองหล่อมานานแล้ว เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายมาอย่างยาวนานมากกว่า 10 ปี และเป็นผลิตภัณฑ์น้ำพริกสายแรกของตลาดบางน้ำผึ้ง จึงไม่มีปัญหาในการยอมรับกลับเป็นผลดีในการทำสินค้าใหม่ เพราะมีความเชื่อถือทางด้านรสชาติ และความสดสะอาดของวัตถุดิบ

3) การเติบโตและยอดขาย อัตราการเติบโตของน้ำพริกแม่ทองหล่อ เริ่มลดลงตามสภาพทางเศรษฐกิจที่มีการชะลอตัวแต่ผู้ประกอบการได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยศึกษาจากพฤติกรรมการรักษาสุขภาพของกลุ่มลูกค้าทำให้ยอดขายในส่วน of ผลิตภัณฑ์ใหม่ช่วยเพิ่มขึ้นยอดขาย ในขณะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์เดิมลดลง

(8) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ได้แก่

1) จุดเด่น คือรสชาติให้เลือกหลากหลายมากถึง 10 สูตร และใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น



2) จุดด้อย คือแรงงานการผลิตหายากและมีค่าจ้างค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นและฉลากไม่สื่อถึงความเป็นน้ำพริกแม่ทองหล่อ

3) โอกาส คือการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐภาค โดยหน่วยงานต่าง ๆ เช่น พัฒนาจังหวัดที่ติดต่อให้ออกร้านในงานเทศกาลต่าง ๆ

4) อุปสรรค คือสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้งลดจำนวนลง



ภาพที่ 11 : ผู้ประกอบการและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลน้ำพริกแม่ทองหล่อ

#### 4.2.6 ผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีรายละเอียดดังนี้

##### (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน

1) เป็นธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร

2) สัมภาษณ์เมื่อ วันเสาร์ที่ 7 มีนาคม วันเสาร์ที่ 14 มีนาคม วันอาทิตย์ที่ 7 มิถุนายน วันเสาร์ที่ 18 กรกฎาคม และวันเสาร์ที่ 15 สิงหาคม 2558

3) ผู้ให้สัมภาษณ์ คุณสายใจ วรรณธนะนัง (ผู้ประกอบการร้านขนมไทยทำเรือ)

##### (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ

1) ที่ตั้งของร้านขนมไทยท่าเรือ คือ ท่าเรือข้ามฟากพระสมุทรเจดีย์ อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ โทร 099-529-9644

2) เงินลงทุนในการผลิตขนมไทยครั้งแรก ประมาณ 1 แสนบาท

3) รูปแบบธุรกิจ เป็นธุรกิจครัวเรือน มีสมาชิกในครอบครัวช่วยกันผลิตและจัดจำหน่าย

4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันประมาณ 3 ปี

5) ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญและขายดีมากที่สุด คือ ขนมชั้นและขนมใส่ไส้

(3) การบริหารจัดการ

1) โครงสร้างองค์กร เจ้าของคนเดียว

2) รูปแบบบริการ ธุรกิจครอบครัว

3) การจัดหาแหล่งเงินทุน เงินทุนส่วนตัว

4) การพัฒนาองค์กร มีการขยายช่องทางการจำหน่าย

(4) การผลิต

1) วัตถุดิบ วัตถุดิบที่สำคัญสำหรับการทำขนม คือมะพร้าว น้ำตาลและแป้ง โดยทางผู้ประกอบการได้คัดเลือกมะพร้าวที่หนักพันธุ์ดี ซึ่งเป็นมะพร้าวไม่อ่อน และไม่แก่มากสำหรับรยหน้าขนมทำให้รสชาติอร่อยและเนื้อมะพร้าวไม่แข็งมาก ใช้น้ำตาลมะพร้าวที่มีความหอมและใช้แป้งที่มีคุณภาพในการผลิต ทั้งยังใช้ส่วนผสมอาหารมาจากพืชสมุนไพรธรรมชาติ เช่นสีเขียวยจากใบเตย สีม่วงจากดอกอัญชัน สีแดงจากฝาง สีเหลืองจากขมิ้นเป็นต้น

2) แรงงานที่ผลิตส่วนใหญ่ คือ ผู้ประกอบการและคนในครอบครัว

3) เทคโนโลยี/เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต คือ อุปกรณ์ทำขนมทั่วไป

4) กระบวนการผลิตขนมไทย ค่อนข้างพิถีพิถันและใส่ใจทุกขั้นตอน ทุกรายละเอียด ร้านขนมไทยท่าเรือ เป็นร้านขนมไทยที่ผลิตขนมหลากหลายชนิด แต่จุดเด่นในการทำขนมคือการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เช่นการใช้มะพร้าวที่หนัก หรือการใช้น้ำตาลปึกแทนน้ำตาลทรายๆ ทำให้มีจุดเด่นในการผลิตขนมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ภาพที่ 12 : ผู้ประกอบการและการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลร้านขนมไทยท่าเรือ

#### (5) การตลาด

- 1) ขนมไทยท่าเรือเป็นร้านขนมไทยที่จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว และผู้ใช้เรือสัญจรข้ามฟากระหว่างฝั่งอำเภอพระสมุทรเจดีย์ กับฝั่งปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ
- 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่าเรือข้ามฟาก
- 3) การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เน้นการโฆษณา ณ จุดขาย เพียงอย่างเดียว
- 4) เหตุผลที่ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาใช้ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความยินดีในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึงอยากนำแนวพระราชดำริของพระองค์ท่านมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจแบบพอดีพอประมาณ แต่มีการพัฒนาสินค้าของตัวเองโดยเพิ่มคุณภาพทั้งทางด้านการผลิตและการสอดแทรกภูมิปัญญา วัฒนธรรมเข้ากับงานออกแบบฉลากสินค้าของตนเอง

(6) การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

#### 1) ด้านความรู้

ผู้ประกอบการมีความรู้ จากการถ่ายทอดมาจากคุณแม่ ซึ่งเป็นสูตรที่มีการพัฒนาและคิดค้นมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย

## 2) ด้านการศึกษา

ผู้ประกอบการได้มีการศึกษาค้นคว้าความรู้จากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษแล้วนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นสูตรขนมของตนเอง ให้เข้ากับยุคสมัยนิยม

## 3) ด้านการสร้างสรรค์งาน

ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยใช้สูตรที่พัฒนามาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ และมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคสมัย

## 4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

สิ่งที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของผลิตภัณฑ์คือ ตราสัญลักษณ์ “ขนมไทยทำเรือ” ที่ผู้วิจัยและนักศึกษา ได้ร่วมกันออกแบบให้กับทางร้านและทางร้านจะดำเนินการนำไปจดทะเบียนต่อไป

## 5) ด้านวัฒนธรรม

ขนมไทยเป็นภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ โดยในยุคก่อนคนไทยได้ค้าขายกับต่างชาติ มีการแลกเปลี่ยนติดต่อกันทั้งทางด้านสินค้าและวัฒนธรรม ขนมไทยในยุคแรกๆ เป็นเพียงนำข้าวไปตำหรือโม่ให้ได้แป้งและนำไปผสมกับน้ำตาล หรือมะพร้าว เพื่อทำเป็นขนม แต่หลังจากการติดต่อกับต่างชาติ วัฒนธรรมด้านอาหารของต่างชาติก็เข้ามามีอิทธิพลกับอาหารไทยมากขึ้น ขนมไทยจึงมีความหลากหลายและมีกลิ่นอายที่แฝงไว้ซึ่ง วัฒนธรรมนิยม ประเพณีและความเชื่อทางศาสนา

## 6) ด้านการส่งเสริมความรู้

การทำขนมไทยผู้ผลิตต้องมีความรู้เฉพาะทาง เนื่องจากการทำขนมไทยนั้น มีขั้นตอนและรายละเอียดที่ยุ่งยาก ซับซ้อน พิถีพิถัน การส่งเสริมความรู้จะมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น และส่วนใหญ่จะตกทอดสู่บุตรหลานหรือคนภายในตระกูล การผลิตขนมไทยของร้านขนมไทยทำเรือ จึงเป็นการส่งเสริมความรู้จากรุ่นสู่รุ่น

## 7) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

กระบวนการผลิตขนมไทยของร้านขนมไทยทำเรือ ใช้เทคโนโลยีชาวบ้าน แบบที่ผลิตขึ้นจากภูมิปัญญาโบราณ เช่น กระจต่ายขูดมะพร้าว ที่คั้นน้ำกะทิ หรือหินบดแป้ง แต่เทคโนโลยีโบราณนี้กลับเป็นจุดขายที่แตกต่างให้กับทางร้าน เนื่องจากการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตขนมไทยโบราณ

## (7) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ

1) สภาพรวมธุรกิจ ขนมไทยทำเรือ ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยในยุคปัจจุบันเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่คือคนไทย เมื่อสภาพเศรษฐกิจในประเทศมีสภาพ

ถดถอยและชะลอตัว ทำให้กลุ่มลูกค้าลดค่าใช้จ่ายน้อยลง ยังผลให้ยอดขายขนมไทยทำเรือตกลงมาจากเดิม เมื่อเปรียบเทียบกับ 3 ปีก่อนหน้านี้ประมาณร้อยละ 60 แต่ผู้ประกอบการยังคงทำต่อไปเรื่อย ๆ ถึงแม้กำไรไม่มาก แต่ก็พออยู่ได้แบบพอเพียง

2) การยอมรับของการตลาด ลูกค้าให้การยอมรับในเรื่องของรสชาติหวาน มัน และการผลิตที่เน้นสดใหม่แบบวันต่อวัน ทำให้ร้านขนมไทยทำเรือยังคงสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ แม้อยู่ในสภาวะเศรษฐกิจถดถอย

3) การเติบโตและยอดขาย อัตราการเติบโตของขนมไทยทำเรือ เริ่มลดลงตามสภาพทางเศรษฐกิจที่ถดถอยและชะลอตัว แต่ผู้ประกอบการได้พัฒนาฉลากสินค้าและสื่อใหม่ ทำให้สามารถช่วยเพิ่มยอดขายที่ตกลงไปเพิ่มขึ้นมาเล็กน้อย

(8) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมไทยทำเรือ ได้แก่

1) จุดเด่น คือเป็นขนมไทยที่ใช้มะพร้าวทึนทึกในท้องถิ่น ซึ่งมีความหอม หวานมัน กว่ามะพร้าวปกติทั่วไปในการทำขนม ใช้สมุนไพรไทยในการทำสีผสม โดยเฉพาะขนมชั้นที่มีสีส้มสวยงาม เป็นสินค้าขายดีของร้าน

2) จุดด้อย คือมีช่องทางการจำหน่ายน้อย เนื่องจากมีหน้าร้านแค่ตรวงบริเวณท่าเรือข้ามฟากของอำเภอพระสมุทรเจดีย์เพียงที่เดียว อีกทั้งฉลากสินค้าและตราสัญลักษณ์ไม่สวยงาม

3) โอกาส คือการที่ประชาชนในปัจจุบันให้ความสนใจกับขนมไทยโบราณเพิ่มมากขึ้น

4) อุปสรรค คือสภาพเศรษฐกิจถดถอยในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อยอดขายประมาณร้อยละ 60 ทำให้การดำเนินธุรกิจชะลอตัว ดังนั้นช่วงระยะเวลาที่รอให้เศรษฐกิจดีขึ้น ผู้ประกอบการจึงพยายามหาช่องทางจำหน่ายเพิ่มและลดปริมาณการผลิตลง

#### 4.3 ผลสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการของฉลากสินค้าเดิม

จากการใช้แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วม เพื่อนำมาเปรียบเทียบระหว่างฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าใหม่ รวมถึงการใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนร่วม เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบฉลากสินค้าใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยผลการสำรวจมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.3.1 ผลสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติก แม่สุณี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

(1) ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิม

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการหรือเจ้าของสินค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบสื่อสาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตำบล/จังหวัด องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และลูกค้าประจำต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผา รูปแบบเดิม มีผลการประเมินความพึงพอใจดังตาราง 7



ภาพที่ 13 : ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบเดิม

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี รูปแบบเดิม

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	1.66	ไม่พอใจ
2	ตราสัญลักษณ์ (มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.16	พอใจน้อย
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.50	พอใจน้อย
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.00	พอใจน้อย
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.16	พอใจน้อย
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	1.83	พอใจน้อย
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.00	พอใจน้อย
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	1.83	พอใจน้อย
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	1.83	พอใจน้อย
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	2.33	พอใจน้อย
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	1.83	พอใจน้อย
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.16	พอใจน้อย
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.16	พอใจน้อย
14	รวม	2.07	พอใจน้อย

ผลการวิเคราะห์ตาราง 7 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากเดิมของผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี โดยภาพรวมมีความพึงพอใจน้อยในทุกตัวบ่งชี้ โดยเฉพาะในส่วนของความสวยงามโดยรวม (1.66) ทั้งนี้เนื่องจากฉลากสินค้าเดิมมีการจัดองค์ประกอบศิลป์ และการออกแบบไม่ตรงตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วม เมื่อประเมินความพึงพอใจจึงมีค่าคะแนนอยู่ในระดับพึงพอใจน้อย

(2) ผลสำรวจความต้องการด้านการออกแบบฉลากสินค้าใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนร่วม สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ท่านคิดว่าตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร
  - “ใหญ่ ชัดเจน เด่น จำง่าย แปรกตา”
  - “สื่อให้เห็นถึงความเป็นข้าวเกรียบปลาสดอย่างชัดเจน”
  - “ใช้สัญลักษณ์ที่ดูน่าสนใจ และดูไม่รก”

2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ)

"อ่านง่าย มองเห็นชัดเจน"

"เห็นแล้วอ่านง่าย ไม่เล็กเกินไป สีที่ใช้ต้องดูจากสีพื้นหลังของสินค้านั้น ๆ ด้วย และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดที่ไม่ต้องใหญ่มาก และไม่เล็กมากจนเกินไป"

"อ่อนช้อย มีความเป็นไทย"

3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด

"สีที่เด่น สะดุดตา เห็นได้ชัด"

"สีที่สอดคล้องกับสินค้า"

"สีเขียว สีน้ำตาล"

4) สีพื้นหลังของฉลากสินค้าควรใช้สีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)

"สีส้มแดง แบบน้ำชา"

"สีส้ม"

"สีเหลืองแดง"

5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

"วางให้เห็นได้ชัด"

"ไม่ควรนำมาวางรวมกันจนรกตา"

"จัดวางให้เหมาะสม"

"จัดวางตรงกลาง"

6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)

"มีภาพผลิตภัณฑ์"

"ใช้ลวดลายพลาสติก"

"ปลาไม่มีหัว"

"เป็นรูปโล่ที่สื่อถึงการได้รับรางวัลของผลิตภัณฑ์"

7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

"มีภาพกราฟิก หรือภาพวาดพลาสติก"



"มีรูปร่างต่าง ๆ ให้น่าเชื่อถือ"

8) โครงสร้างและวัสดุที่ใช้ทำฉากควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้อะไรเป็นวัสดุ

พิมพ์

“ใช้กระดาษ”

“เหมือนเดิม แต่ลดขนาดลง”

“เป็นรูปโล่ ให้อูแล้วรู้ว่าเป็นโล่”

(3) วิจารณ์ผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาแม่สุณี

สภาพทั่วไปของธุรกิจข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาแม่สุณี มีการดำเนินธุรกิจค่อนข้างดี เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรปราการ และมีการสร้างสรรค์โดยผสมน้ำพริกเผาลงไปเนื้อข้าวเกรียบทำให้มีความแตกต่างจากข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

การวิเคราะห์ธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่าผู้ประกอบการมีความยินดีในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจึงอยากนำแนวพระราชดำริของพระองค์ท่านมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งผู้ประกอบการยังพัฒนาสินค้าของตัวเองโดยเพิ่มคุณภาพทั้งทางด้านการผลิตและสอดคล้องตามกฎหมาย วัฒนธรรมเข้ากับงานออกแบบฉลากสินค้าของตนเอง

ความสำเร็จ หรือผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยภาพรวมของธุรกิจข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาแม่สุณี ยังสามารถดำเนินกิจการไปได้เรื่อย ๆ เนื่องจากมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยการนำความต้องการของลูกค้ามาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเองอย่างต่อเนื่อง เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ทำให้สินค้ามีการกระจายตัวเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น กลุ่มเป้าหมายยังสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นเนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์สื่อถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีความสวยงาม ทันสมัย

#### 4.2.2 ผลการสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม

(1) ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิม

หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแปรรูป ที่สืบทอดภูมิปัญญาการถนอมอาหารจากรุ่นสู่รุ่น ภายในครอบครัวของผู้ประกอบการ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่คือ กลุ่มคนทำงานและนักเรียนนักศึกษาที่อยู่บริเวณชอยลาซาน นิยมรับประทานอาหารเช้าที่ตอบสนองวิถีชีวิตเร่งรีบ จึง

ต้องการรับประทานอาหารที่สะดวก ไม่ต้องรอนานและหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม มีการขายควบคู่กับข้าวเหนียวและข้าวสวย ทั้งยังมีบริการห่อรวมข้าวเหนียวกับหมูแผ่น หมูฝอยรสชาติต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะดวกในการรับประทาน

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของสินค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบสื่อสาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตำบล/จังหวัด องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ต่อฉลากฉลากหมูแผ่น หมูฝอย “ชวนชิม” รูปแบบเดิมมีผลการประเมินความพึงพอใจดังตารางที่ 8




---

ภาพที่ 14 : ฉลากหมูแผ่น หมูฝอย “ชวนชิม” รูปแบบเดิม

---

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม รูปแบบเดิม

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.33	พอใจน้อย
2	ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.83	พอใจปานกลาง
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.50	พอใจน้อย
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	พอใจปานกลาง
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.00	พอใจน้อย
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	1.66	ไม่พอใจ
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	1.66	ไม่พอใจ
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	พอใจน้อย
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.33	พอใจน้อย
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	2.16	พอใจน้อย
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.33	พอใจน้อย
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.00	พอใจน้อย
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.83	พอใจน้อย
14	รวม	2.26	พอใจน้อย

(2) ผลการวิเคราะห์ตาราง 8 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบเดิมอยู่ในระดับพึงใจน้อย โดยพึงพอใจในภาพประกอบและลวดลายกราฟิกน้อยที่สุด (1.66) รองลงมาคือ การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและการจัดวางองค์ประกอบ (2.00) ความสวยงามของฉลาก สี พื้นหลัง การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (2.33) ตัวอักษร (2.50) ตราสัญลักษณ์และความพึงพอใจในภาพรวม (2.83) ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากฉลากสินค้ารูปแบบเดิมไม่มีภาพประกอบ มีเพียงลวดลายกราฟิกเล็กน้อยและไม่สื่อผลิตภัณฑ์

(3) การสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม จากผู้มีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า

1) ตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร

"ควรเพิ่มรูปภาพและลวดลายให้มากกว่านี้"

“ควรมีสีสันมากกว่านี้”

“ออกแบบให้สื่อถึงหมู มีความเป็นหมู”

2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ) “ใช้ตัวอักษรที่อ่อนช้อย ไม่แข็ง”

“อ่านง่าย”

"ดูทันสมัย"

"อ่อนช้อย มีความเป็นไทย"

3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด

“สีที่เข้ม ๆ”

“สื่อถึงผลิตภัณฑ์”

"สีเหลือง สีน้ำตาล สีทอง สีชมพู"

4) สีพื้นหลังของฉลากสินค้าควรมีสีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)

"สีที่สื่อถึงอาหาร หรือผลิตภัณฑ์"

"สีเหลือง ที่กระตุ้นให้อยากอาหาร"

5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

“จัดวางกึ่งกลาง”

"ให้ดูสะอาดตา"

“จัดวางให้เหมาะสม”

“เพิ่มลวดลายกราฟิกให้ดึงดูดใจ”

6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)

“มีความสวยงาม เอกลักษณ์ชัดเจน”

“สื่อถึงผลิตภัณฑ์”

"ลายที่สื่อถึงหมู"

7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

“เรียบง่าย สบายตา”

“ไม่ควรจัดวางให้โล่งมากเกินไป”

8) โครงสร้างและวัสดุที่ใช้ทำฉลากควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้อะไรเป็นวัสดุพิมพ์

“เป็นกระดาษสติ๊กเกอร์ หรือกระดาษมันๆ”

“ใช้กระดาษแบบเดิมก็ได้”

“เป็นรูปหมู หรือเหมือนหมู”

(4) วิจารณ์ผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนร่วม ต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม

สภาพทั่วไปของหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมมีการดำเนินธุรกิจได้เรื่อย ๆ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคในยุคใหม่ โดยเฉพาะวัยทำงานและพนักงานออฟฟิศที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ ต้องการอาหารเข้าแบบสำเร็จรูป สะดวกและรวดเร็ว ข้อมูลทั่วไปในการประกอบธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการใช้งบประมาณการลงทุนไม่มาก ระยะเวลาในการเริ่มธุรกิจค่อนข้างยาวนาน ในส่วนของการผลิตและการตลาด ผู้ประกอบการเน้นการใช้แรงงานในครอบครัว ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิต สามารถบริหารจัดการได้ง่ายเนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวและเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว เน้นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และเน้นใช้สมุนไพรไทยเป็นเครื่องเทศจึงทำให้เป็นจุดขายที่แตกต่าง ส่วนแรงงานและกระบวนการผลิตใช้แรงงานในครัวเรือน เนื่องจากยอดขายยังไม่มากจึงสามารถผลิตได้ทันความต้องการได้ แต่ในอนาคตอาจเกิดผลกระทบหากมียอดขายเพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการมีการส่งเสริมความรู้มาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยถ่ายทอดสูตรการทำหมูฝอย และหมูแผ่นผ่านทางลูกและไม่เปิดเผยต่อบุคคลภายนอก จึงคิดถ่ายทอดสูตรไปยังลูกชายเพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษหายไปตามกาลเวลา

ความสำเร็จ หรือผลลัพธ์ทางธุรกิจโดยภาพรวมของธุรกิจหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้ประกอบการใช้หลักการดำเนินวิถีชีวิตแบบพอเพียง ไม่ใช่จ่ายฟุ่มเฟือย และฟุ้งเฟ้อ ใช้ชีวิตเรียบง่ายอีกทั้งยังสอนให้ลูกชายทั้งสองดำเนินชีวิตแบบพอเพียง รายได้ที่เกิดจากการขายหมูแผ่น หมูฝอยของผู้ประกอบการค่อนข้างคงที่ แต่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากผู้ประกอบการได้ทำหมูอย่างขายด้วย ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีอาชีพหลักคือ การให้เช่าห้องพักจำนวน 20 ห้องซึ่งมีรายได้ประจำทุกเดือน แต่ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการคือ การเตรียมวัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ค่อยมีเวลาในการหาวัตถุดิบ ประกอบกับลูกชายทั้งสองยังอยู่ในวัยเรียนจึงช่วยงานได้ไม่เต็มที่

#### 4.2.3 ผลการสำรวจความพึงพอใจฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู

(1) ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิม  
จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการหรือ  
เจ้าของสินค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบสื่อสาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการ  
ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตำบล/จังหวัด องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และลูกค้า  
ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ๆ ต่อรูปแบบฉลากหมูหวานแม่เรณูเดิม ปรากฏผลดังตารางที่ 9



ภาพที่ 15 : ฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิม

ตารางที่ 9 ความพึงพอใจฉลากหมูหวาน “แม่เรณู” รูปแบบเดิม

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.50	พอใจน้อย
2	ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.33	พอใจน้อย
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	3.00	พอใจปานกลาง
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	พอใจน้อย
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.33	พอใจน้อย
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	1.50	ไม่พอใจ
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.16	พอใจน้อย
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.16	พอใจน้อย
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.33	พอใจปานกลาง
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	1.66	ไม่พอใจ
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.33	พอใจปานกลาง
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.16	พอใจปานน้อย
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.33	พอใจปานกลาง
14	รวม	2.44	พอใจน้อย

(2) ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 9 อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบเดิมอยู่ในระดับพึงใจน้อย โดยพึงพอใจในส่วนของลวดลายกราฟิกน้อยที่สุด (1.50) รองลงมาคือ การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์คุ่มค่าและพอเพียง(1.66) ถัดมาคือ ภาพประกอบ พื้นหลัง การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและความพึงพอใจโดยรวม (2.33) ความงามในภาพรวม (2.50) และตัวอักษร (2.30) ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก ฉลากรูปแบบเดิมเรียบมีลวดลายกราฟิกเป็นรูปดอกบัวที่ไม่สวยงามและน่าสนใจ อีกทั้งขนาดของฉลากค่อนข้างใหญ่ไม่สมดุลกับบรรจุภัณฑ์

(3) ผลสำรวจความต้องการด้านการออกแบบฉลากสินค้าใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนร่วม สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร  
“มีความชัดเจน ทันสมัย โดดเด่น”

“สะดุดตา นามอง มีรสนิยม”

“คงเดิมเป็นสินค้า OTOP”

“อ่านง่าย มีความหมาย”

2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ)

“พื้นสีเขี้ยว ตัวหนังสือพื้นขาวขอบแดง ตามความเหมาะสม”

“ตัวอักษรใหญ่ มีมาตรฐาน เห็น ชัดเจน”

“อ่านง่าย”

“ตัวอักษรเป็นทางการ สีเขี้ยว ขนาด 14”

“ตัวอักษรมีลูกเล่น สีขาว”

3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไรและขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด

“คงความเป็นสีชมพู ที่สื่อถึงเนื้อหมูคุณภาพ”

“สีแดงชมพู”

“สีน้ำตาลและสีชมพู”

4) สีพื้นหลังของฉลากสินค้าควรมีสีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)

“จัดให้เห็นแบบชัดเจน”

“มีจุดสนใจมากกว่านี้ โดดเด่น”

“ภาพประกอบสวยงาม เด่น ใหญ่ นามอง กราฟิกน่าสนใจเพิ่มมูลค่าสินค้า”

“ตามความเหมาะสม”

“ข้อมูลบนสุด ภาพประกอบอยู่กลาง ลวดลายอยู่ข้างล่าง”

5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

“จัดให้มีความสวยงาม เอกลักษณ์ชัดเจน”

“ข้อมูลไม่ต้องเยอะ สื่อถึงธรรมชาติ ดอกบัว”

“สร้างสรรค์”

“น่าซื้อ ชัดเจน สะดุดตา มองแล้วรู้ว่าขายอะไร”

“สื่อถึงสินค้า package ดี เหมาะสม”

6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)



“ไม่ต้องมี”

“ตรงกับสินค้า”

“มีความเหมาะสม ใหญ่ มีความทันสมัย น่าซื้อ”

“ภาพใหญ่ หลากหลาย”

“มีภาพเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ ถูกต้อง”

“ใช้ภาพแม่เรณูเหมือนฉลากเดิม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและจดจำง่าย”

7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

“สบายตา”

“เป็นสีพื้นไม่มีลวดลาย โปร่งใส”

“ไม่มีสีเหมือนตัวอักษร”

“อ่านง่าย”

8) โครงสร้างและวัสดุที่ใช้ทำฉลากควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้อะไรเป็นวัสดุพิมพ์

“เป็นกระดาษสติ๊กเกอร์ หรือกระดาษที่แข็งหน่อย ๆ”

“ใช้กระดาษแบบเดิมก็ได้”

“สวยงาม ไม่เป็นทรงสี่เหลี่ยมเหมือนอันเดิม”

(3) วิจารณ์ผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมร่วมต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูโดยภาพรวม

สภาพทั่วไปของหมูหวานแม่เรณูมีการดำเนินธุรกิจได้อย่างเนื่องและมีแนวโน้มดี เนื่องจากผู้ประกอบการค่อนข้างเอาใจจริงเอาใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมากแม้จะมีเวลาน้อยก็ตาม กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยทำงาน และผู้ใหญ่ตอนปลาย ข้อมูลทั่วไปในการประกอบธุรกิจพบว่าผู้ประกอบการใช้งบประมาณการลงทุนมากพอสมควร ระยะเวลาในการเริ่มธุรกิจค่อนข้างยาวนาน ในส่วนของการผลิตและการตลาด ผู้ประกอบการเน้นการใช้แรงงานในครอบครัวและญาติพี่น้อง ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิต สามารถบริหารจัดการได้ง่ายเนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวและเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว เน้นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีสูตรการทำที่แตกต่างโดยจะเน้นคุณภาพของรสชาติด้วยการชั่งตวงและเพิ่มเครื่องเทศ เช่น เมล็ดผักชีและยี่หระทำให้รสชาติแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในท้องตลาด

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการมีการสั่งสมความรู้มาตั้งแต่บรรพบุรุษและมีการพัฒนาต่อยอดสูตรโดยใช้เครื่องชั่งตวงสมัยใหม่เพื่อควบคุมคุณภาพของรสชาติให้คงที่

ความสำเร็จ หรือผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยภาพรวมของธุรกิจหมูหวานแม่เรณู สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ค่อนข้างดี เนื่องจากผู้ประกอบการค่อนข้างเอาใจใส่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีอาชีพหลักเป็นพยาบาลวิชาชีพมีรายได้ประจำทุกเดือน และทำให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดูน่าเชื่อถือในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัย แต่ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการคือ การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งเนื่องจากเห็นว่าผู้ประกอบการค่อนข้างขายดี แต่ปัญหานี้กำลังจะได้รับการแก้ไข เพราะผู้ประกอบการได้ดำเนินการขอจดลิขสิทธิ์ตราสินค้าและฉลากที่เกิดจากการงานวิจัยโครงการนี้

#### 4.2.4 ผลการสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัส

ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัส เป็นขนมไทยหาทานยากที่พัฒนาสูตรมาจากขนมบุหลันดั้นเมฆในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชการที่ 2 โดยใช้แป้งผสมกับน้ำตาลดอกอัญชัน แล้วนำมาปั้นและหยอดสังขยาตรงกลางขนมแต่งกลิ่นด้วยวนิลา แต่ผู้ประกอบการดัดแปลงใช้กลิ่นดอกมะลิให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างออกไปจากขนมบุหลันดั้นเมฆอื่น ๆ



ภาพที่ 16 : ฉลากขนมบุหลันดั้นเมฆ “นันทน์ภัส” รูปแบบเดิม

(1) ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าเดิมจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสรูปแบบเดิมพบว่า

ตารางที่ 10 ความพึงพอใจฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนันทน์รสรูปแบบเดิม

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.66	พอใจปานกลาง
2	ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.50	พอใจน้อย
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.83	พอใจปานกลาง
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.83	พอใจปานกลาง
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.83	พอใจปานกลาง
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	2.16	พอใจน้อย
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.00	พอใจน้อย
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	พอใจน้อย
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.50	พอใจน้อย
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	2.66	พอใจปานกลาง
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.66	พอใจปานกลาง
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.50	พอใจน้อย
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.50	พอใจน้อย
14	รวม	2.53	พอใจน้อย

จากตารางที่ 10 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนันทน์รส โดยภาพรวมยังมีความพึงพอใจน้อย โดยเฉพาะในส่วนของภาพประกอบ (2.00) ถัดมาคือลวดลายกราฟิก (2.16) พื้นหลังของฉลากสินค้า (2.33) ตราสัญลักษณ์ของฉลากสินค้า ฉลากสินค้าสื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและความพึงพอใจในภาพรวม (2.50) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (2.66) และตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบและสี (2.83) ตามลำดับเนื่องจากฉลากเดิมมีลวดลายกราฟิกน้อยและไม่เข้ากับรูปแบบของขนม ในส่วนของภาพประกอบยังไม่เป็นที่น่าดึงดูดเท่าที่ควร ทั้งยังไม่สามารถสื่อถึงที่มา วัตถุประสงค์และแหล่งผลิตให้ปรากฏเห็นได้ ทำให้ขาดการเชื่อมโยงระหว่างฉลากกับผลิตภัณฑ์

(2) ผลสำรวจความต้องการด้านการออกแบบฉลากสินค้าใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนร่วม สามารถสรุปได้ดังนี้

ในส่วนของการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบฉลากเครื่องดื่มสมุนไพรจากผู้มีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร

“สัญลักษณ์ควรเป็นรูปขนม ใช้สีเพื่อสื่อถึงขนมได้มากกว่านี้”

“ใส่กราฟิกให้สวยกว่านี้ เพราะดูเซ็กซี่”

“มีรูปลักษณะ, รูปแบบ, ตัวอักษร ที่สวยงามและบอกถึงตัวสินค้าได้อย่างดี”

“เป็นวงรีคล้ายรูปไข่”

“ชัดเจน เรียบง่าย”

“ควรเพิ่ม รายละเอียด”

2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ)

“ควรใช้ font เดียวกันให้อ่านง่าย และใช้ความเป็นไทยสื่อมากกว่านี้”

“ใช้แบบอักษรไม่หลากหลายเกินไป”

“ตัวอักษรสีม่วง สีทอง”

“ควรมีตัวอักษรที่ชัดเจน ไม่เล็กลงเกินไป”

“อ่านไม่ยาก”

3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด

“ฟ้า (ม่วง)+เหลือง/ขาว”

“สีไม่สดเกินไป”

“เหลือง”

“ควรใช้สีฟ้าที่เหมือนกับขนม”

4) สีพื้นหลังของฉลากสินค้าควรใช้สีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)

"สีอ่อนหวาน"

"สีของขนมชั้น"

"สีเหมือนฉลากเดิม"

5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

“ไม่ควรจัดวางให้กระจายเกินไป”

“จัดแนวตามขวาง”

“ควรจัดวางชื่อร้าน ชื่อขนม เบอร์ได้สวยงามและเด่นชัด”

6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)

“รูปขนมของตัวสินค้า”

“ฉลากควรเป็นวงกลม”

“มีขนมและดอกไม้พื้นหลังของฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร”

“สบายตา”

7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

“ควรมีพื้นที่ว่างกว่านี้”

“มีโลโก้ของตลาด”

“ใช้ดอกมะลิเป็นภาพประกอบ”

“ใช้ดอกอัญชัน”

8) โครงสร้างและวัสดุที่ใช้ทำฉลากควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้อะไรเป็นวัสดุพิมพ์

“เป็นกระดาษ”

“ใช้กระดาษเหมือนเดิม”

“มีรูปทรงเหมือนไข่ที่ใช้ทำขนม”

“Shape เป็นทรงกลม เพื่อเข้ากับขนม”

(3) วิจารณ์ผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสโดยภาพรวม

สภาพทั่วไปของธุรกิจขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสมีการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี แม้จะมีผลกระทบจากปัญหาสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว และปัญหาเงินเฟ้อบ้างก็ตาม แต่เนื่องจากผู้ประกอบการเอาใจจริงเอาใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาความรู้เป็นอย่างมากจึงทำให้ธุรกิจไปได้ดี กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดโบราณคลองด่าน ข้อมูลทั่วไปในการประกอบธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการใช้งบประมาณการลงทุนค่อนข้างน้อยและได้กำไรค่อนข้างดี ระยะเวลาในการ

เริ่มธุรกิจไม่มาก ในส่วนของการผลิตและการตลาด ผู้ประกอบการเน้นการใช้แรงงานในครอบครัว ทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิต สามารถบริหารจัดการได้ง่ายเนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวและเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว เน้นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีสูตรการทำที่แตกต่างโดยจะเน้นคุณภาพของรสชาติที่เข้ากับคนยุคสมัยใหม่ นั่นคือลดความเหนียวของแป้งลงและเพิ่มความนุ่มลิ้นเมื่อสัมผัส ใช้น้ำลอยดอกมะลิทำให้เกิดจุดขายที่แตกต่าง

ในส่วนของการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการมีการแสวงหาความรู้และมีการพัฒนาต่อยอดโดยนำความรู้ที่สั่งสมมาผลิตและพัฒนาต่อยอดเป็นขนมบุหลันดั้นเมฆสูตรนันทน์ภัส

ในส่วนของความสำเร็จ หรือผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยภาพรวมของธุรกิจขนมหวานสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ทำขนมบุหลันดั้นเมฆเป็นอาชีพเสริม แต่ทำเป็นอาชีพหลัก จึงค่อนข้างเอาใจใส่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และหาความรู้เพื่อการพัฒนาต่อยอดเป็นอย่างมาก จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือ กลิ่นดอกมะลิและการผสมแป้งไม่ให้เหนียวเหมือนคู่แข่ง จุดด้อยคือ กำลังผลิตไม่ค่อยเพียงพอต่อความต้องการ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการคือ การขอขึ้นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ซึ่งเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่รับเรื่องจดทะเบียนค่อนข้างทำงานไม่มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนซับซ้อนและไม่ชี้แจงรายละเอียดในการแก้ไขภาพตราสัญลักษณ์ให้ตรงกับข้อกำหนด ทำให้เกิดความสับสนและท้อแท้ในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า อีกปัญหาหนึ่งนั่นคือการมีคู่แข่งชั้นที่หันมาผลิตขนมบุหลันดั้นเมฆมากขึ้น ทำให้ยอดขายลดลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงพยายามจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และจดอนุสัญญาสูตรการทำขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบในภายภาคหน้า

#### 4.2.5 ผลการสำรวจความพึงพอใจฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อ ล้าน

108

น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาอย่างยาวนาน พร้อมๆกับการเกิดของตลาดบางน้ำผึ้ง มีสูตรน้ำพริกที่หลากหลายมากกว่า 10 สูตร น้ำพริกที่ขายดีที่สุดคือ น้ำพริกปลาร้าหัวเราะ และน้ำพริกปลาร้าร้องให้แต่จากสภาพเศรษฐกิจถดถอย และจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดบางน้ำผึ้งลดลงจึงส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์พอสมควร



ภาพที่ 17 : ฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อรูปแบบเดิม

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อรูปแบบเดิมอันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการหรือเจ้าของสินค้า นักออกแบบ นักวิชาการด้านการออกแบบ สื่อสาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตำบล/จังหวัด องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และลูกค้าที่ซื้อน้ำพริกแม่ทองหล่อเป็นประจำ ดังตาราง 11

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อรูปแบบเดิม

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.50	พอใจน้อย
2	ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.50	พอใจน้อย
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.00	พอใจน้อย
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.50	พอใจน้อย
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.66	พอใจปานกลาง
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	3.00	พอใจปานกลาง
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.66	พอใจปานกลาง
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.50	พอใจน้อย
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.66	พอใจน้อย
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	2.66	พอใจปานกลาง
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.83	พอใจปานกลาง
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.33	พอใจน้อย
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.50	พอใจน้อย
14	รวม	2.56	พอใจปานกลาง

จากตารางที่ 11 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อ โดยภาพรวมยังมีความพึงพอใจน้อย (2.56) โดยเฉพาะในส่วนของตัวอักษร (2.00) การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (2.33) ความสวยงามของฉลาก สี พื้นหลังของฉลาก และความพึงพอใจในภาพรวม (2.50) การจัดวางองค์ประกอบ การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้วัสดุอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง (2.66) ตามลำดับ เนื่องจากฉลากเดิมมีตัวเพียงตัวอักษรสีแดง ไม่มีการออกแบบจัดวางองค์ประกอบใด ๆ ไม่มีสิ่งบ่งชี้ถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น สีอ่อนค้ำจืดและซีดอันมาจากการเลือกใช้สีในการออกแบบ และกระบวนการพิมพ์ที่ไม่มีคุณภาพ

ในส่วนของการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อโดยผู้มีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร
  - “น่าสนใจ สีสดใสดูตาตั้งแต่แรกเห็น ชัดเจน”
  - “จดจำง่าย เป็นทางการ”
  - “โดดเด่น เห็นได้ชัด”
  - “เห็นชัดเจน”
- 2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ)
  - “อ่านง่าย มีลักษณะออกพื้นบ้านไทยๆ / สีเข้ม ชัดเจน ไม่จืดจางง่าย / มีสามขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ให้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์”
  - “ใช้แบบอักษรไม่หลากหลายเกินไป”
  - “เห็นได้ชัด / สีฟ้า / 28”
  - “สีขาว ดำ ส้ม แดง / 7-12 ขึ้นอยู่กับการใช้งาน”
  - “ตัวอักษรใหญ่เด่น เห็นชัด / สีแดง”
  - “ควรใช้สีเข้ม / ขนาดใหญ่พอสมควร”
- 3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด
  - “แดง น้ำเงิน เขียว ฟ้า ชมพู น้ำตาลอ่อน”
  - “ชมพูอ่อน”
  - “สีสดใส”



“สีที่มีความดึงดูด”

“สีเข้ม ๆ”

4) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

“เรียงง่ายแต่ดูมีลูกเล่น มีขนาดใหญ่กลางเล็ก เพื่อให้ดูมีชีวิตชีวา”

“ดูความเหมาะสม”

“กลางฉลาก”

“จัดวางตรงกลางของโลก”

5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

“บ่งบอกถึงความเป็นไทยและออกแบบให้เป็นกราฟิกสมัยใหม่”

“สวยงาม”

“จัดวางให้เหมาะสม สมดุล”

6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)

“ลักษณะกราฟิก อาจเป็นตัวการ์ตูนง่าย ๆ ที่แสดงอารมณ์ทางริมฝีปาก ใบหน้า ดวงตา ตามเนื้อหาของฉลากสินค้าที่เหมาะสม มีภาพที่ดูไทย ๆ”

“ภาพเกี่ยวกับสินค้าที่ขาย”

“รูปพริก รูปคนหรือภาพการ์ตูนต่าง ๆ”

7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

“อาจมีลายสไตล์ Modern / ลายธรรมชาติ คัดเลือกความความเหมาะสม ลงตัว”

“สีไม่ต้องเข้มมาก”

“ภาพสีพื้นหลังเป็นสี ๆ”

“เกี่ยวกับสินค้า เช่น ครก พริก”

“มีภาพเกี่ยวกับพริกอยู่ในฉลากสินค้า”

8) โครงสร้างและวัสดุที่ใช้ทำฉลากควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้อะไรเป็นวัสดุพิมพ์

“เป็นกระดาษ หรือสติ๊กเกอร์”

“ใช้กระดาษรูปแบบเดิม”

“เป็นสีเหลี่ยมตัดง่าย ติดง่าย”

(3) วิจารณ์ผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนร่วม ต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108

สภาพทั่วไปของธุรกิจน้ำพริกแม่ทองหล่อ มีการดำเนินธุรกิจได้ดี แม้จะมีผลกระทบจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยและชะลอตัว แต่เนื่องจากผู้ประกอบการเอาใจจริงเอาใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการหาช่องทางการขายให้เพิ่มมากขึ้นจากเดิมที่ขาย ณ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเพียงจุดเดียว ผู้ประกอบการใช้งบประมาณการลงทุนค่อนข้างน้อยและได้กำไรค่อนข้างดี ระยะเวลาในการเริ่มธุรกิจยาวนานมีผลต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ในส่วนของการผลิตและการตลาด ผู้ประกอบการเน้นการใช้แรงงานกลุ่มแม่บ้านทำให้ประหยัดต้นทุนการผลิตและกระจายรายได้สู่ชุมชน มุ่งเน้นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่น และมีสูตรการทำที่แตกต่างโดยจะเน้นการปรับปรุงรสชาติที่เข้ากับคนยุคสมัยใหม่ทำให้เกิดจุดขายที่แตกต่าง

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่า ผู้ประกอบการมีการแสวงหาความรู้และมีการพัฒนาต่อยอดรสชาติและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยเฉพาะสูตรน้ำพริก เช่นน้ำพริกปลาร้าหัวเราะ และน้ำพริกปลาร้าร้องไห้ มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยการสืบสานตำหรับน้ำพริกให้มีชื่อเสียงยั่งยืน และกระจายวัฒนธรรมการกินของไทยสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ความสำเร็จ หรือผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยภาพรวมของธุรกิจน้ำพริกแม่ทองหล่อ สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้ประกอบการได้เพิ่มช่องทางการจำหน่าย ทั้งทางอินเทอร์เน็ตและการขายจากงานเทศกาล และสถานที่ราชการต่าง ๆ

#### 4.2.6 ผลการสำรวจความพึงพอใจฉลากผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือ

ขนมไทยไทยทำเรือ เป็นขนมไทยที่มีชื่อเสียงควบคู่กับทำเรือข้ามฟาก ของอำเภอพระสมุทรเจดีย์ มีการผลิตที่มีสูตรเฉพาะตัวโดยใช้มะพร้าวทึนทึกเป็นส่วนผสมหลักในการทำขนม ทำให้รสชาติหอมหวานและมัน แต่เนื่องด้วยเศรษฐกิจชะลอตัวในปัจจุบัน และมีหน้าร้านเพียงแห่งเดียว อีกทั้งยังไม่มีการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร ผู้ประกอบการจึงต้องการงานออกแบบฉลากสินค้าที่สามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้โดดเด่นและกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นได้



ภาพที่ 18 : ฉลากขนมไทยทำเร็วรูปแบบเดิม

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมได้แก่ ผู้ประกอบการ นักออกแบบ นักวิชาการ ด้านการออกแบบสื่อสาร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตำบล/จังหวัด องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน และลูกค้าที่ซื้อขนมไทย ร้านขนมไทยทำเร็วเป็นประจำพบว่า (ดังตาราง 12)

ตารางที่ 12 ความพึงพอใจฉลากขนมไทยทำเร็วรูปแบบเดิม

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.16	พอใจน้อย
2	ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	3.33	พอใจปานกลาง
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.66	พอใจปานกลาง
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	พอใจน้อย
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.50	พอใจน้อย
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	2.66	พอใจปานกลาง
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.66	พอใจปานกลาง
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.50	พอใจน้อย
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.50	พอใจน้อย
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	2.50	พอใจน้อย
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.50	พอใจน้อย
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.33	พอใจน้อย
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.33	พอใจน้อย
14	รวม	2.53	พอใจน้อย

จากตารางที่ 12 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมไทย ทำเรื่อรูปแบบเดิม โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย (2.53) โดยเฉพาะในส่วนของความสวยงามโดยรวม (2.16) การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญาพื้นบ้าน และความพึงพอใจในภาพรวม(2.33) การจัดวาง พื้นหลัง การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (2.50) ตัวอักษร และภาพประกอบ (2.66) ตราสัญลักษณ์ (3.33) ตามลำดับ เนื่องจากฉลากเดิมมีลวดลายกราฟิกเล็กน้อย ไม่สื่อถึงความเป็นขนมไทย ไม่มีและไม่มีความสัมพันธ์ถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในส่วนของการสัมภาษณ์ความต้องการด้านรูปแบบฉลากขนมไทยทำเรื่อโดยผู้มีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร
  - “เรียบๆ”
  - “เพิ่มรูปภาพที่สื่อถึงขนม”
  - "เป็นตัวอักษรเขียนบอกชื่อร้าน"
- 2) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ) “สีและตัวอักษรคงเดิม”
  - “ใช้แบบอักษรไม่เล็กไม่ใหญ่เกินไป”
  - "มีความเป็นไทย"
- 3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด
  - "ใช้สีที่ตัดกับพื้นหลัง"
  - "คงสีเดิมไว้"
  - "สีส้ม หรือสีน้ำตาล"
  - "ข้อมูลควรใช้ 14 พอยต์ ชื่อยี่ห้อควรใช้ 18 พอยต์"
- 4) สีพื้นหลังของฉลากสินค้าควรมีสีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)
  - “สีฟ้า ชมพู”
  - “สีหวาน ะๆ”
  - “ไม่ใช่สีตัดกัน”
  - “สีเดิมดูจัดไป ควรใช้สีเข้ม ะๆ มากกว่านี้ ให้เด่นชัดกว่านี้”
- 5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร

“ใช้ตัวหนังสือใหญ่”

“จัดวางให้สมดุลกัน”

“จัดวางให้ดูไม่รก เรียบๆ”

6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)

“เรียบ ๆ เน้นตราสินค้า”

“ไม่ต้องใช้กราฟิกเยอะ”

“เรียบ ๆ ง่าย สีชมพู เขียว สบายตา หวาน ๆ”

“ไม่ต้องมีอะไรรกมากเกินไป”

“เป็นภาพวาด หรือภาพกราฟิกสื่อถึงขนม

7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควรใช้ภาพอะไร

“เป็นภาพขนมชิ้นที่เหมือนจริง”

“อาจลองใช้ภาพจริงดู”

8) โครงสร้างและวัสดุที่ใช้ทำฉลากควรมีลักษณะอย่างไร ควรใช้อะไรเป็นวัสดุพิมพ์

“เป็นสติ๊กเกอร์ หรือกระดาษ”

“เป็นสีเหลี่ยมแบบเดิมก็ได้ หรือทำแบบแปลกๆ ก็ได้”

(3) วิจัยผลการวิจัยด้านสภาพทั่วไป ความพึงพอใจและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือ

สภาพทั่วไปของธุรกิจขนมไทยทำเรือ มีการดำเนินธุรกิจค่อนข้างถดถอย เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัญหาสถานะเศรษฐกิจชะลอตัว แต่เนื่องจากผู้ประกอบการเอาใจจ้กกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งร้าน ทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้เป็นที่ถูกใจ และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ในส่วนของการผลิตและการตลาด ผู้ประกอบการเน้นการใช้แรงงานภายในครอบครัวเพื่อป้องกันความลับของสูตรขนมและประหยัดต้นทุนการผลิต

การวิเคราะห์ธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ผู้ประกอบการมีการแสวงหาความรู้และมีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือการใช้

วัตถุดิบ เช่นมะพร้าวทีนทีก เพิ่มรสชาติความหวานและความมันให้กับขนม อีกทั้งยังสืบทอดเคล็ดลับการทำขนมไทยให้กับลูกหลานในครอบครัวเพื่อสืบกิจการต่อไปในอนาคต

ความสำเร็จ หรือผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยภาพรวมของธุรกิจขนมไทยทำเรื่องยังสามารถดำเนินกิจการไปได้เรื่อย ๆ เนื่องจากมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยการปรับรูปแบบตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้าให้ถูกใจลูกค้าและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ทำให้สินค้ามีการกระจายตัวเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายยังสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นเนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย





ภาพที่ 19 : แผนภาพ (Infographic) สรุปผลการวิจัย บทที่ 4

## บทที่ 5

### ผลการออกแบบฉลากสินค้า

#### ผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารแปรรูปและสมุนไพร

การออกแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารแปรรูปและสมุนไพร ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเป็นวัตถุประสงค์ที่ 2 ของงานวิจัย โดยสาระสำคัญคือการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเป็นกรอบสร้างสรรค์ผลงานออกแบบจนสามารถสะท้อนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแหล่งผลิตให้ปรากฏอยู่บนฉลาก สร้างจุดขายที่แตกต่างด้วยการเล่าเรื่องราวผ่านองค์ประกอบเรขาคณิต รวมถึงการตระหนักรู้ถึงคุณค่าของวัสดุที่ใช้ผลิตฉลากสินค้า ด้วยการใช้สีที่สื่อถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้วัสดุให้คุ้มค่า ประหยัด และพอเพียงเป็นสำคัญ

ผลการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีข้อค้นพบที่โดดเด่นดังนี้

1. การออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนคือ การออกแบบที่สะท้อนศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และภูมิปัญญาชุมชนผ่านลวดลายกราฟิก ภาพประกอบ สี ตัวอักษรและโครงสร้างของฉลากผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจต่อผู้พบเห็นและเกิดการซึมซับวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. การปรับพื้นฐานความรู้ด้านการพัฒนารูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์และความเข้าใจในแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกัน มีความสำคัญต่อกระบวนการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม
3. ผลงานออกแบบต้องสะท้อนความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน หรือมาจากความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่อย่างเป็นประชาธิปไตย
4. ออกแบบให้เชื่อมโยงกับรูปแบบฉลากสินค้าเดิม เช่น เชื่อมโยงด้วยสี เชื่อมโยงด้วยภาพประกอบ เชื่อมโยงด้วยแบบอักษรเชื่อมโยงด้วยรูปแบบฯ หรืออาจเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ เช่น ใช้สีที่สื่อถึงตัวขนม
5. ใช้สีที่สื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สีเขียวที่สื่อถึงต้นไม้ใบหญ้า ความสดชื่น สดใส สีฟ้าที่สื่อถึงน้ำและท้องฟ้าเป็นต้น



6. ใช้ภาพประกอบที่เชื่อมโยงกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากภาพประกอบสามารถสื่อความหมายและให้อารมณ์ความรู้สึก ทำให้ผู้มีส่วนร่วมเข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน (ชมจันทร์ ดาวเดือน. 2557 และ Mayer and Lubliner. 1998) เช่น ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี ที่ออกแบบโดยใช้ภาพประกอบเป็นรูปพลาสติกไร้วัว ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรปราการ หรือผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัส มีสูตรพิเศษที่ไม่เหมือนต้นตำหรับคือ ใช้น้ำลอยดอกมะลิแทนกลิ่นวนิลา ทำให้มีกลิ่นมะลิเป็นจุดขาย ดังนั้นภาพประกอบบนฉลากของขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสจึงมีรูปดอกมะลิเพื่อบอกจุดขายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

7. เป็นการออกแบบที่มุ่งเน้นความสวยงาม (Emotional) และประโยชน์ใช้สอย (Functional) ที่สะท้อนมาจากความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม อาจไม่สวยงามในมุมมองของนักออกแบบ หรือตรงตามหลักการออกแบบและการจัดองค์ประกอบศิลป์ แต่เป็นงานออกแบบที่คนส่วนใหญ่เห็นว่างามที่สุด (ภววิสัย)

8. การออกแบบฉลากสินค้าด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีปัญหาด้านการเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนการผลิต เพราะบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผู้ประกอบการใช้มีราคาถูก ใช้งานได้สะดวก มีภาพลักษณ์ที่ทำให้ดูทันสมัย ดังนั้นการพัฒนาในรูปแบบฉลากสินค้าจึงทำได้เพียงเปลี่ยนรูปแบบฉลากสินค้าโดยใช้ ภาพประกอบสีและตัวอักษรสื่อถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเท่านั้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารแปรรูปและสมุนไพร ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไว้ดังแผนภาพกระบวนการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในภาพที่ 20



ภาพที่ 20: ขั้นตอนการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม

### 5.1 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี

หลังจากสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักเพื่อการออกแบบได้ดังนี้

- (1) สื่อถึงความเป็นข้าวเกรียบพลาสติก และน้ำพริกเผา
- (2) ใช้โทนสีเขียว สีส้ม สีน้ำตาล สีเหลือง
- (3) โครงสร้างรูปทรงของโล่รางวัล
- (4) ลวดลายกราฟิกพลาสติก
- (5) ใช้พื้นสีอ่อน ไม่เข้มเกินไป
- (6) มีรูปเครื่องหมายรับรองและตราสัญลักษณ์ขององค์กรที่มอบรางวัลให้ผลิตภัณฑ์
- (7) จัดวางองค์ประกอบแบบกึ่งกลาง

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่สรุปเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำนวน 3 แบบโดยจัดทำแบบร่างหยาบ ด้วยดินสอ 2 B และพัฒนาจนเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator Cs 6 เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินรูปแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดดังภาพ



แบบที่ 1




แบบที่ 2

แบบที่ 3

ภาพที่ 21: แบบร่างสมบูรณ์ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

หลังจากออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 แบบและให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างรูปแบบของฉลากที่ออกแบบใหม่กับความต้องการด้วยแบบประเมินความสอดคล้อง ผลประเมินพบว่าฉลากสินค้ารูปแบบที่ 2 มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด (5 คะแนน) รองลงมาคือแบบที่ 1 (3 คะแนน) และรูปแบบที่ 3 (1 คะแนน) ดังตาราง

**ตารางที่ 13** ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.		4	2	1
2.		5	1	0
3.		3	1	2

หลังจากผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากสินค้ารูปแบบเดิม ดังที่แสดงผลในตาราง 14

**ตารางที่ 14** ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุรินทร์ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

N=6

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	4.50	พอใจมากที่สุด
2	ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	5.00	พอใจมากที่สุด
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	4.83	พอใจมากที่สุด
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	5.00	พอใจมากที่สุด
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	4.66	พอใจมากที่สุด
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)	4.33	พอใจมากที่สุด
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	4.66	พอใจมากที่สุด
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	5.00	พอใจมากที่สุด
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	4.83	พอใจมากที่สุด
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	4.33	พอใจมากที่สุด
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	4.66	พอใจมากที่สุด
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	5.00	พอใจมากที่สุด
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	5.00	พอใจมากที่สุด
14	รวม	4.73	พอใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตาราง 14 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยเฉพาะในส่วนของตราสัญลักษณ์ สีของฉลาก พื้นหลังของฉลาก การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และความพึงพอใจโดยภาพรวม (5.00) รองลงมาคือ ตัวอักษรและการแสดงออกถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (4.83)

ลำดับถัดมาคือ การจัดวางองค์ประกอบ ภาพประกอบและการสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (4.66)ความสวยงามโดยรวม (4.50) ลำดับดับสุดท้ายคือ ลวดลายกราฟิกและการใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง (4.33)

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจก่อนและหลังการออกแบบมาเปรียบเทียบเพื่อหาระดับความแตกต่างของความพึงพอใจที่เพิ่มมากขึ้น โดยผลการเปรียบเทียบดังปรากฏในตาราง 15



ฉลากรูปแบบเดิม



ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 22 : เปรียบเทียบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุรินทร์รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่

**ตารางที่15** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพลาสติกผสมน้ำพริกเผาแม่สุรินทร์รูปแบบเดิมกับฉลากรูปแบบใหม่ใหม่ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน N=6

ผลการทดสอบ	คะแนนฉลากเดิม		คะแนนฉลากใหม่		คะแนนที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสวยงามของฉลากสินค้า	1.66	0.81	4.50	0.54	2.83	0.40	17.00*
2. ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.16	0.75	5.00	0.00	2.83	0.75	9.22*
3. ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.50	1.04	4.83	0.48	2.33	1.21	4.71*
4. สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.00	0.63	5.00	0.00	3.00	0.63	11.61*
5. ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.16	0.98	4.66	0.51	2.50	1.37	4.44*
6. ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	1.83	0.75	4.33	0.51	2.50	0.83	7.31*
7. ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.00	0.63	4.66	0.51	2.66	0.51	12.64*
8. พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	1.83	0.75	5.00	0.00	3.16	0.75	10.30*
9. ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	1.83	0.98	4.83	0.40	3.00	0.89	8.21*
10. ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	2.33	0.51	4.33	0.51	2.00	0.63	7.74*
11. ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	1.83	0.75	4.66	0.51	2.83	1.16	5.93*
12. ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.16	0.75	5.00	0.00	2.83	0.75	9.22*
13. ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.16	0.75	5.00	0.00	2.83	0.75	9.22*
รวม	2.03	0.77	4.75	0.30	2.71	0.81	9.04*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 15 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์ผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบเดิม กับฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์ผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบใหม่พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ( $t=9.04$ ) โดยมีความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อความสวยงามของฉลากสินค้ามากที่สุด ( $t=17.00$ ) ลำดับถัดมาคือภาพประกอบของฉลากสินค้า ( $t=12.64$ ) สีของฉลากสินค้า ( $t=11.61$ ) พื้นหลังของฉลากสินค้า ( $t=10.30$ ) ตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและความพึงพอใจในภาพรวม ( $t=9.22$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ( $t=8.21$ ) การใช้วัสดุธรรมชาติที่คุ้มค่าและเพียงพอ ( $t=7.74$ ) ลวดลายกราฟิก ( $t=7.31$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ( $t=5.93$ ) ตัวอักษร ( $t=4.71$ ) และการจัดวางองค์ประกอบ (4.44) ตามลำดับ

#### วิจารณ์ผลการออกแบบและเปรียบเทียบความพึงพอใจของฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์ผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีโดยภาพรวม

ผลเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์ผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่พบว่า ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมในระดับน้อยมาก เนื่องจากฉลากรูปแบบเดิมไม่มีลวดลายกราฟิกที่สื่อถึงการเป็นข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน สีเดิมของฉลากไม่สื่อถึงความเป็นข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์ผสมน้ำพริกเผา อีกทั้งรูปทรงเดิมของฉลากเป็นเพียงสี่เหลี่ยมธรรมดา ไม่สื่อถึงโล่รางวัลที่เป็นความภาคภูมิใจของผู้ประกอบการ

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.05 โดยเฉพาะในเรื่องของความสวยงามของฉลากสินค้า ( $t=17.00$ ) เนื่องจากมีการเพิ่มลวดลายที่สื่อถึงปลาผลิตภัณฑ์บางบ่อ เปลี่ยนสีสันให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และเปลี่ยนโครงสร้างรูปทรงของฉลากให้สื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดูจโล่รางวัลที่ได้รับจำนวนมาก จึงทำให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจแตกต่างจากฉลากสินค้ารูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญ

หลังจากผู้วิจัยส่งมอบต้นฉบับสิ่งพิมพ์ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาผลิตภัณฑ์ผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี ผู้ประกอบการได้ดำเนินการส่งไฟล์ต้นฉบับไปยังโรงพิมพ์เพื่อจัดพิมพ์ฉลากและนำมาใช้ติดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่ายเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีแนวคิดที่จะนำตราสัญลักษณ์ไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เนื่องจากผู้ประกอบการตระหนักถึงคุณค่าของเครื่องหมาย



การค้าและได้รับความรู้จากการอบรมและสนทนากลุ่มที่ผู้วิจัยจัดขึ้นก่อนการออกแบบจึงต้องการนำตราสินค้าไปจดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย



ภาพที่ 23: ผู้ประกอบการและฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 5.2 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม

หลังจากสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปเป็นประเด็นเพื่อออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมได้ดังนี้

- (1) มีภาพประกอบมากกว่าฉลากเดิมและมีลวดลายกราฟิกให้ดึงดูดใจ
- (2) ใช้ตัวอักษรที่อ่อนช้อย อ่านง่าย
- (3) ใช้สีที่เข้มและสีที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์
- (4) มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
- (5) ใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพหมูจริง ๆ
- (6) ไม่ควรจัดวางให้โล่งมากเกินไป

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่สรุปเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำนวน 3 แบบ โดยจัดทำแบบร่างคร่าว ๆ ด้วยดินสอ 2 B และพัฒนาจนเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator Cs 6 เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินรูปแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่24: แบบร่างสมบูรณ์ฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชอนชิม

หลังจากออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 แบบและให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างรูปแบบของฉลากที่ออกแบบใหม่กับความต้องการ ด้วยแบบประเมินความสอดคล้องผลปรากฏว่าผู้มีส่วนร่วมประเมินฉลากสินค้ารูปแบบที่ 2 ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด (3 คะแนน) เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า เป็นรูปแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ใช้สีที่สื่อถึงหมูแผ่น (สีน้ำตาลแดง) หมูฝอย (สีเหลือง) และมีการแก้ไขจุดบกพร่องของฉลากเดิมได้อย่างครบถ้วน รองลงมาคือแบบที่ 1 (0 คะแนน) และรูปแบบที่ 3 (-5 คะแนน) ดังตาราง16

ตารางที่16 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพร Change ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.		0	2	4
2.		3	3	0
3.		0	1	5

หลังจากผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่งเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากสินค้ารูปแบบเดิมดังที่แสดงผลในตาราง 17

**ตารางที่ 17** ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

N=6

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	4.33	พอใจมากที่สุด
2	ตราสัญลักษณ์(มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	4.16	พอใจมาก
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	4.16	พอใจมาก
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.33	พอใจมากที่สุด
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	4.50	พอใจมากที่สุด
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)	4.50	พอใจมากที่สุด
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	4.00	พอใจมาก
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.16	พอใจมาก
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	4.33	พอใจมากที่สุด
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	4.33	พอใจมากที่สุด
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	4.16	พอใจมาก
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.33	พอใจมากที่สุด
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	4.33	พอใจมากที่สุด
	รวม	4.29	พอใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ตาราง 17 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจในการจัดวางองค์ประกอบและลวดลายกราฟิกมากที่สุด (4.50) ถัดมาคือ ความสวยงาม สี การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความพึงพอใจในภาพรวม (4.33) ลำดับถัดมาคือ ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร พื้นหลัง และการสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (4.16) ลำดับสุดท้ายคือ ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (4.05) ทั้งนี้เนื่องจากฉลากสินค้านี้รูปแบบใหม่พัฒนาและสะท้อนมาจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมอย่างสมดุลและเป็นประชาธิปไตย จึงทำให้เป็นที่ยอมรับและเกิดความพอใจต่อฉลากสินค้านี้รูปแบบใหม่ในระดับมากที่สุด

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจก่อนและหลังการออกแบบมาเปรียบเทียบเพื่อหาระดับความแตกต่างของความพึงพอใจโดยผลการเปรียบเทียบดังปรากฏในตาราง 18



ภาพที่ 25: เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่

**ตารางที่ 18** ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบเดิม กับฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน N=6

ผลการทดสอบ	คะแนนฉลากเดิม		คะแนนฉลากใหม่		คะแนนที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.33	0.81	4.33	0.51	2.00	0.63	7.74*
2. ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.83	0.40	4.16	0.75	1.33	1.03	3.16*
3. ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.50	0.54	4.16	0.40	1.66	0.51	7.90*
4. สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	0.51	4.33	0.51	2.00	0.63	7.74*
5. ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.00	0.63	4.50	0.54	2.50	1.04	5.83*
6. ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	1.66	0.51	4.50	0.54	2.83	0.40	17.00*
7. ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	1.66	0.51	4.00	0.63	2.33	0.81	7.00*
8. พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	0.51	4.16	0.75	1.83	0.75	5.96*
9. ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.33	0.81	4.33	0.51	2.00	0.63	7.74*
10. ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง	2.16	0.75	4.33	0.51	2.16	0.75	7.05*
11. ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.33	0.81	4.16	0.75	1.83	1.16	3.84*
12. ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.00	0.63	4.33	0.51	2.33	0.51	11.08*
13. ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.83	0.40	4.33	0.51	1.50	0.54	6.70*
รวม	2.26	0.61	4.29	0.57	2.02	0.75	7.08*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบเดิมกับฉลากรูปแบบใหม่ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อลวดลายกราฟิกของฉลากสินค้าอันใหม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวบ่งชี้ โดยลวดลายกราฟิกมีความแตกต่างมากที่สุด ( $t= 17.00$ ) ลำดับถัดมาคือฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรม ( $t= 11.08$ ) ตัวอักษร ( $t= 7.90$ ) ความสวยงาม ( $t=7.74$ ) สีของฉลากสินค้า ( $t=7.74$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน ( $t=7.74$ ) สีของฉลากสินค้า ( $t=7.84$ ) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง ( $t=7.05$ ) ภาพประกอบบนฉลากสินค้า ( $t=7.00$ ) ความพึงพอใจในภาพรวม ( $t=6.70$ ) พื้นหลังของฉลากสินค้า การจัดวางองค์ประกอบ การแสดงออกถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน ตราสัญลักษณ์ ตามลำดับ

#### วิจารณ์ผลการออกแบบและเปรียบเทียบความพึงพอใจของฉลากสินค้าหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม

ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับฉลากหมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมในระดับน้อยเนื่องจากลวดลายกราฟิกที่ไม่เข้ากับผลิตภัณฑ์และภาพประกอบไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อมีการออกแบบใหม่ซึ่งพัฒนาและสะท้อนมาจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและเป็นประชาธิปไตยจึงทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นในระดับพอใจมากที่สุด

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่พบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของลวดลายกราฟิกของฉลากสินค้า ( $t=17.00$ ) เนื่องจากการเปลี่ยนโครงสร้างฉลากและเพิ่มลวดลายกราฟิกเป็นรูปหน้าหมูซึ่งเป็น วัตถุประสงค์หลัก ทำให้สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

หลังจากผู้วิจัยส่งมอบต้นฉบับสิ่งพิมพ์ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิม ให้ผู้ประกอบการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการได้ดำเนินการส่งไฟล์ต้นฉบับไปยังโรงพิมพ์เพื่อจัดพิมพ์ ฉลากและนำมาใช้ติดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่ายดังภาพ



ภาพที่26 : ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

### 5.3 รูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู

หลังจากสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ถึงความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปเป็นประเด็นเพื่อออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูได้ดังนี้

- (1) ทันสมัย โดดเด่น สะดุดตา
- (2) มีความเป็นสินค้า OTOP
- (3) ใช้ตัวอักษรที่มีลูกเล่น อ่านง่าย
- (4) ใช้สีชมพู และสีน้ำตาล
- (5) ใช้ภาพประกอบที่เกี่ยวกับสินค้า
- (6) จัดวางองค์ประกอบให้สบายตา
- (7) ใช้ภาพแม่เรณูเหมือนฉลากเดิม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและจดจำง่าย

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่สรุปเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำนวน 3 แบบ โดยจัดทำแบบร่างคร่าว ๆ ด้วยดินสอ 2 B และพัฒนาจนเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator Cs 6 เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินรูปแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดดังภาพ





แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพที่ 27: แบบร่างละเอียดฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

หลังจากออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 แบบและให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างรูปแบบของฉลากที่ออกแบบใหม่กับความต้องการ ด้วยแบบประเมินความสอดคล้อง ผลปรากฏว่าผู้มีส่วนร่วมประเมินฉลากสินค้ารูปแบบที่ 1 ว่าเป็นความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด (3 คะแนน) เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า เป็นรูปแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและเชื่อมโยงกับฉลากสินค้ารูปแบบเดิม มีการแก้ไขจุดบกพร่องของฉลากเดิมได้อย่างครบถ้วน รองลงมาคือแบบที่ 3 (0 คะแนน) และรูปแบบที่ 2 (-3 คะแนน) ดังตาราง 20

ตารางที่ 20 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.		4	1	1
2.		0	3	3
3.		2	2	2

หลังจากผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่งเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากสินค้านำแบบเดิม ดังที่แสดงผลในตาราง 19

**ตารางที่ 19** ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากหมูหวาน “แม่เรณู” ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

N=6

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	4.33	พอใจมากที่สุด
2	ตราสัญลักษณ์( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะอาดตา)	4.00	พอใจมาก
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	4.16	พอใจมาก
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.00	พอใจมาก
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	3.66	พอใจมาก
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)	4.16	พอใจมาก
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	4.16	พอใจมาก
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.33	พอใจมากที่สุด
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	3.66	พอใจมาก
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	3.83	พอใจมาก
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	4.00	พอใจมาก
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.33	พอใจมากที่สุด
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	3.83	พอใจมาก
14	รวม	4.03	พอใจมาก

ผลการวิเคราะห์ตาราง 19 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูฝอยชวนชิมรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.03) โดยพึงพอใจในส่วนของความสวยงามของฉลากสินค้าพื้นหลังและการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด (4.33) รองลงมาคือ ตัวอักษรบนฉลากสินค้าลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (4.16) ตราสัญลักษณ์ สีของฉลากสินค้า และฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (4.00) ความพึงพอใจต่อภาพรวมของฉลากสินค้าฉลากสินค้าและการใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง (3.83) ลำดับสุดท้ายคือ การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสมฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน (3.66) ทั้งนี้เนื่องจากฉลากสินค้านรูปแบบใหม่ได้ออกแบบเชื่อมต่อกับฉลากสินค้านรูปแบบ

แบบเดิมโดยยังคงสีชมพูสีและรูปของแม่เรณูไว้คงเดิม ปรับเปลี่ยนเพียงเพิ่มภาพประกอบรูปหมูและภาพจริงของหมุหวาน รวมถึงการเพิ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือรูปของดอกบัวที่ยึดโยงเข้ากับประเพณีโยนบัว ซึ่งเป็นที่รับรู้กันว่าเป็นประเพณีอันโดดเด่นของอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

(3) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจก่อนและหลังการออกแบบมาเปรียบเทียบเพื่อหาระดับความแตกต่างของความพึงพอใจที่เพิ่มมากขึ้น โดยผลการเปรียบเทียบดังปรากฏในตาราง 20



ฉลากรูปแบบเดิม



ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 28: การเปรียบเทียบฉลากเดิมและฉลากใหม่ของผลิตภัณฑ์หมุหวานแม่เรณู

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิม กับฉลากหมูหวานแม่เรณูที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน N=6

ผลการทดสอบ	คะแนนฉลากเดิม		คะแนนฉลากใหม่		คะแนนที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.50	0.54	4.33	0.81	1.83	0.75	5.96*
2. ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.33	0.51	4.00	0.63	1.16	0.51	7.90*
3. ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	3.00	0.63	4.16	0.98	1.16	1.16	2.44*
4. สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	0.51	4.00	1.09	1.66	1.03	3.95*
5. ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.33	0.51	3.66	0.51	1.33	1.03	3.16*
6. ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	1.50	0.54	4.16	1.16	2.66	1.36	4.78*
7. ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.16	0.98	4.16	1.16	2.00	1.78	2.73*
8. พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.16	0.75	4.33	0.81	2.16	1.32	3.99*
9. ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.33	0.51	3.66	0.81	1.33	1.03	3.16*
10. ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง	1.66	0.51	3.83	0.40	2.16	0.75	7.05*
11. ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.33	0.51	4.00	0.63	1.66	0.81	5.00*
12. ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.16	0.75	3.83	0.98	1.66	1.36	2.98*
13. ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.33	0.51	3.83	0.40	1.50	0.54	6.70*
รวม	2.23	0.59	4.02	0.81	1.73	1.04	4.42*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 20 พบว่าการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลาก หมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิมกับฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบใหม่ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสาร อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ รูปแบบใหม่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $t = 4.42$ ) โดยแตกต่างมากที่สุดคือตรา สัญลักษณ์ ( $t = 7.90$ ) ลำดับถัดมาคือฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง ( $t = 7.05$ ) ความพึงพอใจของต่อภาพรวมของฉลากสินค้า ( $t = 6.70$ ) ความสวยงามของฉลากสินค้า ( $t = 5.96$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน ( $t = 5.00$ ) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า มีความสวยงาม และเหมาะสม ( $t = 4.78$ ) พื้นหลังของฉลากสินค้ามีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t = 3.99$ ) สีของ ฉลากสินค้ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t = 3.95$ ) ฉลากสินค้ามีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องและ เหมาะสม ( $t = 3.16$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ( $t = 3.16$ ) ฉลากสินค้า แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t = 2.98$ ) ภาพประกอบบนฉลากสินค้ามีความสวยงาม เหมาะสม ( $t = 2.73$ ) และตัวอักษรบนฉลากสินค้าสามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย ( $t = 2.44$ ) ตามลำดับ

### วิจารณ์ผลการออกแบบและเปรียบเทียบความพึงพอใจของฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ หมูหวานแม่เรณู โดยภาพรวม

ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าหมูหวานแม่เรณูรูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับ ฉลากหมูหวานแม่เรณูรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมในระดับน้อย เนื่องจากลวดลายกราฟิกที่ไม่เข้ากับผลิตภัณฑ์และไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อมีการออกแบบใหม่ซึ่งพัฒนา และสะท้อนมาจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมอย่างสมดุลทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นเป็นระดับพอใจ มาก

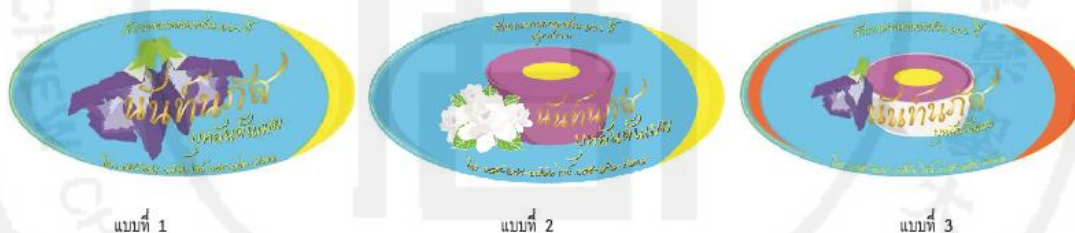
ในส่วนของการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบ ใหม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของตราสัญลักษณ์ ( $t = 7.90$ ) เนื่องจากมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีรูปแม่เรณูซึ่งเป็นเจ้าของสูตรอยู่กับดอกบัวซึ่งเป็น สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่นทำให้สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการออกแบบยังมีการใช้ ภาพประกอบที่เป็นตัวสินค้าจริงๆ ใช้สีที่สื่อถึงความสดใหม่ของเนื้อหมู (สีชมพู) ทำให้สามารถยกระดับ สินค้าได้เป็นอย่างดี

#### 5.4 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัส

หลังจากสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงสังเคราะห์ข้อมูลและสรุปเป็นประเด็นเพื่อออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสได้ดังนี้

- (1) ใช้สัญลักษณ์เป็นรูปขนมบุหลันดั้นเมฆ
- (2) ใช้รูปทรงวงรีรูปไข่ สื่อถึงส่วนผสมที่มาจากไข่
- (3) ใช้สีหวาน ๆ เช่น สีฟ้า เหลือง ม่วง เชื่อมกับขนม
- (4) ภาพประกอบเป็นรูปดอกมะลิ ดอกอัญชันและรูปทรงของขนมบุหลันดั้นเมฆ
- (5) ใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพจริง
- (6) กราฟิกแบบไทย ๆ สื่อถึงความโบราณ
- (7) ตัวอักษรอ่านง่าย มีความเป็นไทย อ่อนช้อย ชัดเจนสีทอง

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่สรุปเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการสร้างสรรคผลงานออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำนวน 3 แบบ โดยจัดทำแบบร่างคร่าว ๆ ด้วยดินสอ 2B และพัฒนาจนเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator Cs 6 เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินรูปแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดดังภาพ






**ภาพที่ 29** : แบบร่างละเอียดของฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

หลังจากออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 แบบและให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างรูปแบบของฉลากที่ออกแบบใหม่กับความต้องการ ด้วยแบบประเมินความสอดคล้อง ผลปรากฏว่าผู้มีส่วนร่วมประเมินฉลากสินค้ารูปแบบที่ 2 ว่าเป็นความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด (4 คะแนน) เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า เป็นรูปแบบที่สื่อถึงขนมบุหลันดั้นเมฆนันทน์ภัสได้ชัดเจนมากที่สุด เพราะเป็นขนมบุหลันดั้นเมฆสูตรพิเศษผสมน้ำลอยดอกมะลิภาพประกอบจึงควรใช้ดอกมะลิมากกว่าดอกอัญชัน อีกทั้งการออกแบบยังเชื่อมโยงสีกับผลิตภัณฑ์และฉลากรูปแบบเดิม มีการเพิ่มเติม

รายละเอียดตามความต้องการอย่างครบถ้วน รองลงมาคือแบบที่ 3 (2 คะแนน) และรูปแบบที่ 1 (-2 คะแนน) ดังตาราง 21

**ตาราง 21** ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณูที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.		1	2	3
2.		5	0	1
3.		3	2	1

หลังจากผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ ย้อนกลับให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากสินค้ารูปแบบเดิม ดังที่แสดงผลในตาราง 22



**ตารางที่ 22** ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากขนมบุหลันต้นเมฆเน้นทัศนภัสที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	4.00	พอใจมาก
2	ตราสัญลักษณ์(มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	4.50	พอใจมาก
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	4.16	พอใจมาก
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.00	พอใจมาก
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	3.66	พอใจมาก
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)	3.83	พอใจมาก
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	4.00	พอใจมาก
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	3.83	พอใจมาก
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	4.16	พอใจมาก
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	4.00	พอใจมาก
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	3.66	พอใจมาก
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.16	พอใจมาก
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	3.83	พอใจมาก
14	รวม	3.99	พอใจมาก

จากตาราง 22 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.99) โดยเฉพาะในส่วนของตราสัญลักษณ์ (4.50) รองลงมาคือ ตัวอักษรการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (4.16) ความสวยงามของฉลากสินค้าสี ภาพประกอบ การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง (4.00) ลวดลายกราฟิก พื้นหลัง ความพึงพอใจโดยรวม (3.83) การจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้องเหมาะสมและการสื่อถึงภูมิปัญญาตาม (3.66) ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากการออกแบบฉลากสินค้านี้รูปแบบใหม่ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนั้น ออกแบบเชื่อมโยงกับฉลากสินค้านี้รูปแบบเดิม โดยเฉพาะสี จึงทำให้เกิดความแตกต่างจากรูปแบบเดิมไม่มาก จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับมากแต่ไม่ถึงระดับมากที่สุด และมีบางส่วนที่ยังไม่น่าพอใจเท่าที่ควรคือการจัดวางองค์ประกอบและการสื่อถึงภูมิปัญญา อาจเพราะ

ภาพประกอบที่ใช้มีการจัดวางในรูปแบบใกล้เคียงแบบเดิมและไม่สื่อถึงภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณี ได้อย่างชัดเจน

(3) ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่

หลังจากสำรวจความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเสร็จแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจความพึงพอใจก่อนและหลังการออกแบบเปรียบเทียบเพื่อหาระดับความแตกต่างของความพึงพอใจ โดยผลการเปรียบเทียบดังปรากฏในตาราง 23



ฉลากรูปแบบเดิม



ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 30: เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมบุหลันคั้นนมรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่

ตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนันทน์รสเดิม กับฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนันทน์รสที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน N=6

ผลการทดสอบ	คะแนนฉลากเดิม		คะแนนฉลากใหม่		คะแนนที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.66	1.03	4.00	0.63	1.33	1.21	2.69*
2. ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.50	0.83	4.50	0.54	2.00	1.09	4.47*
3. ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.83	1.16	4.16	1.16	1.33	1.50	2.16 <sup>ns</sup>
4. สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.83	1.32	4.00	0.89	1.66	1.60	1.78 <sup>ns</sup>
5. ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.83	1.16	3.66	1.03	0.83	1.60	1.27 <sup>ns</sup>
6. ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	2.16	0.40	3.83	1.16	1.66	1.36	2.98*
7. ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.00	0.89	4.00	1.26	2.00	1.67	2.92*
8. พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	0.51	3.83	0.75	1.50	0.54	6.70*
9. ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.50	0.54	4.16	1.16	1.66	1.21	3.37*
10. ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง	2.66	1.03	4.00	1.09	1.33	0.81	4.00*
11. ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.66	0.51	3.66	1.03	1.00	0.63	3.87*
12. ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.50	0.54	4.16	0.98	1.66	0.81	5.00*
13. ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.50	0.83	3.83	0.93	1.33	1.21	2.69*
รวม	2.53	0.82	3.99	0.97	1.49	1.16	3.43*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตาราง 23 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนั้นทั้งรสรูปแบบเดิม กับฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนั้นทั้งรสรูปแบบใหม่ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $t=3.43$ ) และพบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อพื้นหลังของฉลากสินค้าแตกต่างกันมากที่สุด ( $t=6.70$ ) ลำดับถัดมาคือฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=5.00$ ) ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสม สวยงามเห็นชัดสะดุดตา ( $t=4.47$ ) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง ( $t=4.00$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน ( $t=3.87$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ( $t=3.37$ ) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้ามีความสวยงามและเหมาะสม ( $t=2.98$ ) ภาพประกอบบนฉลากสินค้ามีความสวยงามเหมาะสม ( $t=2.92$ ) ความสวยงามของฉลากสินค้า ( $t=2.69$ ) ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า ( $t=2.69$ ) ในส่วนของความพึงพอใจที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ตัวอักษรบนฉลากสินค้าสามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย ( $t=2.16$ ) สีของฉลากสินค้า ( $t=1.78$ ) และฉลากสินค้ามีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม ( $t=1.27$ )

#### **วิจารณ์ผลการออกแบบและเปรียบเทียบความพึงพอใจของฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ นั้นทั้งรสขนมบุหลันต้นเมฆ โดยภาพรวม**

ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนั้นทั้งรสรูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับฉลากขนมบุหลันต้นเมฆนั้นทั้งรสรูปแบบใหม่ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ฉลากสินค้ารูปแบบเดิมนั้น ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เนื่องจากไม่มีภาพประกอบที่สวยงามและไม่มีรูปผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงขนมบุหลันต้นเมฆน้ำลอยดอกมะลิอย่างชัดเจน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมกับฉลากสินค้ารูปแบบใหม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของพื้นหลังของฉลากสินค้ามีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t=6.70$ ) เนื่องจากมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีรูปขนมบุหลันต้นเมฆคู่กับรูปดอกมะลิ ซึ่งเป็นจุดเด่นของสูตรขนมบุหลันต้นเมฆนั้นทั้งรส แต่มีส่วนของฉลากสินค้าและการจัดวางองค์ประกอบที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งนี้เนื่องจากฉลากสินค้าเดิมมีการออกแบบโดยใช้สีฟ้าเป็นสีโดยรวม และเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากสินค้าใหม่ที่ยังคงใช้สีฟ้าแบบไล่โทนสีเหมือนฉลากเดิมจึงไม่เห็นความแตกต่าง อีกทั้งฉลากสินค้าเดิมได้มีการออกแบบโดยใช้

ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ อ่านได้ชัดเจนและจัดวางองค์ประกอบได้อย่างลงตัวอยู่แล้วเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากสินค้าใหม่ จึงเห็นความแตกต่างค่อนข้างน้อย

### 5.5 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108

หลังจากสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักเพื่อการออกแบบได้ดังนี้

- (1) มีความทันสมัย โดดเด่น
- (2) มีความเป็นพื้นบ้านแบบไทย ๆ กราฟิกสื่อถึงความเป็นพื้นบ้านไทย
- (3) ใช้ตัวอักษรสีเข้มชัดเจน เช่น สีส้ม สีเขียว สีส้ม สีดำ สีขาว สีแดงขนาด 7-28

พอยต์

- (4) พื้นหลังสีสดสื่อถึงความเป็นพริกที่มีรสชาติจัดจ้าน
- (5) ภาพประกอบสื่อถึงพริก แม่ค้า ครก
- (6) จัดวางองค์ประกอบโดยเน้นจุดสนใจตรงกลาง
- (7) โครงสร้างรูปทรงสี่เหลี่ยม สามารถพิมพ์เองที่บ้านและตัดติดเองได้ง่าย

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่สรุปเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำนวน 3 แบบโดยจัดทำแบบร่างคร่าว ๆ ด้วยดินสอ 2 B และพัฒนาจนเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator Cs 6 เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินรูปแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดดังภาพ



แบบที่ 1



แบบที่ 2






แบบที่ 3

ภาพที่ 31 : แบบร่างสมบูรณ์ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

หลังจากออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 แบบและให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างรูปแบบของฉลากที่ออกแบบใหม่กับความต้องการด้วยแบบประเมินความสอดคล้อง ผลปรากฏว่าผู้มีส่วนร่วมประเมินฉลากสินค้ารูปแบบแรกว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด (4 คะแนน) เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า เป็นรูปแบบที่เชื่อมโยงกับฉลากสินค้าและสื่อถึงความคึกคักน้ำพริกแม่ทองหล่อมากที่สุดมีการแก้ไขจุดบกพร่องของฉลากเดิมได้อย่างครบถ้วน รองลงมาคือแบบที่ 2 (3 คะแนน) และรูปแบบที่ 3 (-3 คะแนน) ดังตาราง

**ตารางที่ 24** ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.		4	2	0
2.		4	2	1
3.		0	3	3

หลังจากผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่งเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากสินค้ารูปแบบเดิม ดังที่แสดงผลในตาราง 25

**ตารางที่ 25** ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	4.50	พอใจมากที่สุด
2	ตราสัญลักษณ์( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดเจน)	4.33	พอใจมากที่สุด
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	4.33	พอใจมากที่สุด
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.66	พอใจมากที่สุด
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	4.50	พอใจมากที่สุด
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)	4.66	พอใจมากที่สุด
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	4.16	พอใจมาก
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	4.66	พอใจมากที่สุด
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	4.16	พอใจมาก
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	4.50	พอใจมากที่สุด
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	4.66	พอใจมากที่สุด
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.83	พอใจมากที่สุด
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	4.66	พอใจมากที่สุด
14	รวม	4.50	พอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 25 อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดเกือบทุกตัวบ่งชี้ (4.50) โดยเฉพาะในส่วนของการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (4.83) รองลงมาคือสีลวดลายกราฟิก พื้นหลังและการสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (4.66) ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการออกแบบฉลากสินค้านี้ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนผู้วิจัยได้ออกแบบตามความคิดเห็นและความต้องการของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและสมดุล อีกทั้งยังแก้ไขในส่วนที่ขาดหายไป เช่นการออกแบบที่สื่อถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่มีบางส่วนที่ยังมีความพึงพอใจในระดับดีมาก เช่น ภาพประกอบและการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากภาพประกอบมีความใกล้เคียงกันกับฉลากเดิม ที่ใช้พริกเป็นภาพประกอบหลักจึงมีความแตกต่างกันไม่มากเท่าที่ควร ในส่วนของการแสดงออกถึงการเป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อมนั้น เนื่องจากการออกแบบยังคงใช้สีที่สื่อถึงความเผ็ดร้อน จึงไม่สื่อถึงสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเลือกใช้กระดาษซึ่งเป็นวัสดุเดิมของผู้ประกอบการ หากมีการเปลี่ยนวัสดุพิมพ์เป็นกระดาษรีไซเคิลที่แม้ราคาจะถูกกว่า แต่จะต้องนำเข้าไปปริมาณมาก และทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นหลายเท่าตัว ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้วัสดุพิมพ์เดิมเพื่อประหยัดต้นทุนสำหรับการผลิตฉลากใหม่ของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงทำให้ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในระดับดีมาก แต่ไม่ถึงระดับดีมากที่สุด



ฉลากรูปแบบเดิม

ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 32: เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 รูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่



ตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 รูปแบบเดิม กับฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน N=6

ผลการทดสอบ	คะแนนฉลากเดิม		คะแนนฉลากใหม่		คะแนนที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสวยงามของฉลากสินค้า	2.50	0.83	4.50	0.54	2.00	0.63	7.74*
2. ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	2.50	0.54	4.33	0.81	1.83	0.75	5.96*
3. ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.00	0.89	4.33	0.51	2.33	1.21	4.71*
4. สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.50	0.54	4.66	0.51	2.16	0.98	5.39*
5. ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.66	0.81	4.50	0.54	1.83	0.98	4.56*
6. ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	3.00	0.63	4.66	0.51	1.66	0.81	5.00*
7. ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.66	0.51	4.16	0.75	1.50	0.54	6.70*
8. พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.66	0.51	4.66	0.51	2.16	0.98	5.39*
9. ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.50	0.54	4.16	0.75	1.50	1.04	3.50*
10. ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง	2.66	0.81	4.50	0.54	1.83	1.16	3.84*
11. ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.83	0.75	4.66	0.51	1.83	0.75	5.96*
12. ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.33	0.51	4.83	0.40	2.50	0.54	11.18*
13. ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.50	0.54	4.66	0.51	2.16	0.75	7.05*
<b>รวม</b>	2.56	0.64	4.50	0.56	1.94	0.85	5.92*

หมายเหตุ ns = แยกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05  
 \* = แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ตารางที่ 26 พบว่าการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 รูปแบบเดิม กับฉลากน้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 รูปแบบใหม่ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่าความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=5.92$ ) และพบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นและแตกต่างจากฉลากรูปแบบเดิมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในส่วนของ การแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=11.18$ ) ลำดับถัดมาคือความสวยงามของฉลากสินค้า ( $t=7.74$ ) ความพึงพอใจต่อภาพรวมของฉลากสินค้า ( $t=7.05$ ) ภาพประกอบบนฉลากสินค้ามีความสวยงามเหมาะสม ( $t=6.70$ ) ตราสัญลักษณ์ (มีความเหมาะสม สวยงามเห็นชัดสะดุดตา) ( $t=5.96$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน ( $t=5.96$ ) สีของฉลากสินค้า มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t=5.39$ ) พื้นหลังของฉลากสินค้ามีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t=5.00$ ) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้ามีความสวยงามและเหมาะสม ( $t=5.00$ ) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าสามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย ( $t=4.71$ ) ฉลากสินค้ามีการจัดวางองค์ประกอบที่เหมาะสม ( $t=4.56$ ) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง ( $t=3.84$ ) ตามลำดับ

#### **วิจารณ์ผลการออกแบบและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 โดยภาพรวม**

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้านำรูปแบบเดิมกับฉลากสินค้านำรูปแบบใหม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=11.18$ ) เนื่องจากการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีภาพประกอบแม่ทองหล่อถือครก ซึ่งเป็นจุดเด่นและจุดสนใจของฉลาก ในส่วนของตัวบ่งชี้อื่นๆ ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างในทุกตัวบ่งชี้เนื่องจากฉลากสินค้านำพริกแม่ทองหลอรูปแบบใหม่ ได้นำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีส่วนร่วมไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบอย่างเท่าเทียมและสมดุล



ภาพที่ 33: การนำผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อไปใช้จริง

### 5.6 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือ

หลังจากสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ความต้องการของผู้มีส่วนร่วมเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลจนสามารถสรุปเป็นแนวคิดหลักเพื่อการออกแบบได้ดังนี้

- (1) ตราสัญลักษณ์ควรเรียบ ๆ และมีภาพเกี่ยวกับขนมไทย
- (2) สีและตัวอักษรใช้รูปแบบเดิม แต่เพิ่มขนาดให้อ่านง่ายขึ้น
- (3) พื้นหลังใช้สีหวาน ๆ หรือสีขาว สะอาดตา
- (4) กราฟิกเรียบ ๆ เน้นโชว์ตราสัญลักษณ์ให้เด่น
- (5) ภาพประกอบใช้รูปขนมชิ้นทั้งรูปถ่าย และรูปกราฟิก

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่สรุปเป็นแรงบันดาลใจเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำนวน 3 แบบโดยจัดทำแบบร่างคร่าว ๆ ด้วยดินสอ 2 B และพัฒนาจนเป็นแบบร่างละเอียดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator Cs 6 เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินรูปแบบฉลากสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุดดังภาพ



แบบที่ 1




แบบที่ 2

แบบที่ 3

ภาพที่ 34: แบบร่างละเอียดฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

หลังจากออกแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่จำนวน 3 แบบและให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความสอดคล้องระหว่างรูปแบบของฉลากที่ออกแบบใหม่กับความต้องการด้วยแบบประเมินความสอดคล้อง ผลประเมินพบว่า ฉลากสินค้ารูปแบบที่ 2 มีความสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด (5 คะแนน) เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมให้เหตุผลว่า เป็นรูปแบบที่เรียบง่าย อ่อนหวานและเข้าได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับฉลากสินค้ารูปแบบเดิมมากที่สุด รองลงมาคือแบบที่ 1 (3 คะแนน) และรูปแบบที่ 3 (2 คะแนน) ดังตาราง

ตารางที่ 27 ค่าคะแนนความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้มีส่วนร่วมและรูปแบบฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.		3	3	0
2.		5	1	0
3.		3	2	1

หลังจากผู้มีส่วนร่วมเลือกรูปแบบฉลากสินค้าแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบฉลากสินค้ารูปแบบใหม่ ให้ผู้มีส่วนร่วมประเมินความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่งเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากสินค้านิรูปแบบเดิม ดังที่แสดงผลในตาราง

**ตารางที่ 28** ความพึงพอใจต่อรูปแบบฉลากขนมไทยทำเรือที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสาร  
อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ที่	รายการ	คะแนน	ระดับ
1	ความสวยงามของฉลากสินค้า	4.16	พอใจมาก
2	ตราสัญลักษณ์( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะอาดตา)	4.16	พอใจมาก
3	ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	3.50	พอใจมาก
4	สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	3.50	พอใจมาก
5	ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	4.33	พอใจมากที่สุด
6	ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)	4.00	พอใจมาก
7	ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	4.00	พอใจมาก
8	พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	3.16	พอใจปานกลาง
9	ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	4.50	พอใจมากที่สุด
10	ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง	4.16	พอใจมาก
11	ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	4.16	พอใจมาก
12	ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.83	พอใจมากที่สุด
13	ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	4.83	พอใจมากที่สุด
14	รวม	4.09	พอใจมาก

จากตารางที่ 28 สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.09) โดยเฉพาะในส่วนของ ความพึงพอใจในภาพรวมและการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (4.83) ถัดมาคือ การสื่อถึงความ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (4.50) ความสวยงาม ตราสัญลักษณ์ การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง และการสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน (4.16) ลวดลายกราฟิกและภาพประกอบ (4.00) ตัวอักษรและสีของฉลาก (3.50) ลำดับสุดท้ายคือพื้นหลังของฉลากสินค้า (3.16) ทั้งนี้เนื่องจากฉลากรูปแบบเดิมมีสีพื้นหลังที่เชื่อมโยงกับฉลากรูปแบบใหม่ จึงไม่มีความแตกต่างกันในส่วน ของสีพื้นหลัง ส่วนสีตัวอักษรของฉลากและความสวยงามโดยรวม แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา รูปแบบใหม่ แต่ก็ยังคงเชื่อมโยงกับตัวอักษรของฉลากเดิมไว้ผู้มีส่วนร่วมจึงรู้สึกมีความแตกต่างในแง่ของ ความรู้สึกน้อย ทั้งนี้มีหลายส่วนที่มีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นจากเดิมเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงให้

สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วม ได้แก่ ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม) ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม) ตราสัญลักษณ์ (มีความเหมาะสมสวยงาม เห็นชัดสะดุดตา) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียงฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ความพึงพอใจภาพรวมของฉลากสินค้าตามลำดับ



ฉลากรูปแบบเดิม



ฉลากรูปแบบใหม่

ภาพที่ 35 : เปรียบเทียบฉลากผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเร็วรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่

ตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมไทยทำเรื่อรูปแบบเดิม กับฉลากขนมไทยทำเรื่อที่ออกแบบ

โดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

N=6

ผลการทดสอบ	คะแนนฉลากเดิม		คะแนนฉลากใหม่		คะแนนที่เพิ่มขึ้น		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ความสวยงามของฉลากสินค้า	3.16	0.40	3.66	0.51	0.50	0.54	2.23 <sup>ns</sup>
2. ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)	3.33	0.51	4.16	0.75	0.83	0.75	2.71*
3. ตัวอักษรบนฉลากสินค้า (สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)	2.66	0.51	3.50	0.83	0.83	1.16	1.74 <sup>ns</sup>
4. สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.33	0.51	3.50	0.83	1.16	1.60	2.15 <sup>ns</sup>
5. ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)	2.50	0.54	4.33	0.51	1.83	0.75	5.96*
6. ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (มีความสวยงามและเหมาะสม)	2.66	0.51	4.00	0.89	1.33	0.81	4.00*
7. ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)	2.66	0.51	4.00	1.09	1.33	1.03	3.16*
8. พื้นหลังของฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)	2.50	0.83	3.16	0.40	0.66	1.03	1.58 <sup>ns</sup>
9. ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน	2.50	0.54	4.50	0.83	2.00	1.09	4.47*
10. ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ้มค่าและพอเพียง	2.50	0.54	4.16	0.75	1.66	1.21	3.37*
11. ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน	2.50	0.54	4.16	0.75	1.66	1.21	3.37*
12. ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น	2.33	0.51	4.83	0.40	2.50	0.54	11.18*
13. ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า	2.50	0.54	4.00	0.63	1.50	1.04	3.50*
<b>รวม</b>	<b>2.62</b>	<b>0.53</b>	<b>3.99</b>	<b>0.70</b>	<b>1.36</b>	<b>0.98</b>	<b>3.80*</b>

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ผลการวิเคราะห์ตาราง 29 พบว่าการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมไทยท่าเรือรูปแบบเดิม กับฉลากขนมไทยท่าเรือรูปแบบใหม่ที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนพบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ( $t=3.80$ ) และพบว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจที่แตกต่างต่อฉลากสินค้าด้านการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด ( $t=11.18$ ) ลำดับถัดมาคือฉลากสินค้ามีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม ( $t=5.96$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน ( $t=4.47$ ) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้ามีความสวยงามและเหมาะสม ( $t=4.00$ ) ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า ( $t=3.50$ ) ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง ( $t=3.37$ ) ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน ( $t=3.37$ ) ภาพประกอบบนฉลากสินค้ามีความสวยงาม เหมาะสม ( $t=3.16$ ) ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา ( $t=2.71$ ) และบางตัวบ่งชี้ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือความสวยงามของฉลากสินค้า ( $t=2.23$ ) สีของฉลากสินค้ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t=2.15$ ) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าสามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย ( $t=1.74$ ) และพื้นหลังของฉลากสินค้ามีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $t=1.58$ )

### วิจารณ์ผลการออกแบบและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ขนมไทยท่าเรือในภาพรวม

ฉลากขนมไทยท่าเรือที่ออกแบบโดยใช้กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับฉลากรูปแบบเดิมมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มากพอสมควร ( $t=3.80$ ) แต่มีบางจุดที่ไม่มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด เช่น ความสวยงาม สีของฉลากสินค้า ตัวอักษรบนฉลากสินค้า และพื้นหลังของฉลากสินค้า เนื่องจากก่อนการสำรวจได้มีการสอบถามและสัมภาษณ์ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากขนมไทยท่าเรือรูปแบบเดิมพบว่า ผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่พอใจกับความสวยงาม ตัวอักษร สี และพื้นหลังฉลากเดิม อีกทั้งผู้ประกอบการต้องการให้ออกแบบฉลากสินค้าใหม่โดยเปลี่ยนแปลงรูปแบบไม่มาก เพื่อป้องกันการสับสนของลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงคงรูปแบบบางอย่างของฉลากเดิมที่ติดอยู่แล้วเอาไว้ เช่น รูปแบบตัวอักษรขนาดใหญ่อ่านง่ายไว้อย่างเดิม สีชมพูและสีเขียวที่สื่อถึงขนมหวานไทยเป็นต้น

การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อฉลากสินค้านรูปแบบเดิมกับฉลากสินค้านรูปแบบใหม่พบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ 0.05 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=11.18$ ) เนื่องจากมีการออกแบบตราสัญลักษณ์ใหม่ที่มีขนมชั้นที่มีสีส้มสวยงาม วางบนใบตอง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ไทยและเป็นจุดเด่นและจุดสนใจของฉลาก ในส่วนของตัวบ่งชี้อื่นๆ พบว่ามีความ

แตกต่างเกือบทุกตัวบ่งชี้ มีเพียงบางส่วนที่ไม่มีความแตกต่าง เนื่องจากต้องการคงรูปแบบที่ดีอยู่แล้วของฉลากเดิมไว้ เช่นสีพื้นหลังที่เป็นสีขาว ตัวอักษรที่อ่านได้ง่ายและชัดเจนเป็นต้น



---

ภาพที่ 36: ผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเร็วที่นำฉลากสินค้าไปใช้จริง

---


# Objective 02

## Products Design

# การออกแบบ ฉลากสินค้า 01

**ข้าวเหนียวปลาสลิดผสมน้ำพริกเผาแม่สุมิ**

สิ่งถึงความนิยมข้าวเหนียวปลาสลิด และน้ำพริกเผา ใช้กินกับข้าว สลิม สีน้าตาล สีเหลือง โกรธสร้างรูปทรงของใส่รางวัล ลวดลายกราฟิกปลาสลิด ใช้สีสันฉูดฉาด ไม่เน้นเกินไป วัตถุประสงค์จำหน่ายรับรางวัลและตราสัญลักษณ์ขององค์กรที่มอบรางวัลให้ผลิตภัณฑ์ที่ วัตถุประสงค์ประกอบด้วยทั้งกลาง



**ขนมบุหลันดินเมฆบันกันกัล**

ใช้สัญลักษณ์เป็นรูปขนมบุหลันดินเมฆ ใช้รูปทรงวงรีรูปไข่ สีฟ้าสีส้มสีน้ำตาลจากไข่ ใช้สีหวาน ๆ เช่น สีฟ้า เหลือง ม่วง เขียวกับขนม ภาพประกอบเป็นรูปดวงกะสิ ดวงอาทิตย์และรูปทรงของขนมบุหลันดินเมฆ ใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพจริง กราฟิกแบบไทย ๆ สีฟ้าสีน้ำตาลกับภาพ ดวงจันทร์จันทร์ มีความเป็นไทย ชวนชวน ชัดเจนสีทอง



**หุญแป้น หุญปวย ชวนชิม**

\* มีรูปภาพประกอบมากกว่าฉลากเดิมและลวดลายกราฟิกให้ดึงดูดใจ ใช้ตัวอักษรที่ฉูดฉาด ชวนชิม ใช้สีที่เข้มและสีที่สีฉูดฉาดกับภาพ มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ใช้ภาพประกอบที่เป็นภาพจริง ๆ ไม่ควรจัดวางให้สีฉูดฉาดเกินไป




**น้ำพริกเผก่องหล่อล้าน 108**

มีความทันสมัย โดดเด่น มีความเป็นพื้นบ้านแบบไทย ๆ กราฟิกสื่อถึงความบันเทิงบ้านไทยใช้ตัวอักษรสีเข้มชัดเจน เช่นสีส้ม สีเขียว สีฟ้า สีขาว สีแดงขนาด 7-28 พวงศั ดันหลังสีสดสื่อถึงความเย็นพริก ที่รสชาติฉูดฉาด ภาพประกอบสื่อถึงพริก เผ้าคำ ครก จัดวางองค์ประกอบ โดยเน้นจุดสนใจตรงกลาง รูปทรงสี่เหลี่ยม สามารถพิมพ์ทั้งที่บ้านและตัดต่อได้ผ่าน



**หุญหวานแม่เรณู**

ทันสมัย โดดเด่น สดุดตา มีความเป็นสินค้า OTOP ใช้ตัวอักษรที่ฉูดฉาด ชวนชิม ใช้สีชมพู และสีน้ำตาล ใช้ภาพประกอบที่เกี่ยวกับสินค้าจัดวางองค์ประกอบให้สมดุลตา ใช้ภาพแม่เรณูเหมือนฉลากเดิม เมื่อให้ถึงความเด่นชัดและจัดวาง



**ขนมไทยกำเริอ**

ตราสัญลักษณ์ควรเรียบ ๆ และมีความเกี่ยวข้องกับขนมไทย และตัวอักษรใช้รูปแบบเดิม แต่เพิ่มขนาดให้จำง่ายขึ้น พื้นหลังใช้สีหวาน ๆ หรือสีขาว สดุดตา กราฟิกเรียบ ๆ เช่นใช้ตราสัญลักษณ์ให้เด่น ภาพประกอบใช้รูปแบบขึ้นทั้งรูปถ่าย และรูปกราฟิก




# ความพึงพอใจ ต่อฉลากใหม่ 02



# ข้อค้นพบ ที่โดดเด่น 03

- ผู้รับทราบความรู้อาการออกแบบ และแนวโน้มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนของผู้มีส่วนร่วม เป็นสิ่งสำคัญ
- สร้างความสมดุลระหว่าง ความคิดริเริ่มและข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม เน้นเสียงส่วนใหญ่ แบบประชาธิปไตย
- ระดมวัฒนธรรมท้องถิ่น กับปัญญาพื้นบ้าน ที่บ่งออก ถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 37 : แผนภาพสรุปผลการวิจัย บทที่ 5

## บทที่ 6

### ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการงานวิจัย

#### การบริการวิชาการและการเรียนการสอน

การบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอน เป็น วัตถุประสงค์ที่ 3 ของงานวิจัย โดยสาระสำคัญคือการให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ใน สถานการณ์จริง ประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเพื่อหาข้อมูลที่สำคัญสำหรับการออกแบบ สามารถคิดและ สร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นระบบ และสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนโดยประยุกต์ใช้วิชาชีพของ ตนเอง

ผลการบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสาร อย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ

1. การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมช่วยลดความมั่นใจเกินขอบเขต (ทิฐิ) หรือการคิดหมกมุ่นแต่ ความต้องการของตนเอง ความอยากเอาชนะ และการเห็นอกเห็นใจผู้อื่นโดยการเปิดใจรับฟังความคิดเห็น ของผู้อื่นอย่างเท่าเทียมซึ่งเป็นเรื่องยากของนักศึกษายุคตัวกูของกู (Generation Me)

2. การบูรณาการกระบวนการวิจัยกับการเรียนการสอนยังผลให้นักศึกษาเกิดความพึงพอใจใน ระดับมากที่สุด เนื่องจากได้มีส่วนร่วมกำหนดกระบวนการในทุกขั้นตอน และได้ฝึกการใช้ปฏิภาณไหว พริบเพื่อการแก้ปัญหา โดยเฉพาะในขั้นตอนการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) เนื่องจากทุกความคิด เห็นของผู้มีส่วนร่วมต่างมีความสำคัญเท่าเทียมกัน จึงต้องหาจุดกึ่งกลาง หรือความสมดุลของความ ต้องการเพื่อให้ได้ผลงานที่พึงพอใจต่อผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด

3. นักศึกษาได้เรียนรู้ว่า งานออกแบบที่ดีไม่ใช่งานออกแบบที่สวยงามที่สุด แต่เป็นงานออกแบบที่ สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด ดังนั้นเมื่อจบการศึกษาและออกไปทำงานด้าน ออกแบบกราฟิกจะทำให้ นักศึกษามีความเข้าใจในกระบวนการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของ ลูกค้ายิ่งขึ้น

4. กระบวนการเรียนรู้อย่างยั่งยืนต้องอาศัยอำนาจของการมีประสบการณ์ร่วม อันประกอบไป ด้วย 1) การเรียนรู้จากการทดลองทำอย่างเป็นระบบด้วยระเบียบวิธีวิจัย 2) การเรียนรู้จากสถานการณ์ จริงและ 3) การเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์และสนุกสนาน

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สรุปขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัยการบริการวิชาการและการเรียนการ สอนเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจดังภาพที่ 38



ภาพที่ 38 : ขั้นตอนการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## 6.1 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่บูรณาการการเรียนการสอน และการบริการวิชาการ ไปด้วยกัน โดยผู้วิจัยเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และสอนในรายวิชา MN 2003 การผลิตสิ่งพิมพ์ โดยมีนักศึกษาลงทะเบียนจำนวน 30 คน

วิชาการผลิตสิ่งพิมพ์ MN 2003 เป็นวิชาที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยจึงได้บูรณาการกระบวนการเรียนการสอน ในหัวข้อ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร การวางแผนผลิตสิ่งพิมพ์ การจัดทำต้นฉบับสิ่งพิมพ์และกระบวนการหลังการพิมพ์ โดยใช้ความรู้ด้านการวิจัยสอดแทรกไปในกระบวนการเรียนการสอน และกำหนดให้นักศึกษาลงพื้นที่พร้อมกับผู้วิจัยเพื่อสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านอาหารและสมุนไพรทั้ง 6 อำเภอในจังหวัดสมุทรปราการ จากนั้นจึงติดต่อสอบถามความต้องการจากผู้ประกอบการ ว่ามีความต้องการเข้าร่วมกับโครงการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ อย่างไร เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยและนักศึกษาได้ใช้เครื่องมือวิจัยเพื่อสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และออกแบบ



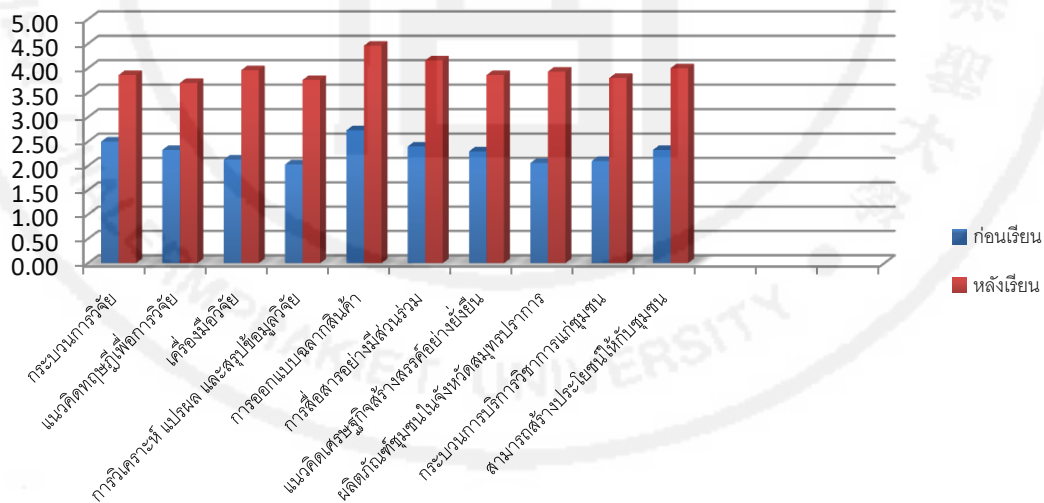
ภาพที่ 39: การประชุมเพื่อวางแผนงานและการลงพื้นที่สำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน

กระบวนการเรียนการสอนด้วยวิธีการบูรณาการกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการ ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ กระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์โดยใช้สถานการณ์จริง มีผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมคนอื่น ๆ เป็นผู้ให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่วมกันถ่ายทอดความรู้ ทำให้นักศึกษาร่างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเอง ฝึกการวิเคราะห์และแก้ปัญหาในการออกแบบได้จริง ทั้งยังเป็นการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในห้องเรียนให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และเป็นการทวนผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนว่ามีประสิทธิผลหรือไม่อย่างไร



ภาพที่ 40: การให้นักศึกษามีส่วนร่วมกับการวิจัยในทุกชั้นตอน

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการ พบว่านักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ กระบวนการวิจัย การประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎี การออกแบบเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล แปรผลข้อมูลเพื่อนำไปออกแบบฉลากสินค้า การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดของตนเอง รวมทั้งความรู้ ความเข้าใจ และประโยชน์ของการบริการวิชาการในความคิดของนักศึกษา ซึ่งเปรียบเทียบกับและหลังการเรียนการสอน โดยมีผลการเปรียบเทียบดังภาพที่ 41



ภาพที่ 41: แผนภูมิการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการเรียนรู้

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาที่เรียนรู้ด้วยการบูรณาการการเรียนการสอน การบริการวิชาการและการวิจัย

(N=30)

ประเด็นความรู้/ความเข้าใจ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		ความรู้ที่เพิ่มขึ้น		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	t
1. มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย	2.50	0.68	3.86	0.43	1.36	0.76	9.78*
2. มีความรู้ด้านการประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีเพื่อการวิจัย	2.33	0.54	3.70	0.53	1.36	0.80	9.25*
3. มีความรู้ด้านการออกแบบเครื่องมือวิจัย	2.13	0.68	3.96	0.71	1.83	0.91	11.00*
4. มีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย	2.03	0.61	3.76	0.62	1.73	0.73	12.83*
5. มีความรู้ด้านการออกแบบฉลากสินค้า	2.73	0.73	4.46	0.62	1.73	0.82	11.47*
6. มีความรู้ด้านการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม	2.40	0.72	4.16	0.59	1.76	0.93	10.34*
7. มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	2.30	0.79	3.86	0.50	1.56	0.89	9.56*
8. มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ	2.06	0.78	3.93	0.58	1.86	0.89	11.36*
9. มีความเข้าใจในกระบวนการบริการวิชาการแก่ชุมชน	2.10	0.92	3.80	0.61	1.70	0.83	11.12*
10. สามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ	2.33	0.75	4.00	0.58	1.66	0.71	12.83*
รวม	2.29	0.72	3.94	0.57	1.65	0.82	10.95*

หมายเหตุ ns = แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\* = แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 30 สรุปได้ว่าผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้ของนักศึกษาที่เกิดจากการบูรณาการการเรียนการสอน วิจัยและการบริการวิชาการในรายวิชาการผลิตสิ่งพิมพ์ (MN 2003) แตกต่างและเพิ่มขึ้นจากเดิมในทุกตัวบ่งชี้ ( $t=10.95$ ) โดยก่อนการเรียนรู้นักศึกษามีความรู้เฉลี่ยในทุกตัวบ่งชี้อยู่ที่ ( $\bar{X} = 2.29$ , S.D. = 0.72) ซึ่งเป็นความรู้ที่อยู่ในระดับน้อย และมีทิศทางความรู้ค่อนข้างกระจายตัวแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แต่หลังการเรียนรู้นักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นหลังเรียนในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.57) ซึ่งอธิบายได้ว่าความรู้ของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก และมีทิศทางความรู้กระจายตัวน้อย นั่นแปลว่าหลังการเรียนรู้นักศึกษามีความรู้ใกล้เคียงกันมากกว่าก่อนเรียน และเมื่อนำความรู้ก่อนและหลังการเรียนรู้นักศึกษามาเปรียบเทียบความรู้ (ก่อนเรียน-หลังเรียน) พบว่ามีความรู้เฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น ( $\bar{X} = 1.65$ , S.D. = 0.82) และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ ( $\bar{X} = 1.86$ , S.D. = 0.89) เป็นความรู้ที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด

เมื่อนำมาเปรียบเทียบโดยใช้สถิติ T-Test พบว่าตัวบ่งชี้ในด้านความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย ( $t = 12.83$ ) และตัวบ่งชี้ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ ( $t = 12.83$ ) มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 มากที่สุด เนื่องจากก่อนการเรียนการสอนวิชา MN 2003 นักศึกษาไม่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัยเพื่อการออกแบบ เพราะการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบที่เคยเรียนมาก่อนหน้านี้ จะใช้กระบวนการเรียนการสอนแบบจำลองสถานการณ์ (Simulation Learning) เริ่มจากรับคำสั่ง (Design Brief) จากอาจารย์แล้วออกแบบตามกระบวนการออกแบบที่เรียนมา ไม่ต้องสำรวจหาข้อมูลหรือสอบถามความต้องการจากลูกค้า ผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสถานการณ์จริง

#### **วิจารณ์การวัดผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการในภาพรวม**

นักศึกษามีความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ในทุกตัวบ่งชี้ โดยเฉพาะตัวบ่งชี้ในด้านความรู้เกี่ยวกับการวิจัย เนื่องจากก่อนการเรียนการสอนวิชา MN 2003 นักศึกษาไม่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัยเพื่อการออกแบบ เพราะการเรียนการสอนเกี่ยวกับการออกแบบที่เคยเรียนมาก่อนหน้านี้ จะใช้กระบวนการเรียนการสอนแบบจำลองสถานการณ์ (Simulation Learning) เริ่มจากรับคำสั่ง (Design Brief) จากอาจารย์แล้วออกแบบตามกระบวนการออกแบบที่เรียนมา ไม่ต้องสำรวจหาข้อมูล หรือสอบถามความต้องการจากลูกค้า ผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสถานการณ์จริง

เมื่อนักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการวิจัย ที่ผู้วิจัยได้บูรณาการในวิชาการผลิตสิ่งพิมพ์ ทำให้นักศึกษาต้องนำกระบวนการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อสำรวจข้อมูล ก่อนนำมาสรุปและวิเคราะห์จนตกผลึก จึงจะสามารถนำไปออกแบบตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้า ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนั้นนักศึกษาจึงได้เรียนรู้กระบวนการวิจัย กระบวนการบริการวิชาการ ไปพร้อม ๆ กับกระบวนการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ ส่งผลให้ทุกตัวบ่งชี้มีผลสัมฤทธิ์ต่อการเรียนรู้ของนักศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเพิ่มขึ้นจากเดิมในระดับมากที่สุดทุกตัวบ่งชี้

## 6.2 ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการ

1) นักศึกษาคิดว่าจุดเด่น จุดด้อยของการเรียนการสอนโดยบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการคืออะไร

### 1.1) จุดเด่น

"การสอนแบบบูรณาการทำให้เกิดความหลากหลายในการเรียน ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนมากขึ้น ได้แสดงออกในการเรียนมากขึ้นสามารถนำการเรียนรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริงได้"

"เป็นกระบวนการการเรียนการสอนที่ทำให้การเรียนการสอนของตัวผู้สอนและนักศึกษาเป็นระบบระเบียบ สนุกสนานท้าทาย และได้ออกไปศึกษาจากแหล่งข้อมูลจริง"

"ได้นำความรู้ที่ได้ศึกษามาไปใช้ออกแบบจริง ให้กับผู้ประกอบการ"

"มีกระบวนการเรียนการสอนที่ดีและมีประสบการณ์เข้าใจวิชาการ"

"ได้นำวิชาความรู้ที่เรียนมาไปปฏิบัติกับสถานการณ์จริง"

"มีขั้นตอนการทำงานที่ถูกต้องชัดเจนและมีแหล่งข้อมูลจริง"

"การสอนโดยใช้ความคิดร่วมกัน เห็นด้วยไม่เห็นด้วยและนักศึกษาสามารถเสนอแนะแสดงความคิดเห็นเป็นส่วนร่วม"

"ทำให้เรามีความรู้ในส่วนของการวิจัยเพิ่มมากขึ้นในเชิงวิชาการ"

"มีการติดต่อสื่อสารกับชุมชนมากขึ้น เจอผู้คนที่หลากหลายมากขึ้น ใช้ความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีความเข้าใจในท้องถิ่น ได้เรียนรู้กระบวนการคิดและกระบวนการออกแบบกับผู้คนที่หลากหลาย เรื่อง อายุ ความเป็นมา การตลาดสมัยใหม่"

### 1.2) จุดด้อย

"อาจจะทำให้เรียนเนื้อเรื่องหลักได้ช้า ไม่ลึกเท่าที่ควร เพราะการสอนแบบบูรณาการต้องมีเนื้อหาหลาย ๆ อย่างมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดการเรียนรู้"

"เนื่องจากเป็นเรื่องที่ยังสามารถทำความเข้าใจได้ยากและซับซ้อนนักศึกษาจึงต้องการคำแนะนำที่ชัดเจน ทำให้ต้องถามข้อมูลจากอาจารย์และผู้มีส่วนร่วมบ่อยมาก"

"เนื่องจากผลงานออกแบบนำไปใช้จริง จึงทำให้มีกระบวนการที่ยุ่งยากและลำบาก"

"บางเรื่องยังไม่สามารถเข้าใจอย่างลึกซึ้งจึงอยากได้คำแนะนำที่ดีและชัดเจนมากกว่านี้"

"ได้ทำงานภาคปฏิบัติมากกว่าภาคทฤษฎี"

"เกิดข้อผิดพลาดง่ายเพราะกระบวนการค่อนข้างละเอียดและมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน"

"อาจมีระยะเวลาอันสั้นในการเรียนในเชิงบูรณาการ"

"ข้อมูลมีความหลากหลาย แตกต่าง"

2) นักศึกษาคิดว่าการเรียนการสอนโดยการบูรณาการกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการมีควรปรับปรุงตรงไหนหรือไม่อย่างไร

"ควรมีระยะเวลาในการจัดทำงานวิจัยที่แน่นอนสำหรับทุกสาขาวิชา หรืออาจอธิบายเกี่ยวกับการทำหัวข้อวิจัยให้นักศึกษาได้รับทราบข้อมูลอย่างลึกก่อนการปฏิบัติงาน อาจมีตัวอย่างงานวิจัยที่สมบูรณ์ของรุ่นพี่ให้นักศึกษาได้ดูเป็นแนวทางตัวอย่าง"

"ควรปรับปรุงเนื้อหาให้นักศึกษาสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและเข้าใจด้วยตนเอง หรือไม่ก็ให้บุคคลที่สอนแนะนำเพียงเล็กน้อยนักศึกษาก็สามารถที่จะดำเนินการต่อได้เอง"

"ปรับปรุงในการลงพื้นที่การบริการวิชาการให้กับทางผู้ประกอบการ เนื่องจากทางผู้ประกอบการบางท่านอาจจะยังไม่เข้าใจในกระบวนการนี้หรือไม่ได้ให้ความสนใจกับการออกแบบโลโก้หรือบรรจุภัณฑ์สินค้า ทำให้ผู้ประกอบการบางท่านไม่ให้ความร่วมมืออย่างที่ดี ดังนั้นควรที่จะมีการเผยแพร่ข้อมูลหรือบอกกล่าวกับผู้ประกอบการให้เข้าใจในเรื่องการบริการวิชาการว่าเป็นอย่างไร"

"ควรมีเนื้อที่เข้าใจอย่างลึกซึ้งและเข้าใจได้ง่ายเพื่อให้นักศึกษาได้นำใช้ความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่เรียนจากการเรียนการสอน"

"จากที่ผ่านมามีคิดว่า งานด้านการปฏิบัติลงพื้นที่จริงมีจำนวนครั้งมากกว่างานทฤษฎีในห้อง ทำให้บางครั้งชิ้นงานที่มีข้อผิดพลาดแก้ไขได้ไม่ตรงจุด เพราะด้วยเวลาที่มีจำกัดทำให้ทำงานไม่ทัน งานใหม่เข้ามาทำให้ต้องรีบทำงานเก่าให้เสร็จ จึงก่อให้เกิดข้อผิดพลาดแก่งาน"

“จากที่ผ่านมามีคิดว่า อาจไม่จำเป็นต้องปรับปรุงเพราะเป็นการให้นักศึกษาได้ลงมือทำจริงซึ่งส่งผลประโยชน์แก่ตัวนักศึกษาที่จะต้องมีการนำกระบวนการวิจัย หรือการบริการวิชาการไปใช้ในการทำงานในชีวิตจริง”

“ไม่ควรปรับปรุงเพราะการเรียนนี้ทำให้เรามีความรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าในห้องเรียน”

3) การออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมมีข้อดี ข้อเสียอย่างไร

3.1) ข้อดี

"ทำให้รับข้อมูลได้หลายทาง ได้รับข่าวสารจากหลายแหล่งข่าวสาร"

"มีความหลากหลายของผู้เข้าร่วมและมีความหลากหลายทางความคิดเห็นมากขึ้น ส่งผลให้แนวความคิดเป็นไปในทางที่เหมาะสม"

"การได้สร้างสรรค์ผลงานออกมาตามที่ต้องการของทางผู้ประกอบการและยังผ่านความคิดเห็นของบุคคลอื่น ๆ อีก ทำให้ผลงานที่ออกแบบนั้นประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี"

"ทำให้เรากับผู้ประกอบการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างตรงไปตรงมา"

"ได้มีการนำเสนอแนวคิดให้กับผู้ประกอบการและสอบถามความต้องการของเขา"

"ถ้าเป็นงานกลุ่มการแชร์ความคิดกันจะช่วยลดเวลาในการทำงานได้ และได้งานที่มีคุณภาพ ผลงานก็ Happy ทุกฝ่าย"

"ได้ความรู้จากคนทั่วไปที่ไม่มีความรู้ในเรื่องการออกแบบเป็นอีกมุมมองของคนกลุ่มนี้"

"สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งทางการค้าได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้และยอมรับสินค้ามากขึ้น"

3.2) ข้อเสีย

"อาจทำให้เกิดการสื่อสารที่คลาดเคลื่อน ไม่ชัดเจน"

"เทคโนโลยีในการสื่อสารต้องมีความเหมาะสม มีผู้นำ มีงบประมาณ และต้องมีผลสรุปชัดเจน"

"บางครั้งความต้องการของผู้มีส่วนร่วมไม่ตรงกันทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา"

"ในการทำงานบางครั้งไม่สามารถทำงานอย่างที่มีส่วนร่วมต้องการได้"

"ถ้าผู้ให้ข้อมูลสื่อสารไม่ถูกต้องครบถ้วนก็จะทำให้ข้อมูลนั้นผิดเพี้ยนและผู้ออกแบบจะไม่สามารถนำไปใช้ได้"

“คนไทยไม่ค่อยเสนอความคิดมากเท่าไรนอกจากหัวหน้ากลุ่ม และหัวหน้ากลุ่มบางท่านใช้ความคิดตัวเองเป็นหลัก”

“บางคนที่ไม่รู้ในเรื่องออกแบบจริงๆ ไม่เข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเลย”

“ความคิดเห็นในแต่ละด้านไม่ตรงกัน แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง เจ้าของสินค้าอาจจะไม่สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ เห็นความคิดของดีที่สุด การออกแบบอาจไม่เป็นผลเท่าที่ควร”

#### 4) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีประโยชน์อย่างไรกับการออกแบบ

“สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับผลงานที่เราจะทำได้อย่างมีความสร้างสรรค์ เป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าทางสินค้าที่มาจากความคิดการออกแบบ ทำให้สามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาสร้างสรรค์ผลงานให้ออกมาเป็นสินค้าได้ อีกทั้งยังเป็นการนำเอาของใกล้ตัวออกมาทำเป็นผลงานที่มีมูลค่าได้”

“เป็นการเปิดแนวทางใหม่ๆ ในการออกแบบให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถพัฒนาให้การออกแบบหลากหลายมากขึ้น”

“ได้นำความรู้ที่ได้รับและได้ศึกษามา ไปใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถนำไปใช้ได้จริง”

“การออกแบบที่ยั่งยืนเป็นการออกแบบให้กับชาวบ้าน ชุมชน หรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการ เพื่อให้เขาสามารถนำไปต่อยอด และสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม”

“การออกแบบที่ยั่งยืนเป็นการออกแบบที่สามารถ นำไปใช้ได้ยาวนานโดยไม่ต้องทำการออกแบบหลายๆรอบ สามารถส่งผลดีต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค ที่สามารถจำรูปลักษณ์ได้ เพราะมีการใช้การออกแบบเดียวและอยู่ได้ยาวนาน”

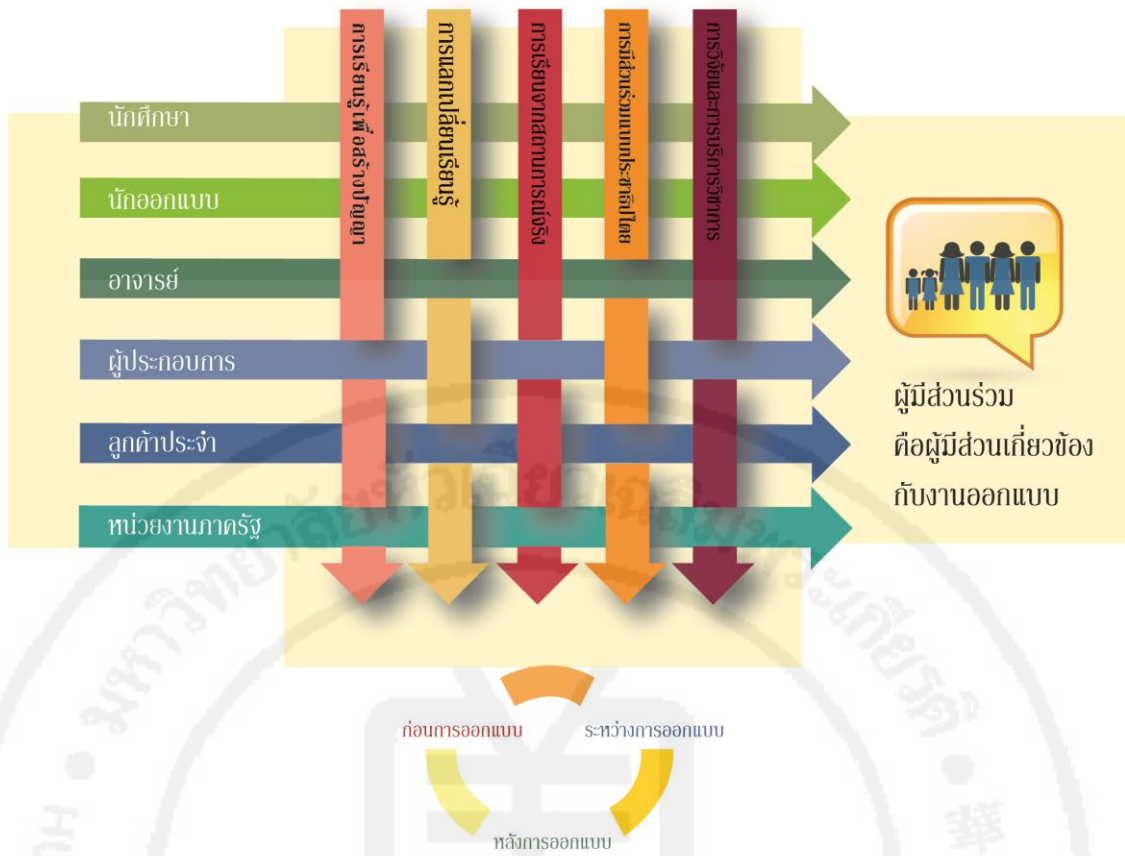
“แนวคิดนี้ช่วยเพิ่มมูลค่าของงานออกแบบและนำมาพัฒนาต่อยอดได้อีกด้วยที่สำคัญที่สุดคือมีประโยชน์ช่วยทางเศรษฐกิจและทางด้านสังคมให้ดีขึ้นได้”

“เป็นการออกแบบโดยวิจัยข้อมูลต่างๆ ก่อนที่จะลงมือทำทำให้มีประโยชน์ในเรื่องของการออกแบบระยะยาวในตัวแบรนด์ เพราะเป็นการออกแบบอย่างถูกจุดวิธีไปในทิศทางเดียวกัน”

“สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม บางครั้งค่าใช้จ่ายอาจเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรได้ดี มีการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบท้องถิ่นมากขึ้น สามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้”

### วิจารณ์ผลการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการโดยภาพรวม

นักศึกษาตอบสนองต่อกระบวนการเรียนการสอน ที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการเป็นอย่างดี โดยสามารถเข้าใจถึงจุดเด่นของกระบวนการเรียนการสอนว่า เป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ได้ความรู้หลากหลาย สนุกสนานท้าทาย เนื่องจากนักศึกษาต้องฝึกแก้ปัญหาและออกแบบด้วยการพยายามปรับความสมดุลระหว่างความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด นักศึกษาชอบและสนใจในรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการเนื่องจากโดยปกติแล้ว การเรียนการสอนวิชาผลิตสิ่งพิมพ์ (MN2003) จะเรียนในห้องเรียน โดยนักศึกษารับโจทย์จากอาจารย์ที่สมมุติสถานการณ์จำลองให้ ซึ่งแตกต่างจากการเรียนการสอนที่บูรณาการการวิจัยและการบริการวิชาการ โดยนักศึกษาต้องลงพื้นที่พร้อมกับอาจารย์เพื่อติดต่อประสานงานผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมเพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการ อีกทั้งนักศึกษายังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการสนทนากลุ่มย่อย ทำให้นักศึกษาได้ฝึกความกล้าในการแสดงออก และฝึกประสบการณ์การทำงานด้านการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนร่วม อีกทั้งยังได้ตระหนักถึงคุณค่าของตนเองจากการบริการวิชาการที่เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะการออกแบบที่มีเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อนี้สามารถสรุปเป็นแบบจำลองการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ ด้วยกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบอย่างยั่งยืน และแผนภาพอย่างง่าย (Infographics) เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้นดังแบบจำลองการบูรณาการการเรียนการสอนและแผนภาพสรุปผลการวิจัยบทที่ 6



การบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ  
ด้วยการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบอย่างยั่งยืน

ภาพที่ 42: แบบจำลองการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบอย่างยั่งยืน

จากแบบจำลองสามารถอธิบายรายละเอียดขององค์ประกอบที่เกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาผ่านแบบจำลองการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการออกแบบอย่างยั่งยืนซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 2 ประการตัวแปรแรกคือ 1) ผู้มีส่วนร่วมภายในวิชาชีพออกแบบ (Inside Party) ได้แก่ นักศึกษาที่ศึกษาด้านการออกแบบ นักออกแบบมืออาชีพและอาจารย์ผู้สอนด้านออกแบบ 2) ผู้มีส่วนร่วมภายนอกวิชาชีพออกแบบ แต่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับสิ่งที่จะออกแบบ (Outside Party) ได้แก่เจ้าของที่ต้องการผลงานออกแบบ/เจ้าของสินค้า องค์กร หรือบริการ ลูกค้าประจำของสินค้า/บริการ หรือผู้ใช้จริงและ หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนสนับสนุน หรือกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น ตัวแปรที่สุดท้ายคือ กระบวนการเรียนรู้ที่ต้องถ่ายโอนระหว่างผู้มีส่วน

ร่วมเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ องค์ความรู้และมิติการมองที่แตกต่างประกอบด้วย 1) กระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการ 2) การมีส่วนร่วมกับผลงานอย่างประชาธิปไตย 3) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง 4) การเรียนรู้จากกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 5) การสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตัวผู้เรียน ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้

### 1) กระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการ

กระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการเป็นกระบวนการที่ผู้สอนบูรณาการเข้าไปในการเรียนการสอนอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่สอดแทรกในเนื้อหาที่สอน แม้วิชาที่ผู้วิจัยสอนเป็นวิชาการผลิตสิ่งพิมพ์ MN2003 แต่สามารถบูรณาการกระบวนการวิจัยลงไปในเรื่องตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิตสิ่งพิมพ์ โดยเริ่มจากการสอนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยก่อน เช่น แนวคิดการออกแบบสิ่งพิมพ์ แนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง) เพื่อปูทางให้นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับวิธีการคิดเพื่อการออกแบบเสียก่อน จากนั้นจึงสอนวิธีการค้นหาปัญหาของชุมชนและสังคมเพื่อนำความรู้ด้านการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่นำไปแก้ไขปัญหา การสร้างสมมติฐาน การออกแบบวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการออกแบบสิ่งพิมพ์ด้วยกระบวนการวิจัย (บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย) เมื่อนักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและตระหนักถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการออกแบบสิ่งพิมพ์ด้วยกระบวนการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้สอนเกี่ยวกับจรรยาบรรณนักวิจัยและนักออกแบบ ระเบียบวิธีวิจัย การสร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อค้นหาคำตอบที่ต้องการ การวิเคราะห์ข้อมูล การสรุปตัวอย่างและหาประชากร (บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย)

เมื่อนักศึกษามีความรู้จนถึงขั้นตอนการสรุปตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้ให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย จากนั้นนักศึกษาและผู้วิจัยได้ลงคะแนนเสียงเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ชุมชนและสรุปได้ว่า เลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารและสมุนไพร จากนั้นจึงร่วมกันกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ต้องการ และให้นักศึกษาลงพื้นที่เพื่อติดต่อพัฒนาการจังหวัดและสภาเกษตรกรจังหวัดพร้อมกับผู้วิจัย จากนั้นจึงคำแนะนำและขอความร่วมมือให้เจ้าหน้าที่พัฒนาจังหวัดและสภาเกษตรกรจังหวัดเป็นผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ที่สำคัญคือการขอรายชื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อติดต่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อได้



รายชื่อเสร็จแล้วผู้วิจัยได้ให้นักศึกษามีส่วนร่วมเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการ และเก็บข้อมูลรวมถึงออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกระบวนการวิจัยจนจบโครงการ

## 2) การมีส่วนร่วมอย่างเป็นประชาธิปไตย

คือการให้นักศึกษาสมัครใจให้มีการบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการ ในการเรียนการสอน โดยสอบถามถึงความต้องการของนักศึกษาว่าอยากมีส่วนร่วมกับโครงการหรือไม่ อย่างไร เมื่อนักศึกษามีความสนใจและต้องการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการแล้ว ผู้วิจัยได้ให้นักศึกษามีส่วนร่วมกับโครงการทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนโครงการ การติดต่อประสานงาน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การลงพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูล การสรุปข้อมูลเพื่อนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ การเป็นส่วนหนึ่งเพื่อตัดสินใจเลือกรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการ ตลอดจนการประเมินความพึงพอใจและการส่งมอบผลงานให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นประชาธิปไตยจะสามารถลดทิวทัศน์ของนักศึกษาลงได้ เนื่องจากนักศึกษาจำเป็นจะต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมและสมดุลระหว่างความต้องการและความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมที่หลากหลายอย่างเท่าเทียม

## 3) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง

ปกติการเรียนการสอนด้านการออกแบบสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์จะเรียนรู้ด้วยการจำลองสถานการณ์ (Simulation) โดยอาจารย์ผู้สอนจะให้กำหนดโจทย์ หรือดีไซน์บรีฟ (Design Brief) อันประกอบไปด้วย 1) ชื่อสินค้า/องค์กร 2) ภูมิหลังของสินค้า/องค์กร 3) สภาพปัญหาและความต้องการ 4) วัตถุประสงค์ของการออกแบบ 5) กลุ่มเป้าหมาย อันประกอบไปด้วย ลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะทางจิตภาพ 6) แนวความคิดในการออกแบบ 7) สิ่งสนับสนุนแนวความคิด 8) จะสื่อบุคลิกภาพของงานอย่างไร อันประกอบไปด้วย ภาพประกอบ สี ตัวอักษร วัสดุ และโครงสร้าง แต่การเรียนรู้โดยการบูรณาการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ จะทำให้นักศึกษาได้สร้างเสริมประสบการณ์จริง ได้เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ฝึกการแก้ปัญหาด้วยไหวพริบ ได้สังเกตพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (ลักษณะทางกายภาพและจิตภาพ) เพื่อให้สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการของผู้มีส่วนร่วม



ภาพที่ 43 : การเรียนรู้จากสถานการณ์จริงของนักศึกษา

#### 4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เป็นกระบวนการถ่ายโอนความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วมในงานออกแบบ ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนโดยใช้กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ APPRECIATE Model (อัจฉรา ศรีพันธ์. 2557) ซึ่งประกอบไปด้วย หลักการถ่ายโอน 10 ประการได้แก่

**4.1) Attraction** หมายถึง การดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้เข้าสู่กระบวนการถ่ายโอนความรู้ ทั้งการเป็นผู้ถ่ายโอนความรู้ให้ผู้อื่น และการเป็นผู้รับความรู้

**4.2) Participation** หมายถึง การมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายโอนความรู้ตั้งแต่กำหนดกระบวนการเรียนรู้ ความต้องการ ตลอดจนการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มจนจบโครงการเรียนรู้

**4.3) Practical** หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ด้านการออกแบบของนักศึกษาไปปฏิบัติงานได้จริง และตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งผู้มีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ

**4.4) Relation** หมายถึง ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษา อาจารย์และผู้มีส่วนร่วมกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี สิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

**4.5) Education** หมายถึง คือการศึกษาที่ครอบคลุมการศึกษาทั้ง 3 รูปแบบ คือ 1) การศึกษาในระบบที่นักศึกษาต้องเรียนรู้ในห้องเรียนกับอาจารย์ผู้สอน 2) การศึกษานอกระบบ ที่นักศึกษาต้องค้นคว้าความรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หรือหนังสือ และ 3) การศึกษาตามอัธยาศัย ที่นักศึกษาได้เรียนรู้จากแหล่งข้อมูลจริง และการถ่ายโอนความรู้ระหว่างผู้มีส่วนร่วม

**4.6) Culture** หมายถึง วัฒนธรรมท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละอำเภอ เช่น ประเพณีการโยนบัวของอำเภอบางพลี หรือวัฒนธรรมอาหารไทยและขนมไทย ซึ่งนักศึกษาจะเรียนรู้จากผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมท่านอื่น ๆ

**4.7) Integration** หมายถึง การบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**4.8) Activity** หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและนักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกิจกรรม

**4.9) Technology** หมายถึง โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการออกแบบของนักศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

**4.10) Environment** หมายถึง การออกแบบของนักศึกษาโดยคำนึงถึงการใช้วัสดุอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง การนึกถึงสภาพแวดล้อม และการออกแบบโดยใช้สีที่สื่อถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น สีเขียว สีน้ำตาล สีน้ำเงิน

## 5) การเรียนรู้เพื่อสร้างปัญญา (Constructionism)

เป็นกระบวนการสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตัวผู้เรียนเอง โดยมีแนวคิดหลักที่ว่า “การเรียนรู้ที่ดีที่สุดจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการสร้างบางสิ่งบางอย่างที่สัมผัสได้ และมีความหมายกับตนเอง” ในที่นี้จึงหมายถึงนักศึกษาจะเรียนรู้ได้ดีที่สุดก็ต่อเมื่อได้มีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณ์ชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน โดยการสร้างองค์ความรู้ใหม่ของนักศึกษาต้องอาศัยหลักการสำคัญของการสร้างองค์ความรู้ 3 ประการ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2552)

5.1 การเรียนรู้จากการแก้ปัญหาและการทดลองทำด้วยตัวผู้เรียนเอง

5.2 การเชื่อมโยงความรู้ใหม่เข้ากับสิ่งที่เคยเรียนรู้มาก่อนแล้ว

5.3 การนำความรู้ที่มีอยู่เดิมไปใช้เพื่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ ต่อไป

ดังนั้นกระบวนการเรียนรู้ด้วยการบูรณาการงานวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนจึงทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ใหม่ สามารถสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองได้ และมีประสบการณ์ทั้งด้านวิชาการ และด้านวิชาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ ดังแผนภาพที่ 44



## Objective 03

### Integration Learning

**ได้นำความรู้  
ที่เรียนไปออกแบบ  
และใช้ประโยชน์จริง**



**01  
ความคิดเห็นของนักศึกษา**  
ที่มีต่อกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการ  
กระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการ

ได้มีส่วนร่วมในการแสดง  
ความคิดร่วมกับผู้คนที่  
หลากหลาย ทำให้เกิดการ  
สร้างองค์ความรู้ใหม่  
และยอมรับความคิดเก็บ  
ที่แตกต่าง






**นักศึกษาได้เรียนรู้ว่า  
การออกแบบที่ยั่งยืน  
เป็นการออกแบบที่คำนึงถึง  
ชุมชน หรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการ  
เพื่อที่เขาสามารถนำไปใช้ได้  
และสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ก่อให้เกิด  
ประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม**

**ได้เรียนรู้จาก  
แหล่งข้อมูลจริง  
สนุก ทำง่าย**

**มีข้อเสียใช้เวลา  
การเพิ่มระยะเวลามากกว่านี้  
เพื่อให้ออกแบบที่ดีที่สุด**





**02  
ผลสัมฤทธิ์  
ของการเรียนรู้**


เปรียบเทียบก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วย  
กระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการ  
กระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการ

ก่อนเรียน (purple)  
หลังเรียน (yellow)

**03 ข้อค้นพบ  
โดดเด่น**



**01 สดทึฐ ความมั่นใจมากขึ้น**  
และลดการหมกมุ่นแต่ความต้องการของตนเอง  
ทำให้เปิดใจรับฟังและเห็นอกใจผู้อื่นมากขึ้น



**02 กระบวนการเรียนรู้ได้อย่างยั่งยืนต้องอาศัย  
อำนาจของการมีส่วนร่วม  
อันประกอบไปด้วย 1) การเรียนรู้จากการ  
ทดลองทำอย่างเป็นระบบด้วยระเบียบวิธีวิจัย  
2) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง  
3) การเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญา  
ท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์และสนุกสนาน**



**งานออกแบบที่ดีไม่ใช่งานออกแบบที่สวยงามที่สุด  
แต่เป็นงานออกแบบที่สมดุลและสอดคล้องกับ  
ความต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับที่สุด**







Research Learning

ภาพที่ 44 : แผนภาพสรุปผลการวิจัย บทที่ 6

## บทที่ 7

### สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม แบบผสมผสานวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลและสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความต้องการด้านรูปแบบเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ใช้กิจกรรมวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรค (SWOT) เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมตระหนักถึงปัญหาของผลิตภัณฑ์ ใช้แบบประเมินเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากเดิม กับฉลากใหม่ และใช้วิธีการจัดอบรมเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พร้อมทั้งสังเกตอย่างมีส่วนร่วม

จากการศึกษาตามขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

#### (1) ผลสรุปการศึกษาด้านประชากรศาสตร์

##### 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มผู้มีส่วนร่วมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000 – 30,000 บาท และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี

(2) ผลสรุปสภาพปัจจุบันของรูปแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และการออกแบบฉลากสินค้า

1) ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสดผสมน้ำพริกเผาแม่สุณี อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลาสด ผสมน้ำพริกเผาแม่สุณีเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากจังหวัดสมุทรปราการขึ้นชื่อในเรื่องของการผลิตปลาสดเพื่อจำหน่ายทั่วประเทศ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอยู่ในระดับดี มียอดจำหน่ายเป็นที่น่าพอใจ แต่ต้องการพัฒนารูปแบบฉลากสินค้าเนื่องจากไม่ดึงดูดใจ และสื่อถึงโล่รางวัลอันเป็นเครื่องรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากหน่วยงานมากมาย สีและภาพประกอบไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเท่าที่ควร และผู้ประกอบการต้องการน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปรับใช้เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง

ด้านความพึงพอใจที่มีต่อฉลากสินค้าเดิมพบว่ามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย (2.07) โดยเฉพาะในส่วนของความสวยงาม (1.66) เนื่องจากฉลากเดิมไม่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภาพประกอบไม่ชัดเจน และสีพื้นหลัง (สีเขียว) ไม่สื่อถึงความเป็นข้าวเกรียบพลาสติก

ด้านความพึงพอใจที่มีต่อฉลากสินค้าใหม่ที่มีออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่ากลุ่มผู้มีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (4.73) เนื่องจากมีการพัฒนารูปแบบฉลากให้มีรูปทรงคล้ายโล่รางวัล ใช้สีที่สื่อถึงข้าวเกรียบและน้ำพริกเผา สามารถอ่านตัวอักษรได้ชัดเจน มีภาพประกอบสื่อถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนสมุทรปราการนั้นคือภาพพลาสติกไร้หัวตามคำแนะนำของผู้มีส่วนร่วมทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่พบว่ามีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=9.04$ ) โดยความสวยงามของฉลากมีความแตกต่างมากที่สุด ( $t=17.00$ ) เนื่องจากภาพประกอบของฉลากสินค้าได้มีการออกแบบใหม่โดยเพิ่มภาพกราฟิกพลาสติกไร้หัวซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามที่ผู้มีส่วนร่วมให้ความคิดเห็นจึงทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

2) ผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูหวาน “ชวนชิม” อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ  
ผลิตภัณฑ์หมูแผ่น หมูหวานชวนชิม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อไปรับประทานเป็นอาหารเข้าก่อนไปเรียน หรือไปทำงาน ผู้ประกอบการมีการพัฒนาสูตรการทำหมูหวานสืบทอดมาจากคุณแม่ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน และนักเรียนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงผลการตอบรับจากลูกค้าค่อนข้างดี เนื่องจากผู้ประกอบการเน้นการผลิตที่สะอาด ประงด้วยหมูที่คลุกเคล้าสมุนไพรไทยเพื่อสุขภาพ และขายพร้อมกับข้าวเหนียวร้อน ๆ พร้อมทานคู่กับหมูแผ่น หมูฝอย

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิมพบว่ามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับพื่อน้อย (2.26) โดยเฉพาะลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (1.66) และภาพประกอบบนฉลากสินค้าเดิม (1.66) เนื่องจากฉลากเดิมไม่มีภาพประกอบ มีเพียงลวดลายกราฟิกเล็กน้อยจึงไม่เป็นที่สนใจและดึงดูดใจเท่าที่ควร

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าใหม่ที่มีออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (4.29) โดยเฉพาะในส่วนของลวดลายกราฟิก (4.50) การจัดองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม (4.50) เนื่องจากผู้วิจัยได้แก้ปัญหาด้วยการออกแบบลวดลายกราฟิกที่สวยงาม ทันสมัย มีการทำรูปแบบโดดเด่น เป็นรูปหมูที่สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ลดขนาดของฉลากลงทำให้สามารถลดการสิ้นเปลืองกระดาษได้

ด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=7.08$ ) และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวบ่งชี้ โดยพบว่าลวดลายกราฟิก ( $t=17.00$ ) และฉลากสินค้าแสดงออกถึงภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=11.08$ ) ได้รับความพึงพอใจเพิ่มจากเดิมมากที่สุด เนื่องจากมีการออกแบบโดยใช้ลวดลายกราฟิกรูปหมู่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ ใช้ภาพประกอบที่เป็นรูปพานทองใส่เนื้อหมู สื่อถึงเอกลักษณ์หัตถกรรมไทยชัดเจนพร้อมทั้งจัดองค์ประกอบของกราฟิกและภาพประกอบแบบสมดุลสองข้างเท่ากัน จึงทำให้ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

### 3) ผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์หมูหวานแม่เรณู เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของฝาก ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านโภชนาการ เนื่องจากประกอบวิชาชีพพยาบาล และต้องการสืบทอดภูมิปัญญาการทำหมูหวาน ที่ถ่ายทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษไม่ให้สูญหายไป ผลิตภัณฑ์หมูหวานชวนชิมมีสภาพการตลาดค่อนข้างดี มีการตอบรับจากลูกค้าดี เนื่องจากผู้ประกอบการมีการวางแผนการตลาดด้วยการเพิ่มช่องทางจำหน่ายจำนวนมาก ประกอบกับความน่าเชื่อถือของตัวผู้ประกอบการที่ทำวิชาชีพพยาบาล ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าเป็นอาหารที่ปลอดภัย ในส่วนของการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปรับใช้ในธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการเน้นการใช้ความรู้ด้านโภชนาการ มาปรับใช้ในการผลิตให้เป็นอาหารที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคทำให้เกิดความยั่งยืนต่อสุขภาพของผู้บริโภค

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิม พบว่าผู้มีส่วนร่วมมีค่าความเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับพียงน้อย (2.23) โดยเฉพาะลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (1.50) รวมถึงการใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพียงเพียง (1.66) เนื่องจากฉลากเดิมมีการใช้ลวดลายกราฟิกค่อนข้างโบราณ ไม่ทันสมัย ใช้ขนาดของฉลากที่ค่อนข้างใหญ่หากเทียบกับขนาดของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้มีส่วนร่วมจึงเสนอให้เพิ่มลวดลายกราฟิกที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ ลดขนาดฉลากให้เล็กลง ดูเหมาะสมและสมดุลกับขนาดของบรรจุภัณฑ์

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าใหม่ที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (4.02) โดยเฉพาะในส่วนความสวยงาม (4.33) และการสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (4.33) มากที่สุด เนื่องจากผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย ภาพประกอบ และเพิ่มรูปดอกบัวซึ่งเป็นตัวแทนของประเพณีรับบัวของจังหวัดสมุทรปราการลงไปบนฉลากเปลี่ยนสีพื้นหลังเป็นสีชมพู ที่สื่อถึงเนื้อหมูสุขภาพดีทำให้ผู้มีส่วนร่วมพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุดในทุกตัวบ่งชี้

ด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=4.42$ ) และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวบ่งชี้ โดยพบว่าตัวบ่งชี้ในเรื่องของตราสัญลักษณ์ ( $t=7.90$ ) และฉลากสินค้าใช้



วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง ( $t = 7.05$ ) ของฉลากสินค้าที่ออกแบบใหม่ได้รับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมากที่สุด เนื่องจากมีการออกแบบโดยใช้ลวดลายกราฟิกรูปหมู่ คู่กับภาพถ่ายแม่เรณูตามความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วม และที่สำคัญคือการปรับลดขนาดฉลากสินค้าให้มีขนาดเล็กลง ทำให้สมดุลและเหมาะสมให้บรรจุภัณฑ์ อีกทั้งยังสิ้นเปลืองกระดาษน้อยลง

4) ผลิตรถยนต์นวัตกรรมรถยนต์ต้นแบบ อำเภอบางบ่อจังหวัดสมุทรปราการ  
ผลิตรถยนต์นวัตกรรมรถยนต์ต้นแบบ เป็นผลิตรถยนต์ขมไทยโบราณที่สืบทอดภูมิปัญญามาจากสูตรขมไทยชาววังต่อมาผู้ประกอบการได้นำสูตรดั้งเดิมมาปรับปรุงให้เข้ากับรสนิยมของคนในยุคปัจจุบัน เช่นจากเดิมขมบู่หลันต้นเมฆจะมีรสหวานจัด ผู้ประกอบการจึงลดปริมาณความหวานลง เพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมคนปัจจุบันที่ใส่ใจสุขภาพ และไม่นิยมรับประทานหวานจัด มีการประยุกต์ใช้น้ำลอยดอกมะลิเพื่อดับกลิ่นคาวไข่ไก่ เป็นต้น

ด้านการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปรับใช้ในธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการเน้นการใช้ภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ใช้ในการทำขนมที่ถูกใจ และปลอดภัยต่อผู้บริโภคทำให้เกิดความยั่งยืนต่อสุขภาพของผู้รับประทาน อีกทั้งผู้ประกอบการยังคำนึงถึงแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นความขยัน การสืบทอดภูมิปัญญา และการรักษาวัฒนธรรมไทยโบราณ

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมที่มีต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิม พบว่าผู้มีส่วนร่วมส่วนใหญ่มีค่าความเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับพื่อน้อย (2.53) โดยเฉพาะในส่วนของภาพประกอบ (2.00) และลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า (2.16) เนื่องจากฉลากเดิมไม่มีการใช้ภาพประกอบ และมีการใช้ลวดลายกราฟิกค่อนข้างน้อย ไม่สื่อถึงความเป็นขนมไทยโบราณ

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าใหม่ ที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.99) โดยเฉพาะในส่วนของตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมสวยงาม เห็นชัดสะดุดตา (4.50) เนื่องจากผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมาเป็นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์และภาพประกอบให้สื่อถึงเอกลักษณ์ขนมบู่หลันต้นเมฆและภาพดอกมะลิที่เป็นเอกลักษณ์ประจำของนวัตกรรมบู่หลันต้นเมฆ มีการใช้สีฟ้าและสีเหลืองสื่อถึงท้องฟ้า และพระจันทร์ตามตำนานของขนมบู่หลันต้นเมฆ

ด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=3.43$ ) มีความแตกต่างหลายตัวบ่งชี้เช่น พื้นหลังของฉลากสินค้า ( $t=6.70$ ) ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=5.00$ ) และตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมสวยงาม เห็นชัดสะดุดตา ( $t=4.47$ ) แต่มีบางตัวบ่งชี้ที่ไม่มีมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่น การจัดวางองค์ประกอบ ( $t=1.27$ ) สีของฉลากสินค้า ( $t=1.78$ ) และตัวอักษร ( $t=2.16$ ) เนื่องจากการจัดวางองค์ประกอบฉลากสินค้าใหม่ ยึดโยงการจัดวางแบบสมดุล

คล้ายกับฉลากสินค้าเดิม เชื่อมโยงฉลากสินค้าเดิมและฉลากสินค้าเดิมมีตัวอักษรที่อ่านง่ายอยู่แล้ว จึงทำให้ฉลากสินค้าใหม่ไม่มีความแตกต่างใน 3 ตัวบ่งชี้ดังกล่าว

5) ผลិតภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแม่ทองหล่อล้าน 108 เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติยาวนานนับสิบปี คู่กับการก่อตั้งตลาดบางน้ำผึ้ง มีจุดขายที่แตกต่างคือการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่สดสะอาด และปลอดภัยผลิตสร้างสรรค์และพัฒนาด้านรสชาติแปลกใหม่ให้ถูกปากผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปมากถึง 10 รสชาติ ทั้งยังใช้เทคโนโลยีพื้นบ้านในการผลิต นั่นคือใช้ครกบดน้ำพริกตามแบบฉบับการทำน้ำพริกสมัยโบราณ มีการใช้ผักสมุนไพรพื้นบ้านเป็นเครื่องเคียงน้ำพริก และจัดเป็นชุดเพื่อสะดวกต่อวิถีชีวิตของคนยุคใหม่

ด้านการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปรับใช้ในธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการเน้นการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาโบราณการทำน้ำพริกมาผสมผสานกับรสชาติที่ถูกปากคนรุ่นใหม่ เช่นน้ำพริกหัวเราะ และน้ำพริกร้องไห้เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่น กระจายรายได้สู่ชุมชนยังผลให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิม พบว่าผู้มีส่วนร่วมน้อยกว่าครึ่งมีความเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจน้อย (2.56) โดยเฉพาะในส่วนของตัวอักษรบนฉลากสินค้า (2.00) และฉลากสินค้าสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (2.33) เนื่องจากฉลากเดิมใช้ตัวอักษรขนาดเล็กและอ่านยาก ทั้งยังใช้ภาพประกอบที่ไม่สื่อถึงความเป็นไทย หรือความเป็นอัตลักษณ์ของอำเภอพระประแดง

ด้านความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าใหม่ที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (4.50) โดยเฉพาะ ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (4.83) เนื่องจากผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมาเป็นแนวทางในการออกแบบกราฟิกที่สื่อถึงความเป็นน้ำพริก และความเป็นแม่ทองหล่อทำให้เกิดความชัดเจนในด้านการแสดงออกทางวัฒนธรรมท้องถิ่น

ด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=5.92$ ) และมีความแตกต่างในทุกตัวบ่งชี้ แตกต่างมากที่สุดคือการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $t=11.8$ ) และแตกต่างกันน้อยที่สุดคือฉลากสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ( $t=3.50$ ) เนื่องจากผู้วิจัยได้วาดภาพประกอบที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้นคือรูปครก กับภาพประกอบแม่ทองหล่อทำให้เกิดความแตกต่างและความพึงพอใจมากเมื่อเทียบกับฉลากเดิม ส่วนการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีความแตกต่างน้อยเนื่องจากผู้วิจัยใช้กระดาษสติ๊กเกอร์เป็นวัตถุดิบในการผลิต เพื่อลดต้นทุนและง่ายต่อการติดลงบนบรรจุภัณฑ์

6) ผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

ผลิตภัณฑ์ขนมไทยทำเรือเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตขนมไทยโบราณ สืบทอดสูตรการผลิตมาจากบรรพบุรุษ ตกทอดเคล็ดลับการทำขนมจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะเทคนิคการใช้มะพร้าวทึนทึกที่มีความเข้มข้นของเนื้อกะทิมากกว่ามะพร้าวปกติทั่วไปผสมผสานกับการใช้น้ำตาลมะพร้าว แทนน้ำตาลทราย ทำให้รสชาติหวานมันและเป็นแบบฉบับเฉพาะตัวของขนมไทยทำเรือ

ด้านการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปรับใช้ในธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการเน้นไปที่กระบวนการผลิต นั่นคือการผลิตขนมไทยในจำนวนที่พอดีหมดวันต่อวันใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มาจากธรรมชาติภายในท้องถิ่น และใช้อย่างคุ้มค่ามากที่สุดเช่น การใช้มะพร้าวทึนทึก ที่มีจำนวนมากในท้องถิ่นเป็นส่วนผสมหลักในการผลิตขนมไทยของร้านทุกชนิด ทำให้ประหยัดต้นทุนในการผลิตเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อซื้อมะพร้าวในจำนวนมาก ทางร้านจะซื้อได้ในราคาส่ง ทำให้ถูกลงกว่าการซื้อปลีก อีกทั้งเนื้อมะพร้าวทึนทึกที่เหลือจากการคั้นน้ำกะทิ ทางร้านยังนำมาผลิตเป็นไส้ของขนม และกะลามะพร้าวรวมถึงเปลือกมะพร้าวที่เหลือก็สามารถนำมาทำวัสดุเชื้อเพลิง เรียกได้ว่าใช้ทุกส่วนของมะพร้าวอย่างคุ้มค่า

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้ารูปแบบเดิม พบว่าผู้มีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจปานกลาง (2.61) โดยเฉพาะในส่วนของตัวตราสัญลักษณ์ (3.33) และความสวยงามของฉลากสินค้า (3.16) เนื่องจากฉลากเดิมเลือกใช้แบบอักษรที่ค่อนข้างเหมาะสมกับขนมไทยทำเรือ คือใช้แบบอักษรที่มีความอ่อนช้อยและมีลวดลายกราฟิกเล็กน้อย ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่สามารถพัฒนาต่อยอดให้ดีขึ้นอีกได้

ความพึงพอใจของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากสินค้าใหม่ที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน พบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (4.06) โดยเฉพาะการแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (4.83) และความพึงพอใจต่อภาพรวมของฉลากสินค้า (4.83) เนื่องจากผู้วิจัยได้ใช้ภาพประกอบเป็นขนมชั้นวางบนใบตองมีสีสันสวยงามน่ารับประทานสื่อให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของขนมไทยที่ใช้ใบตองเป็นบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่อดีตกาล

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิมกับฉลากสินค้าใหม่พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ( $t=3.80$ ) และมีความแตกต่างหลายตัวบ่งชี้ มีเพียง 4 ตัวบ่งชี้ที่ไม่มีความแตกต่างคือ พื้นหลังของฉลากสินค้า ( $t=1.58$ ) ตัวอักษรบนฉลากสินค้า ( $t=1.74$ ) สีของฉลากสินค้า ( $t=2.15$ ) และความสวยงามของฉลากสินค้า ( $t=2.23$ ) เนื่องจากทั้ง 4 ตัวบ่งชี้ในฉลากสินค้าเดิมออกแบบไว้ค่อนข้างดี จึงทำให้ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ

(3) ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน

1) จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาที่มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกตัวบ่งชี้ ( $t=10.95$ ) โดยมีความแตกต่างจากเดิมมากที่สุดคือ สามารถสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการได้ ( $t=12.83$ ) และมีความรู้ด้านการวิเคราะห์ แปรผล และสรุปข้อมูลวิจัย ( $t=12.83$ ) ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นทำโครงการ การลงพื้นที่สำรวจ การหากลุ่มตัวอย่าง การอบรมให้ความรู้กับผู้มีส่วนร่วม การเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ผลและสรุปผล ยังผลให้นักศึกษาได้ความรู้เพิ่มเติมในเรื่องของกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการ เกิดการตระหนักรู้ในคุณค่าของตนเอง เพราะนักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าให้กับผู้ประกอบการ สร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองและผู้ปกครองที่ลูกหลานได้สร้างประโยชน์ให้กับชุมชนของตัวเอง

2) ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อกระบวนการเรียนการสอนที่บูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการพบว่า นักศึกษาเห็นว่าจุดเด่นของการเรียนการสอนแบบบูรณาการคือ การได้เรียนรู้หลากหลายวิธีการ มีความรู้เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของระเบียบวิธีวิจัย การใช้เครื่องมือเพื่อสอบถามปัญหาและความต้องการ สนุกสนานทำทำและได้เรียนรู้จากแหล่งข้อมูลจริง ทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่ และสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้วยตัวเองและได้ประยุกต์ใช้ความรู้ที่เรียนมาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน จุดด้อยของการเรียนการสอนแบบบูรณาการคือ “เวลา” ในการเรียนรู้ที่น้อยเกินไป (1 ภาคการศึกษา) สิ่งที่ควรปรับปรุงตามความเห็นของนักศึกษาคือ เนื้อหาของวิชาที่ความรู้เชิงลึกกว่าปกติสอดคล้องกับจุดด้อยในเรื่องของเวลาเรียนที่มีน้อยเกินไป

ข้อดีของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมคือ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการออกแบบ และได้มุมมองใหม่ในมิติของบุคคลภายนอก รวมถึงได้แนวทางการพัฒนาผลงานออกแบบให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งทางการค้าทั้งยังได้ฝึกความกล้าในการแสดงออก ส่วนข้อเสีย คือ การต้องเสียเวลาเพื่อปรับแบบตามความต้องการของผู้มีส่วนร่วมที่ไม่ตรงกัน ส่วนประโยชน์ของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในมุมมองของนักศึกษา คือ เป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการออกแบบที่ยั่งยืนและได้ช่วยเหลือชาวบ้าน ชุมชน เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มได้

## 5.2 อภิปรายผล

จากผลสรุปในการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของสมมุติฐานการวิจัยนั่นคือ ผลสมมุติฐานของการออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนร่วมทั้งผู้ประกอบการ ลูกค้า นักวิชาการด้านการออกแบบ นักออกแบบ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ เห็นได้จากผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างฉลากสินค้าเดิม กับฉลากสินค้าใหม่ที่ออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มี

ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั้นแปลว่าผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าใหม่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากสินค้าเดิม สาเหตุที่ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้นเกิดจากการนำความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมาสังเคราะห์และผสานเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบยังผลให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจอีกทั้งการออกแบบฉลากสินค้าด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เป็นการน้อมนำแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสัมฤทธิ์เชิงประจักษ์ เช่น การใช้วัสดุในการออกแบบให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้สีที่สื่อถึงธรรมชาติในการออกแบบ เช่น สีเขียว สีฟ้า สีน้ำตาล สีเหลืองและสีชมพู ใช้ภาพประกอบที่สื่อถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นเช่น ใช้ภาพกราฟิกรูปดอกบัว สื่อถึงจังหวัดสมุทรปราการที่มีประเพณีรับบัวฯ ยังผลให้เกิดงานออกแบบฉลากสินค้าที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นชัดเจน เกิดการจดจำได้ง่ายสำหรับลูกค้าส่งผลให้เกิดความยั่งยืนต่อผลิตภัณฑ์ในระยะยาว

ผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอนโดยเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ก่อนหลังในนักศึกษาที่เข้าร่วมกับการวิจัย พบว่าสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยนักศึกษามีการเรียนรู้เพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แปลว่านักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัย การประยุกต์ใช้ทฤษฎีเพื่อการวิจัย การออกแบบเครื่องมือวิจัย การออกแบบฉลากสินค้า การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน กระบวนการบริการวิชาการแก่ชุมชน โดยเฉพาะในส่วนของ การวิเคราะห์ แปรผลและสรุปผลวิจัย และการตระหนักรู้ถึงความสามารถในการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนในจังหวัดของตนเอง ทั้งนี้เกิดจากการที่นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์ผ่านสถานการณ์จริง ได้ทดลองและฝึกการทำวิจัยไปพร้อมกับผู้วิจัย เสมือนหนึ่งทีมวิจัยทำให้จำเป็นต้องเรียนรู้กระบวนการวิจัย เพื่อให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ดีและสามารถนำไปใช้ออกแบบฉลากสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ยังผลให้เกิดความเข้าใจ วิเคราะห์สังเคราะห์ด้วยตัวผู้เรียนเองการออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมทำให้นักศึกษาได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนร่วม และทำให้ตระตระหนักว่าข้อมูลของผลิตภัณฑ์และผู้มีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการออกแบบ หากต้องการออกแบบให้ประสบความสำเร็จจะต้องให้ความสำคัญกับปัญหาและความต้องการของสินค้า/บริการก่อน อีกทั้งการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมยังช่วยลดความมั่นใจเกินขอบเขต (ทิฐิ) หรือการคิดหมกมุ่นแต่ความต้องการของตนเอง ความอยากเอาชนะ และการเห็นอกเห็นใจผู้อื่นโดยการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างเท่าเทียมซึ่งเป็นเรื่องยาก

ของเด็กนักศึกษายุคตัวกูของกู (Generation Me) ในส่วนของจุดด้อยของกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการที่ต้องใช้เวลาและใช้ระยะเวลาสอนให้ลึกเป็นเรื่องของขอบเขตด้านเวลาของนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาแต่ละคนลงทะเบียนเรียนวิชาจำนวนที่แตกต่างกัน อีกทั้งกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการกระบวนการวิจัยและบริการวิชาการต้องใช้เวลาลงพื้นที่มากทำให้นักศึกษาเห็นว่าระยะเวลาที่เรียนค่อนข้างน้อย

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบฉลากสินค้าตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แนวทางการทำวิจัยด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม และแนวทางการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการกับกระบวนการเรียนการสอน ดังนี้

(1) ข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1) ควรหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ เช่น “กระดาษที่ไม่ฟอกขาวไม่เคลือบผิว และติดกาวที่มีสารสังเคราะห์จากธรรมชาติ” เนื่องจากกระดาษฟอกขาว ต้องใช้คลอรีนเป็นส่วนผสมในน้ำยาฟอกขาวจำนวนมาก และคลอรีนเป็นสารเคมีที่ทำลายธรรมชาติ โดยเฉพาะการทำลายออกซิเจน และพีชน้ำ ไม่เคลือบพลาสติก หรือสารเคมีลงบนกระดาษ เนื่องจากสารเคลือบเหล่านี้จะละลายและอุดตันเครื่องย่อยสลายกระดาษสำหรับการรีไซเคิล และเลือกใช้กาวที่ผลิตจากสารยึดเกาะจากธรรมชาติ เช่นกาวที่ผลิตจากสารลิกนิน และโคโตซาน (ภาวดี เมธะคานนท์ และวรธรรม อุ่นจิตติชัย. 2554 : 173) เป็นต้น

2) ควรใช้สีที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ เช่นสีเขียว ที่สื่อถึงต้นไม้ใบหญ้า สีแดง ที่สื่อถึงผลไม้ สีฟ้าที่สื่อถึงท้องฟ้า สีน้ำตาลที่สื่อถึงดิน เนื่องจากการเลือกใช้สีมีผลทางจิตวิทยาการรับรู้ของผู้พบเห็น อีกประการหนึ่งคือ ควรเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเช่น หมึกพิมพ์ที่มีส่วนผสมของถั่วเขียว หรือถ่านไม้ ไม่ควรใช้สีพิเศษที่มีส่วนผสมของตะกั่ว และสารปรอทเป็นต้น

3) ควรมีการออกแบบที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมได้เลือกสรรแบบที่พึงพอใจมากที่สุด เพราะไม่มีรูปแบบใดที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้คนทุกคนได้ มีแต่รูปแบบที่คนส่วนใหญ่พึงพอใจจำนวนมาก ดังที่ผู้รู้ด้านการตลาดกล่าวไว้ว่า “ความสมบูรณ์แบบไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียว รูปแบบที่ถูกใจทุกคนนั้นไม่มีอยู่จริง เราควรมองหารูปแบบหลาย ๆ รูปแบบที่มีความงามถูกใจแต่ละคนมากกว่า” (โฮเวิร์ด มอสโควิตซ์. 2558 : 56)

4) ควรออกให้มีข้อมูลปรากฏบนฉลากให้ครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบ วันเดือนปีที่หมดอายุ แหล่งผลิต และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็นตามหลักสากล

5) ควรมีการสร้างเรื่องราว (Tell Story) ให้กับผลิตภัณฑ์ และใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาที่เป็นสากลเพื่อเพิ่มมูลค่าและกลุ่มผู้บริโภค

(2) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

1) ควรมีการจัดนักวิชาการและนักวิชาชีพเพื่อส่งเสริมและให้ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน ให้กลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชน มีความรู้เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของตัวเอง และต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

2) รัฐบาลควรมีการจัดตั้งหน่วยงานด้านพัฒนาสินค้าและเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนเพื่อทำงานเชิงรุก โดยจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนอำเภอละ 1 หน่วยงาน เพื่อให้สามารถทำงานใกล้ชิดกับชุมชน ดึงศักยภาพที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุดและสร้างความยั่งยืนในระยะยาวให้กับชุมชน ทั้งความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ชีวิตและสิ่งแวดล้อม และหน่วยงานนี้จะต้องสามารถยกระดับอุตสาหกรรมครัวเรือน หรือกลุ่มแม่บ้านให้สามารถเติบโต และแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าชุมชนควรทำงานอย่างบูรณาการ หรือทำงานเชิงรุกมากขึ้น เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) ควรลงไปตรวจสอบและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรอง และมีมาตรฐานสินค้า หรือกรมทรัพย์สินทางปัญญา ควรลงไปสำรวจและขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อคุ้มครองและจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า รวมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ เนื่องจากปัญหาประการหนึ่งสำหรับการพัฒนาสินค้าที่ยั่งยืน ดังที่ผู้วิจัยพบคือ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ไม่อำนวยความสะดวกเท่าที่ควร ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความท้อแท้ใจ เพราะรู้สึกยุ่งยาก ซ้ำซ้อนและลำบากใจในการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

(3) แนวทางการวิจัยด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม

1) การวิจัยด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะต้องไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้มีส่วนร่วม เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต หรือเพิ่มภาระให้ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดการต่อต้าน และไม่ให้ความร่วมมือ ดังนั้นผู้วิจัยจะต้องไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต หรือเพิ่มภาระที่มากเกินไปให้ผู้มีส่วนร่วม

2) ควรชี้แจงเพื่อบอกถึงประโยชน์ของโครงการวิจัย และสิ่งที่คุณเกี่ยวข้องจะได้รับจากการวิจัย เพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมรับรู้และเข้าใจ รวมถึงยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย เนื่องจากการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมต้องใช้ระยะเวลาวิจัยค่อนข้างนาน และผู้มีส่วนร่วมต้องมีความยินดีเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรวมถึงร่วมประเมินผลการวิจัยจนจบโครงการ

## (4) ข้อเสนอแนะระหว่างการศึกษาวิจัย

1) ควรทำหนังสือขออนุญาตไปยังหน่วยงานของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลและการยินยอมให้ความร่วมมือโดยสะดวก

2) การนัดเวลาผู้มีส่วนร่วม เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัยจะต้องนัดล่วงหน้าและจัดทำเป็นตารางเพื่อความสะดวกสำหรับการเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยแต่ละคน ต่างมีภาระหน้าที่ การงาน ที่แตกต่างกัน และหาเวลาว่างที่ตรงกันได้ยาก ดังนั้นผู้วิจัยอาจจะต้องเก็บข้อมูลที่ละคนก่อน หากหาเวลาว่างที่ตรงกันแล้ว จึงจะนัดรวมกันแล้วเก็บข้อมูลเพื่อทวนซ้ำความเที่ยงตรงของข้อมูลอีกรอบ

3) ระหว่างอยู่ในช่วงการศึกษาวิจัย แล้วบังเอิญผู้มีส่วนร่วมมีเหตุให้ต้องถอนตัวจากการวิจัย ผู้วิจัยควรแก้ปัญหาให้ทันท่วงที โดยอาจสอบถามถึงความลำบากของผู้มีส่วนร่วม และหาช่องทางที่สะดวกที่สุดของผู้มีส่วนร่วมแต่ละคน เพื่อให้งานวิจัยสามารถดำเนินไปได้จนจบโครงการ

## (5) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

## 1) ข้อเสนอแนะในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอาจบูรณาการเครื่องมือวิจัยที่หลากหลายเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก และหาเหตุและผลถึงที่มาของความพึงพอใจจากผู้มีส่วนร่วมในแต่ละคน เช่น ปัจจัยแวดล้อม รสนิยม วิถีชีวิตเนื่องจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความต้องการ และการประเมินค่าความงามของงานออกแบบ

## 2) กลุ่มตัวอย่างที่ควรวิจัย

ควรศึกษาวิจัยกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร ผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ประมงน้ำจืดและน้ำเค็ม ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติฯ ของแต่ละชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชน

## 3) เรื่องที่ควรวิจัย

3.1) ควรศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยแนวคิดอื่นๆ เพิ่มเติม เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยให้ถึงขีดสุด และสามารถแข่งขันในตลาดการค้าโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2) ควรบูรณาการแนวคิดการออกแบบอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล แนวคิดการออกแบบสีเขียว แนวคิดการออกแบบเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการออกแบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือแนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนเพื่อออกแบบสิ่งสิ่งพิมพ์ให้พัฒนามากยิ่งขึ้น และตอบโจทย์ความต้องการของสังคมในยุคปัจจุบัน



## บรรณานุกรม

- กสิณ ประสิทธิ์โชค. (2554) แนวทางการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมของที่พักรอสำหรับนักศึกษา  
ในสถาบันการศึกษาส่วนภูมิภาค: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขต  
นครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ สด.ม (สาขาสถาปัตยกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543) **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ:  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กันยาพร กุณฑลเสพย์. (2553) **ศึกษาและออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยาเพื่อสื่อสารสำหรับผู้สูงอายุตามแนวคิดออกแบบเพื่อมวลชน**. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เทคโนโลยี  
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (มกราคม-มีนาคม 2554) “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทู่นวัตกรรมและโอกาสทาง  
ธุรกิจ”. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ Executive Journal**. 31 (1) หน้า  
32-37.
- โกวิท ทรัพย์ศาล. (มกราคม-มิถุนายน 2556) “บทวิจารณ์หนังสือ Everything Bad is Good for You  
ทุกอย่างที่ว่าเลวมันอาจกลับเป็นสิ่งที่ดีสำหรับคุณ”. **วารสารวิชาการนิเทศศาสตร์  
ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต**. 20 (2) หน้า 285-288.
- ชลูด นิ่มเสมอ. (2544). **องค์ประกอบของศิลปะ**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชาตรี บัวคลี่. (มกราคม-มิถุนายน 2556) “สัญญาที่ปรากฏในงานออกแบบนิเทศศิลป์กับการสะท้อน  
วัฒนธรรมหลังสมัยใหม่”. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศิลปกร Veridian E  
Journal**. 6 (4) หน้า 134-147.
- ชาตรี บัวคลี่. (มกราคม-มิถุนายน 2556) "ปฏิวัติโลกธุรกิจหลังสมัยใหม่ด้วยดีไซน์" **วารสารวิชาการ  
มหาวิทยาลัยศิลปกร Veridian E Journal**. 6 (4) หน้า 99-111.
- ชาตรี บัวคลี่. (กันยายน-มิถุนายน 2557) "แนวคิดการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่".  
**วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศิลปกร Veridian E Journal**. 7 (3) หน้า 247-258.

- ชาตรี บัวคลี่. (มกราคม-เมษายน 2557) "การประยุกต์ใช้ทฤษฎีของ Edward De Bono เพื่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ". **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศิลปกร Veridian E Journal**. 7 (1) หน้า 773-782.
- ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2557) **ผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย**. ศปด. (ศิลปะและการออกแบบ) พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร
- ณมณ โขตอนันต์กุล. (2555) **สัจศาสตร์เพื่อการออกแบบฉลากยาสำหรับผู้มีปัญหายาเสพติด**. วิทยานิพนธ์ ศศม. (สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- ตฤตภัสร์ ศรีประภา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี่ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่สำนักงานสภาเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2558.
- นรินทร์ สังข์รักษา, สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และสมชาย ลักษณะานุรักษ์. (กันยายน-ธันวาคม 2558) "การพัฒนาเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ "เมืองโอ่ง ดินสุกและตุ๊กตา" เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและเชื่อมโยงสินค้า OTOP กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรี". **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศิลปกร ฉบับภาษาไทย**. 35 (3) หน้า 45-47
- บุษบา หินเภาว. (2555) "รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาป่าชุมชน ตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์" **รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2012 เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ**. หน้า 150 - 158 : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลย์สงคราม
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543) **การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21**. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปาพจน์ หนูนักดี. (2553) **หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์**. นนทบุรี : ไอดีซีพีรีเมียร์.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2539) **การพัฒนาที่ยั่งยืน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:

- พูนสุข ภาระมรทัต. (2555) “การมีส่วนร่วมของบรรณาธิการรับเชิญในรายวิชาการผลิตของนิสิต **ด้านวารสารศาสตร์**” วารสารวิชาการนิเทศศาสตร์ปริเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ. 2556, ฉบับเดือนมกราคม – มิถุนายน หน้า 9-20.
- ภาวดี เมธะคานนท์ และวรรณม อุ่นจิตติชัย. (2554) “กาวลิกนิน-โคโตซาน: กาวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม” ทุนวิจัยโดยศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. กรุงเทพฯ
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. (2552) “Constructionism การเรียนรู้เพื่อสร้างปัญญา” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.infocommmju.com> (18 ธันวาคม 2558)
- ศิริพร โสมคำภา และคณะ (2554) รายงานการวิจัยเรื่อง **แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน: กรณีศึกษา กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า บ้านคลองแดงโม ตำบลโกสุมพิ อำเภอกอสุมพินคร จังหวัดกำแพงเพชร**. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2546) การออกแบบและผลิตงานโฆษณา. กรุงเทพฯ. แชนพอร์พรีนติ้ง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554) **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ. (2552) **รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สิริพิชญ์ วรรณภาสและคณะ. (2551) **การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มเกษตรไร่น้อย จังหวัดนนทบุรี**. รายงานการประชุมระดับชาติ. หน้า 541-548 : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สีชมพู บุตรสินธุ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ชาตรี บัวคลี่ เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ. เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2558.

- สุชาดา แสงดวงดี, เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช. (2557) **กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. โดยทุนสนับสนุนงบประมาณรายได้จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อัจฉรา ศรีพันธ์. (2556) **กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดเพชรบูรณ์**. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติในวันคล้ายวันสถาปนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประจำปี 2556. หน้า 2-16. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- โฮเวิร์ด มอสโควิตซ์. (2558) **มัลคอล์ม แกลดเวลล์ว่าด้วยซอสสปาเกตตี้**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา [https://www.ted.com/talks/malcolm\\_gladwell\\_on\\_spaghetti\\_sauce/transcript?language=th](https://www.ted.com/talks/malcolm_gladwell_on_spaghetti_sauce/transcript?language=th) (14 มิถุนายน 2559)
- Andrews, Kenneth R. (1971) **The concept of corporate strategy**. Homewood : Dow Jones-Irwin.
- Earle, Edward Mead. (1943) **Makers of Modern Strategy**. N. J. : Princeton University Press.
- Elliott, Elliot J. (1994) **An Introduction to Sustainable Development**. London : Routledge.
- Henderson, B. "The Origin of Strategy" *Harvard Business Review*, November/December, 1989 : page 139-143.
- Howkins, John. (2001) **The Creative Economy : How People Make Money from Ideas**. England : Penguin.
- Mayors, & Lubliner, M.J. (1998) **the Marketer's guide to successful package design**. Lincolnwood,IL: NTC Business Book, p.9
- Porter, M.E. (1980) **The Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York : Free Press.

Rue Leslie W. and Byars Lloyd L.(1995) **Management: Skills and Application.**  
Chicaco : Irwin.

Servaes et al. (1996) **Participatory communication for social change.** California :  
Sage.

Sriphan Atchara. (2012) “Knowledge transfer strategies for development of cultural  
goods and services based on sustainable development concept in  
Thailand” **OIDA International Journal of Sustainable Development** . 5  
(1) page 48-56.

Steiner, G. (1979) **Strategic Planning : What Every Manager Should Know.** New York  
: Free UNCTAD Press.

Throsby, C. D. (2001) **Economics and culture.** Cambridge : Cambridge University  
Press.

Tufte, Thomas and Mefalopotlos, Paolo. (2009) **Participatory Communication : a  
Practical Guide.** Washington D.C. : the World Bank.

UNCTAD. (2010) **Creative Economy Report 2010.** United States: United Nation.

UNESCO. (2006) **Understanding Creative Industries: Cultural Strategic for Policy  
Maker.** United States : Unesco.

United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA). (1992) **United  
Nations Conference on Environment and Development.** NewYork :  
DeSA.

## ภาคผนวก ก

การให้ความรู้และชี้แจงถึงวัตถุประสงค์การวิจัยแก่นักศึกษาผู้มีส่วนร่วมและผู้ประกอบการ  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง



ภาพ: ประชุมและวางแผนก่อนการลงพื้นที่หาผู้ประกอบการ



ภาพ: เส้นทางลงพื้นที่เป้าหมาย



ภาพ : การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้กับผู้ประกอบการ



ภาพ : การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้กับผู้ประกอบการ



ภาพ : การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้กับผู้ประกอบการ



ภาพ : การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้กับผู้ประกอบการ



**ภาคผนวก ข**

การจัดโครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัย การบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน การออกแบบสิ่งพิมพ์อย่างมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)



ภาพ : การบรรยายกระบวนการวิจัย รวมถึงวิธีการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมโดยผู้วิจัย



ภาพ : ผู้มีส่วนร่วมนั่งฟังการบรรยายกระบวนการวิจัย

### ภาพผนวก ค

การบรรยายเรื่องการจัดทะเบียนเครื่องหมายการค้า รวมถึงการจัดลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรให้กับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย โดยอาจารย์ภัทรพร เย็นบุตร อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ



ภาพ : การบรรยายประโยชน์และขั้นตอน การจัดทะเบียนเครื่องหมายการค้า



ภาพ : การบรรยายประโยชน์และขั้นตอนการจัดลิขสิทธิ์และสิทธิบัตร

## ภาคผนวก ง

ผลงานจริงที่ผู้ประกอบการบางส่วนที่นำงานออกแบบฉลากและตราสัญลักษณ์ไปใช้  
หลังจากส่งอาร์ตเวิร์กให้ 1 สัปดาห์



ภาพ: ผลงานการออกแบบที่ผู้ประกอบการนำไปผลิตและใช้จริง



ภาพ : ผลงานการออกแบบผู้ประกอบการนำไปผลิตและใช้จริง



ภาพ : ผลงานการออกแบบที่ผู้ประกอบการนำไปผลิตและใช้จริง



ภาพ : ผลงานการออกแบบที่ผู้ประกอบการนำไปผลิตและใช้จริง

## ภาคผนวก จ

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้สามารถแยกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรูปแบบฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ได้แก่ สภาพทั่วไปและปัญหาของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของรูปแบบฉลากสินค้า และความต้องการในรูปแบบฉลากสินค้า โดยเครื่องมือรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

- 1.1) แบบสัมภาษณ์สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์
- 1.2) แบบสอบถามความต้องการด้านรูปแบบของฉลากสินค้า
- 1.3) แบบประเมินความพึงพอใจของฉลากสินค้ารูปแบบเดิม

2) เพื่อออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าอาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

- 2.1) แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบของฉลากสินค้า
- 2.2) แบบประเมินความพึงพอใจของฉลากสินค้าที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3) เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกระบวนการวิจัย การบริการวิชาการ และเรียนการสอนวิชาการผลิตสิ่งพิมพ์ โดยเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

- 3.1) แบบสัมภาษณ์กระบวนการความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการบูรณาการกระบวนการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ
- 3.2) แบบประเมินความรู้ก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยกระบวนการบูรณาการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

## แบบสัมภาษณ์ ภูมิหลังของผลิตภัณฑ์

### แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์

- (1) สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน
  - 1) ประเภทธุรกิจ
- (2) สถานที่และลักษณะการประกอบธุรกิจ
  - 1) ที่ตั้ง
  - 2) แหล่งเงินทุน
  - 3) รูปแบบธุรกิจ
  - 4) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ
  - 5) ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ
- (3) การบริหารจัดการ
  - 1) การบริหารจัดการ
  - 2) โครงสร้างธุรกิจ
  - 4) การพัฒนาองค์กร
- (4) การผลิต
  - 1) วิธีการผลิต
- (5) การตลาด
  - 1) ช่องทางการจัดจำหน่าย
  - 2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
  - 3) การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย
- (6) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
  - 1) เหตุผลการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมาปฏิบัติในธุรกิจ
- (7) วิเคราะห์การดำเนินธุรกิจตามองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
  - 1) ด้านการแสวงหาความรู้
  - 2) ด้านการศึกษา
  - 3) ด้านการสร้างสรรค์งาน
    - 4) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา
    - 5) ด้านวัฒนธรรม

- 6) ด้านการสั่งสมความรู้
- 7) ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- (8) ความสำเร็จ/ผลลัพธ์ทางธุรกิจ
  - 4) ความสำเร็จของการดำเนินงาน
  - 5) การยอมรับของการตลาด
  - 6) การเติบโตและยอดขาย
- (9) จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ชุมชน
  - 1) จุดเด่น
  - 2) จุดด้อย
  - 3) โอกาส
  - 4) อุปสรรค



## แบบประเมินความพึงพอใจ

### ฉลากผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม

**คำชี้แจง** แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่อง "การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ" ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนดังนี้

#### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ-สกุล.....

1.2 สถานะการมีส่วนเกี่ยวข้อง

ผู้ประกอบการ       ลูกค้าประจำ       หน่วยงานภาครัฐ

นักศึกษา       นักออกแบบ       นักวิชาการ

1.3 ชื่อผลิตภัณฑ์ที่ประเมิน.....

#### ส่วนที่ 2 : แบบประเมินความพึงพอใจ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความสวยงามของฉลากสินค้า					
ตราสัญลักษณ์ ( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)					
ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)					
สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)					
ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)					
ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)					
ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)					
พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)					
ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน					
ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง					
ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน					
ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น					
ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า					

ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์แก่งานวิจัยในครั้งนี้






## แบบสัมภาษณ์ ความต้องการด้านรูปแบบ

แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบของฉลากสินค้าใหม่  
ที่ออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

- 2) ตราสัญลักษณ์บนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร
- 3) ตัวอักษรบนฉลากสินค้าควรมีรูปแบบอย่างไร (แบบทางการ ทันสมัย แบบตัวเขียน  
อักษรประดิษฐ์ อ่อนช้อยๆ)
- 3) ตัวอักษรควรใช้สีอะไร และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดเท่าใด
- 4) สีพื้นหลังของฉลากสินค้าควรใช้สีอะไร (สีหลัก สีรอง สีคลุมโทนๆ)
- 5) ข้อมูลตัวอักษร ภาพประกอบและลวดลายกราฟิกควรจัดวางอย่างไร
- 6) ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ลายดอกไม้ ใบไม้ ลายที่สื่อถึง  
ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์)
- 7) ภาพประกอบฉลากสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร (ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพกราฟิก) และควร  
ใช้ภาพอะไร

แบบประเมินความสอดคล้อง  
ระหว่างต้องการของผู้มีส่วนร่วมกับรูปแบบของฉลากสินค้า

ที่	ภาพ	ความสอดคล้อง		
		1	0	-1
1.				
2.				
3.				

## แบบประเมินความพึงพอใจ

### ฉลากผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่

**คำชี้แจง** แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยเรื่อง "การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ" ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนดังนี้

#### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ-สกุล.....

1.2 สถานะการมีส่วนเกี่ยวข้อง

- ผู้ประกอบการ       ลูกค้าประจำ       หน่วยงานภาครัฐ  
 นักศึกษา       นักออกแบบ       นักวิชาการ

1.3 ชื่อผลิตภัณฑ์ที่ประเมิน.....

#### ส่วนที่ 2 : แบบประเมินความพึงพอใจ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความสวยงามของฉลากสินค้า					
ตราสัญลักษณ์( มีความเหมาะสม สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา)					
ตัวอักษรบนฉลากสินค้า(สามารถอ่านได้ง่าย เข้าใจง่าย)					
สีของฉลากสินค้า (มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)					
ฉลากสินค้า (มีการจัดวางองค์ประกอบที่ถูกต้อง เหมาะสม)					
ลวดลายกราฟิกบนฉลากสินค้า(มีความสวยงามและเหมาะสม)					
ภาพประกอบบนฉลากสินค้า (มีความสวยงาม เหมาะสม)					
พื้นหลังของฉลากสินค้า(มีความสวยงาม เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์)					
ฉลากสินค้าสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างชัดเจน					
ฉลากสินค้าใช้วัสดุธรรมชาติอย่างสร้างสรรค์ คุ่มค่าและพอเพียง					
ฉลากสินค้าสื่อถึงภูมิปัญญาพื้นบ้าน					
ฉลากสินค้าแสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น					
ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของฉลากสินค้า					

ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยในครั้งนี้

## แบบสัมภาษณ์นักศึกษา

### ที่เรียนรู้จากการบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการและการเรียนการสอน

#### แนวคำถามเพื่อสัมภาษณ์นักศึกษา

1. นักศึกษาคิดว่าจุดเด่น จุดด้อยของการเรียนการสอนโดยบูรณาการกระบวนการวิจัยและการบริการวิชาการคืออะไร
  - 1.1 จุดเด่น
  - 1.2 จุดด้อย
2. นักศึกษาคิดว่าการเรียนการสอนโดยการบูรณาการกระบวนการวิจัย และการบริการวิชาการสมควรปรับปรุงตรงไหนหรือไม่อย่างไร
3. การออกแบบด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมมีข้อดี ข้อเสียอย่างไรในความคิดของท่าน
  - 3.1 ข้อดี
  - 3.2 ข้อเสีย คือ
4. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีประโยชน์อย่างไรกับการออกแบบ



### ภาคผนวก จ

เป็นเอกสารเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในงานวิจัย อันประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ ลูกค้า ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ นักออกแบบและนักศึกษาด้านการออกแบบ รวมถึงผล ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ เรียงลำดับดังนี้

1. ผลการประเมินงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ
2. หนังสือแสดงความยินดีเข้าร่วมการวิจัยของผู้มีส่วนร่วม
3. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์



## แบบประเมินผลงานวิจัย

**ชื่อเรื่อง** การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ

**ผู้วิจัย** ชาตรี บัวคลี  
**สถาบัน** มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

**ผู้ประเมิน** รองศาสตราจารย์ ดร.สกันธ์ ภู่งามดี

## ผลการประเมิน

รายการประเมิน	ดีมาก	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง
1. ความสำคัญของปัญหาชัดเจน ได้ใจความ ครอบคลุมประเด็นเนื้อหาและตรงตามชื่อเรื่อง	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. วัตถุประสงค์ ครอบคลุมในประเด็นการตอบปัญหา ความชัดเจนในภาษาและการเสนอประเด็น	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ขอบเขต ข้อตกลงเบื้องต้น หรือคำจำกัดความ เขียนอธิบายได้ตรงตามหัวข้อที่ทำการขอวิจัย	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่นการอ้างอิงทฤษฎีต่างๆ ตรงตามชื่อเรื่องและวัตถุประสงค์ที่ขอวิจัย	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. วิธีการดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล ชัดเจนและเหมาะสม	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. การเขียนผลการวิจัยชัดเจน ตรงตามวัตถุประสงค์ อ้างอิงแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำเสนอผลได้ครอบคลุม	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. การสรุปผล/อภิปรายผลมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

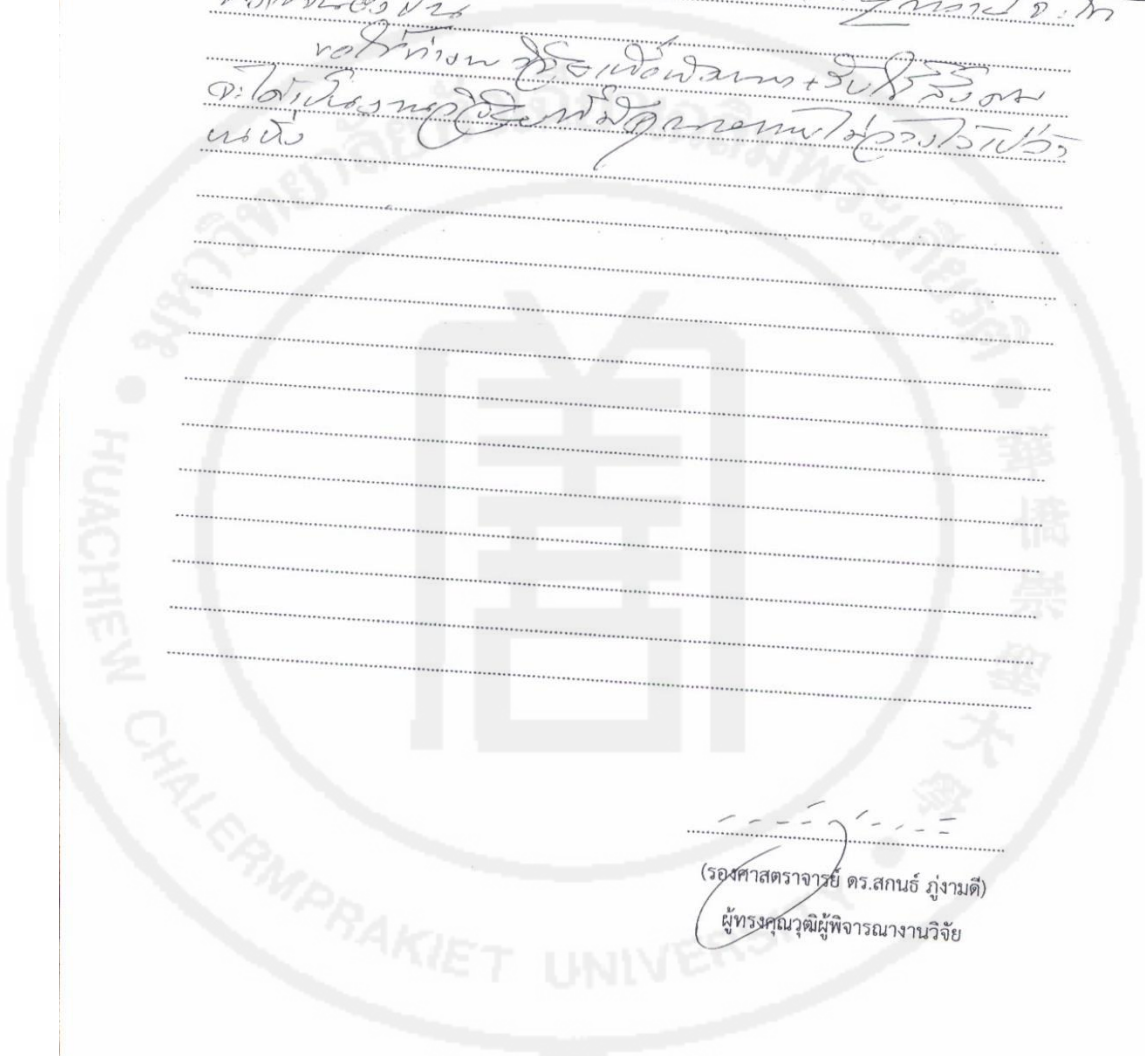
คุณภาพโดยรวมของงานวิจัย

ดีมาก     ดี     พอใช้     ต้องปรับปรุง

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัย โดยสรุปผลการวิจัยพบว่า ผู้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ได้ดีพอสมควร แต่มีความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวานชนิดที่ 1 น้อยกว่าโรคเบาหวานชนิดที่ 2 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ศึกษามีความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวานชนิดที่ 3-4 น้อยกว่าโรคเบาหวานชนิดที่ 1 และ 2

ผลที่ได้นี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ศึกษามีความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ได้ดีพอสมควร แต่มีความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวานชนิดที่ 1 น้อยกว่าโรคเบาหวานชนิดที่ 2 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ศึกษามีความรู้เกี่ยวกับโรคเบาหวานชนิดที่ 3-4 น้อยกว่าโรคเบาหวานชนิดที่ 1 และ 2



(รองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี)  
 ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณางานวิจัย



## หนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

ทำที่ 21 นว ไร่ ๖๖

วันที่ 29 เดือน 4 พ.ศ. 58

เลขที่ ประชากรตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ข้าพเจ้า ซึ่งได้ลงนามทำหนังสือนี้ ขอแสดงความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

ชื่อโครงการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน  
อาหารแปรรูปและสมุนไพรตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ

ชื่อผู้วิจัย นายชาติร์ บัวคลี่

ที่อยู่ติดต่อ 18/18 อาคารอำนวยการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

โทรศัพท์ 085-526-2493

ข้าพเจ้าได้รับทราบรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย รายละเอียดขั้นตอนต่าง ๆ  
ที่จะต้องปฏิบัติหรือได้รับการปฏิบัติ ความเสี่ยง/อันตราย และประโยชน์ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการวิจัยเรื่องนี้ โดยได้อ่านรายละเอียดในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยโดยตลอด และได้รับคำอธิบายจากผู้วิจัย จนเข้าใจเป็นอย่างดีแล้ว

ข้าพเจ้าจึงสมัครใจเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ตามที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย โดยข้าพเจ้า  
ยินยอมให้ความร่วมมือและแสดงความคิดเห็น พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้ทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มการวิจัย  
จนจบกระบวนการวิจัย

ข้าพเจ้ามีสิทธิถอนตัวออกจากการวิจัยเมื่อใดก็ได้ตามความประสงค์ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล ซึ่งการถอน  
ตัวออกจากการวิจัยนั้น จะไม่มีผลกระทบต่อข้าพเจ้าทั้งสิ้น

ข้าพเจ้าได้รับคำรับรองว่า ผู้วิจัยจะปฏิบัติตามข้อมูลที่ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการ  
วิจัย และข้อมูลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้าพเจ้า ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับ โดยจะนำเสนอข้อมูลการวิจัยเป็น  
ภาพรวมเท่านั้น ไม่มีข้อมูลใดในการรายงานที่จะนำไปสู่การระบุตัวข้าพเจ้า

หากข้าพเจ้าไม่ได้รับการปฏิบัติตรงตามที่ได้ระบุไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย ข้าพเจ้าสามารถ  
ร้องเรียนได้ที่คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

ข้าพเจ้าได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน ทั้งนี้ข้าพเจ้าได้รับสำเนาเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการ  
วิจัย และสำเนานี้แสดงว่ายินยอมไว้แล้ว

ลงชื่อ

(.....)

ผู้วิจัยหลัก

ลงชื่อ

(.....)

ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ลงชื่อ

(.....)

พยาน



มหาวิทยาลัย  
หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

มหาวิทยาลัยพระเกียรติ หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ Huachiew Chalermprakiet University

แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

งานวิจัย หรือ งานสร้างสรรค์ เรื่อง การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา  
รูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนใน  
จังหวัดสมุทรปราการ

หัวหน้าโครงการ อาจารย์ชาติรี บัวคลี่ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์

ชื่อผู้ประกอบการและชื่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ชื่อ-สกุลผู้ประกอบการ..... อ. นี. สิงหา

2) ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์..... ข้าวเหนียวปลงกลัด

การนำไปใช้ประโยชน์

หน่วยงาน/บุคคล ได้นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เชิงวิชาการ โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 1. เชิงสาธารณะ โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 2. เชิงนโยบาย โปรดระบุรายละเอียด

.....

(x) 3. เชิงพาณิชย์ โปรดระบุรายละเอียด

นำไปใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่าย

.....

(.....)

ผู้รับรองการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ตำแหน่ง..... เจ้าอาวาสวัดอัมพวัน

วันที่ให้ข้อมูล..... 4 สิงหาคม ๒๕๖๑

เบอร์โทรติดต่อ..... 02-31๗-๑๐๒๘ Email : .....

หมายเหตุ - ผู้รับรองการนำไปใช้ประโยชน์อาจเป็นคณบดี/หัวหน้าหน่วยงาน/ผู้นำชุมชน/บุคคลที่นำผลงานไปใช้

- ควรแนบหลักฐานการนำไปใช้ประโยชน์ด้วย



มหาวิทยาลัย  
หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ Huachiew Chalermprakiet University

แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

งานวิจัย หรือ งานสร้างสรรค์ เรื่อง การออกแบบลวดลายสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา  
รูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนใน  
จังหวัดสมุทรปราการ

หัวหน้าโครงการ อาจารย์ชาติรี บัวคี่ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์

ชื่อผู้ประกอบการและชื่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ชื่อ-สกุลผู้ประกอบการ... ศิริพร หวังอรุณี ใจดี

2) ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์... เงินปูปลั่งต้นงวม

การนำไปใช้ประโยชน์

หน่วยงาน/บุคคล ได้นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เชิงวิชาการ โปรดระบุรายละเอียด

( ) 1. เชิงสาธารณะ โปรดระบุรายละเอียด

( ) 2. เชิงนโยบาย โปรดระบุรายละเอียด

3. เชิงพาณิชย์ โปรดระบุรายละเอียด

นำไปผลิตและจำหน่ายสินค้าและจัดนิทรรศการในงานหน้าร้าน

( ศิริพร หวังอรุณี ใจดี )

ผู้รับรองการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ตำแหน่ง เจ้าของผลิตภัณฑ์

วันที่ให้ข้อมูล 1 ส.ค. 2559

เบอร์โทรติดต่อ 085-1823231 Email : .....

หมายเหตุ - ผู้รับรองการนำไปใช้ประโยชน์อาจเป็นคณบดี/หัวหน้าหน่วยงาน/ผู้นำชุมชน/บุคคลที่นำผลงานไปใช้

- ควรแนบหลักฐานการนำไปใช้ประโยชน์ด้วย



มหาวิทยาลัย

หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ Huachiew Chalermprakiet University

แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

งานวิจัย หรือ งานสร้างสรรค์ เรื่อง การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ

หัวหน้าโครงการ อาจารย์ชาติรี บัวคลี่ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์

ชื่อผู้ประกอบการและชื่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ชื่อ-สกุลผู้ประกอบการ.....

2) ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์.....

การนำไปใช้ประโยชน์

หน่วยงาน/บุคคล ได้นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เชิงวิชาการ โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 1. เชิงสาธารณะ โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 2. เชิงนโยบาย โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 3. เชิงพาณิชย์ โปรดระบุรายละเอียด

.....

.....

( ๑๓ พะตัก ๒๕๖๕ )

ผู้รับรองการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ตำแหน่ง.....

วันที่ให้ข้อมูล.....

เบอร์โทรติดต่อ..... Email : .....

หมายเหตุ - ผู้รับรองการนำไปใช้ประโยชน์อาจเป็นคณบดี/หัวหน้าหน่วยงาน/ผู้นำชุมชน/บุคคลที่นำผลงานไปใช้

- ควรแนบหลักฐานการนำไปใช้ประโยชน์ด้วย

มฉก. ใช้ประโยชน์-01



มหาวิทยาลัย  
หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

Chulalongkornrajavidyalaya University

แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัย หรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์

งานวิจัย หรือ งานสร้างสรรค์ เรื่อง การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา  
รูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนใน  
จังหวัดสมุทรปราการ

หัวหน้าโครงการ อาจารย์ชาติรี บัวคลี่ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์

ชื่อผู้ประกอบการและชื่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ชื่อ-สกุลผู้ประกอบการ.....นาง สักดา (สงวน(ช:น))

2) ชื่อสินค้า/ผลิตภัณฑ์.....Kraline

การนำไปใช้ประโยชน์

หน่วยงาน/บุคคล ได้นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เชิงวิชาการ โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 1. เชิงสาธารณะ โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 2. เชิงนโยบาย โปรดระบุรายละเอียด

.....

( ) 3. เชิงพาณิชย์ โปรดระบุรายละเอียด

.....

.....

.....

.....  
สีกดา สงวน(ช:น)

ผู้รับรองการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

## ประวัติผู้วิจัย

### ประวัติทางการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนไชยปราการ
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	แผนกวิชาออกแบบการพิมพ์ สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ(เจ็ดยอด)
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	แผนกวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ สถาบันเทคโนโลยี ราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ(เจ็ดยอด)
ระดับปริญญาตรี	ศศบ.ออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประกาศนียบัตรแพทย์แผนไทย	พท.ภ, พท.ว สถาบันการแพทย์แผนไทยเนตรดาว
ระดับปริญญาโท	ศศม.นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### ประวัติการทำงาน

แพชชั่นดีไซน์	แบรนด์เลอคอค สปอร์ตทีฟ บริษัทแฮมป์เอช ไอซีซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล
ครีเอทีฟ	บริษัททรีโอ แอดเวอร์ไทซิ่งแอนด์ มีเดีย
แพชชั่นดีไซน์	บริษัทลีวายส์ สเตราท์ แอนด์ โค ประเทศไทย
ครู	แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัย อาชีวศึกษาแพร่
ที่ปรึกษา	บริษัทจตุพรการพิมพ์
อาจารย์ประจำ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
อาจารย์ประจำ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
อาจารย์ประจำ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียว เฉลิมพระเกียรติ