การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ปลากุเลาสูตรกลมกล่อม เพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็ม ป้าอ้วนตากใบ

LOGO AND PACKAGING DESIGN FOR SAVORY AND HEALTHY READY – TO - COOK PLA – KULAO IN SUNFLOWER OIL FOR COMMUNITY ENTERPRISE OF SALTED FISH KULAO PA AON TAKBAI

[1]ชุติมา หวังเบ็ญหมัด, [2]ธนพงศ์ วุ่นแสง, [3]ยวมน ไซยิด, [4]ฮาบิลลาห์ จะปะกียา, [5]นิตย์ หทัยวสีวงศ์ สุขศรี, [6]วัชรี พืชผล และ [7]อมราวดี วงศ์เทพ

[1]Chutima Wangbenmad, [2]Thanapong Wunsaeng, [3]Yawamon Syed, [4]Habilla Chapakiya, [5]Nit Hathaiwasriwong Suksri, [6]Watchari Puechphol and [6]Amaravadee Wongthep

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, ประเทศไทย

Hatyai University, Thailand.

[1]drchutima@hu.ac.th

Received: August 15, 2024; **Revised**: November 6, 2024; **Accepted**: December 28,2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟกบนบรรจุภัณฑ์ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง

[1] อาจารย์, ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[2] อาจารย์, หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[3] นักวิชาการอิสระ

[4] เจ้าหน้าที่บริการวิทยาศาสตร์ ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[5] ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

[6] อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

[7] อาจารย์, สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

(2) เพื่อศึกษาการยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟกบนบรรจุภัณฑ์ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุงกลุ่มกับผู้บริโภคเป้าหมาย โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยในการออกแบบคณะผู้วิจัยได้ระดมความคิดเห็น และความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปเป็นประเด็นในการออกแบบ ให้ครอบคลุม 3 ด้าน (1) ด้านตัวบรรจุภัณฑ์ (2) ด้านตราสัญลักษณ์และ (3) ด้านการแสดงข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ในการประเมินความพึงพอใจต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามกับผู้บริโภคที่เข้าชมงานแสดงสินค้า OTOP ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ จำนวน 44 รายด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ผลการศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการ โดยออกแบบให้เป็นตัวการ์ตูน "ป้าอ้วน" ที่มีใบหน้ายิ้ม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สากลที่สื่อถึงความสุข ความเป็นมิตร และความอบอุ่น การออกแบบกราฟิกบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ใช้ลวดลายจากเรือกอและซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นของพื้นที่ การนำลวดลายนี้มาใช้จึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างศิลปะและบรรจุภัณฑ์ผลการประเมินการยอมรับตราสัญลักษณ์ ผลการประเมินการยอมรับการออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุดเนื่องจากการพัฒนาตราสัญลักษณ์สามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของผู้ประกอบการเจ้าของแบรนด์ได้อย่างชัดเจนและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์แก้วช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูมีคุณค่ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแบรนด์ที่เน้นสุขภาพและความใส่ใจในคุณภาพ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์แก้วยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และเป็นวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์; วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วนตากใบ

Abstract

This research aimed to: (1) design the logo, label, and graphics on the packaging of savory and healthy ready-to-cook sliced Pla-Kulao in sunflower oil for the Pa Aon Takbai salted fish community enterprise and (2) study the consumer acceptance of the logo, label, and packaging graphics for this product among the target consumer group. The research was conducted using a participatory action research (PAR) approach, where the research team gathered opinions and requirements from community enterprise operators to inform the design, covering three main aspects: (1) the packaging, (2) the logo, and (3) the information displayed on

the packaging. To evaluate the satisfaction with the logo and packaging design, a questionnaire was administered to 44 consumers who attended the OTOP exhibition at the International Convention Center, which is expected to represent the target market. The logo was designed to reflect the identity of the business owner by featuring a cartoon character, "Pa Aon," with a smiling face—a universal symbol of happiness, friendliness, and warmth. The packaging label incorporated graphic designs featuring patterns from the traditional "Kolae" boat, a significant cultural symbol of the region, creating a connection between art and the product. The acceptance evaluation results indicated high consumer appreciation for the logo and packaging design. The logo effectively represented the brand image and the owner's personality. The use of glass packaging enhanced the product's perceived value, aligning with the brand's emphasis on health and quality. Glass packaging is also reusable and environmentally friendly.

Keywords: Logo and Packaging Design; Pa Aon Takbai Salted Fish Community Enterprise

บทนำ

อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส เป็นพื้นที่ที่บรรจบของแม่น้ำ 3 สายได้แก่ แม่น้ำตากใบ แม่น้ำสุไหงโกลกและแม่น้ำบางนรา มาบรรจบกันที่ปากอ่าว พื้นที่เขตปากแม่น้ำมีการสะสมของปริมาณแร่ธาตุอาหารที่เพิ่มมากขึ้นมีความอุดมสมบูรณ์ มีแพลงก์ตอนเป็นจำนวนมาก ทำให้น่านน้ำบริเวณนี้อุดมไปด้วยสารอาหารและเป็นแหล่งหากินของปลากุเลาซึ่งเป็นปลาทะเลชอบอาศัยหากินอยู่ตามน้ำกร่อย ปลากุเลา เป็นปลามีเนื้อเยอะ เนื้อหวาน มัน อร่อย มีก้างตรงกลางอย่างเดียว สามารถกินได้ตลอดทั้งตัว ปลากุเลาตากใบตามธรรมชาติจึงมีรสชาติอร่อยแตกต่างไปจากที่อื่นๆ ภูมิปัญญาพื้นบ้านถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นในการถนอมอาหารด้วยวิธีการทำปลาเค็มมาเกือบ 100 ปี ปัจจุบันปลากุเลาเค็มตากใบเป็นสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื้อแน่นเนียนละเอียดเมื่อทอดสุกจะฟูมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ ปลากุเลาเค็มได้ชื่อว่าเป็น "ราชาแห่งปลาเค็ม" เป็นสินค้าด้านอาหารที่ขึ้นชื่อของอำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส ที่เลื่องชื่อลือชาในความอร่อยเหนือกว่าปลาเค็มในจังหวัดอื่น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559)

กระทรวงอุตสาหกรรมโดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 ได้จัดทำโครงการกิจกรรมสืบสาน สร้างสรรค์ผสานอัตลักษณ์ภูมิปัญญาเพื่อเพิ่มมูลค่า ภายใต้โครงการยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน (CIV cultural Industrial Village) มุ่งเน้นการพัฒนาที่พึ่งพาตนเองได้

พร้อมทั้งเสริมศักยภาพในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งในโครงการนี้มีผู้ประกอบการได้รับการคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมโครงการ ปลากุเลาเค็มตากใบที่เป็นร้านที่เก่าแก่ ดั้งเดิมของอำเภอตากใบ ป้าอ้วน สืบทอดภูมิปัญญาปลาเค็มจากรุ่นแม่ ทำมากว่า 50 ปีและได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาว และมีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วนตากใบ เพื่อได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ปัจจุบันป้าอ้วน ได้ดำเนินการสร้างโรงเรือนโรงเรือนผลิตที่สะอาด ระบบปิด ตามมาตรฐาน อย สำหรับผลิตภัณฑ์ "ป้าอ้วนปลากุเลา" ที่ถูกพัฒนาให้มีมูลค่าสูงขึ้นและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน เราได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่คือ "ปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งตอบโจทย์ตลาดคนรักสุขภาพ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นถิ่น โดยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัดนราธิวาส ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเผยแพร่ของดีประจำจังหวัดอีกด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับ "ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง" โดยถือเป็นโอกาสที่ดีในการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างจากพื้นที่อื่น นอกจากนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลวดลายเรือกอและซึ่งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดนราธิวาส ยังช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์นี้เป็นของฝากที่น่าสนใจและเป็นที่ระลึกที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนราธิวาสได้อย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง

2. เพื่อศึกษาการยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็ม ป้าอ้วนตากใบ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เข้าชมงานแสดงสินค้า OTOP ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ จำนวน 44 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมิน การยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การคัดเลือกกลุ่มผู้บริโภคที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ จำนวน 44 รายด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง

กลุ่มเป้าหมาย/ผู้ให้ข้อมูล (เชิงคุณภาพ) ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ร่วมวิจัยและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตพื้นที่วิจัยและแหล่งที่มาของข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วนตากใบ สังเกตการณ์สภาพแวดล้อมทางกายภาพบริบท วิถีชุมชน ความคิดเห็น ความเชื่อ วิถีวัฒนธรรม และภูมิปัญญา ของพื้นที่และ เอกสารต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การคำนวณ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็ม ป้าอ้วนตากใบ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง

ผลการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์นราธิวาส พบว่าเรือกอและเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดนราธิวาสและเป็นสัญลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคใต้ของประเทศไทย เรือกอและเป็นเรือประมงพื้นบ้านของชาวไทยมุสลิมในจังหวัดนราธิวาส มีความโดดเด่นและเป็น

เอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สื่อถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและความงดงามทางศิลปะลักษณะและความสำคัญของเรือกอและ การออกแบบและการตกแต่ง เรือกอและมักจะมีลวดลายและสีสันที่สดใส โดยลวดลายบนเรือสะท้อนถึงศิลปะอิสลามที่ผสมผสานกับลวดลายไทยและมลายู ลวดลายเหล่านี้มักจะแสดงถึงความเชื่อและวัฒนธรรมท้องถิ่น เรือกอและจึงไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือประมงเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของอัตลักษณ์และวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดนราธิวาส จึงทำให้ผู้ประกอบการสนใจใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นนำมาออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง



ภาพที่ 1 ลวดลายบนเรือกอและ



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วนตาก

ผลการศึกษาข้อมูลวิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วนตาก วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วนตากใบยังคงมุ่งมั่นในการต่อยอดภูมิปัญญาด้วยนวัตกรรม โดยการพัฒนาเมนูอาหารให้หลากหลายขึ้น และออกแบบตราสัญลักษณ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนานี้เริ่มต้นจากการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ โดยสอบถามถึงความต้องการในการสื่อสารกับผู้บริโภค รวมถึงความต้องการในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์และพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทางวิสาหกิจฯ ได้เลือกใช้ภาพการ์ตูนของป้าอ้วนที่มีลักษณะเป็นมิตรและน่ารักเป็นจุดเด่นของตราสัญลักษณ์ สำหรับฉลากสินค้าใช้สีแดงและตกแต่งด้วยลวดลายกราฟิกของเรือกอและ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากสีสันสดใสและฉูดฉาดของลวดลายเรือกอและ



ภาพที่ 3 ดึงเอาคาแรคเตอร์ที่ต้องการออกมาวาดเป็นตัวการ์ตูน
เป็นจุดเด่นของตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 4 การนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์คือการผสมผสานวัฒนธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นเข้ากับการออกแบบกราฟิก เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เพียงดึงดูดสายตา แต่ยังสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิภาคนั้นๆ สามารถช่วยเสริมสร้างความจดจำและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์

ในสายตาของผู้บริโภค เรือกอและปืนศิลปะที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนราธิวาส การใช้ลวดลายนี้และสีสันสดใสบนบรรจุภัณฑ์ช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและสามารถสื่อถึงคุณค่าและเอกลักษณ์ของสินค้า

บรรจุภัณฑ์แก้วมีความใส แข็งแรง คงรูป ทนต่อความดันภายใน อุณหภูมิและการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิฉับพลัน (30-80 องศาเซลเซียส) กันไอน้ำและก๊าซได้ดีมากและมีความเฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยาเคมี (ระพีพรรณ สายแวว, 2563) ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว บรรจุภัณฑ์แก้วจึงเหมาะสำหรับการบรรจุผลิตภัณฑ์ปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวัน พร้อมปรุง



ภาพที่ 5 การนำลวดลายเรือกอและมาใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพ
ในน้ำมันดอกทานตะวัน พร้อมปรุง



ภาพที่ 7 การสำรวจการยอมรับของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑป้าอ้วนปลากุเลา สูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง

2. ผลการศึกษาการยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคที่เข้าชมงานแสดงสินค้า OTOP ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ที่คาดว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ จำนวน 44 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 68.18 อายุมากกว่า 50 ปีจำนวน 18คน คิดเป็นร้อยละ 40.92 อาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวสิาหกิจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 โดยมีผลการศึกษาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ปลากุเลาหั่นชิ้นในน้ำมันดอกทานตะวัน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ	
	$\bar{X}$	ระดับ
1.ด้านการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์		
1.สื่อจุดเด่นเอกลักษณ์สินค้า	4.30	มากที่สุด
2. การออกแบบโลโก้ ตราสินค้า	4.75	มากที่สุด
3.รูปแบบตัวอักษร	4.18	มาก
4. ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์	4.66	มากที่สุด
รวม	4.47	มากที่สุด
2.ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		
1. รูปร่าง รูปทรง	4.25	มากที่สุด
2. วัสดุที่ใช้	4.80	มากที่สุด
3. ขนาด	4.25	มากที่สุด

4.ความสะดวกในการขนส่ง	4.63	มากที่สุด
5.ความสะดวกในการพกพา จัดเก็บและวางจำหน่าย	4.15	มาก
เฉลี่ย	4.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินการยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ปลากุเลาหั่นชิ้นในน้ำมันดอกทานตะวัน จากกลุ่มเป้าหมาย ภาพรวมของการประเมินผลด้านออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.47 โดยมีการออกแบบโลโก้ ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ย($\bar{X}$) สูงสุด 4.75 รองลงมา ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.66) สื่อจุดเด่นเอกลักษณ์สินค้า ($\bar{X}$ = 4.30) และ รูปแบบตัวอักษร ($\bar{X}$ = 4.18) ตามลำดับ ส่วนภาพรวมด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.42) โดยมีวัสดุที่ใช้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) สูงสุด 4.80 รองลงมา ความสะดวกในการขนส่ง($\bar{X}$ = 4.63) รูปร่าง รูปทรง และ ขนาด($\bar{X}$ = 4.23) และ ความสะดวกในการพกพา จัดเก็บและวางจำหน่าย($\bar{X}$ = 4.15) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง วิสาหกิจชุมชนปลาเค็มกุเลาเค็ม ป้าอ้วนตากใบ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและถ่ายทอดคุณค่าและเอกลักษณ์ของสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน "ปลาเค็มกุเลาเค็มป้าอ้วน ตากใบ" ใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยสอบถามความต้องการด้านรูปแบบของตราสัญลักษณ์จากผู้ประกอบการ พบว่าพวกเขาต้องการตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการ โดยออกแบบให้เป็นตัวการ์ตูน "ป้าอ้วน" ที่มีใบหน้ายิ้ม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สากลที่สื่อถึงความสุข ความเป็นมิตรและความอบอุ่น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้สามารถนำมาใช้ในการสร้างบุคลิกภาพให้กับตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างดี และช่วยเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เชื่อมโยงกับความเป็นมิตรของผู้ประกอบการ โดยลักษณะบุคลิก ภาพนี้สามารถสะท้อนถึงตราสินค้าได้โดยตรงจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า บุคลิกภาพของตราสินค้าเป็นปัจจัยที่สร้างความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค (Human Personality Traits)

การสร้างบุคลิกภาพของตราสินค้าคือการกำหนดลักษณะเฉพาะที่ทำให้แตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน นอกจากนี้ Aaker (1996) ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลิกตราสินค้า โดยมองว่า

เป็นการนำเอาลักษณะนิสัยและคุณสมบัติของบุคคลมาประยุกต์ใช้กับสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่างและจดจำได้(ปิยะ งามเจริญมงคล และปิยาภรณ์ เอื้อมสุวรรณ, 2563)

การออกแบบกราฟิกบนฉลากบรรจุภัณฑ์ "ป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุง" ใช้ลวดลายจากเรือกอและซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นของพื้นที่ การนำลวดลายนี้มาใช้จึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างศิลปะและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างลงตัว ซึ่งเป็นตัวอย่างของการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการนำมาสร้างลวดลายบนฉลากบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงแต่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า แต่ยังสามารถดึงดูดความสนใจของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุพิศ เสียงก้อง, 2563)

2. ผลการประเมินการยอมรับตราสัญลักษณ์ ฉลากและกราฟิกบนบรรจุภัณฑป้าอ้วนปลากุเลาสูตรกลมกล่อมเพื่อสุขภาพในน้ำมันดอกทานตะวันพร้อมปรุงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอยู่ในระดับมากที่สุดเนื่องจากการพัฒนาตราสัญลักษณ์สามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของผู้ประกอบการเจ้าของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน โดยมีการเชื่อมโยงบุคลิกภาพของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าเข้ากับตราสัญลักษณ์โดยตรง จากภาพการ์ตูนของ "ป้าอ้วน" ซึ่งเป็นตัวแทนของตราสัญลักษณ์ มีลักษณะเป็นมิตรและน่ารัก ซึ่งทำให้ตราสัญลักษณ์โดดเด่นและเป็นที่จดจำได้ง่ายในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายการใช้ภาพที่สื่อถึงบุคลิกภาพและคุณค่าของแบรนด์ยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้คะแนนการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด อีกทั้งโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแก้ว ทำให้ผลิตภัณฑ์ให้ดูมีคุณค่ามากขึ้นและสอดคล้องกับแบรนด์ที่เน้นสุขภาพและความใส่ใจในคุณภาพบรรจุภัณฑ์แก้วสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และเป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สยาม เศรษฐบุตรและพิศมัย จารุจิตติพันธ์, 2563) ซึ่งตรงกับแนวโน้มของผู้บริโภคที่มีความใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากขึ้นความใสของแก้วทำให้ผู้บริโภคสามารถเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้โดยตรง ซึ่งสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อทั้งหมดนี้ส่งผลให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แก้วในระดับสูงสุด

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการออกแบบกราฟิกบนฉลากบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้ลวดลายจากเรือกอซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น วิธีการนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่การตกแต่งเพื่อความสวยงามเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงการเชื่อมโยงระหว่างศิลปะท้องถิ่นกับผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความสอดคล้องที่ลงตัวระหว่างวัฒนธรรมและการค้า ซึ่งเป็นตัวอย่างของการนำเอา "ทุนทางวัฒนธรรม" มาใช้ใน "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" การนำลวดลายท้องถิ่น

มาใช้ในงานออกแบบนี้นอกจากจะเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แล้ว ยังสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ นี่เป็นการสะท้อนถึงการที่วัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ และยังช่วยส่งเสริมความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็เป็นวิธีหนึ่งในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). *การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ปลากุเลาเค็มตาก ใบทะเบียนเลขที่ สช 59100083.* ค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2565 จากhttps://www. Ipthai land .go.th /images/gi2/ 83_59100083_.pdf

ปิยะ งามเจริญมงคล และ ปิยาภรณ์ เอื้อมสุวรรณ (2563). *บุคลิกภาพของตราสินค้า: กรอบแนวคิดและการวัดประเมิน.* วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า. 27 พฤศจิกายน, 61 – 75.

ระพีพรรณ สายแวว (2563). *เทคนิคการเลือกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำพื้นเมือง กองวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ กรมประมง* ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2567 จาก https://www4.fisheries.go.th/local/ index.php/ main/view_ activitie s/1385 /75767

สยาม เศรษฐบุตร และ พิศมัย จารุจิตติพันธ์, (2563). *ความรับผิดชอบต่อสังคมของชุมชนกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ขวดแก้วไทย.* วารสารสุทธิปริทัศน์. 34 (109) มกราคม – มีนาคม, 134 – 149.

สุพิศ เสียงก้อง (2563). *การสร้างลวดลายต้นแบบจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเมืองชลบุรีเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์.* รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยประเภททุนอุดหนุนการวิจัยสร้างสรรค์และวิจัยนวัตกรรมคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

David A. Aaker (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Management Review. 38* (3) Spring, 102 – 120.