

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับประรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับประรดจังหวัดราชบุรี Development of Informative Package for Fresh and Processed Ratchaburi Pineapple

สุจิตตรา จันทร์ลอย¹ สุติดา ปรีCHANONTH²
Suchittra Chanloy¹ Sutida Preechanonth²

^{1,2}สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษาและคณิตศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Digital Technology in Education and Mathematics, Faculty of Education,
Muban Chom Bueng Rajabhat University
E-mail: chantra3008@gmail.com

Received: 2020/01/15

Revised: 2020/04/03

Accepted: 2020/04/10

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับประรดผลสดและสับประรดแปรรูป 2) ทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในกลุ่มเกษตรกร ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา 3) ประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการยกระดับมูลค่าสินค้า ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม และ 4) สร้างแนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องอย่างมีส่วนร่วม พื้นที่ในการศึกษาได้แก่ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยศึกษากับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 ตำบล การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีเชิงคุณภาพโดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาจากกลุ่มเกษตรกร หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของร้านค้าและผู้ซื้อสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาพร้อมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มเกษตรกรร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องเพื่อใช้กับสับประรดผลสดและสับประรดแปรรูปภายใต้ตราสินค้าบ้านคา การออกแบบมีความสอดคล้องกับสภาพความต้องการของกลุ่มเกษตรกร ความต้องการของผู้บริโภคในด้านข้อมูลและคุณภาพสินค้า การนำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ปลูก ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สื่อสารคุณภาพของสินค้า ข้อความ ภาพลายเส้นและคิวอาร์โค้ดเชื่อมโยงยังเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการกระบวนการผลิต 2) การทดลองจำหน่ายสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องประสบผลสำเร็จทั้งในด้านการเพิ่มปริมาณการจำหน่าย โดยเจ้าของร้านค้าจำหน่ายและผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของสินค้าตั้งแต่ระดับมากถึงมากที่สุด ($\bar{x} = 4.12-4.61$) 3) ผลที่เกิดขึ้นในด้านสังคม พบว่า มีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐโดยมีข้อตกลงที่จะใช้ตราสินค้าบ้านคาาร่วมกัน การกำหนดมาตรฐานการผลิตและผลผลิต การตั้งกรรมการประกันคุณภาพ หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ

วัสดุอุปกรณ์ และการดำเนินการเพื่อยกระดับสินค้าที่ใช้ตราสินค้าบ้านคาสู่ร้านจำหน่ายระดับบน และ 4) แนวการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องเป็นการเชื่อมโยงองค์ประกอบด้านการทำงานร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย การสร้างกลไกการจัดการเพื่อรักษามาตรฐานตราสินค้าบ้านคา การร่วมกันวางแผนด้านการตลาด การพัฒนาความสามารถด้านการผลิตของกลุ่มเกษตรกรและการสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มเกษตรกร

คำสำคัญ: สับปรดบ้านคา/ บรรจุภัณฑ์/ ตราสินค้าบ้านคา/ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ ราชบุรี

Abstract

The objectives of this study were to: 1) design and develop the informative package for fresh and processed pineapple, 2) try out the informative package with the members of community enterprises of Nong Pan Chan Sub-district, Ban Kha District, 3) assess the use of the informative package for product value enhancement, economic, and society, and 4) create the practical ways of establishing consumer involvement in using the informative package. The study area was community enterprises in 3 sub-districts in Ban Kha District, Ratchaburi Province. The data were collected using the qualitative method, in which the key informants were the members of community enterprises, government agencies, local administrative organizations, shop owners, and customers. Content analysis and quantitative analysis, statistics used were mean and standard deviation, were applied for data interpretation.

The findings indicated that: 1) the informative packages for fresh and processed pineapple were co-designed under Bankha brand by the members of community enterprises. The design was consistent with the demand of the members of community enterprises, and consumer needs, which were information and product quality, story-telling the cultivation area, product uniqueness, product quality communication, text, images, drawings and QR codes linked to the website providing the information of production process, 2) the trial of selling products using the informative packages succeeded in increasing sales volume, in which the shop owners and consumers were satisfied with the quality of the product and the image of the package. The satisfaction levels were from high to excellent ($\bar{x}$ = 4.12-4.61),

3) It was also shown that there was a significant impact to social factors. The cooperation between the community enterprises and government agencies was strengthened, in which Bankha brand was agreed to use together, standards of production and produce were set, the quality assurance committee was established, and government agencies provided support for budgets, materials, equipment, and operations to lift the level of products under Bankha brand to top-level shops, and 4) the practical ways of using the informative package were to make all parties collaborate in establishing management mechanisms to maintain Bankha brand standard, planning the marketing plans, developing community enterprises' production capability, and strengthening the community enterprises.

Keywords: Bankha pineapple/ Package/ Bankha Brand/ Community enterprise/
Ratchaburi

บทนำ

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตด้านการเกษตร โดยพืชสับปะรดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดราชบุรีซึ่งมีการปลูกมากในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดราชบุรี ได้แก่ อำเภอบ้านคา อำเภอสวนผึ้ง อำเภोजอมบึง และอำเภอบางแพ สำหรับพื้นที่ปลูกสำหรับสับปะรดเพื่อการบริโภคผลสดอยู่ในอำเภอบ้านคาโดยมีเกษตรกรผู้ปลูก จำนวน 2,195 ครัวเรือนหรือคิดเป็นร้อยละ 71.36 ของจำนวนครัวเรือนที่ปลูกสับปะรดเพื่อการบริโภคผลสดใน 4 อำเภอของจังหวัดราชบุรี ผลผลิตสับปะรดของอำเภอบ้านคา (แต่เดิมรู้จักกันในชื่อ “สับปะรดสวนผึ้ง” เนื่องจากในอดีตบ้านคาเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอสวนผึ้ง) มีรสชาติอร่อยเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ คือ “อร่อย ไม่หวานจัด ไม่กัดลิ้น” และได้รับการจัดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชื่อ สับปะรดบ้านคา (Bankha Pineapple)

ปัญหาสำคัญของกลุ่มแปรรูปสับปะรดของอำเภอบ้านคาคือ ปัญหาด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพลักษณ์ของสินค้า และปริมาณการจำหน่าย นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปมีรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่สร้างความสนใจในตัวสินค้า ขาดตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่ไม่แสดงเรื่องราวของตัวสินค้าเอกลักษณ์พื้นที่ผลิตและคุณประโยชน์ กลุ่มเกษตรกรยังไม่มีการบริหารจัดการด้านบรรจุภัณฑ์ โดยยังต้องพึ่งพาความช่วยเหลือด้านบรรจุภัณฑ์หรือสลากติดสินค้าจากภาครัฐ ในด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่า มีการจำหน่ายในร้านค้าชุมชนหรือตามงานเทศกาล สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและไม่เข้าถึงผู้บริโภคระดับบนที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับการศึกษาความต้องการยกระดับของสินค้าสับปะรดแปรรูปของกลุ่มเกษตรกรอำเภอบ้านคานั้น ผู้วิจัยได้จัดการสนทนากลุ่มโดยผู้เข้าร่วม ประกอบด้วย

กลุ่มเกษตรกรแปรรูปของอำเภอบ้านคา ผู้นำชุมชน เกษตรอำเภอละเจ้าหน้าทีจากสำนักงานเกษตรอำเภอบ้านคา พบว่า กลุ่มเกษตรกรมีความต้องการยกระดับสินค้าด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าอำเภอบ้านคา การปรับบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค มีการบริหารจัดการด้านบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มสามารถผลิตได้เอง ราคาไม่แพง วิธีการไม่ยุ่งยาก รวมทั้งต้องการที่จะขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าแปรรูปของกลุ่มในร้านค้าระดับบน ร้านของฝากหรือจุดแวะพักตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

ในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันและการขยายช่องทางการด้านการตลาดนั้น สามารถทำได้โดยการสร้างภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของสินค้าและความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลสื่อสารความโดดเด่นในด้านคุณภาพ ความปลอดภัยด้านการผลิต คุณค่าทางโภชนาการเพื่อสร้างความรับรู้ถึงคุณภาพของสับปะรดแปรรูปจากอำเภอบ้านคา อันจะเป็นการเพิ่มราคาจำหน่ายและปริมาณการจำหน่าย ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงยกระดับจากการทำหน้าที่หลักด้านการปกป้องตัวสินค้ามาเป็นการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การให้ข้อมูลและสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ รวมทั้งการตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์เฉพาะบุคคล (Personalized packaging) ในการแบ่งปันเรื่องราวบนสื่อสังคมออนไลน์ ความสนใจต่อเรื่องราวที่อยู่เบื้องหลังผลผลิตจากแปลงปลูกสับปะรดถึงผู้บริโภค ดังนั้นหากกลุ่มเกษตรกรแปรรูปสับปะรดของอำเภอบ้านคาสามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์สับปะรดแปรรูปให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงาม สื่อสารเรื่องราวและให้ข้อมูลด้านคุณภาพของผลผลิตตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ปลูก ก็จะสามารถยกระดับร้านค้าเพื่อการวางจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงอันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและยกระดับรายได้ของกลุ่มเกษตรกร

จากข้อมูลด้านสภาพปัญหาและโอกาสด้านการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตแปรรูปสับปะรดของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรีตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลของการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการส่งเสริมการขายด้วยการใช้เรื่องราวของพื้นที่ โดยคาดหวังว่ากลุ่มเกษตรกรแปรรูปจะมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารข้อมูลด้านตัวสินค้าและแหล่งผลิตที่สวยงาม มีความดึงดูดใจ โดยใช้ตราสินค้าบ้านคาที่แสดงเรื่องราวเอกลักษณ์ บอกความโดดเด่นของพื้นที่ปลูก และสื่อสารถึงคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งการยกระดับบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวจะช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงด้านปริมาณยอดขายสินค้าแปรรูปสับปะรด การเพิ่มรายได้และสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มเกษตรกรและภาคีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นการเพิ่มปริมาณการจำหน่าย ศักยภาพทางการตลาดและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรกลุ่มแปรรูปสับปะรดของจังหวัดราชบุรี และส่งเสริมคุณภาพชีวิตและชุมชนเข้มแข็งตามนโยบายการพัฒนาของจังหวัดราชบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูป
2. ทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในกลุ่มเกษตรกร ตำบลหนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี
3. ประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการยกระดับมูลค่าสินค้า ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม
4. สร้างแนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องอย่างมีส่วนร่วม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทีมวิจัย ชุมชนในพื้นที่ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องใน 3 ตำบลของอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี คือ ตำบลหนองพันจันทร์ ตำบลบ้านบึง และตำบลบ้านคา บนแนวคิดของการวิจัยเพื่อการพัฒนาพื้นที่ โดยเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัย กลุ่มเกษตรกร ภาคีเครือข่ายภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพื่อหาวิธีการจัดการปัญหา ร่วมกันอันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 เกษตรกรกลุ่มแปรรูปสับปะรดและวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรแม่บ้านหนองจอก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพันจันทร์หวานละมุน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายแปลงใหญ่บ้านบึง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่บ้านคา

2.2 ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวและร้านจำหน่ายของฝากในจังหวัดราชบุรี

2.3 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เกษตรอำเภอบ้านคา พัฒนาชุมชนอำเภอบ้านคา สหกรณ์อำเภอบ้านคา กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล 3 ตำบลในอำเภอบ้านคา

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

1) การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ คือ การสำรวจสภาพปัจจุบันและความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปในกลุ่มเกษตรกรและผู้บริโภค การศึกษานโยบายด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ การให้ความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเกษตรกร การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมออกแบบ คัดเลือกและตัดสินใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ การสร้างบรรจุภัณฑ์สุดท้าย (Final design) และการศึกษาต้นทุน

2) การทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องมีกิจกรรมสำคัญ คือ การจัดการร้านค้าและสถานที่จำหน่าย การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคและร้านค้าเพื่อนำมาสรุปผลและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์

3) การประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการยกระดับมูลค่าสินค้าและด้านสังคม เป็นการใช้อ้างอิงจากการทดลองวางจำหน่ายเพื่อศึกษาด้านการยกระดับมูลค่าของสินค้า การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม ด้านการเรียนรู้และด้านเศรษฐกิจ

4) การศึกษาแนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องอย่างมีส่วนร่วม สร้างระบบและกลไกและจัดทำแผนการดำเนินงานระหว่างกลุ่มเกษตรกร ภาครัฐและเอกชนเพื่อนำข้อมูลและแนวทางจากการประชุมกลุ่มเกษตรกรมาจัดทำเป็นแผนการยกระดับรายได้จากการจำหน่ายสินค้าชุมชนโดยใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับใช้เพื่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปมีดังนี้

1.1 การสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกร (Group interview) เรื่องสภาพของบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันและความต้องการบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ ความเป็นเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์

1.2 การสนทนากลุ่มเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายของรัฐและการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้ร่วมการสนทนากลุ่มประกอบด้วยเกษตรกรอำเภอบ้านคา นายกองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำกลุ่มเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

1.3 การประชุมเกษตรกรเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรและกิจกรรมเพื่อให้เกษตรกรได้มีส่วนร่วมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยในกิจกรรมนี้ผู้วิจัยจะได้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้สำหรับประกอบการออกแบบ คือ สินค้าที่จะใช้ในการศึกษาการทำบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง วัสดุที่ใช้ รูปทรง เอกลักษณ์ของสินค้าและลักษณะของตราสินค้า กราฟิก เรื่องราว (story) ที่ต้องการนำเสนอ และข้อมูลของสินค้า

1.4 การออกแบบและการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง

2. การทดลองวางจำหน่ายที่ร้านของฝากและแหล่งท่องเที่ยวระดับบนของจังหวัดราชบุรี ได้แก่ 1) ณ สัทธา อุทยานไทย อำเภอบางแพ 2) ร้านบ้านหอมเทียน อำเภอสวนผึ้ง และ 3) ร้านเรือนของโอง อำเภอมืองราชบุรี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และภาพลักษณ์ของสินค้าโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5-Likert scale) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้บริหารร้านที่ทดลองวางจำหน่าย

3. การประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการยกระดับมูลค่าสินค้าและด้านสังคม การเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นนี้ใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการทดลองจำหน่าย โดยจัดเวทีประชุม

กลุ่มเกษตรกรแปรรูปเพื่อร่วมกันศึกษาการเปลี่ยนแปลงในด้านต่อไปนี้ คือ 1) ด้านสังคม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการสร้างสินค้าชุมชน การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการผลิต การกระจายสินค้า และการบันทึกรายละเอียดด้านการตลาด การเปลี่ยนแปลงด้านการทำงานกลุ่ม การบริหารจัดการอัตลักษณ์ของกลุ่ม การขยายเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่ม 2) ด้านการเรียนรู้ ได้แก่ การเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม การแก้ปัญหาของกลุ่มด้านการจำหน่ายสินค้าแปรรูป ด้านการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม ด้านการบริหารจัดการเพื่อการดำเนินงานต่อไปอย่างต่อเนื่อง 3) ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดจำนวนสับปะรดเหลือทิ้งจากการจำหน่าย การเพิ่มราคาจำหน่ายเมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุกัญท์เดิม ปริมาณสินค้าที่จำหน่ายได้และการขยายช่องทางการจำหน่าย

4. การศึกษาแนวทางการใช้บรรจุกัญท์เล่าเรื่องอย่างมีส่วนร่วม วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วม ได้แก่ เกษตรอำเภอบ้านคา นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับสินค้าชุมชนเพื่อนำข้อมูลและแนวทางจากการประชุมกลุ่มเกษตรกรมาจัดทำเป็นแผนการยกระดับรายได้จากการจำหน่ายสินค้าชุมชนโดยใช้บรรจุกัญท์เล่าเรื่อง และสร้างระบบและกลไกและจัดทำแผนการดำเนินงานในการใช้บรรจุกัญท์เล่าเรื่อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิธีการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย คือ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จัดหมวดหมู่ นำเสนอความเรียงแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย

1. การออกแบบและพัฒนาบรรจุกัญท์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูป ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกร เจ้าของร้านจำหน่ายของฝาก พบว่า บรรจุกัญท์เล่าเรื่องควรมีรูปแบบการสื่อสาร ดังนี้

1) บรรจุกัญท์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปจะใช้กับสินค้า 3 ชนิด ที่มียอดการจำหน่ายมากที่สุด คือ สับปะรดผลสด สับปะรดกวน และสับปะรดหยี

2) ข้อความบนฉลากบรรจุกัญท์ ประกอบด้วย คำว่าสับปะรด “ดินภูเขาไฟ” สูตรไม่มีน้ำตาล/ สูตรน้ำตาลน้อย การบอกคุณประโยชน์ของสับปะรด ข้อมูลโภชนาการ วิธีการรับประทาน คำเชิญชวน การใช้ภาพลายเส้นของวัฒนธรรม พื้นที่ภูมิศาสตร์ ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่

ตราสินค้า “บ้านคา” ที่ใช้ภาพลายเส้นภูเขา วิธีการการเลือกซื้อสับปรดผลสดและเคล็ดลับการเลือกซื้อสับปรดผลสดด้วยการฟังความแน่นเนื้อ

3) ข้อความบนป้ายบอกข้อมูลประวัติโดยย่อของแหล่งพื้นที่การเพาะปลูก กระบวนการขั้นตอนการปลูก คุณประโยชน์ของสับปรด การเก็บรักษา บอกแหล่งที่อยู่ของบนพื้นที่ผลิต และคิวอาร์โค้ด (QR code)

4) ข้อมูลที่เชื่อมต่อกับคิวอาร์โค้ดไปยังเว็บไซต์ (Website) ประกอบด้วย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลแหล่งผลิต ภาพเกษตรกร มาตรฐานที่ได้รับการรับรอง ที่อยู่ ภาพผลิตภัณฑ์ วิดีโอภาพเคลื่อนไหวเรื่องราวพื้นที่เกษตร/การเก็บเกี่ยว/ขั้นตอนการผลิต ประโยชน์/สรรพคุณ และแผนที่ GPS พื้นที่เกษตร



ภาพที่ 1 กล่องบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดผลสด



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดกวน



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดหยี

2. การทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง

2.1 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้า

ผลจากการทดลองจำหน่ายสินค้าสับปะรดแปรรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง สรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถยกระดับสินค้าให้ไปสู่ร้านค้าระดับบน (พรีเมียม) ได้ โดยมีผลตอบรับจากร้านค้าในเชิงบวกทั้งในด้านรูปลักษณ์ของการออกแบบที่ทันสมัย น่าสนใจ ข้อมูลที่สื่อสารเกี่ยวกับเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ผลิต และข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ดึงดูดใจให้คนที่ต้องเที่ยวซื้อเพื่อบริโภคหรือเป็นของฝาก โดยผู้บริจากร้านค้ามีความมั่นใจด้านศักยภาพของตัวสินค้าและการสร้างตราสินค้าบ้านคาที่ใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในประเด็นต่อไปนี้

1) ความเป็นไปได้ของทางตลาด โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมทั้งในด้านรูปแบบ การสื่อสารโดยใช้ภาพ ข้อความที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ผลิตอำเภอบ้านคา มีการสร้างตราสินค้าที่สวยงามแสดงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ แสดงจุดเด่นของข้อความ สื่อสารจากการเล่าเรื่องบนฉลากสินค้า เช่น ดินภูเขาไฟ สโลแกนที่ใช้ (อร่อย ไม่หวานจัด ไม่กัดลิ้น) การใช้ป้ายข้อมูล (Tag) ที่บอกรายละเอียดตราสินค้า และการแสดงเครื่องหมายรับรองที่ได้มาตรฐานและการแสดงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น

“สินค้าที่จะสู่พรีเมียมได้ ต้องมีความทันสมัย และแปลกตาด้วยเอกลักษณ์แบบของบ้านคาที่อาจารย์ได้นำมาเสนอให้กับผม ผมว่าไปไกลได้แน่นอน ถามว่าถูกใจไหม คำตอบคือ โดนใจผมนะ สามารถวางได้ในร้านของผมได้เลย” (ธรรมวิทย์ ศิริพรเลิศ, ผู้บริหาร ณ สัทธา อุทยานไทย, 2562)

“งานออกแบบกราฟิก สวยงามดี โดดเด่นตรงตราสินค้า ดูน่าสนใจ สามารถวางจำหน่ายร้านบ้านหอมเทียนได้” (รัชนิกร ฉิมมะ. ผู้บริหารบ้านหอมเทียน, 2562)

2) การบริหารจัดการด้านกระจายสินค้าของกลุ่มเกษตรกร พบว่า กลุ่มเกษตรกรมีศักยภาพในด้านการผลิตแต่จะต้องวางแผนร่วมกันในด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการรับรองปริมาณของการผลิตเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของแหล่งจำหน่าย

3) ในด้านต้นทุนของผลิตภัณฑ์จะต้องมีการดำเนินงานวางตำแหน่งของสินค้าโดยใช้ราคาที่เหมาะสม

2.2 ความคิดเห็นของผู้บริโภค แสดงข้อมูลในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง

รายการประเมิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านความเหมาะสมผลของราคาจำหน่าย						4.12	0.60
1. ราคาاسبปรดกวน	24.3	59.5	16.2			4.08	0.64
2. ราคาاسبปรดหีย	24.3	64.9	10.8			4.16	0.55
รูปทรงของบรรจุภัณฑ์						4.57	0.54
1. บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่จับถือสะดวก	43.2	56.8				4.43	0.50
2. บรรจุภัณฑ์สามารถเปิด-ปิดได้หลังจากการใช้งานแล้ว	75.7	24.3				4.76	0.43
3. บรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างใน	51.4	43.2	5.4			4.46	0.61
4. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม น่าสนใจ	48.6	48.6	2.8			4.46	0.56
5. บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง คงทนเหมาะสม	78.4	18.9	2.7			4.76	0.49
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์/การสื่อสาร						4.53	0.55
1. กราฟิกมีแรงจูงใจต่อการซื้อเลือกสินค้า	59.5	40.5				4.59	0.50
2. การจัดองค์ประกอบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบทันสมัย สวยงาม	56.8	43.2				4.57	0.50
3. ภาพประกอบสื่อสารภาพลักษณ์ของพื้นที่	62.2	35.1	2.7			4.59	0.55
4. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	48.6	43.2	8.1			4.41	0.64

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการประเมิน	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีโอกาสในการขายและขยายตลาดให้กว้างขึ้น	51.4	45.9	2.7			4.49	0.56
6. การใช้สีเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์	54.1	43.2	2.7			4.51	0.56
ตราสินค้า						4.61	0.54
1. ตราสินค้าน่ามองเห็นได้ชัดเจน	62.2	37.8				4.62	0.49
2. ตราสินค้าสะท้อนเอกลักษณ์เรื่องราว	73.0	27.0				4.73	0.45
3. ตราสินค้าน่ามีลักษณะสื่อความหมาย	56.8	37.8	5.4			4.51	0.61
4. ตราสินค้าน่ามีลักษณะสวยงามดึงดูดการซื้อ	64.9	29.7	5.4			4.59	0.60

ข้อมูลในตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องใน 4 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิก และด้านตราสินค้า โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมผลของราคาจำหน่ายในระดับมาก ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ด้านการออกแบบกราฟิกและการออกแบบตราสินค้าในระดับมากที่สุด

2.3 ความคิดเห็นของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปอำเภอบ้านคา พบว่า 1) การใช้ตราสินค้าบ้านคาให้เป็นตราสินค้ากลางจะสามารถช่วยให้กลุ่มชุมชน กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจเติบโตได้พร้อมกันทั้งอำเภอ สื่อสารให้อำเภอบ้านคาเป็นที่รู้จักมากขึ้น 2) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสับปะรดแปรรูป สามารถยกระดับมูลค่าสินค้าและการขยายตลาด แสดงเอกลักษณ์ของพื้นที่ผลิต มีความดึงดูดใจ บอกเล่าเรื่องราวจากพื้นที่จริง รูปทรงทันสมัย ตรงกับสมัยและความต้องการของลูกค้าในตลาดระดับบน 3) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสับปะรดแปรรูปสามารถยกระดับมูลค่าสินค้าเพื่อจำหน่ายในร้านระดับพรีเมียมได้

3. การประเมินผลการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการยกระดับมูลค่าสินค้า ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม

3.1 การยกระดับมูลค่าสินค้าและด้านเศรษฐกิจ พบว่า จากการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องภายใต้ตราสินค้า “บ้านคา” ไปใช้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทำให้สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในร้านค้านอกเหนือจากจังหวัดราชบุรี

“ได้รับการตอบรับดีมาก กลุ่มที่อยู่ภายใต้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายแปลงใหญ่บ้านคานั้น เริ่มก้าวไปสู่ตลาดอีกระดับหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้แบรนด์สินค้า มีการขยายไปสู่ตลาดอื่น ๆ

มากขึ้นกว่าเดิม และเป็นที่ยอมรับที่ดีมาก และถือว่าตลาดขยับไปได้ก้าวไกล ด้วยสัญลักษณ์ตราสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์” (ฉัตรชัย ธนิกกุล, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านคา, 2562)

กลุ่มเกษตรกรสามารถตั้งราคาจำหน่ายที่สูงขึ้นและสามารถขยายพื้นที่จำหน่ายและการขยายช่องทางการจำหน่ายในร้านจำหน่ายของฝากทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง โดยมีตัวอย่างของการขยายพื้นที่จำหน่ายดังต่อไปนี้ ร้านดอยคำ ร้านนายเจียบพุทธมณฑล วุ่นคุณอุ๊ 3 สาขา ร้านเรือนแก้ว จังหวัดนครปฐม ร้านฐานี 3 สาขา ในจังหวัดสมุทรสงคราม นครปฐม และอำเภอนครชัยศรี วิลลันมะพร้าว จังหวัดกาญจนบุรี

3.2 การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม

1) การเปลี่ยนแปลงภายในกลุ่มเกษตรกร ดังนี้ (1) การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ความตระหนัก และพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บรรจุภัณฑ์ในการยกระดับสินค้าเพื่อขายในร้านในระดับสูงขึ้น และการเพิ่มปริมาณการจำหน่าย (2) การตกลงใช้ตราสินค้าบ้านคาาร่วมกันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 ตำบลในอำเภอบ้านคา จากเดิมที่แต่ละกลุ่มจะสร้างตราสินค้าของตนเองมาเป็นการใช้ตราสินค้าบ้านคาาร่วมกัน และ (3) การเปลี่ยนแปลงด้านความเข้มแข็งของชุมชน ในการกำหนดตกลงในพื้นที่เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตราสินค้าบ้านคา โดยกลุ่มเกษตรกรแสดงเจตนาที่จะให้มีการร่วมกันบริหารตราสินค้าบ้านคา เพื่อส่งเสริมการขายร่วมกัน และแก้ปัญหการจำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพ โดยใช้กลไกความร่วมมือของภาครัฐและชุมชน

“เครื่องหมายสินค้าของพวกเรา กว่าที่เราจะได้ตราตัวนี้ขึ้นมาได้เราต้องต่อสู้แล้วก็ต้องทุ่มทั้งแรงกายแรงใจ เมื่อเสร็จแล้วเราก็ไม่อยากให้มันเกิดกระบวนการเสียหาย เรื่องนี้เป็นเรื่องมาตรฐานสินค้า อยาจะให้ทุกคนเข้าใจประเด็นเรื่องของตรา ความเป็นเอกลักษณ์ของเรา และการให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นว่าสินค้านี้มีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคให้ได้” (ศุภกิจ เอกมณี, นักวิชาการเกษตรบ้านคา, 2562)

2) การเปลี่ยนแปลงกับกลไกภาครัฐ พบว่า (1) เกิดกลไกความร่วมมือในชุมชนมีการสนับสนุนและร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ได้แก่ อำเภอบ้านคา เกษตรอำเภอบ้านคา องค์การบริหารส่วนตำบล สาธารณสุขอำเภอ ท้องถิ่นอำเภอ และความร่วมมือในกลุ่มเกษตรกรผ่านการประสานงานในกลุ่มแปรรูปของชุมชนทั้ง 3 ตำบลของอำเภอบ้านคา ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมของการเปลี่ยนแปลงด้านนี้ได้แก่ การกำหนดแนวทางหรือกติกาในการใช้ตราสินค้าบ้านคาาร่วมกัน โดยนายอำเภอบ้านคาเป็นประธานในการประชุมภาคีเครือข่ายการใช้ตราสินค้าบ้านคา วันที่ 9 กันยายน 2562 และการจัดตั้งกรรมการควบคุมคุณภาพของสินค้าชุมชนที่ใช้ตราสินค้าบ้านคา หน้าที่ของกรรมการชุดนี้ คือ การกำหนดข้อบังคับการขอใช้ตราสินค้าบ้านคา การพิจารณาอนุญาตการใช้ตราสินค้าบ้านคา และการควบคุมมาตรฐานการใช้ตราสินค้าบ้านคา (2) การเพิ่มเติมงบประมาณและการจัดหาปัจจัยการผลิต โดยสำนักงานเกษตรอำเภอบ้านคาจัดทำโครงการ

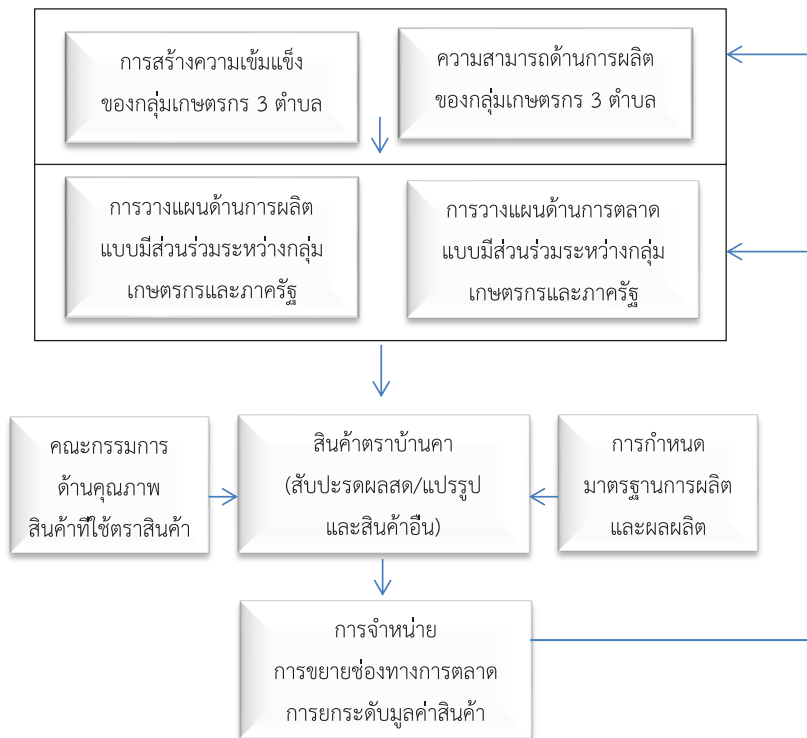
ด้านปัจจัยการผลิต คือ เครื่องปั้นบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกตำบลของอำเภอ และ (3) การเกิดความร่วมมือระหว่างอำเภอบ้านคา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านคา และมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงในการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “บ้านคา” โดยได้มีพิธีร่วมลงนามความร่วมมือในการใช้ตราสินค้า “บ้านคา” บนบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับการจำหน่ายสับปะรดเพื่อการบริโภคผลสดและสับปะรดแปรรูป



ภาพที่ 4 การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการใช้ตราสินค้าบ้านคา

4. การสร้างแนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องอย่างมีส่วนร่วม

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มในการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด กลไกความร่วมมือจากภาคีที่เกี่ยวข้อง มีข้อสรุปว่าองค์ประกอบที่สำคัญของแนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องของกลุ่มแปรรูปในอำเภอบ้านคา ประกอบด้วย 1) การทำงานร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่าย 2) การขับเคลื่อนร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และด้านการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเติบโตของกลุ่มเกษตรกรในด้านการร่วมวางแผนบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงพื้นที่ การดำเนินการด้านการควบคุมคุณภาพ และการสนับสนุนด้านบรรจุภัณฑ์ 3) การรักษามาตรฐานตราสินค้าบ้านคาในด้านมาตรฐานด้านกระบวนการการผลิต มาตรฐานด้านผลผลิต การแสดงรายละเอียดของสินค้า และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งผลิตจากกลุ่มที่แตกต่างกันในอำเภอบ้านคา 4) การบริหารจัดการด้านการตลาด 5) ความสามารถในการผลิต และ 6) การสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มเกษตรกร



ภาพที่ 5 แนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องแบบมีส่วนร่วม

แนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องแบบมีส่วนร่วมแสดงบทบาทของภาคีเครือข่ายในแต่ละภาคส่วน คือ ด้านกลุ่มเกษตรกรแปรรูปสับปะรดจาก 3 ตำบลของอำเภอบ้านคาจะต้องมีความเข้มแข็งในการจัดโครงสร้างการดำเนินงานที่เหมาะสมกับกลุ่ม นอกจากนั้นจะต้องมีความสามารถในการวางแผน การดำเนินงานด้านการผลิตให้ได้ปริมาณและคุณภาพทั้งเพื่อการจำหน่ายด้วยตนเอง และการฝากวางจำหน่ายในร้านค้าหรือร้านของฝาก โดยในด้านการผลิตและด้านการตลาดนี้หน่วยงานภาครัฐ คือ เกษตรอำเภอบ้านคา นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องกับสินค้าชุมชนควรมีบทบาทในการหนุนเสริมกลุ่มเกษตรกรในด้านงบประมาณ เครื่องมือการผลิตบรรจุภัณฑ์และช่องทางการตลาด การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายและความยั่งยืนในระยะยาวก็ คือ การกำหนดมาตรฐานของชุมชนในด้านกระบวนการผลิต และคุณภาพของสินค้าโดยอาจจะดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการที่ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อกำหนดมาตรฐานและพิจารณาการขอใช้ตราสินค้าบ้านคาเพื่อนำไปสู่การยกระดับและสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการจำหน่าย ช่องทางการตลาดและมูลค่าของสินค้าที่ใช้ตราบ้านคา

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดผลสดและสับปรดแปรรูป

1.1 บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดผลสด ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดผลสดเป็นกล่องสำหรับหิ้วรูปทรงสี่เหลี่ยมสามารถบรรจุสับปรดได้ 2 ผล แสดงถึงเรื่องราวโดยใช้รูปภาพลายเส้นเพื่อสื่อสารข้อมูลกระบวนการขั้นตอนการผลิต การสื่อสารเอกลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์ของแหล่งเพาะปลูก ได้แก่ สับปรดดินภูเขาไฟ อร่อย ไม่หวานจัด ไม่กัดลิ้น และใช้คิวอาร์โค้ดเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์เพื่อสื่อสารข้อมูลแหล่งผลิต สื่อสารข้อมูลด้านโภชนาการ บอกวิธีการการเลือกซื้อสับปรด และบอกวันเวลาที่ผลิตและการรับรองคุณภาพสินค้า

1.2 บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดกวนและสับปรดหยี ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปรดกวนและสับปรดหยีจะใช้ฉลากสติ๊กเกอร์บนบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องเพื่อการให้รายละเอียดข้อมูลการใช้ข้อความสื่อสารจุดเด่นของพื้นที่ปลูกอำเภอบ้านคา และใช้คิวอาร์โค้ดเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์เพื่อสื่อสารข้อมูลแหล่งผลิตแสดงข้อความกลุ่มเป้าหมายคนรักสุขภาพ และบอกวันเวลาที่ผลิตและการรับรองคุณภาพสินค้าและเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สับปรดบ้านคา

2. ผลการทดลองใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง

2.1 ด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้า พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถยกระดับสินค้าให้ไปสู่ร้านค้าระดับบนได้ โดยมีผลตอบรับจากร้านค้าในเชิงบวกทั้งในด้านรูปแบบของการออกแบบที่ทันสมัย น่าสนใจ ข้อมูลที่สื่อสารเกี่ยวกับเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ผลิต

2.2 ด้านความคิดของผู้บริโภคต่อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในเชิงบวกที่มีต่อภาพลักษณ์และการออกแบบของบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง ตัวสินค้า ข้อมูลที่สื่อสาร

2.3 ด้านความคิดเห็นของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปต่อบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่อง พบว่า มีความพึงพอใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตัวสินค้าและมองเห็นความเป็นไปได้ที่จะใช้เป็นตราสินค้าของอำเภอบ้านคาเพื่อใช้กับสินค้าแปรรูปทางการเกษตรอื่น ๆ

3. ผลการประเมินการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องในด้านการยกระดับมูลค่าสินค้า ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม พบว่า การใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในร้านค้า นอกเหนือจากจังหวัดราชบุรี สามารถขยายพื้นที่จำหน่ายและการขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังร้านค้าและร้านจำหน่ายของฝากทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งใช้ในงานออกร้านตามโอกาสต่าง ๆ ทั้งที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และสามารถการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมสรุปได้เป็น 2 ส่วน คือ การเปลี่ยนแปลงภายในกลุ่มเกษตรกร และการเปลี่ยนแปลงกับกลไกภาครัฐ

4. แนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องอย่างมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ การทำงานร่วมกันระหว่างภาคีเครือข่าย การขับเคลื่อนร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ การสร้างกลไกการ

จัดการเพื่อรักษามาตรฐานตราสินค้า การวางแผนด้านการตลาด ความสามารถในการผลิตของกลุ่มเกษตรกร และการสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มเกษตรกร

อภิปรายผลการวิจัย

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญประการหนึ่งอันเป็นผลจากกระบวนการวิจัย คือ การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 ตำบลของอำเภอบ้านคา คือ ตำบลบ้านคา ตำบลหนองพันจันทร์ และตำบลบ้านบึงตกลงที่จะใช้ตราสินค้า “บ้านคา” ร่วมกัน จากแต่เดิมที่แต่ละกลุ่มจำหน่ายสินค้าโดยใช้ชื่อสินค้าของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน ซึ่งน่าจะมีสาเหตุดังนี้ คือ 1) ปัจจัยด้านการสร้างการมีส่วนร่วมและการเสริมพลังให้กับชุมชนตามแนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ทำให้กวิจยและกลุ่มเกษตรกรสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกัน ทุกคนมีบทบาททั้งการเป็นผู้ส่งสารและเป็นผู้รับสาร แสดงถึงบทบาทในการพัฒนาที่ทุกคนมีความเท่าเทียมกันในทุกขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติ และการตรวจสอบประเมินผล (พวงชมพู ไชยอาสา แสงรุ่งเรืองโรจน์, 2556) กลุ่มเกษตรกรมีส่วนร่วมในการออกแบบและการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตราสินค้าบ้านคาและบรรจุภัณฑ์ทั้งสำหรับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูป โดยกลุ่มเกษตรกรมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนเริ่มตั้งแต่การเข้าร่วมการฝึกอบรมให้ความรู้ การร่วมกันเลือกบรรจุภัณฑ์ ก่อให้เกิดการรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การมีความสนใจและผลประโยชน์ร่วมกัน มีการเสริมสร้างและการเกื้อหนุนพึ่งพากันซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการทัศน์ของการพัฒนาแบบทางเลือก (Alternative Paradigm) ที่ให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเองบนพื้นฐานของความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและให้ความสำคัญกับศักยภาพของชุมชน 2) ปัจจัยจากการสร้างความรู้สึกร่วมกันจากการมีมุมมองที่เหมือนกัน (Common Perception) โดยตราสินค้าบ้านคาแสดงเอกลักษณ์ของพื้นที่ การสื่อสารคุณค่าของสับปะรดบ้านคาโดยใช้ภาพลายเส้นข้อความที่สะท้อนเรื่องราว กระบวนการเพาะปลูก วัฒนธรรม วิถีชีวิต และความเป็นจุดเด่นเฉพาะของบ้านคา ซึ่งทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแต่ละกลุ่มมองเห็นจุดมุ่งในอนาคตที่เป็นภาพเดียวกัน (วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์, 2559) และ 3) ปัจจัยจากการสร้างรูปแบบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) (บุษบา หินเธาว์, 2553) เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งในส่วนของผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร และช่องทางการสื่อสารเพื่อให้งานการพัฒนาบรรลุเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการเกษตร กลุ่มเกษตรกรและสินค้าชุมชนควรวางแผนร่วมกันกับกลุ่มเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อวางแผนร่วมกันในด้านการควบคุมมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานผลผลิต

2. หน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับจังหวัดและระดับอำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำกลุ่มเกษตรกรควรที่จะกำหนดแนวทางการสนับสนุนสินค้าชุมชนภายใต้ตราสินค้าบ้านคา ทั้งในด้านงบประมาณและอุปกรณ์ที่จำเป็นในด้านการผลิตสินค้าหรือการสร้างบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความต่อเนื่องของการดำเนินการในระยะแรกซึ่งจะช่วยให้การดำเนินการด้านการจำหน่ายและด้านการตลาดที่เริ่มในกระบวนการวิจัยได้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

3. อำเภอบ้านคาควรมีการดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการด้านคุณภาพสินค้าสำหรับการขอใช้ตราสินค้าบ้านคาอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยการกำหนดมาตรฐานและระบบการควบคุมมาตรฐาน ทั้งนี้เพื่อให้ตราสินค้าบ้านคาเป็นเครื่องหมายรับประกันถึงคุณภาพและความปลอดภัยต่อการบริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ชีวะวิवालกุล และวรสิทธิ์ วัฒนประภาพร. (2551). **ทัศนคติ และการยอมรับนวัตกรรม 3G บนโทรศัพท์เคลื่อนที่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดนัย ศิริบุรี, ณัฐวรรณ พูลสน และ ณัฐวรรณ. (2561). การใช้ QR Code ในกลุ่มสินค้าเกษตร ร้าน Modern Trade จังหวัดอุดรธานี. **วารสารแก่นเกษตร 46**. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ตกเทรนต์. (พิมพ์ครั้งที่ 2.). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- บุษบา หินหาญ. (2553). **การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ตำบลหนองโสน อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร**. รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก. **วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์**, 30(2), 25-41.
- วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์. (2559). **การพัฒนาแบบการสร้างตราสินค้าที่ทำด้วยมือสำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กรณีศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการรายย่อยชุมชนขุนพัฒน์**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ศศิพร ต่ายคำ, นรินทร์ สังข์รักษา. (2558). **การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี**. **วารสารวิชาการ**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สถาบันอาหาร. (2549). **ระบบสืบค้นย้อนกลับ (Traceability)**. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2560, จาก http://foodsafety.nfi.or.th/content.asp? menu_id=27.

- สังคมแห่งการเรียนรู้. (2555). **Checklist ของบรรณารักษ์ที่ดี**. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2550, จาก <http://knowledge.vayocclub.com>.
- สำนักงานเกษตร อำเภอบ้านคา. (2554). **ข้อมูลพื้นฐานการเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://bankha.ratchaburi.doae.go.th/>.
- สำนักวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว. (2560). **ประเภทบรรณารักษ์**. สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2560, จาก <http://www.brrd.in.th>.
- สุจิตตรา จันทร์ลอย (2560). **การพัฒนาบรรณารักษ์สำหรับสับปะรดสดและผลิตภัณฑ์แปรรูป สับปะรดจังหวัดตราขบุรี**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อัจฉริยา โชติกลาง และคณะ. (2560). **แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับ ผลิตภัณฑ์สับปะรด อำเภอบ้านคา จังหวัดตราขบุรี**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.