



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

อัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อย สู่การประยุกต์ใช้เป็นลวดลายฉลากบนบรรจุภัณฑ์จังหวัดสิงห์บุรี

ภาณุ พัฒนปณิธิพงศ์¹ รจนา จันทราสา²

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

email: panupattana@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษาอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อยจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำพริก ประชากรที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือ ชาวจังหวัดสิงห์บุรี และนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน สอบถามเพื่อให้ได้มาซึ่งเอกลักษณ์ และความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริก จำนวน 7 ราย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 3 ท่าน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย การสนทนากลุ่ม แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ทั้งก่อนและหลังการออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำพริกจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากนั้นสร้างต้นแบบแล้วประเมินผลวัดระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้หลักทฤษฎีและเหตุผล การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน

ผลการวิจัย พบว่า สามารถนำข้อมูลเรื่องราวประวัติความเป็นมา และ รูปแบบเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาไหสีหู ได้แก่ รูปร่าง ลวดลาย สี มาใช้กับบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของจังหวัดสิงห์บุรี รูปแบบที่เหมาะสมสามารถรักษาคุณภาพของน้ำพริกได้ คือ ภาชนะขวดแก้ว และกระปุกพลาสติก ติดฉลากสติ๊กเกอร์ และกล่องบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใส่ภาชนะบรรจุน้ำพริกชนิดกระปุกพลาสติกได้ 3 กระปุกได้ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องที่ต้องคำนึงถึงการคุ้มครองรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้เป็นอันดับแรก ป้องกันปกป้อง ตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหายได้ รูปแบบบรรจุภัณฑ์นี้สามารถเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลคำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้บริโภค-บริโภคได้ และช่วยให้สามารถขนถ่ายจัดจำหน่ายนำพากลับได้อย่างปลอดภัย การยอมรับของกลุ่มเป้าหมายในสถานะจุดขายจริงอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ส่วนด้านความคิดเห็น ด้านความมีคุณค่า-ราคา ความมีเอกลักษณ์ มีความงามในการจัดองค์ประกอบ ด้านการขาย การตลาด ที่อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : อัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผา, เตาเผาแม่น้ำน้อยจังหวัดสิงห์บุรี, บรรจุภัณฑ์

ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-ธันวาคม) ๒๕๖๐

Volume 11 Number 1 (January – December) 2017



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

Pottery Identity of the Noi River Kiln to the Designing Application on Singburi Province's Packagings

Panu Pattanapanithipong¹ Rodjana Chandhasa²

¹Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

²Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha Rajabhat University

email: panupattana@hotmail.com

Abstract

This research objective is to investigate the identity of pottery at Noi River Kiln of Singburi Province on packaging application for chili paste. The samples were 400 people and visitors in Sing Buri to obtain the identity and opinions on the packaging: they were 7 manufacturer groups with chili paste, packaging design professionals and marketing professionals. Research tools were focus group and open-ended questionnaires, both before and after design, to evaluate the appropriate product design, then created prototype for the market test by evaluating consumers' opinions about the new packaging. Qualitative data were descriptively analyzed. Quantitative data were analyzed by computer statistical basis. The research results found that 1) history information of Sing Buri Province on unique style of 4 ears pottery jars can be used for the packaging of chili paste; they are shapes, patterns, colors. 2) Appropriate forms can preserve the quality of the chili paste. Consistent with the needs of consumers, such as glass bottle container and plastic bottle, 3) attached sticker label and packaging have 3 plastic type containers. The most comments for the packaging were suitability to protect the product quality from damage, packaging with descriptive information, facilitating in transportation conveniently, respectively. The most acceptance of group target conditions is the real selling point. Price value, identity, beauty of the composition, sale, and marketing are at a high level.

Keyword : Identity of pottery, Kiln at Noi river Singburi province, Packaging

ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-ธันวาคม) ๒๕๖๐

Volume 11 Number 1 (January – December) 2017



บทนำ

การขับเคลื่อนการดำเนินนโยบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยใช้หลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเชื่อมโยงและบูรณาการรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี สังคมและความเป็นอยู่ เข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมและลงตัว การแข่งขันทางเศรษฐกิจ ต้องสามารถแสวงหาและดึงความเข้มแข็งของประเทศออกมาใช้ โดยผ่านกระบวนการของความคิดที่สร้างสรรค์ และดึงทุนที่เป็นความคิดทางประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของความเป็นไทยที่หลากหลายออกมา แล้วมาดัดแปลงหรือต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ซึ่งจะสามารถขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตไปได้ ซึ่งในสภาพการณ์ในปัจจุบัน การพัฒนาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างเดียวนั้นไม่เป็นการเพียงพอ เนื่องจากการแข่งขันในตลาดมีสูง ทั้งตลาดคู่แข่งที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยตนเอง ไปจนถึงหน่วยงานโรงงานหรือบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์รูปแบบเดียวกันอีกมากมาย ดังนั้น การที่จะส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าวิสาหกิจชุมชน จึงต้องอาศัยการขับเคลื่อนทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ส่วนทางด้านการจัดการกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นั้นต้องส่งเสริมด้านการจำหน่าย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขาย ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ถูกห่อหุ้มอยู่ภายใน ทองเจือ เขียวทอง. (2548) กล่าวถึงบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ว่า บนบรรจุภัณฑ์ 1 ชิ้น จะพบตราสัญลักษณ์อย่างน้อย 1 อย่างหรือมากกว่านั้น ตราสัญลักษณ์จะเป็นจุดสำคัญของบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคจะจดจำชื่อและรูปสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวของสินค้านั้นได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับตราสัญลักษณ์นี้ และผู้ประกอบการมักจะนำชื่อสินค้าที่ผ่านการออกแบบไปจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) เพื่อปกป้องสิทธิในสินค้าของตน

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนประเภทอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้าให้มีเอกลักษณ์ และสามารถเพิ่มดาวให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าให้กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งอาจสามารถก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งขึ้น โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อเป็นการนำเสนอแนวทางการพัฒนาในแง่ของการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางแก้ปัญหาและสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้มีความกินดีอยู่ดีขึ้น ช่วยให้เกิดการพัฒนาตามแนวทางการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีอัตลักษณ์เป็นของชุมชนที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ตามหลักการ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) การพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ทั้งนี้ โดยถือว่าในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด ที่รวมถึงการสร้างสรรค์คิดค้น การรักษาภูมิปัญญา ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ

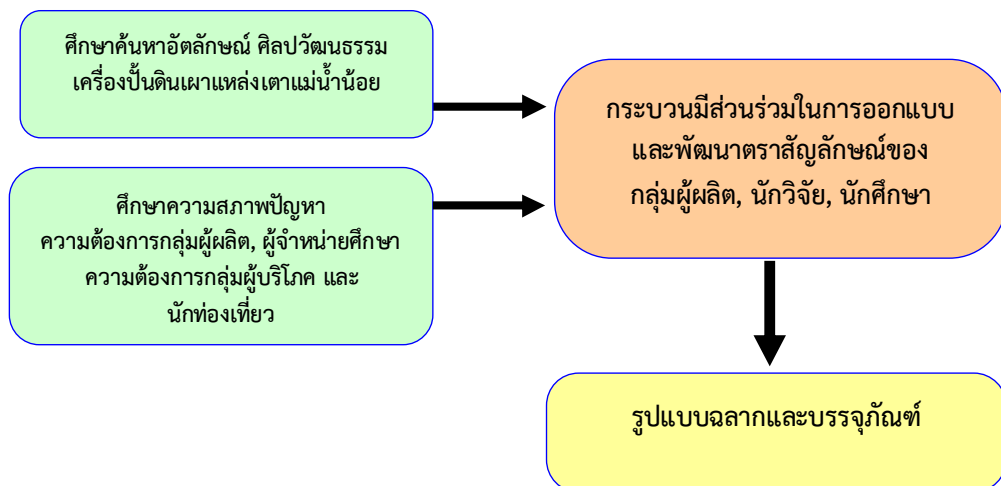


วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อยโดยประยุกต์ใช้เป็นลวดลายและออกแบบพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุน้ำพริกให้มีความสวยงามเหมาะสมกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและความต้องการของตลาด

ระเบียบวิธีวิจัย

เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบลวดลายฉลากบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งกรอบแนวคิดที่นำไปสู่การวิจัยและพัฒนางานครั้งนี้พัฒนามาบนรากฐานของกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบลวดลายฉลากบรรจุภัณฑ์

(1) ศึกษาอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อยจังหวัดสิงห์บุรีจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และภาคเอกสาร แล้วศึกษาสภาพปัญหา โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความต้องการบรรจุภัณฑ์ของทางกลุ่มผู้ผลิต รวมถึงข้อมูลความคิดเห็นความต้องการของผู้บริโภคและข้อมูลข้อเสนอแนะทางด้านตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ



(2) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาแล้วนำเอกลักษณ์มาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ร่วมกันกับผู้ผลิต นักศึกษา และผู้วิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้มีความเหมาะสม สอดคล้องตามความต้องการ

(3) เมื่อได้แนวทางของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำพริก นำแนวทางมาวิเคราะห์ ร่วมกันกับผู้ผลิต ผู้จำหน่าย พัฒนาชุมชน ผู้นำชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ใช้วิธีการสร้างภาพจำลอง รูปแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบกับแบบสอบถามเพื่อสื่อสารแนวคิดในการออกแบบให้ผู้ประเมิน คือ กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและด้านการตลาดรับรู้เข้าใจในรูปแบบที่พัฒนา แล้วส่งผลให้ สามารถแสดงความคิดเห็นตอบกลับได้ข้อมูลที่เหมาะสมชัดเจนเพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม สวยงาม ก่อนจัดทำ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์

(4) พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยการ สนทนาร่วมกันกับกลุ่มผู้ผลิตจากกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่ม ผู้ผลิตให้คำแนะนำในการทดลองทำต้นแบบโดยการสังเกต การร่วมคิดร่วมทำ เพื่อให้ได้ต้นแบบที่เหมาะสมเพื่อ สื่อสารแนวความคิดในการออกแบบให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจสามารถทดลองใช้ได้จริง แล้ว แสดงความคิดเห็นตอบกลับ เพื่อนำไปสรุปสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

(5) ประเมินรูปแบบโดยการทดสอบตลาดโดยใช้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาประกอบกับ แบบสอบถามประเมินระดับความคิดเห็นของประชาชนและนักท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีที่มีต่อรูปแบบที่ได้ จากการพัฒนา แล้วสรุปข้อมูลเป็นแนวทางให้กลุ่มผู้ผลิตนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

(6) ได้ต้นแบบกระบวนการศึกษาอัตลักษณ์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ น้ำพริก และต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำพริก จังหวัดสิงห์บุรี ให้สามารถยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ประชากรตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล

(1) ประชาชนชาวจังหวัดสิงห์บุรีและนักท่องเที่ยวรวม 400 คน เพื่อได้ข้อมูลความคิดเห็น ความต้องการ สำหรับนำมาใช้ในการออกแบบ (นิรัช สุดสังข์.2548) โดยคัดเลือกจากสถิติในการท่องเที่ยวของจังหวัด การเข้า พักและชมสถานที่ท่องเที่ยว โดยเจาะจงเลือกสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ 1) ตลาดภายในวัดพระ นอนจักรีศรี 2) ตลาดภายในวัดพิบูลทอง 3) ร้านจำหน่ายของที่ระลึกหน้าพระพรหม

(2) กลุ่มอนุรักษ์รูปแบบเครื่องปั้นดินเผาเตาแม่บ้านน้อย (ไหสีหู) : นายเทิดศักดิ์ บุญงาม (เป็นผู้ให้ข้อมูล ด้านเอกลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาเผาแม่บ้านน้อยจังหวัดสิงห์บุรี)

(3) ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกจังหวัดสิงห์บุรีที่มีอายุการทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 7 ราย (เป็นผู้ให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์น้ำพริก การตลาด และความต้องการของผู้บริโภค)

(4) ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 ราย (เป็นผู้ประเมินความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต และความ สวยงามและความเป็นเอกลักษณ์)



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

(5) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ด้านการตลาด ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 ราย (เป็นผู้ประเมินความเหมาะสมด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้ผลิตถึงข้อมูลที่มีอยู่จริงเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี การบริหารจัดการ การผลิต สภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์

(2) แบบสอบถามปลายปิด ประกอบภาพถ่าย สอบถามความคิดเห็นของประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ข้อมูลความคิดเห็นทางด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรี ทั้งยังได้ข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งแบบสอบถามนี้เป็นลักษณะมีกำหนดคำตอบให้ (Check List) แบบประมาณค่า (Rating scale) และแบบปลายเปิด เพื่อได้มาซึ่งข้อเสนอแนะของข้อมูลเพื่อนำมาศึกษาและพัฒนา ประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง เพื่อการออกแบบและพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริก ใช้แบบประเมินเพื่อวัดระดับความเหมาะสม 5 ระดับ

(3) แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว ผู้ตอบแบบประเมินคือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (หลังการออกแบบ) เพื่อให้ได้ข้อมูลความเหมาะสมกับรูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบใหม่และความต้องการเพิ่มเติมในการพัฒนารูปแบบก่อนจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ มีประเด็นประเมินความเหมาะสมดังนี้ 1.) สร้างความมีเอกลักษณ์ 2.) ดูเรียบง่ายสร้างความจดจำ 3.) มีความเป็นสากล ร่วมสมัย 4.) ใช้งานง่ายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 5.) เพื่อคุ้มครองรักษา 6.) เพื่อห่อหุ้ม รองรับตัวสินค้าให้สามารถขนถ่าย จัดจำหน่ายได้อย่างปลอดภัย 7.) เพื่อเป็นสื่อให้ข้อมูล คำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้บริโภค-บริโภค 8.) เพื่อป้องกัน ปกป้อง ตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหาย 9.) เพื่อการขยายการตลาด (การบรรจุภัณฑ์ของสมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย. 2533.), (ชัยรัตน์ อัครวาท. 2548)

(4) แบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว ผู้ตอบแบบประเมินคือนักท่องเที่ยวและประชาชน

ในการทดสอบทัศนคติของนักท่องเที่ยวด้านการใช้งาน ใช้หลักเกณฑ์การประเมินผลการออกแบบด้านตราสัญลักษณ์ของ ชัยรัตน์ อัครวาท (2548: 60) และด้านบรรจุภัณฑ์ใช้หลักเกณฑ์การประเมินของ ปุ่น คงเจริญเกียรติ (2541: 199-206)



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

การวิเคราะห์สังเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

(1) ใช้หลักทฤษฎีและเหตุผล และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเอกสารและงานวิจัย รวมถึงการวิเคราะห์สังเคราะห์ปัญหาและรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม

(2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยใช้ค่าสถิติขั้นพื้นฐานคือค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการใช้แยกหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์และประเด็นที่เชื่อมโยงกัน

ผลการศึกษา

(1) ผลการศึกษาอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาแม่น้ำน้อย ได้ดังนี้ การศึกษาอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดสิงห์บุรี ในแหล่งเครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาแม่น้ำน้อย มีข้อค้นพบว่า สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์หรือคุณลักษณะเด่นชัดที่สุดของเครื่องปั้นดินเผาเตาแม่น้ำน้อย คือ ภาชนะ **ไหสี่หู** ที่มีองค์ประกอบของ รูปทรง สัดส่วน สี ลักษณะของธรรมชาติวัสดุ คือ ดินและเคลือบ ผลิตภัณฑ์เมื่อเผาแล้วมีความแข็งแกร่งทนทาน ประกอบกับการต้องการการใช้สอยในครัวเรือนเป็นจำนวนมากทำให้สามารถทำเป็นอุตสาหกรรมได้ และด้านการค้าเพื่อนำไหสี่หูไปบรรจุอาหารและสินค้าอย่างอื่น ๆ ต่อไป ดังนั้นบทบาทของไหสี่หูของแหล่งเตาแห่งนี้จึงเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทภาชนะลักษณะหายากๆ ที่เป็นทั้งตัวสินค้าโดยตรงในขั้นต้นที่ใช้ในครัวเรือนและสินค้าที่ทำหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์เหมือนกับป๊อป ขวด กระป๋องที่ทำหน้าที่เพื่อช่วยในการขนส่งได้สะดวกเช่นในปัจจุบันนั่นเอง



ภาพที่ 2 ไหสี่หูขนาดใหญ่และภาพตัด



ภาพที่ 3 ไหสี่หูขนาดเล็กและภาพตัด

จากเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ความสวยงามลวดลายความวิจิตรประณีตถูกละเลยไปไม่เน้นความสวยงามเท่าใดนักเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์สังคโลก ลักษณะลวดลายหรือการตกแต่งผิวที่เห็นได้ชัดคือ ร่องรอยเส้นขีดขีดบริเวณปาก 4-5 เส้น และการปั้นหูดิด 4 ด้าน ลักษณะหูที่สามารถบอกได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ไหสี่หูของเตาแม่น้ำน้อย คือ หูที่สามารถร้อยเชือกได้และการติดปลายของหูทั้งสองด้านปาดลงด้านล่าง ถ้าเป็นลักษณะหูจากแหล่งอื่น จะมีลักษณะแตกต่างจากออกไปคือการปาดออกด้านข้างซ้ายและขวาบางแห่งไม่สามารถร้อยเชือกได้

ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-ธันวาคม) ๒๕๖๐

Volume 11 Number 1 (January – December) 2017



สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะอีกประการหนึ่งของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา คือ ธรรมชาติของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คือ ดินและเคลือบ คุณสมบัติเฉพาะของดินแต่ละแหล่งแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันเห็นได้ชัด เช่น ดินสุโขทัยที่ใช้ผลิตสังคโลก ดินขาวลำปางทำชาวมตราไก่ ดินสำหรับทำเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง มีสีของเนื้อดินและเคลือบแตกต่างกับดินบ้านด่านเกวียน จ.นครราชสีมา ดินเหนียวราชบุรีที่ผลิตโอ่งมังกรรวมถึง ดินเหนียวแหล่งเตาแม่น้ำน้อย อ.บางระจัน จ.สิงห์บุรี ที่มีสีเทาเข้มถึงสีน้ำตาลเข้มเนื้อละเอียด เคลือบสีน้ำตาลกึ่งมันกึ่งด้านจากขี้เถ้าพืช

(2) การสอบถามความต้องการของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว (ก่อนการออกแบบ) ผลพบว่า จากการศึกษาความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนและนักท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสิงห์บุรีที่เป็นที่รู้จักเด่นชัดที่สุด คือ รูปแบบของแหล่งเตาเผาเครื่องปั้นดินเผาเตาแม่น้ำน้อย ไหล่หู ส่วนด้านข้อมูลเรื่องประวัติศาสตร์ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่ทราบความเป็นมาที่แน่ชัด ดังนั้นนอกจากรูปแบบรูปลักษณะภายนอกแล้ว สิ่งสำคัญอีกด้านหนึ่งคือ ข้อมูลเรื่องราวความเป็นมาในประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม ที่มีคุณค่าสะท้อนถึงวิถีชีวิต การดำรงชีพ วัฒนธรรม การค้าในสมัยนั้น เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ เพื่ออนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป และเป็นฐานในการพัฒนาต่อยอดแนวความคิดวิธีการของภูมิปัญญาที่ส่งผ่านมาผ่านสื่อสัญลักษณ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ต่างๆ ด้วยการ ศึกษาค้นหา รวบรวม วิเคราะห์ แล้วนำมาประยุกต์ใช้ทั้งที่เป็นข้อมูลเรื่องราวประวัติความเป็นมา และ รูปแบบเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาไหล่หู เช่น รูปทรง ลวดลาย สี คุณสมบัติของวัตถุดิบ ให้มีความเหมาะสมลงตัว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของจังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 4 การลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล

ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริก ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องที่ต้องคำนึงถึงการคุ้มครองรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้เป็นอันดับแรก สามารถใช้งานได้ง่ายเหมาะสมกับสิ่งของภายใน ในภาพรวมจะต้องง่ายแก่การจดจำ มีเอกลักษณ์ และยังให้ความสำคัญกับข้อมูล มีคำอธิบายให้แก่ผู้บริโภค-อุปโภค สื่อความหมายได้รวดเร็ว แต่สมบูรณ์พร้อมด้วยสาระและรายละเอียด มีความร่วมสมัย



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review

เหมาะแก่กาลเวลา ไม่ล้ายุคจนทำให้ล้าสมัยได้โดยเร็ว ส่วนในด้านรายละเอียด คุณลักษณะต่างๆขององค์ประกอบ ศิลป์ที่จะใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างต้องการ คือ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ควรเป็นแบบ ร่วมสมัย สีที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเป็นสีโทนร้อนมีความกลมกลืนกันในระดับสีเข้ม

(3) กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกจังหวัดสิงห์บุรี จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริก แล้ววิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เป็นบรรจุภัณฑ์ร่วมกันกับผู้ผลิต ทีมวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 5 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริก

สอดคล้องกับคำกล่าวของ ศิริพงศ์ พะยอมรัมย์ (2537) ว่าการออกแบบสัญลักษณ์ควรมีรูปลักษณะ ที่น่าจดจำ ให้ความรู้สึกคุ้นเคย แต่ต้องดูไม่ธรรมดา ควรเรียบง่าย สื่อความหมายได้รวดเร็ว แต่สมบูรณ์พร้อมด้วย สาระและรายละเอียด มีความร่วมสมัย เหมาะแก่กาลเวลา ไม่ล้ายุคจนทำให้ล้าสมัยได้โดยเร็ว ควรสะดวกต่อการ ใช้งานดูเหมาะสมกับปรัชญาและกิจกรรมของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยสรุป ทำให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากและตรา สัญลักษณ์ใหม่ทั้งหมด 7 กลุ่มโดยนำเอกลักษณ์ของลักษณะรูปร่างรูปทรงของไหสีหิมาปรับประยุกต์ดัดทอนเป็น ลวดลายและข้อมูลเรื่องราวสื่อสารในบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์น้ำพริกโดยยอบุนพื้นฐานความต้องการของกลุ่ม ผู้บริโภค ทั้งด้านการใช้งานดังนี้

ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-ธันวาคม) ๒๕๖๐

Volume 11 Number 1 (January – December) 2017



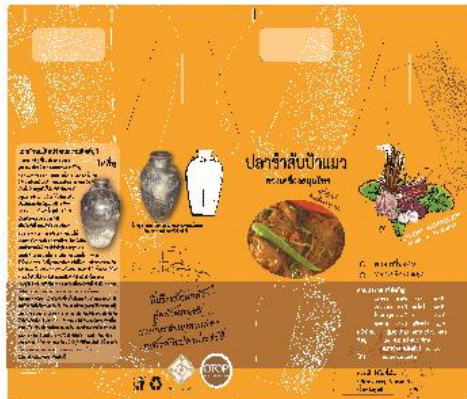
วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย
Suan Sunandha Academic & Research Review



ภาพที่ 6 รูปแบบแนวทางบรรจุภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปทุมทิพย์



ภาพที่ 7 รูปแบบแนวทางบรรจุภัณฑ์น้ำพริกปลาร้าสับอรุณรัตน์



ภาพที่ 8 รูปแบบแนวทางบรรจุภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรจำปาทอง



ภาพที่ 9 รูปแบบแนวทางบรรจุภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านจักรสีห์



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย
Suan Sunandha Academic & Research Review



ภาพที่ 10 รูปแบบแนวทางบรรจุภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านวัดประดับ



ภาพที่ 11 รูปแบบแนวทางบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านผลิตพริกแกง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำพริก พบว่า รูปแบบที่เหมาะสมสามารถรักษาคุณภาพของน้ำพริกได้ดีมากที่สุด คือ ภาชนะขวดแก้ว และกระปุกพลาสติก ติดฉลากสติ๊กเกอร์ และกล่องบรรจุ



ภัณฑ์ที่สามารถใส่ภาชนะบรรจุน้ำพริกชนิดกระปุกพลาสติกได้ 3 กระปุกได้ โดยมีข้อคำนึงถึงในด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นด้วย เมื่อได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบแล้วจัดทำแบบประเมินเพื่อวัดระดับความเหมาะสม โดย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดพบว่า บรรจุภัณฑ์ในภาพรวม ดูเรียบง่ายสร้างความจดจำได้ดี รองลงมาคือ สามารถสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้กับบรรจุภัณฑ์ การใช้งานง่ายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และ มีรูปแบบสารสีใช้เป็นของขวัญของฝากได้ อยู่ในระดับมากที่สุด มีความเป็นสากลร่วมสมัย การแสดงถึงศิลปะท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดต่อแนวทางของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมด้านผลิตภัณฑ์ สามารถใช้งานง่าย มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สร้างควมมีเอกลักษณ์ได้ ความเหมาะสมด้านการจัดจำหน่าย มีความเหมาะสมกับการจัดจำหน่าย ดูเรียบง่ายเป็นสากล สร้างควมจดจำรองลงมาคือ มีความเหมาะสมด้านราคา สามารถเพิ่มมูลค่าได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ



ภาพที่ 12 การประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา



ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์สามารถห่อหุ้มรักษาคุณภาพสินค้าได้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ป้องกัน ปกป้อง ตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหายได้ รูปแบบบรรจุภัณฑ์นี้สามารถเป็นสื่อที่ให้ข้อมูล คำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้บริโภค-บริโภคได้ และช่วยให้สามารถขนถ่ายจัดจำหน่ายนำพากลับได้อย่างปลอดภัย การยอมรับของกลุ่มเป้าหมายในสภาวะจุกจิกจริงอยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ส่วนด้านความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก คือ ความมีคุณค่า-ราคา ความมีเอกลักษณ์ มีความงามในการจัดองค์ประกอบ ด้านการขาย การตลาด ตามลำดับ

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ผลิตต้องมีความรู้จากการศึกษาเอกลักษณ์เครื่องปั้นดินเผา แห่งเตาแม่น้ำน้อย ได้วิธีการขั้นตอนในการคิด ความเข้าใจในการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ร่วมกันของ ระหว่าง กลุ่มผู้ผลิต นักศึกษา และทีมวิจัย สามารถวิเคราะห์และอภิปรายถึงจุดเด่นจุดด้อยของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและของกลุ่มผู้ผลิตเองที่สามารถแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมทั้ง ในด้านการใช้งาน ด้านการสื่อสารข้อมูล ด้านการตลาด รวมถึงส่งผลให้สามารถยกระดับสินค้าในการคิดสรร และ ผลผลิตที่ได้จากการวิจัย ได้แก่ตราสัญลักษณ์ของสินค้า แล้วยังได้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้า สื่อข้อมูล ผลิตได้ตามมาตรฐานของเกณฑ์การคิดสรร มีรูปแบบสอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค ผลที่ได้สอดคล้องกับ นน ทกรณ์ แจกัณ (2548) ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้านการใช้งานที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ในภาพรวมต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องและรักษาคุณภาพสินค้า และตราสัญลักษณ์ ที่เหมาะสมสามารถดึงดูดใจและช่วยให้ผู้ซื้อเกิดการจดจำได้ง่าย โดยรูปแบบที่ได้เกิดจากการพัฒนาของนักวิจัย นัก ออกแบบ ร่วมกับ ผู้ผลิต ซึ่งกระบวนการวิจัยพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมครั้งนี้ หลังจากทีมงานวิจัยเสร็จสิ้นยัง ก่อให้เกิด

ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการพัฒนาที่มีการนำหลักการตามมาตรฐานกำหนดมาประยุกต์ใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ภายใน ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิด ทิณบุตร.(2531) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักคือเป็น ตัว ภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 3 กลุ่ม ตามลักษณะหน้าที่ ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์สำหรับการค้าปลีก บรรจุภัณฑ์ประเภทค้าปลีกต้องออกแบบให้สวยงาม
2. บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นสำหรับสินค้าจำนวนมาก ๆ เช่น เป็นโหล เป็นกล่อง หรือเป็นหีบ การกำหนดรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันออกไป
3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นเพื่อใช้สำหรับขนส่งโดยเฉพาะ ที่จะต้องเน้น เรื่องของความสะดวกในการขนส่ง การกำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ควรเน้นเรื่องของความประหยัดในการขนส่ง ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ.(2540) โดยกำหนดจุดประสงค์ของบรรจุภัณฑ์ คือ เพื่อคุ้มครองรักษา,เพื่อห่อหุ้มรองรับตัวสินค้าให้สามารถขนถ่าย จัดจำหน่ายได้อย่างปลอดภัย เพื่อเป็นสื่อให้ ข้อมูลคำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้บริโภค เพื่อป้องกันปกป้องตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหาย, เพื่อการ ขายการตลาด



วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย

Suan Sunandha Academic & Research Review



ภาพที่ 12 มอบต้นบรรจภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาให้กับหัวหน้าพัฒนาชุมชน
และกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกจังหวัดสิงห์บุรี

หลังจากเสร็จสิ้นงานวิจัยกลุ่มผู้ผลิตได้ต้นแบบพร้อมไฟล์ต้นแบบ และสติ๊กเกอร์ฉลาก เฉลี่ยกลุ่มละ
จำนวน 6,000 – 8,000 ชิ้น กลุ่มผู้ผลิตได้นำต้นแบบที่ได้ไปใช้ในการจัดจำหน่าย ผลตอบรับที่ได้จากการสัมภาษณ์
รายบุคคลและการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น และมียอดการจัดจำหน่ายได้ใน
จำนวนมากขึ้น สามารถแข่งขันได้อย่างป้องกัน ปกป้อง ตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหายได้ ท่อหุ้มรักษา
คุณภาพสินค้าได้ดี เป็นสื่อให้ข้อมูลเรื่องราวศิลปะเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ และคำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้
อุปโภค-บริโภค รายละเอียดต่างๆ ได้ชัดเจน มีมูลค่า-ราคาเพิ่มขึ้น มีเอกลักษณ์ รูปแบบเรียบง่ายมีความเป็นสากล
เป็นที่จำได้ง่ายขึ้น

ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-ธันวาคม) ๒๕๖๐

Volume 11 Number 1 (January – December) 2017



ภาพที่ 13 การนำไปใช้งาน

สรุปผลการศึกษา

(1) จากกระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์แบบมีส่วนร่วมนี้ หลังจากเสร็จสิ้นงานวิจัย ได้ก่อให้เกิดบุคลากรของชุมชน คือ ประธานกลุ่มสินค้า OTOP อำเภอบางคนที ที่มีความเข้าใจในกระบวนการ พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์นี้ และสามารถให้คำแนะนำแก่สมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันเองอย่างฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน นำไปสู่การเสริมภาพลักษณ์ของกลุ่มให้เป็นที่จดจำแก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้อย่างดีเหมาะสม

(2) การพัฒนารูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ส่งผลอย่างมากต่อการประเมินเพื่อให้ดาวแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ทั่วไปของการให้ดาวสินค้า เช่น ประเด็นด้านการตลาด รูปแบบของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งรายละเอียดที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถส่งผลต่อหลักเกณฑ์การให้คะแนนอื่นๆอีก เช่น การบอกถึงเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน การบอกถึงส่วนประกอบ ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม เป็นต้น ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์มากขึ้น



(3) กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกจังหวัดสิงห์บุรี ได้นำผลงานวิจัยที่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ใหม่ร่วมกับนักวิจัย ไปยื่นขอจดทะเบียนการค้า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” รวมถึงการขอมาตรฐาน

อภิปรายผล

กลุ่มผู้ผลิตต้องมีความรู้จากการศึกษาอัตลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาแม่น้ำน้อย ได้วิธีการขั้นตอนในการคิดการค้นหากลไกลักษณะที่จะนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เอกลักษณ์นั้นคงอยู่ได้เรียนรู้แก่นรู้ รุนหลัง และความเข้าใจในการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ร่วมกันของระหว่าง กลุ่มผู้ผลิต นักศึกษา และทีมวิจัย สามารถวิเคราะห์และอภิปรายถึงจุดเด่นจุดด้อยของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและของกลุ่มผู้ผลิตเองที่สามารถแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมทั้งในด้านการใช้งาน ด้านการสื่อสารข้อมูลด้านการตลาด รวมถึงส่งผลให้สามารถยกระดับสินค้าในการคิดสรร และผลผลิตที่ได้จากการวิจัย ได้แก่ตราสัญลักษณ์ของสินค้า แล้วจึงได้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้า สื่อข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ตามมาตรฐานของเกณฑ์การคิดสรร มีรูปแบบสอดคล้องความต้องการของผู้บริโภค ผลที่ได้สอดคล้องกับ นนทกรณ์ แจกกัน (2548) ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้านการใช้งานที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในภาพรวมต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องและรักษาคุณภาพสินค้า และตราสัญลักษณ์ ที่เหมาะสมสามารถดึงดูดใจ และช่วยให้ผู้ซื้อเกิดการจดจำได้ง่าย โดยรูปแบบที่ได้เกิดจากการพัฒนาของผู้ผลิต นักศึกษาด้านออกแบบ ร่วมกับนักวิจัย ซึ่งกระบวนการวิจัยพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมครั้งนี้ หลังจากทีมงานวิจัยเสร็จสิ้นยังก่อให้เกิด ความสำเร็จในคุณค่าอัตลักษณ์คุณลักษณะเครื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาแม่น้ำน้อย จังหวัดสิงห์บุรี ที่เรียกกันว่า **ไหสี่หูเตาแม่น้ำน้อย** เข้าใจถึงความเป็นมา เหตุและปัจจัยมาจากสภาพทาง ภูมิสังคม วิถีการดำเนินชีวิต พื้นที่ที่อุดมไปด้วยแหล่งวัตถุดิบ วิถีแบบสังคมการเกษตรและการประมง และแร่ธาตุต่างๆ มีการแปรรูปและการถนอมอาหารเป็นย่านการค้าที่เจริญรุ่งเรือง การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่เต็มไปด้วยพ่อค้า ประชาชนหลากหลายอาชีพ การขยายตัวทางการค้ากับต่างประเทศ เมื่อในอดีตช่วงสมัยอยุธยา

ความสามารถในกำลังการผลิตที่อุดมสมบูรณ์ด้วย ปริมาณ วัตถุดิบ ดิน น้ำ ไม้ฟืน ทักษะของช่างปั้นที่มาพร้อมกับความต้องการและความจำเป็นในการใช้งานเครื่องปั้นดินเผาในการดำรงชีวิตเป็นจำนวนมาก จึงมีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาขึ้นในระดับอุตสาหกรรม เพื่อใช้สอยในประเทศและเพื่อบรรจุสินค้าขนส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จากหน้าที่และพฤติกรรมการใช้งานของเครื่องปั้นดินเผาเตาแม่น้ำน้อยตรงจุดนี้จะต้องสามารถ บรรจุอาหาร เครื่องอุปโภคบริโภคไม่ว่าจะเป็นของเหลว ผง ก้อน ได้ดี และต้องสามารถปิดฝาขนย้ายได้ทนทานแข็งแรง ทำให้เกิดรูปทรงรูปแบบของเครื่องปั้นดินเผาเตาแม่น้ำน้อยมีลักษณะเฉพาะ ได้นำลักษณะรูปทรงมาพัฒนาเป็นลวดลายบรรจุภัณฑ์

ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ได้มีการนำอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบรูปทรง ลวดลาย องค์ประกอบ และการคัดเลือกข้อมูลมานำเสนอ ประยุกต์ใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ภายใน ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิด ทิณบุตร (2531) ที่ระบุไว้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีหน้าที่หลักคือเป็นตัวภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า ซึ่งสำหรับการบรรจุสินค้าประเภทค้าปลีกนั้น ต้องออกแบบให้สวยงาม และยังสอดคล้องกับ ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ (2540) ที่ระบุไว้ว่า



จุดประสงค์ของบรรจุกัณฑ์คือ เพื่อคุ้มครองรักษา ห่อหุ้มรองรับตัวสินค้าให้สามารถขนถ่าย จัดจำหน่ายได้อย่างปลอดภัย และเพื่อเป็นสื่อให้ข้อมูล คำอธิบาย คำบรรยายแก่ผู้อุปโภคบริโภค เพื่อปกป้องตัวสินค้าให้ปลอดภัยมิให้เกิดความเสียหาย และเพื่อการตลาด เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

อัตลักษณ์เรื่องปั้นดินเผาแหล่งเตาเผาแม่น้ำน้อยสู่การประยุกต์ใช้เป็นลวดลายฉลากลบนบรรจุกัณฑ์ จังหวัดสิงห์บุรี ได้รับสนับสนุนจาก สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา (สกอ) ประจำปีงบประมาณ 2554 ขอขอบพระคุณหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการวิจัยและชุมชน กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกจังหวัดสิงห์บุรี พัฒนาชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี ทำให้สามารถดำเนินเสร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- การบรรจุกัณฑ์ของสมาคมบรรจุกัณฑ์ไทย. (2533). *สารแสดงความยินดี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์หิโยเฮง
นวนน้อย บุญวงษ์. (2545). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นนทกรณ์ แจกั้น. (2548). *การศึกษาและออกแบบบรรจุกัณฑ์ขนมจีนอบแห้ง*. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
นิรัช สุดสังข์. (2543). *ออกแบบอุตสาหกรรมระบบและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ : งานตำรา
และเอกสารการพิมพ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
นิรัช สุดสังข์. . (2547). *ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
นิรัช สุดสังข์. (2548). *การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
ปุ่น คงเจริญเกียรติ. และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2540). *บรรจุกัณฑ์อาหาร*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรมและสมาคมการบรรจุกัณฑ์ไทย
ประเวศ วะสี. (2534). การศึกษาของชาติกับภูมิปัญญาท้องถิ่น. ในคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน.
การสัมมนาทางวิชาการภูมิปัญญาชาวบ้านกับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาชนบท.
กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พรินต์ติ้งกรุ๊ป
มารุต อัมรนนท์และคณะ. (2531). *สารุกรมของใช้พื้นบ้านไทยในอดีตเขตหัวเมืองฝ่ายเหนือ*. กรุงเทพฯ:
อมรินทร์การพิมพ์
วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2546). *ศิลปะชาวบ้าน Folk Art*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์.
สามารถ จันทร์สุรย์. (2534). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น*. ในคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน. การสัมมนาทาง
วิชาการภูมิปัญญาท้องถิ่น