

แนวทางการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง

The Guideline for Developing Logo in Silver product of Karens

อัจฉริยา โชติกลาง¹ ศุภฤกษ์ สายแก้ว²

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

อีเมล : atchareeyafai@gmail.com

²นักวิชาการการศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

อีเมล : maisay24@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาแนวทางออกแบบการพัฒนาตราเครื่องเงินกะเหรี่ยง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ใช้วิธีการเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล กลุ่มบุคคล การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลด้วยตัวเอง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ปรากฏผลดังนี้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องเงินต้องการตราสินค้าที่มีความเอกลักษณ์สะท้อนวัฒนธรรมชุมชน

2. แนวทางการพัฒนาตราสินค้าของเครื่องเงินกะเหรี่ยง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี จากการประชุมกลุ่ม พบว่า 1) ภาพเป็นการตื้นผู้หญิง แต่งชุดกะเหรี่ยง 2) มีคำว่า กะเหรี่ยง (ภาษาไทย) ที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของรูปภาพ หรือสัญลักษณ์ พร้อมเบอร์โทรศัพท์ของผู้ผลิต 3) ชื่อตราสินค้า ว่า เม็ดเงิน 4) สีที่ใช้สำหรับภาพเป็นสีแดง ตัวอักษรเป็นสีน้ำเงิน 5) แบบอักษรน่ารัก 6) มีรายการสินค้า

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ตราสินค้า เครื่องเงินกะเหรี่ยง

ABSTRACT

The objectives of this research were to study a problem of silver products in Banka, Ratchaburi and to study the guidelines for developing logo design for silver products. The research was qualitative, using in – depth interview both with individuals and groups, and field survey. whereas the qualitative data analysis was carried out by using content analysis.

According to the in-depth interview on problems of silver products in Banka, Ratchaburi, the findings were as follows: Since Karens’ sterling silver products have an identity of their own, the entrepreneurs would like to develop their logo had its distinguished identity reflecting the community cultures of those who had Karen race, as following; a picture of a woman dressed up in Karen costume, 2) a logo with “กะเหรี่ยง” (Thai word of Karen) written on it including a telephone number which can be called in case of purchasing, 3) a product name “เม็ดเงิน” (pronounced as Med-ngoan), 4) the used colours are red for the picture and blue for the writing, 5) a lovely Thai font design and 6) a list of sterling silver products.

Keywords : guideline of development, logo, silver product. of Karens

บทนำ

ตามที่รัฐบาลได้ให้นโยบายเร่งด่วนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยจัดสรรให้มียกย่องหมู่บ้านและกำหนดให้มีการพัฒนาผลผลิตของชุมชนท้องถิ่นดังที่ทราบกันดี นั้น นโยบายดังกล่าวกระตุ้นให้แต่ละชุมชนหรือแต่ละท้องถิ่นนำผลิตภัณฑ์ของตนเข้าสู่ตลาดจำนวนมาก จึงทำให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ ประกอบกับมีการเปิดเสรีทางการค้าทำให้ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศสามารถเข้ามาแข่งขันได้ง่ายมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดที่รองรับไม่เพียงพอต่อสินค้าที่ผลิตออกมาอย่างหลากหลาย ซึ่งเมื่อหากพิจารณาถึง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่าปัญหาสำคัญประการหนึ่งของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งที่บรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และภาคธุรกิจเริ่มหันมาให้ความสนใจกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากขึ้น โดยมองว่าการออกแบบ หรือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีผลต่อยอดขายอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคได้เห็นและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค(Souvenirbuu.wordpress, 2557)

และตามที่ ฉันทมัย เจียรกุล (2557, หน้า 180) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งของการผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ตลาดและสร้างโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน ก็คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงามชวนให้น่าซื้อหา

โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลในการแก้ปัญหาการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน ในทางเศรษฐกิจและสังคมจัดเป็นกลไกที่สำคัญของภาครัฐที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจแบบชุมชนพึ่งตนเอง ซึ่งแนวคิดนี้มีใช่เป็นเพียงมาตรการในการแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ หรือ ในช่วงที่ประสบปัญหาการว่างงานเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการในการพัฒนาความคิด ทักษะ และพฤติกรรมในการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชนบท ที่เริ่มจากการปรับเปลี่ยนความคิด หันมาพึ่งตนเองก่อนเป็นลำดับแรก ส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้ใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน คุณค่าและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชนดังกล่าวทำให้ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น กรมพัฒนาชุมชน (2541 หน้า 22) นำมาใช้ในเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและพัฒนาท้องถิ่น เพื่อเป็นการสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขัน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง เล็งเห็นว่าชุมชนอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี อุดมไปด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยังคงเอกลักษณ์ของชาวกะเหรี่ยงที่มีการถักเครื่องประดับด้วยเม็ดเงินหรือกำไลเงิน โดยจะขายอยู่ที่บ้านหรือนำไปจำหน่ายที่งานประเพณีของคนกะเหรี่ยงที่วัดแจ้งเจริญ ซึ่งถ้าหากจะต้องการซื้อนอกเหนือจากช่วงที่มีงาน จะต้องเดินทางมาซื้อที่บ้านคา เนื่องจากคนซื้อไม่รู้ว่าจะติดต่ออย่างไร จะทำเองก็ไม่มีความรู้ (บุญส่ง ใจชื่อ, 2558, ธันวาคม 11) ซึ่งสอดคล้องกับที่ บังอร ฉัตรรุ่งเรือง (2553: บทคัดย่อ)ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการบางรายขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านตราสินค้า

ดังนั้นมหาวิทยาลัยซึ่งมีนักวิชาการที่สามารถให้บริการวิชาการแก่ชุมชนได้ จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการที่จะนำองค์ความรู้ที่มีไปทำการพัฒนาชุมชนเกี่ยวกับเรื่องการสร้างตราสินค้าที่สื่อถึงเอกลักษณ์ชุมชน โดยการดำเนินโครงการวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องเงินให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคอันจะเป็นการนำความรู้และประสบการณ์มาช่วยในการดำเนินธุรกิจของชุมชน ซึ่งเป็นการบูรณาการความรู้การตลาดมาปรับประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการหาแนวทางพัฒนาตราสินค้าให้กับชุมชน สมดังเจตนารมณ์ของมหาวิทยาลัยที่จะเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น เป็นการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนอย่างครบวงจร และ เป็นการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏพ.ศ. 2547 ที่ได้กำหนดบทบาทให้

มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงานผ่านข้อกำหนดของการประกันคุณภาพการศึกษาทั้งในส่วนของ สกอ. และ สมศ. โดยมุ่งหวังให้มหาวิทยาลัยมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุน ส่งเสริม หรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ การศึกษาสภาพปัญหาของบรรจุกฎหมายและแนวทางการออกบรรจุกฎหมายให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง ได้ใช้วิธีเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ประชาชนชาวบ้าน ประธานอาสาสมัคร สาธารณสุขชุมชน รวม 5 คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องเงินจำนวน 3 คน ครัวเรือน เพื่อค้นหาสภาพปัญหาในปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจเครื่องเงิน วัฒนธรรมความเชื่อ และใช้การประชุมกลุ่มกับชาวกะเหรี่ยงในชุมชน เพื่อเก็บรวบรวมความต้องการผู้บริโภคไปสร้างแนวทางการพัฒนาตราสินค้า

2. การศึกษาแนวทางการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยงใช้วิธีเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 3 ครัวเรือน เพื่อค้นหาแนวทางความต้องการตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน เพื่อนำให้ได้ข้อมูลไปร่างตราสินค้าจำนวน 4 ตรา ต่อจากนั้นตรวจสอบความถูกต้องของภาพตราสินค้าและข้อมูล โดยใช้วิธีสามเส้ากับผู้นำในชุมชน ชาวกะเหรี่ยงในหมู่บ้าน และจากตำราเอกสาร เมื่อได้แบบร่างตราสินค้าทั้ง 4 แบบ จึงนำไปสัมภาษณ์กับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน รวมจำนวนทั้งสิ้น 25 คน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี โดยการสัมภาษณ์ปรากฏผลดังนี้

1. สภาพปัญหาผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยง คือ ในสมัยก่อนเริ่มการจำหน่ายด้วยปากต่อปาก โดยไม่มีพ่อค้าคนกลาง แต่เมื่อตลาดมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ทำให้การขายแบบปากต่อปากเกิดความสับสน ว่าเป็นที่อื่น ดังนั้นผู้นำชุมชนจึงได้คิดที่จะสร้างตราสินค้าขึ้นมาใช้โดยใช้รูปนกเงือกเป็นสัญลักษณ์ เพื่อนำไปใช้กับสินค้าชนิดต่าง ๆ ของชุมชน แต่ปัญหาของตราสินค้านี้ก็คือไม่ได้เกิด

จากการมีส่วนร่วมและความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชน จึงทำให้การนำไปใช้ไม่แพร่หลายเท่าที่ควร



รูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเงินกะเหรี่ยงในปัจจุบัน
ทีมา (ศุภฤกษ์ สายแก้ว, 2559)

จากการสัมภาษณ์ ผู้นำของผู้ประกอบการเครื่องเงินกะเหรี่ยง พบปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ในการดำเนินการเกี่ยวกับความต้องการสัญลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อจะได้ทำให้ผู้ซื้อทราบว่าที่บ้านคามีสินค้าประเภทนี้จำหน่ายอยู่ เนื่องจากปัจจุบันใช้ถึงชิปล๊อคเปล่า ๆ ใส่ให้ลูกค้าและถ้าหากลูกค้าต้องการเบอร์เพื่อติดต่อ ก็จะจดใส่กระดาษแล้วส่งให้หรือไม่ก็เดินทางมาที่บ้านคา เพื่อสั่งสินค้าไว้ แล้วค่อยกลับมาเอาวันอื่น เนื่องจากต้องใช้เวลาในการขึ้นรูปเม็ดเงินและถักด้าย (บุญส่ง ใจชื่อ. 2558)

2. แนวทางการพัฒนาตราสินค้าเครื่องเงิน มีดังนี้ ภาพที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน, ตราสินค้า มีคำว่า กะเหรี่ยง (ภาษาไทย) ชื่อชุมชนในอดีต เพื่อเป็นการฟื้นฟู พร้อมกับระบุเบอร์โทรศัพท์เพื่อใช้ในติดต่อสั่งซื้อสินค้า ชื่อตราสินค้าใช้คำว่าเม็ดเงิน สีที่ใช้สำหรับภาพเป็นสีแดงเพราะว่าชาวกะเหรี่ยงเชื่อว่าเป็นสีมงคล, 6)แบบอักษรควรเป็นแบบน่ารักไม่มีหัว เพื่อจะได้เข้ากับภาพที่เป็นรูปการ์ตูน มีรายการสินค้าเกี่ยวกับเครื่องเงินที่มีจำหน่ายในกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องเงิน ต่อจากนั้นจึงได้ทำการร่างตราสินค้าจำนวน 4 แบบเพื่อให้ผู้ประกอบการเครื่องเงินเลือก ดังนี้



ภาพร่างที่ 1



ภาพร่างที่ 2



ภาพร่างที่ 3



ภาพร่างที่ 4

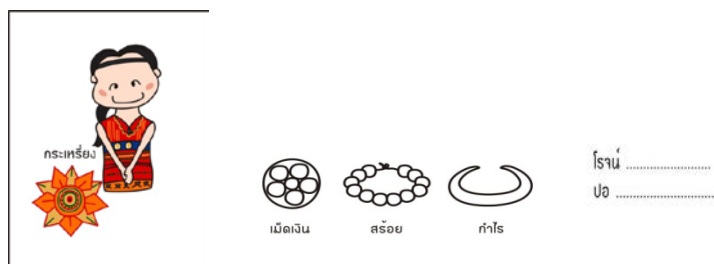
ทีมา อัจฉรียา โชติกลาง, 2559

3. ผลการตรวจสอบตราเครื่องหมายแบบร่าง

ผลการศึกษาแนวทางการออกแบบตราสินค้าสำหรับเครื่องเงิน อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรีประเภทเครื่องหมายแบบร่างทั้ง 4 แบบ พบว่า

3.1 กรอบตราสินค้า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกกรอบตราสินค้าที่เป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ คือ กรอบที่เป็นรูปสี่เหลี่ยม

3.2 ตราสินค้ามีความต้องการภาพผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และส่วนใหญ่เลือกภาพที่ 1



ที่มา (อัจฉริยา โชติกลาง, 2559)

การอภิปรายผล

1. สภาพปัญหาของตราสินค้าเครื่องเงิน

1.1 บรรจุภัณฑ์แบบเดิมที่ใช้คือ ถุงซิปล็อค แต่มีความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้นอกจากนี้ด้านหลังจะมีรายการสินค้าที่ทางชุมชนผลิตเพื่อขาย เป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภค เพื่อการซื้อซ้ำได้สะดวกมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนิตยา จิตรักษ์ธรรม (2550, หน้า 83 - 84) ที่กล่าวว่า พลาสติก เป็นวัสดุที่นิยมใช้มากในปัจจุบัน เนื่องจากมีน้ำหนักเบา สามารถทำรูปแบบและรูปทรงได้หลากหลายกว่ากระดาษ

1.2 ภาพเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายกะเหรี่ยงก็ได้ เนื่องจากเป็นการสื่อถึงครอบครัว แต่จะเลือกผู้หญิงมากกว่า เพราะชาวกะเหรี่ยงจะยกย่อง เพศหญิงว่าเป็นเพศที่ทำงานบ้านและเลี้ยงลูก นอกจากนี้การแต่งกายของชาวกะเหรี่ยงจะมีอัตลักษณ์เป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยรัตน์ อัสวางกูร (2550, 57 -59) ที่กล่าวว่า โลโก้แบบรูปภาพ มนุษย์นั้นคิดเป็นภาพสามารถแทนคำพูดได้นับพัน แบรินด์ตั้งทั้งหลายประสบความสำเร็จในการใช้ภาพแทนคำสื่อความหมายสร้างจุดจดจำให้ผู้บริโภค

1.3 ตราสินค้า จะเป็นภาพการ์ตูนรูปคนและเขียนคำว่า กะเหรี่ยง (ภาษาไทย) ไว้ที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของรูปภาพ หรือสัญลักษณ์ที่สื่อความเป็นกะเหรี่ยง พร้อมกับมีภาษาของ

ชาวกะเหรี่ยงว่า เม็ดเงินหรือโปรงกระทิงหรือชื่อชุมชนในอดีต เพื่อเป็นการฟื้นฟู พร้อมกับระบุเบอร์โทรศัพท์เพื่อใช้ในการติดต่อสั่งซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ นิตยา จิตรักษ์ธรรม (2550, หน้า 83 – 84) ที่กล่าวว่า ตราสินค้า จะต้องสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน สะดุดตา สร้างการจดจำได้ง่าย โดยที่จะต้องคำนึงถึงประสิทธิผลและความต่อเนื่องควบคู่กันไปเพื่อที่จะสร้างความคุ้นเคย

1.4 สีภาพจะใช้สีแดงและตัวอักษรสีน้ำเงิน เนื่องจากชาวกะเหรี่ยงจะมีวัฒนธรรมเกี่ยวกับความเชื่อว่า สีแดงเป็นสิริมงคล และไม่ชอบสีดำเพราะเป็นสีอัปมงคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ ชัยรัตน์ อัครวางกูร (2550, หน้า 10) ที่กล่าวว่า สีสน เป็นสิ่งซึ่งมีบทบาทมากต่อการสื่อสารเรื่องความรู้สึกและทัศนคติ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ทั้งเพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม เพื่อให้ให้เกิดการจดจำ และแยกแยะได้อย่างรวดเร็วในสมองของผู้บริโภค

1.5 ชื่อตราสินค้า จะใช้คำว่า เม็ดเงิน เพราะผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเม็ดเงินที่ผลิตได้มา ถักด้วยด้ายสีเป็นกำไลหรือสร้อยคอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิทยา จารุพงศ์โสภณ (2557, หน้า 65) ที่กล่าวว่า ชื่อตราสินค้าเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงตราสินค้าเข้ากับตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท ชื่อตราสินค้าจึงเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพสูงในการสื่อสารกับผู้พบเห็นและจดจำผลิตภัณฑ์ได้โดยใช้เวลาเพียงเสี้ยววินาที

1.6 มีรายการสินค้าเกี่ยวกับเครื่องเงินที่มีจำหน่าย เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงสินค้าเครื่องเงินที่มีขายภายในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดที่ ชัยรัตน์ อัครวางกูร (2550, หน้า 153) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ทั้งนี้เพราะในสายตาของผู้บริโภคทั้งสองสิ่งนี้จะไปด้วยกันเสมอ บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องสามารถช่วยสื่อความหมาย ให้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นตราสินค้าเดียวกัน มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือเหมือนกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

1.7 แบบอักษรควรเป็นแบบน่ารัก ไม่มีหัว เพื่อจะได้เข้ากับตราสินค้าที่เป็นรูปการ์ตูน ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยรัตน์ อัครวางกูร (2550, หน้า 10) ที่กล่าวว่า ตัวอักษร หมายถึง ชุดตัวอักษรที่ได้รับการออกแบบให้มีบุคลิกและหน้าตาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตัวพิมพ์แต่ละแบบจะสื่อถึงบุคลิกหรือความรู้สึกเชิงสัญลักษณ์ที่ซ่อนเร้นอยู่ได้

2. การศึกษาพัฒนาตราสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ที่ทำการร่างบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 4 แบบ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินของอำเภอบ้านคา มีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนกับเม็ดเงินที่ขายตามท้องตลาด จึงมีโอกาที่จะขยายตลาดได้

2. ชุมชนกะเหรี่ยงจะมีการแต่งกายเฉพาะชนเผ่า ดังนั้นในการออกแบบตราสินค้า จึงเกี่ยวข้องกับ การแต่งกายของชาวกะเหรี่ยงจะต้องมีการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง เพราะข้อมูลที่พบในเอกสาร ตำราต่าง ๆ อาจมีความคลาดเคลื่อน

3. ตราสินค้าที่เลือกจะเป็นรูปภาพการ์ตูนผู้หญิง เบอร์โทรศัพท์ ภาพสีแดง ตัวอักษรสีน้ำเงิน ด้านหลังมีรายการสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

แนวทางการพัฒนาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำตรา สินค้าเป็นตรายางมอบให้กับผู้ประกอบการ เพื่อประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการพิมพ์สติ๊กเกอร์ ตลอดจนสามารถนำไปใช้กับวัสดุได้ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ สามารถเปลี่ยนสีได้ตามที่ต้องการ โดย ทำการซื้อตลับหมึกที่มีขายอยู่ในท้องตลาด สำหรับตราสินค้านี้ ได้พัฒนามาจากความต้องการของคน ในชุมชน และในอนาคตถ้ามีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลักษณะใหม่มา ก็จะสามารถนำไปประโยชน์ในเชิง การตลาดได้

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดตราสินค้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ให้กับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของชุมชนกะเหรี่ยง เพราะเนื่องจากมีความต้องการตราสินค้าที่เป็น ลักษณะเฉพาะของกลุ่ม เนื่องจากชาวกะเหรี่ยงจะไม่มีความรู้ในเรื่องนี้ ซึ่งหากมีการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ให้เต็มรูปแบบจะทำให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาชุมชน. (2541). โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียงเฉลิม

พระเกียรติแผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง พ.ศ. 2542 – 2544 พิมพ์ครั้งที่ 2 .

กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์.

ชลธิศ ดาราวงษ์. (2558). การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. ชลบุรี :

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

ชัยรัตน์ อัครวงกูร. (2550). ออกแบบให้โดนใจ คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ

ผู้ประกอบการและนักออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 3 เชียงใหม่ : วิทอินบุ๊กส์.

ธันยมัย เจียรกุล.(2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC

วารสารนักบริหาร. ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557 หน้า 177 – 191.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ :

วี. อินเตอร์

นิตยา จิตรักษ์ธรรม. (2550) **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**. สงขลา : ภาพพิมพ์.

บงกช เวบ้านแพ้ว พิชรี ยินดีสุข ภิรมณัญญา ธรรมสอน รณิกานต์ นิยมญาติ ปริญญา บัวพุ่ม. (2554).

คลังความรู้ ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา. ค้นจาก

<https://souvenirbuu.wordpress.com>. เมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ.2559.

บังอร ฉัตรรุ่งเรือง. (2553). **การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา**

ท้องถิ่นงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ :

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญส่ง ใจชื่อ. (2558, ธันวาคม 11). ผู้ประกอบการเครื่องเงิน. บ้านคา. สัมภาษณ์)

ปฐวี ศรีโสภณ. (2553). **การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร : กรณีศึกษา**

จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

วรางคนางค์ วรรณตุง และ นิรัช สุตสังข์. (2554). **การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเงินจาก**

อัตลักษณ์ชาวเขาเผ่าลีซอ (ลีซู) หมู่บ้านศรีดงเย็น อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่.

สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2557). **กลยุทธ์การบริหารแบรนด์**. กรุงเทพฯ : แพลน พรินต์ติ้ง.

สมศักดิ์ พรหมจักร. (2554). **การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา**

ท้องถิ่นงานหัตถกรรมสาขาเครื่องเงินของจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัย

ราชภัฏเชียงใหม่

อรชร มณีสงฆ์ และ ธันยา พรหมบุรุษย์. (2550). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาหัตถกรรม**

ท้องถิ่นและการตลาดในพื้นที่โครงการหลวง : กรณีศึกษาเครื่องเงินชาติพันธุ์

กะเหรี่ยง. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน).

Souvenirbuu.wordpress. (2557) **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ Retrieved ,**

August 3, 2014 , from <http://souvenirbuu.wordpress.com>.