

การออกแบบอัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมไบลิ่นจี วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก
อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน

The development of orange dyeing from Bixa Orellana and Filagen textiles innovation with
the Intellectual Wisdom from Tai Lue textiles.

กฤษฎี ตูลวรรณะ¹

ดวงรัตน์ ด้านไถยนำ²

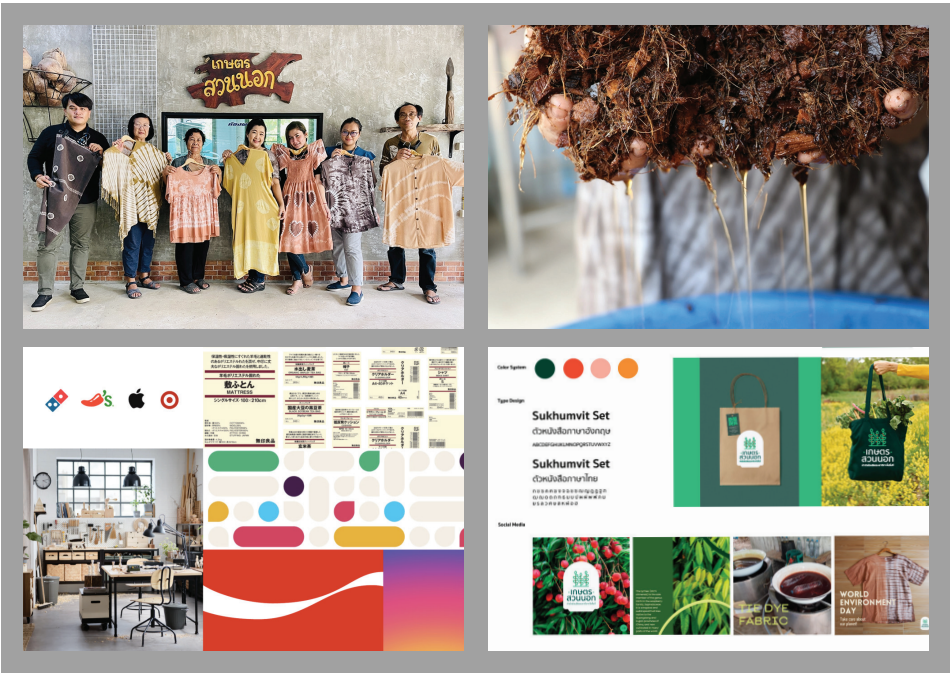
บทคัดย่อ

จากแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงคราม
วิสัยทัศน์ โดยมีประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัด โดยใช้การออกแบบอัตลักษณ์เพื่อยกระดับ
ผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงคราม ส่งเสริมให้ผู้ผลิตสามารถนำผลิตภัณฑ์สินค้าการเกษตรมาแปรรูป
และส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที
จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมไบลิ่นจี วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวน
นอก พบว่าสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าทั้งรูปแบบการมัดย้อมโดยใช้วัสดุจากไบลิ่นจี แต่
ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์
เพื่อ 1.ศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมไบลิ่นจี จากข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่
เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก 2.เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน
เกษตรสวนนอก ภาคเอกสาร จากการศึกษาทฤษฎีด้านการออกแบบอัตลักษณ์จากการสัมภาษณ์
ใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม(Focus Group) 3.เพื่อออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมไบลิ่นจี
โดยใช้ชื่อวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก มาสร้างเป็นตราสัญลักษณ์แบบตัวอักษร (Logo Word-
marks) การเลือกใช้สี (Corporate Color) ที่มาจากไบลิ่นจี ตัวอักษร (Typography) องค์ประกอบ
ของกราฟิก (Graphic Element) จากลวดลายผ้ามัดย้อมไบลิ่นจี โดยนำผลงานการออกแบบไป
ประเมิณกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชน นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและมี
อัตลักษณ์ที่ชัดเจนก่อให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและเป็นตัวอย่างในการสร้างอัตลักษณ์
ผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: ออกแบบอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมไบลิ่นจี การพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



Abstract

According to the local development plan 2023-2027 of the Samut Songkhram Provincial Administrative Organization, the vision is the product development issue of the province. By using identity design to enhance products in Samut Songkhram in order to promote agricultural producers to enter the market both online and offline, and to promote access to information to create product identity of the community in the province. The research found that there is a unique identity of lychee leaf tie dye product in the community. But the problem is The product still needs to have a clear product identity. Therefore, this research aims to 1. Study the product identity of the lychee leaf tie-dye community from documents and research related to the product and identity of the agricultural community enterprise 2. To analyze the identity of the rural agricultural community in the documentary sector from the study of the theory of identity design from the interview using focus group interviews. 3. To design the product identity of the lychee leaf tie-dye community by Bang Tee District, Samut Songkhram Province To create a logo, wordmarks, corporate color from lychee leaves, typography, and graphic elements from lychee leaf tie-dye pattern. The design results are evaluated by experts community identity designers. The result is then used to develop interesting products with identity that eads to economic sustainability and set as example for other communities. and have a clear identity. they are causing economic sustainability in the community and being an example of creating product identity for other communities in the future.

KEYWORDS: Identity design, Lychee leaf tie-dye products, Sustainable product Development

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

จากแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566 – 2570 ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงคราม วิสัยทัศน์ “เมืองแห่งความสุข อาหารปลอดภัย ท่องเที่ยวหลากหลาย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” มีพันธกิจหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีประเด็นการพัฒนาจังหวัด 1. เพื่อส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว ในรูปแบบที่หลากหลายและพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง 2. ใช้อัตลักษณ์ยกระดับผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีกลยุทธ์ข้อ 5 เพื่อส่งเสริมผู้ผลิตเกษตร ให้สามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูล เพื่อสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรสงคราม

จากประกาศของกรมทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2555 รับขึ้นทะเบียนลิ้นจี่พันธุ์ค่อมลำเจียก ของจังหวัดสมุทรสงครามเป็นสินค้า ซึ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติของลิ้นจี่พันธุ์ค่อมลำเจียก จังหวัดสมุทรสงคราม เริ่มจากจังหวัดสมุทรสงครามเป็นเมืองเก่าที่มีประวัติมายาวนานเดิมเป็นแขวงหนึ่งในจังหวัดราชบุรี ต่อมาในปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา จึงแยกออกมาเป็นเมืองแม่กลองเพราะมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านและได้ชื่อว่าเป็นเมือง 3 น้ำ เหมาะแก่การทำเกษตร โดยเฉพาะการปลูกลิ้นจี่พันธุ์ค่อมลำเจียก ที่มีรสหวานอร่อย สีแดงสด นำเมล็ดมาจากตรอกจันทน์ ยานนาวา บางกอก เมื่อปี พ.ศ. 2397 เป็นลิ้นจี่ที่ให้ผลผลิตเร็วภายใน 3 ปี ที่เรียกว่า พันธุ์ค่อมลำเจียก เพราะเป็นต้นลิ้นจี่ที่มีขนาดเป็นพุ่ม ลักษณะต้นไม่สูง ซึ่งเป็นผลไม้ชนิดที่อยู่ในคำขวัญจังหวัดสมุทรสงคราม “ เมืองหอยหลอด ยอดลิ้นจี่ มีอุทยาน ร.2 แม่กลองไหลผ่าน นมัสการหลวงพ่อแหลม ” ต้นลิ้นจี่ค่อมลำเจียกนิยมปลูกในตำบล บางขันแตก อำเภอเมืองอัมพวา และอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลิ้นจี่ ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม จากเดิมพื้นที่เกษตรกรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม นิยมปลูกสวนมะพร้าวเป็นหลักเพื่อนำไปผลิตน้ำตาลมะพร้าว จึงเกิดวัสดุเหลือจากการผลิต เช่น กากมะพร้าว กะลามะพร้าว คุณนุปลา ไวยเจริญ ได้รับการดูแลสวนมะพร้าวและลิ้นจี่จากบรรพบุรุษ บนพื้นที่ 18 ไร่ คิดหาหนทางออกและเพิ่มมูลค่าที่ตกต่ำเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าวเป็นวัสดุเหลือทิ้งจากแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว แม้จะนำไปขายให้เกษตรกรเพื่อใช้ในการปลูกต้นไม้ แต่ยังมีปริมาณเหลืออีกจำนวนมาก ประกอบกับคุณนุปลา เป็นคนชื่นชอบผ้ามัดย้อม จึงชวนสมาชิกในกลุ่มมาทำผ้ามัดย้อมจากเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าวโดยหวังจะให้เป็ผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม แต่ยังมีปัญหาการเดินทางที่ไม่สะดวกทำให้คุณนุปลา ไปขอคำแนะนำสวทช. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา ทำให้ได้วัตถุดิบรอบชุมชนที่นำมาสกัดเป็นสี ทั้งเปลือกมะพร้าวสีได้สีส้มและน้ำตาลอ่อน ใบมะม่วงที่ได้สีเหลืองและสีเขียว ใบลิ้นจี่ได้โทนสีน้ำตาล ส้ม เทา ดำ กลายเป็นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผ้ามัดย้อมในวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยวัตถุดิบใบลิ้นจี่ มีจำนวนมาก และขั้นตอนการผลิตไม่ยุ่งยาก จึงเหมาะแก่การนำมาทำผลิตภัณฑ์มัดย้อมสีธรรมชาติ ที่มีทั้งความสวยงามและคุณภาพ จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอกอีกทั้งผลิตภัณฑ์มีกระบวนการผลิตแบบแนวคิดลดขยะเป็นศูนย์ (zero waste)

จากการสัมภาษณ์และลงพื้นที่ผู้วิจัยได้เล็งเห็นปัญหาผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลิ้นจี่ ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ยังขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลิ้นจี่ ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งที่ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลิ้นจี่ มีความน่าสนใจ และมีคุณค่าทางภูมิปัญญา หากได้รับการสนับสนุนส่งเสริมที่ถูกต้องจะสามารถเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก ได้เป็นอย่างดี การสร้างอัตลักษณ์เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน สร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชน ทำให้ชุมชนเกิด

ความเข้มแข็งและประชาชนในชุมชนท้องถิ่นอยู่ดีมีสุขมีความมั่นคงในชีวิตนำไปการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1. ศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมโบราณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2. วิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนเกษตรสวนนอก นำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมโบราณ
- 3. ออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมโบราณ ยกกระดับภาพลักษณ์สินค้าและพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่

จากแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2561-2564 ได้อธิบายสภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานระบุไว้ดังนี้ ข้อมูลอ้างอิงจาก แผนพัฒนาท้องถิ่น

ประวัติความเป็นมา

เดิมที่ตำบลบางคนที มีพื้นที่กว้างขวางมากไปถึงวัดโชติการาม ตำบลสีหมื่น (ปัจจุบันอยู่ในเขต.ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี) หลักฐานคือโฉนดที่ดินที่รัชกาลที่ 5 ได้มอบไว้ให้เป็นกรรมสิทธิ์ในครั้งนั้น และคราวต่อมารัชกาลที่ 5 ได้เสด็จมาตรวจราชการที่คลองหลังวัดชัยโชติการาม และท่านได้สัมภาษณ์หรือคนที่นี่เอาไว้เพื่อเป็นสิริมงคล และเรียกชื่อเพี้ยนมาเป็นตำบลบางคนทีในปัจจุบัน

1.2 ลักษณะกายภาพ

มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มีลำคลองหลายสายไหลผ่านทั่วทั้งพื้นที่ส่งผลให้พื้นที่มีสภาพชุ่มน้ำมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรและการทำประมงประเภทการเลี้ยงปลาน้ำจืดเป็นอย่างดี มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม

ลักษณะภูมิอากาศ เนื่องจากจังหวัดสมุทรสงคราม ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเล จึงได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ทำให้มีความชุ่มชื้นตลอดเวลา ฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด ฤดูร้อนไม่ร้อนจัดซึ่งลักษณะภูมิอากาศเหมาะอย่างยิ่งแก่การเพาะปลูก

ลักษณะของดิน สภาพดินเป็นดินร่วน มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม

มีลำคลองหลายสายไหลผ่านทั่วทั้งพื้นที่

การเกษตร ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ เช่น มะพร้าว กล้วย ส้มโอ มะม่วง เป็นต้น ผลผลิตที่สำคัญคือ มะพร้าวและผลไม้ตามฤดูกาล มีครัวเรือนเกษตรกรในตำบลบางคนที 302 ครัวเรือนในตำบลยายแพ่ง 200 ครัวเรือน (ตามข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกรปี 2562 จากสำนักงานเกษตรอำเภอบางคนที) แยกเป็นหมู่บ้าน ดังนี้

ตำบลบางคนที

- หมู่ที่ 1 บ้านบางคนที จำนวน 45 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 2 บ้านบางคนที จำนวน 49 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 3 บ้านบางคนที จำนวน 55 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 4 บ้านบางคนที จำนวน 18 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 5 บ้านบางคนที(คลองระกำ) จำนวน 28 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 7 บ้านบางคนที(คลองระกำ) จำนวน 56 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 8 บ้านทุ่งน้อย จำนวน 26 ครัวเรือน
- หมู่ที่ 9 บ้านบางกล้วย จำนวน 25 ครัวเรือน

สถานที่ท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบางคนทีประกอบไปด้วย 1 แห่ง ได้แก่ ศาลเจ้าแม่กวนอิมปางพันมือ ตั้งอยู่วัดบางคนทีหมู่ที่ 8 ตำบลบางคนที

อุตสาหกรรม มีการประกอบอุตสาหกรรมขนาดเล็กในพื้นที่ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ โรงงานกล่องกระดาศ และโรงผลิตกระเบปลูกกล้วยไม้จากกาบมะพร้าว

ประเพณี วัฒนธรรม ประชากรในพื้นที่ตำบลบางคนที ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 98 และมีสถานที่ประกอบกิจการทางศาสนา 2 แห่งคือ วัดบางคนทีที่ตั้ง หมู่ที่ 8 ตำบลบางคนที และวัดสินวิเศษศรัทธาราม หมู่ที่ 7 ตำบลบางคนที สำหรับกิจกรรมทางศาสนา เนื่องในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาและประเพณีต่างๆ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา ประเพณีลอยกระทง และเทศกาลขึ้นปีใหม่

ภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับภูมิปัญญาท้องถิ่นในตำบลบางคนทีคือ การเย็บกระทงใบตองแห้ง หัตถกรรมจักสานและลูกประคบสมันไพร เป็นผลิตภัณฑ์ Otop ในพื้นที่

ผลไม้และผลิตภัณฑ์ทางเกษตรในตลาด ได้แก่ น้ำตาลมะพร้าว มะพร้าวกะทิ ข้าวหลามและผลไม้ เช่น ส้มโอ ลิ้นจี่ เป็นต้น

1.3 วิสาหกิจชุมชน เกษตรสวนนอก

กลุ่มวิสาหกิจเกษตรสวนนอก ต.บางยี่รงค์ อ.บางคนที จ.สมุทรสงคราม จัดตั้งกลุ่มขึ้นในปี พ.ศ.2555 จนได้กลายเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สวนเกษตรจึงทำให้มีผลิตภัณฑ์มะพร้าวและลิ้นจี่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจ

จึงเกิดแนวคิดในการแปรรูปจากผลิตภัณฑ์การเกษตร จุดเริ่มต้นของผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวคือ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นเป็นผลิตภัณฑ์แรกของกลุ่มฯ ที่ทำให้เกิดแนวความคิดการจัดการวัสดุเหลือทิ้งในสวนมะพร้าว ช่วงปี 2555 ราคามะพร้าวตกต่ำมาก จากลูกละ 15 บาท เหลือลูกละ 3 บาท จะทำยังไงได้บ้างที่จะเพิ่มมูลค่าได้จนได้ไปดูงานการแปรรูปมะพร้าวและได้แนวคิดกลับมาผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น และกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จึงต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยมีน้ำมันมะพร้าวเป็นส่วนประกอบหลัก อาทิ เซรั่มบำรุงผิว สครับขัดผิว โลชั่นสบู์เหลว ภายใต้แบรนด์ “We VergiN” และ แบรนด์ “Buppha” ดังสโลแกนที่ว่า “คิดให้ไกล ไปที่ละก้าว” เป็นต้น

วัสดุที่เหลือทิ้งจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว คือ เปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าว แม้จะนำไปขายให้เกษตรกรเพื่อใช้เพาะปลูกต้นไม้ แต่ก็ยังหลงเหลือปริมาณจำนวนมาก ทางกลุ่มจึงเกิดแนวคิดนำเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าวกลับมาใช้ใหม่ ด้วยความชื่นชอบผ้ามัดย้อมของคุณบุผา ไวยเจริญ และสมาชิกในกลุ่มฯ จึงชักชวนกันทำผ้ามัดย้อมจากเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าว โดยหวังจะให้เป็ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต่อยอดจากแนวความคิดลดขยะเป็นศูนย์ (Zero Waste) แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ วัสดุเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าว ค่อนข้างจะติดสียาก ทำให้การย้อมผ้าสีติดไม่ชัดและไม่สม่ำเสมอ จึงได้ไปขอคำปรึกษาจากอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสงคราม



ภาพที่ 1 ภาพถ่าย กลุ่มวิสาหกิจเกษตรสวนนอก
ผ้ามัดย้อมจากใบลิ้นจี่

1.4 ผ้ามัดย้อมจากใบลิ้นจี่

จากการสอบถามคุณบุผา ไวยเจริญ ประธานวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก ผ้ามัดย้อมใบลิ้นจี่ ได้รับการดูแลสวนมะพร้าวและลิ้นจี่จากบรรพบุรุษ บนพื้นที่ 18 ไร่ คิดหาหนทางออกและเพิ่มมูลค่าที่ตกต่ำเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าวเป็นวัสดุเหลือทิ้งจากแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว แม้จะนำไปขายให้เกษตรกรเพื่อใช้ในการปลูกต้นไม้ แต่ยังมีปริมาณ เหลืออีกจำนวนมาก ประกอบกับคุณบุผา เป็นคนชื่นชอบผ้ามัดย้อม จึงชวนสมาชิกในกลุ่มมาทำผ้ามัดย้อมจากเปลือกมะพร้าวและกะลามะพร้าวโดยหวังจะให้เป็ผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม แต่ยังมีปัญหาการเดินสีที่ไม่สม่ำเสมอ ทำให้คุณบุผา ไปขอคำแนะนำสวทช. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหา ทำให้ได้วัตถุดิบรอบชุมชนที่นำมาสกัดเป็นสี ทั้งเปลือกมะพร้าวสีได้สีส้มและน้ำตาลอ่อน ใบมะม่วงที่ได้สีเหลืองและสีเขียว ใบลิ้นจี่ได้โทนสีน้ำตาล ส้ม เทา ดำ กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผ้ามัดย้อมในวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยวัตถุดิบใบลิ้นจี่ มีจำนวนมาก และขั้นตอนการผลิตไม่ยุ่งยาก จึงเหมาะแก่การนำมาทำผลิตภัณฑ์มัดย้อมสีธรรมชาติ ที่มีทั้งความสวยงามและคุณภาพ จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอกอีกทั้งผลิตภัณฑ์มีกระบวนการผลิตแบบแนวคิดลดขยะเป็นศูนย์ (zero waste)



ภาพที่ 2 ภาพเปลือกมะพร้าวและใบลิ้นจี่ที่ใช้ในการย้อมผ้า

ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจเกษตรสวนนอกมีผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติที่มีคุณภาพและสวยงาม ทั้งเสื้อผ้า หมวก ผ้าพันคอ กระเป๋า ผ้าผืน ฯลฯ ซึ่งผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มฯ จำหน่ายตั้งแต่ราคา 250 - 650 บาท และจำหน่ายได้สูงถึงเดือนละ 30,000 - 60,000 บาท นอกจากนี้กลุ่มวิสาหกิจเกษตรสวนนอก ยังเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้าน “การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว” และ “การทำผ้ามัดย้อมจากสีธรรมชาติ” ที่เปิดให้ผู้สนใจได้เข้ามาเรียนรู้และฝึกปฏิบัติ

1.5 องค์ประกอบของการออกแบบอัตลักษณ์

จากการสืบค้นทฤษฎี Catharine Slade-Brooking (2016: 24) และ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547: 52) ตามทฤษฎีการ ออกแบบอัตลักษณ์องค์กร องค์ประกอบหลักที่สำคัญ มี 5 ประการ ได้แก่ ชื่อองค์กร ตราสัญลักษณ์ รูปแบบ ตัวอักษร สี และข้อความประกอบ ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรสามารถสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรไปในทิศทาง เดียวกัน เชื่อมโยงกัน และเป็นที่จดจำของผู้พบเห็น โครงสร้างของแบรนด์ประกอบไปด้วย 1.จุดยืนของแบรนด์ (Brand positioning) หมายถึง การวางตำแหน่ง แบรนด์ที่แตกต่างในตลาด สามารถสร้างให้เกิดคุณค่ากับผู้บริโภคได้ และยังสร้างให้เกิดการจดจำในสายตาผู้บริโภค 2.บุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Personality) หมายถึง การกำหนดตัวตนและเอกลักษณ์ของแบรนด์ออกมา บุคลิกภาพของแบรนด์เป็นอย่างไร ปัจจุบันการกำหนดบุคลิกภาพของแบรนด์ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์ 3.เอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) หมายถึง องค์ประกอบของการสร้างอัตลักษณ์ อาทิ ตราสัญลักษณ์ ชุดสี ตัวอักษร องค์ประกอบของกราฟิก รวมไปถึงการโฆษณาของแบรนด์นั้น ๆ



ภาพที่ 3 ตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate identity)

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับกระบวนการออกแบบ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหาโดยศึกษาจากข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์ประกอบไปด้วย ประธานชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์กระบวนการออกแบบ มีพื้นที่การศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีขั้นตอนในการดำเนินวิจัยดังนี้

1.ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม รวมไปถึงอัตลักษณ์ของอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

2.สัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมโบราณ เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวความคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมโบราณ

3.วิเคราะห์ข้อมูล ภาคเอกสาร จากการศึกษาทฤษฎีด้านการออกแบบ การออกแบบอัตลักษณ์ภาคสนาม จากการสัมภาษณ์ใช้การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) และสังเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ผ้าม้าย้อมโบราณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

4.ออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมโบราณ วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วยตราสัญลักษณ์ องค์ประกอบของตัวอักษร ภาพถ่าย องค์ประกอบของกราฟิก การโฆษณาสินค้า เป็นต้น

5.นำผลงานการออกแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประเมินผลงานออกแบบ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและเป็นการแสดงตัวอย่างของการนำอัตลักษณ์ประยุกต์ใช้จริง

2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 4 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

แบบสอบถามปลายปิดแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็น ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม รวมไปถึงขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ผ้าม้าย้อมโบราณ

สรุปผลงานวิจัย

3.1 ศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมใบลินจี่ วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

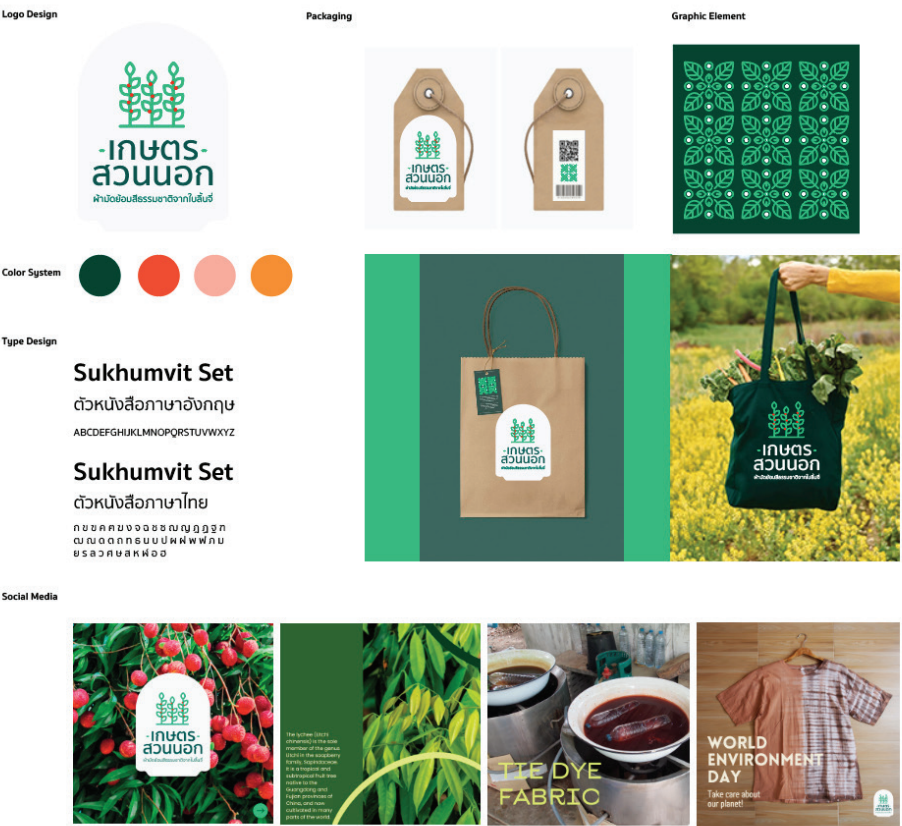
ด้านพัฒนาส่งเสริมคุณภาพชีวิต ได้ส่งเสริมให้คนในวิสาหกิจชุมชนประกอบอาชีพ ทำให้มีรายได้ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ด้านการพาณิชยกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ มีอาชีพหลักคือการเกษตรกรรม และสามารถสร้างอาชีพเสริมจากการเกษตรกรรม โดยใช้วัตถุดิบจากการเกษตรมาต่อยอดสร้างเป็นผลิตภัณฑ์จากใบลินจี่ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 11 สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดพื้นที่มีความเป็นอัตลักษณ์ เช่น วิถีชีวิตของชาวบ้าน ภูมิปัญญาชาวบ้าน ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดขยะมูลฝอย (zerowaste) ปลุกฝังคนในชุมชนได้ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดการเกิดขยะ และรักษาธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์

3.2 วิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนเกษตรสวนนอก นำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมใบลินจี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 90.00 มีช่วงอายุ 50-64 ปี ร้อยละ 50.00 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 60.00 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมปลายและปริญญาตรี ร้อยละ 45.00 ประกอบอาชีพ เกษตรกร ร้อยละ 70.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก ควร มีอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลินจี่ ร้อยละ 100.00 ส่วนอัตลักษณ์ด้านธรรมชาติสวนผลไม้ ของอำเภอบางคนทีเป็นที่จดจำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาแม่น้ำแม่กลองกับลำคลองหลายสายไหลคิดเป็นร้อยละ 5.00 ส่วนอัตลักษณ์ประเพณีลอยกระทงกาบกล้วย ของอำเภอบางคนทีเป็นที่จดจำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือประเพณีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาคิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว วัดบางกุ้ง ของอำเภอบางคนทีเป็นที่จดจำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคืออาสนวิหารแม่พระบังเกิดคิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนอัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนเกษตรกรรม ของอำเภอบางคนทีเป็นที่จดจำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคืออัตลักษณ์วิถีชีวิตริมแม่น้ำแม่กลองคิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์การเกษตรที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนมากที่สุดคือ ลินจี่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ มะพร้าว คิดเป็นร้อยละ 85.00 และส้มโอคิดเป็นร้อยละ 65.00 ส่วนของผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของวิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนได้มากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมจากใบลินจี่ คิดเป็นร้อยละ 95.00 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น คิดเป็นร้อยละ 5.00

3.3 ออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อมใบลินจี่ ยกระดับภาพลักษณ์สินค้าและพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 25 ภาพรวมของการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลินจี่

การออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลินจี่ วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อการพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน สรุปผลงานการออกแบบประกอบไปด้วย ตราสัญลักษณ์ ชุดสี ตัวอักษร ภาพถ่าย องค์ประกอบของกราฟิก ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ การโฆษณาสินค้า

การออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้ออกแบบใช้แนวคิดในการออกแบบแสดงถึงอัตลักษณ์ของความเป็นสวนเกษตรกรรม ตัวอักษรของตราสัญลักษณ์มีการใช้ชื่อ วิสาหกิจชุมชนมาออกแบบ ใช้คำว่า “เกษตรสวนนอก” เพื่อให้เกิดการจดจำและสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน โดยได้สร้างเป็นแบบร่าง 3 รูปแบบ และเลือก แบบร่างที่ 3 มาเป็นตราสัญลักษณ์ เนื่องจากองค์ประกอบในการสื่อความหมายครบถ้วน

ชุดสีที่ได้มีแนวความคิดมาจาก ใบลันจี ลูกลันจี และความเป็นสวนผลไม้ รวมไปถึงสีที่ได้จากการ
มัดย้อมเป็นโทนสีธรรมชาติ

ตัวอักษรที่ใช้ในงานออกแบบ คือ Sukhumvit Set ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ด้วยรูป
แบบตัวอักษรที่มีความทันสมัย เรียบง่าย ชัดเจน จึงเหมาะสมกับงานออกแบบ

องค์ประกอบกราฟิกที่ในงานออกแบบจากการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามพบว่าผู้
ตอบแบบสอบถาม อยากสร้างการรับรู้สถานที่ให้กับผู้บริโภคเน้นไปที่สถานที่ วัดบางกุ้ง เป็นจุดศูนย์
รวมของอำเภอที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้คนจดจำได้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เน้นการออกแบบที่ดูสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ามัดย้อมจากใบ
ลันจีและผ้ามัดย้อม โดยผู้ออกแบบเลือกใช้ กระจกใสและถุงผ้าเป็นวัสดุในการใช้งาน โดยคำนึง
การใช้วัสดุที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน ผู้ออกแบบได้ออกแบบโดยใช้อัตลักษณ์ส่วน
ประกอบต่าง ๆ ทั้งตราสัญลักษณ์ ชุดสี องค์ประกอบกราฟิก มาสร้างเป็นรูปแบบการโฆษณาสินค้า
กล่าวโดยสรุปคือ ในการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบลันจี วิสาหกิจชุมชนเกษตรสวน
นอก อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อการพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ออกแบบตาม
ความต้องการของคนในชุมชน รวมทั้งสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชนเกษตรสวนนอก อำเภอบางคนที
จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยหวังอย่างยิ่งว่า ผลงานการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมใบ
ลันจี จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและยกระดับผลิตภัณฑ์สินค้า ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นต้นแบบในการนำ
ไปใช้กับชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

3.4 สรุปผลการประเมินผลงานการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ พบว่าองค์ประกอบ
มีความเหมาะสมสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} =3.67) สามารถรับรู้และจดจำตราสัญลักษณ์
ได้ดี มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} = 3.67) รูปแบบแสดงออกถึงความเป็นเกษตรกรรม มีระดับความ
พึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.33) แสดงอัตลักษณ์ของชุมชนเกษตรกรรม มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} =
3.67) สีตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมและสวยงาม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 5.00) ตัวอักษร
ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมสวยงาม มีระดับความพึงพอใจปานกลาง (\bar{X} = 3.33)

ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับการออกแบบอัตลักษณ์ผ้ามัดย้อมใบลันจี
ชุดสีมีความสวยงามและเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.33) ชุดสีมีความสอดคล้อง
กับผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.33) ตัวอักษรมีความเหมาะสมกับการใช้งาน มี
ระดับความพึงพอใจปานกลาง (\bar{X} = 3.33) ตัวอักษรสามารถอ่านง่ายและเข้าใจ มีระดับความพึงพอใจ
มากที่สุด (\bar{X} = 4.67) ภาพถ่ายแสดงถึงอารมณ์และความรู้สึก มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} = 3.67)
ภาพถ่ายสะท้อนถึงวิถีชีวิตเกษตรกรรม มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

(\bar{X} = 3.33) องค์ประกอบกราฟิกสามารถรับรู้และเข้าใจ มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} = 3.67)

เอกสารอ้างอิง

องค์ประกอบกราฟิกสามารถสื่อสารได้ มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} = 3.67) บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับ
การใช้งาน มีระดับความพึงพอใจมาก (\bar{X} = 3.67) ลวดลายบรรจุภัณฑ์สวยงามและเหมาะสม มีระดับ
ความพึงพอใจปานกลาง (\bar{X} = 3.33) สามารถสื่อสารการรับรู้ผลิตภัณฑ์สินค้าได้ๆ มีระดับความพึงพอใจ
มาก (\bar{X} = 3.67) รูปแบบโฆษณามีความทันสมัยน่าใช้งาน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.33)

วิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นอำเภอบางคนที
จ.สมุทรสงคราม ในการสื่อสารภาพลักษณ์และตราสินค้า“บางคนที”เพื่อพัฒนา เป็น
แหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์,19(3), 112-126.

เจนยุทธ ศรีหิรัญ (2560). การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน:
กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมสมุนไพรไทย บ้านนาชุม จังหวัดพิษณุโลก. วารสาร
วิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, Vol 8 No.1, 1-14

เมธาวิ จำเนียร. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษา
การแสดงรำไท่นอกพิทิต. วารสารราชพฤกษ์, 19(2), 1-12.

ธรรมธร ศรีสุรีย์ไพศาล. (2555). การออกแบบเลขนศิลป์แสดงอัตลักษณ์จังหวัดสมุทรสาคร.
ศิลปกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จินตนา กาญจนวิสุทธิ. (2562). เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง
(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มินิ เซอร์วิส ทัพลาย.

ณัฐพล ไยไพโรจน์ (ชนะ เทศทอง, บรรณาธิการ). (2561). Digital branding: กลยุทธ์แ่งเกิด
แบรนด์เล็ก ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน. นนทบุรี: ไอดีซีฯ.

อิสริยาภรณ์ ชัยกุลลาบ. (2561). กระบวนการสร้างอัตลักษณ์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดเลย.
ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รายงานผลการวิจัย). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Harry Bennett. Paper Stone Scissors' identity for Reloop depicts the sustainability of their
're-commerce' model. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2566, จาก: [https://the-bran
didentity.com/project/paper-stone-scissors-identity-for-reloop-depicts-the-sus
tainability-of-their-re-commerce-model](https://the-bran-didentity.com/project/paper-stone-scissors-identity-for-reloop-depicts-the-sus-tainability-of-their-re-commerce-model)

Jain, R. (2017). Basic Branding Concepts: Brand Identity, Brand Image, and Brand Equity.
International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development
(IJSMMRD), 7(4), pp. 1-8.