

การออกแบบตราสัญลักษณ์จากอัตลักษณ์ฐานพืชเศรษฐกิจชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนพรหมคีรี LOGO DESIGN FROM COMMUNITY ECONOMIC PLANT IDENTITY: A CASE STUDY OF PHROM KHIRI COMMUNITY

ฉัตรชัย แก้วดี^{1*}, รัตยากร ไทยพันธ์²Chatchai Kaewdee^{1*}, Rattayagon Thaiphon²¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประเทศไทย² สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

* ผู้ประสานงานเผยแพร่ (Corresponding Author), E-mail: chatchai.kae@nstru.ac.th

วันที่รับบทความ: 30 กรกฎาคม 2568 ; วันที่ทบทวนบทความ: 11 สิงหาคม 2568 ; วันที่ตอบรับบทความ: 27 สิงหาคม 2568

วันที่เผยแพร่ออนไลน์: 28 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจหลักและอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องของชุมชนพรหมคีรี 2) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวคิดที่เหมาะสมในการนำอัตลักษณ์พืชเศรษฐกิจมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์จากอัตลักษณ์ฐานพืชเศรษฐกิจสำหรับชุมชนพรหมคีรี พร้อมทั้งประเมินผลการออกแบบเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยมีกรณีศึกษาที่ชุมชนพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นชุมชนที่มีพืชเศรษฐกิจที่โดดเด่น ได้แก่ มะตาด มังคุด และมะเดื่อ การศึกษาเริ่มต้นด้วยการรวบรวมข้อมูลพืชเศรษฐกิจหลักของชุมชน และวิเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับพืชเหล่านั้น จากนั้นได้ทำการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ช่างฝีมือ และประชาชนชุมชน เพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการและแนวคิดเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์พืชเศรษฐกิจมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ รวมถึงการประเมินผลการออกแบบตราสัญลักษณ์เบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผลการวิจัยพบว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพควรประกอบทางธรรมชาติ รูปทรง สี และสัญลักษณ์ที่สื่อถึงพืชเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการเล่าเรื่องราวและคุณค่าของชุมชน โดยผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแสดงค่าเฉลี่ยด้านความชัดเจนในการสื่อสารอัตลักษณ์ ความสวยงาม และความสามารถในการนำไปใช้งาน ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.33 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.58 ซึ่งตีความได้ว่าอยู่ในระดับดีมาก และค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ด้านความเป็นเอกลักษณ์เท่ากับ 3.33 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) เท่ากับ 0.58 ซึ่งตีความได้ว่าอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างดี การนำเสนอแนวทางการออกแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างตราสัญลักษณ์ที่โดดเด่น เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของชุมชนพรหมคีรีได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ตราสัญลักษณ์, อัตลักษณ์ชุมชน, พืชเศรษฐกิจ, ชุมชนพรหมคีรี, การออกแบบ**Abstract:** This research aims 1) to explore and gather data concerning the key economic plants and their associated identities within the Phrom Khiri community, 2) to analyze suitable components and

concepts for incorporating economic plant identities into logo design, and 3) to propose logo design guidelines derived from the economic plant identities for the Phrom Khiri community, along with an initial evaluation of the designs by design experts. The case study focuses on the Phrom Khiri community in Nakhon Si Thammarat Province, a community distinguished by its prominent economic plants, namely Matat (Brown Gardenia) and Fig. The study commenced with the collection of data on the community's main economic plants and an analysis of the cultural, historical, and lifestyle identities related to these plants. Subsequently, entrepreneurs, artisans, and local wisdom experts were surveyed and interviewed to comprehend their needs and perceptions regarding the integration of economic plant identities into logo design, including an initial evaluation of the logo designs by design experts. The research findings indicate that effective logo design should integrate natural elements, shapes, colors, and symbols that represent the economic plants, concurrently with storytelling and community values. The expert evaluation results demonstrated a mean score (\bar{X}) of 4.33 for clarity in communicating identity, aesthetics, and usability, with a standard deviation (S.D.) of 0.58, which is interpreted as 'very good'. Furthermore, the mean score (\bar{X}) for uniqueness was 3.33 with a standard deviation (S.D.) of 0.58, interpreted as 'fairly good'. The proposed design guidelines can be applied to create distinctive logos, enhance product value, and sustainably promote the identity of the Phrom Khiri community.

Key words: Logo, Community Identity, Economic Plants, Phrom Khiri Community, Design

1. บทนำ

การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีการออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์ เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารเรื่องราว คุณค่า และอัตลักษณ์ขององค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งชุมชนได้ [1] ในบริบทของชุมชนที่มีความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพืชเศรษฐกิจ การนำอัตลักษณ์ของพืชเหล่านั้นมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์จึงเป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและเพิ่มการจดจำ [2] ชุมชนพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนตัวอย่างที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติและ มีพืชเศรษฐกิจหลากหลายชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มะตาด มังคุด และมะเดื่อ พืชเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรายได้หลักของคนในชุมชนเท่านั้น

แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ยกตัวอย่างเช่น มะตาดด้วยสีส้มที่สดใสและรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์เป็นสัญลักษณ์ของความมงคลตามธรรมชาติและมรดกทางศิลปะของชุมชน ซึ่งมักปรากฏในงานหัตถกรรมและอาหารท้องถิ่น สำหรับมะเดื่อ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีถึงคุณประโยชน์ต่อสุขภาพนั้น แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ทางการเกษตรและคุณภาพอันโดดเด่นของผลผลิตจากดินแดนอันอุดมสมบูรณ์ของพรหมคีรี ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจและชื่อเสียงของชุมชน การทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้อัตลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ที่ได้จากพืชเศรษฐกิจเหล่านี้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมภาพลักษณ์โดยรวมของชุมชน [3] แนวทางนี้จะช่วยสร้างเรื่องราวทางภาพที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค ถ่ายทอดความเป็นของแท้ มรดกทางวัฒนธรรม และ

คุณค่าที่ฝังอยู่ในพรหมคีรี ด้วยเหตุผลดังกล่าว งานวิจัยนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ จากอัตลักษณ์ฐานพืชเศรษฐกิจชุมชน โดยมีกรณีศึกษา ที่ชุมชนพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำเสนอ แนวคิดและหลักการที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้าง ตราสัญลักษณ์ที่มีความหมาย สื่อสารได้ชัดเจน และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของ ชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์หลักของ งานวิจัยที่ได้กำหนดขอบเขตและระเบียบวิธีวิจัยไว้แล้ว

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยนี้จึงกำหนด วัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่

2.1 เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจ หลักและอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องของชุมชนพรหมคีรี

2.2 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวคิดที่เหมาะสมใน การนำอัตลักษณ์พืชเศรษฐกิจมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ตราสัญลักษณ์

2.3 เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ จากอัตลักษณ์ฐานพืชเศรษฐกิจสำหรับชุมชนพรหมคีรี พร้อมทั้งประเมินผลการออกแบบเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

3. ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ งานวิจัยนี้ จึงมุ่งเน้นศึกษาการออกแบบตราสัญลักษณ์จากอัตลักษณ์ ฐานพืชเศรษฐกิจของชุมชนพรหมคีรี จังหวัดนครศรี- ธรรมราช โดยมีขอบเขตการวิจัยที่ครอบคลุมดังนี้

3.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables)

อัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจชุมชนพรหมคีรี หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะและเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับ พืชเศรษฐกิจหลัก 2 ชนิดในชุมชนพรหมคีรี ซึ่งจะนำมา เป็นแรงบันดาลใจและองค์ประกอบหลักในการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) มะตาด โดย ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพ (รูปทรงกลีบดอก การเรียง ตัว สีเส้นที่สดใส เช่น ชมพู แดง ขาว) การใช้ประโยชน์

ในชีวิตประจำวัน (เช่น การประดับตกแต่ง, ส่วนประกอบ ในอาหาร) และความสำคัญเชิงสัญลักษณ์หรือวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับมะตาดในชุมชน และ 2) มะเดื่อ โดยศึกษา คุณสมบัติทางกายภาพ (รูปทรงผล, สีผล, เนื้อผล) คุณลักษณะทางรสชาติและกลิ่น และความสำคัญทาง เศรษฐกิจในฐานะผลไม้ขึ้นชื่อของชุมชน รวมถึงการเป็น สัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์และคุณประโยชน์ต่อ สุขภาพ

3.2 กระบวนการดำเนินการ (Process/ Intervening Variables) โดยมีการดำเนินการดังนี้

3.2.1 การสำรวจและรวบรวมข้อมูลเชิงลึก ได้แก่

1) ข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาเอกสารทาง วิชาการ รายงานวิจัย บทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการ ออกแบบตราสัญลักษณ์ การสร้างแบรนด์ อัตลักษณ์ ชุมชน การนำพืชเศรษฐกิจมาใช้ในการออกแบบ และ ข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับชุมชนพรหมคีรีและพืชเศรษฐกิจ ทั้งสองชนิด

2) ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์ เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชนพรหมคีรี ได้แก่ ผู้นำ ชุมชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับพืช เศรษฐกิจช่างฝีมือพื้นบ้าน และปราชญ์ชาวบ้านผู้มีความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเด่น บทบาท ความสำคัญ และเรื่องเล่าเชิงวัฒนธรรมของ มะตาด และมะเดื่อ รวมถึงความต้องการและแนวคิด เกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์เหล่านี้มาใช้ในการออกแบบตรา สัญลักษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม สังเกตวิถีชีวิต การประกอบอาชีพ การใช้ประโยชน์จากพืช เศรษฐกิจ และรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์/ตรา สัญลักษณ์ที่มีอยู่เดิมในชุมชน เพื่อทำความเข้าใจบริบท ทางสังคมและวัฒนธรรม

3.2.2 การวิเคราะห์อัตลักษณ์พืชเศรษฐกิจและ ชุมชน โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์คุณลักษณะเด่น องค์ประกอบทางภาพ (Visual Elements), และเรื่องราว

(Narratives) ที่สามารถเป็นตัวแทนของอัตลักษณ์พีช เศรษฐกิจและชุมชนพหุมิติ

3.2.3 การออกแบบและพัฒนาแนวคิดตราสัญลักษณ์ โดยสร้างแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์เบื้องต้นอย่างน้อย 3 แนวคิด (เช่น การผสมผสานสัญลักษณ์พีชเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน การออกแบบเชิงนามธรรม การเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์) โดยแต่ละแนวคิดจะถูกพัฒนาเป็นแบบร่าง (Sketches) และแบบดิจิทัล (Digital Mockups) และพิจารณาหลักการออกแบบที่ดี (ความเรียบง่าย จดจำง่าย สื่อความหมาย ความยืดหยุ่นในการใช้งาน) [2] และองค์ประกอบการออกแบบ (รูปทรง สี ตัวอักษร องค์ประกอบกราฟิก) ในการพัฒนาแบบ

3.2.4 การประเมินผลเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญดำเนินการดังนี้

1) เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน 3 ท่าน มาประเมินแบบร่างตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้น

2) ใช้แบบประเมินที่มีเกณฑ์ชัดเจน เช่น Likert Scale 5 ระดับ (น้อยที่สุด - มากที่สุด) ในประเด็นต่าง ๆ เช่น ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ประสิทธิภาพในการสื่อสาร ความสวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์ และความสามารถในการนำไปใช้งาน

3) มีการรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพ (Qualitative Feedback) เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุง

3.2.2 การวิเคราะห์อัตลักษณ์พีชเศรษฐกิจและชุมชน โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์คุณลักษณะเด่น องค์ประกอบทางภาพ (Visual Elements) และเรื่องราว (Narratives) ที่สามารถเป็นตัวแทนของอัตลักษณ์พีช เศรษฐกิจและชุมชนพหุมิติ

3.2.3 การออกแบบและพัฒนาแนวคิดตราสัญลักษณ์ โดยสร้างแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์เบื้องต้นอย่างน้อย 3 แนวคิด (เช่น การผสมผสานสัญลักษณ์พีชเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน การออกแบบเชิงนามธรรม

การเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์) โดยแต่ละแนวคิดจะถูกพัฒนาเป็นแบบร่าง (Sketches) และแบบดิจิทัล (Digital Mockups) และพิจารณาหลักการออกแบบที่ดี (ความเรียบง่าย จดจำง่าย สื่อความหมาย ความยืดหยุ่นในการใช้งาน) [2] และองค์ประกอบการออกแบบ (รูปทรง สี ตัวอักษร องค์ประกอบกราฟิก) ในการพัฒนาแบบ

3.2.4 การประเมินผลเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญดำเนินการดังนี้

1) เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ จำนวน 3-5 ท่าน มาประเมินแบบร่างตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้น

2) ใช้แบบประเมินที่มีเกณฑ์ชัดเจน เช่น Likert Scale 5 ระดับ (น้อยที่สุด - มากที่สุด) ในประเด็นต่าง ๆ เช่น ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ประสิทธิภาพในการสื่อสาร ความสวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์ และความสามารถในการนำไปใช้งาน

3) มีการรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพ (Qualitative Feedback) เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุง

3.3 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับชุมชนพหุมิติ ผลลัพธ์จากการสังเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่นำมาสู่หลักการและแนวคิดที่เป็นรูปธรรมในการสร้างตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์พีชเศรษฐกิจชุมชนพหุมิติ ร้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 ผลลัพธ์ (Outcomes)

3.4.1 ชุดแนวคิดและแบบร่างตราสัญลักษณ์ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้เหมาะสม โดยสามารถเป็นต้นแบบสำหรับการสร้างตราสัญลักษณ์จริงของชุมชนพหุมิติหรือผลิตภัณฑ์จากพีชเศรษฐกิจ

3.4.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับการประยุกต์ใช้ โดยแนวทางในการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ดังนี้

1) เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างการจดจำ ดึงดูดความสนใจ สร้างความเชื่อมั่นและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน

2) ส่งเสริมอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ชุมชนโดยเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเรื่องราว คุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพหุมติสู่สาธารณะ ทั้งในและต่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน เริ่มต้นด้วยการสำรวจเอกสารและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบตราสัญลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์ชุมชน รวมถึงการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของพืชเศรษฐกิจหลักในชุมชนพหุมติ ได้แก่ มะตาด มังคุด และมะเดื่อ จากนั้น ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายในชุมชนพหุมติ เช่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนชาวบ้าน เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะเด่น บทบาท ความสำคัญ และเรื่องราวทางวัฒนธรรมของพืชเศรษฐกิจเหล่านั้น รวมถึงความต้องการและแนวคิดเกี่ยวกับการนำอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ควบคู่ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม (Participant and Non-participant observation) เพื่อศึกษาบริบทวิถีชีวิตการประกอบอาชีพ และการใช้ประโยชน์จากพืชเศรษฐกิจของคนในชุมชน ภายหลังจากการพัฒนาแนวคิดการออกแบบเบื้องต้น จะมีการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะและปรับปรุงแนวทางการออกแบบให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยพิจารณาจากหลักการออกแบบและความเหมาะสมในการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน และสุดท้ายคือการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อสรุป

ประเด็นสำคัญและสังเคราะห์เป็นแนวทางและหลักการในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ซึ่งนำไปสู่ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

4.1 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์

กระบวนการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์ในงานวิจัยนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

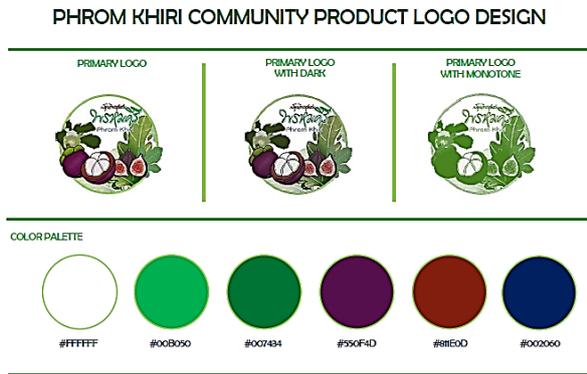
4.1.1 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียดเกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจหลักของชุมชนพหุมติ (มะตาด มังคุด และมะเดื่อ) โดยเน้นดังนี้

- 1) ลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ รูปทรง สี ขนาด ลวดลาย เนื้อสัมผัส ของดอก ผล ใบ หรือลำต้น
- 2) คุณสมบัติ และประโยชน์ ได้แก่ สรรพคุณทางยา การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน การแปรรูป
- 3) เรื่องราวและภูมิปัญญา ได้แก่ ตำนาน ความเชื่อ ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพืชเหล่านั้นในชุมชน
- 4) บทบาททางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ความสำคัญต่อการสร้างรายได้ วิถีชีวิต การรวมกลุ่มของคนในชุมชน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต จะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อระบอบุคประกอบสำคัญ (keywords, key visuals) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจและชุมชนได้อย่างชัดเจน

4.1.2 การพัฒนาแนวคิดและร่างแบบตราสัญลักษณ์เบื้องต้น จากผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ในขั้นตอนแรก ผู้วิจัยจะเริ่มพัฒนาแนวคิดและร่างแบบตราสัญลักษณ์ โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบที่ดี (ความเรียบง่าย จดจำง่าย สื่อความหมาย มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน) [2] โดยมีแนวคิดหลักที่พัฒนาขึ้น 3 แนวคิดดังที่ได้กล่าวไว้ในส่วนของผลการวิจัย (Integrated Plant Symbolism, Abstract Plant Identity, Storytelling through Plant Symbolism) แต่ละแนวคิดจะถูกพัฒนาเป็นแบบร่าง (sketches) และแบบดิจิทัล (digital

mockups) เพื่อแสดงภาพลักษณ์เบื้องต้นของตราสัญลักษณ์



ภาพที่ 1 แนวคิดการออกแบบสีจากการศึกษามะเขือและมะเดื่อ



ภาพที่ 2 แนวคิดการออกแบบตัวอักษรและตราสัญลักษณ์

4.1.3 การประเมินผลและปรับปรุงตราสัญลักษณ์โดยผู้เชี่ยวชาญ แบบร่างตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นจะถูกนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์ (ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน) เพื่อประเมินผลและให้ข้อเสนอแนะ การประเมินจะครอบคลุมประเด็นสำคัญดังนี้

1) ความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ได้แก่ ตราสัญลักษณ์สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจและชุมชนพหุวัฒนธรรมได้ชัดเจนเพียงใด

2) ประสิทธิภาพในการสื่อสาร ได้แก่ ตราสัญลักษณ์สื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการหรือไม่ เข้าใจง่ายเพียงใด

3) ความสวยงามและสุนทรียภาพ ได้แก่ องค์ประกอบศิลป์ (รูปทรง สี ตัวอักษร) มีความกลมกลืนและน่าดึงดูดใจหรือไม่

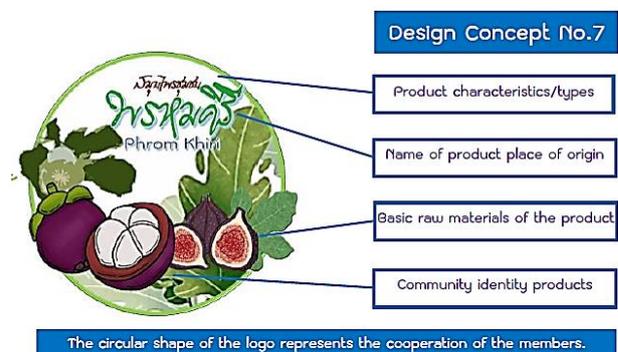
4) ความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่าง ตราสัญลักษณ์มีความโดดเด่นไม่ซ้ำใครหรือไม่

5) ความสามารถในการนำไปใช้งาน ได้แก่ ตราสัญลักษณ์สามารถปรับใช้กับสื่อและวัสดุต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมหรือไม่

4.2 วิธีการวิเคราะห์และประเมินผล

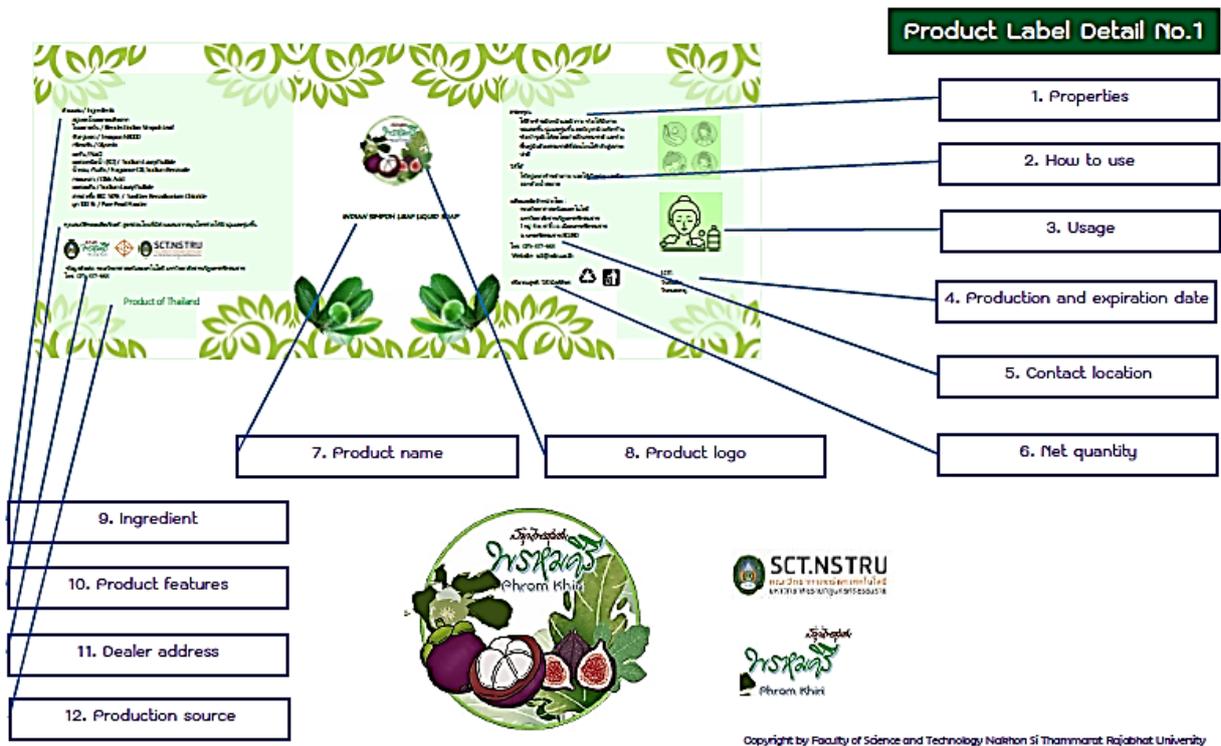
ข้อมูลที่ได้จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อสรุปประเด็นร่วมกัน ข้อเสนอแนะที่สำคัญ และแนวทางในการปรับปรุง นอกจากนี้ เพื่อให้การประเมินมีกรอบการให้คะแนนที่ชัดเจน อาจมีการใช้แบบประเมิน Likert Scale 5 ระดับ (เช่น 1 = น้อยที่สุด, 5 = มากที่สุด) สำหรับแต่ละประเด็นการประเมิน และนำมาคำนวณค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อแสดงแนวโน้มและข้อตกลงร่วมกันของผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิเคราะห์เหล่านี้จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจปรับปรุงและคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับชุมชนพหุวัฒนธรรมต่อไป

PHROM KHIRI COMMUNITY PRODUCT LOGO DESIGN



ภาพที่ 3 ผลการปรับปรุงงานออกแบบตัวอักษรและตราสัญลักษณ์จากคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

INDIAN SIMPOH LEAF LIQUID SOAP LABEL DESIGN DETAIL



ภาพที่ 4 รายละเอียดการออกแบบสลากประกอบการเสนอขอซื้อแนะนำผู้เชี่ยวชาญ

5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลและการลงพื้นที่ ชุมชนพรหมคีรีมีความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ มะตาด มังคุด และมะเดื่อ ซึ่งแต่ละชนิดมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ได้ดังนี้

5.1 อัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจหลักในชุมชนพรหมคีรี

5.1.1 มะตาด ได้แก่ 1) ลักษณะเด่น คือ ดอกขนาดใหญ่ สีสันสดใส (ชมพู แดง ขาว) กลีบดอกซ้อนเป็นชั้น มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์คล้ายดอกบัว หรือทรงพุ่มใช้ประดับตกแต่ง และใช้ในอาหารบางชนิด 2) อัตลักษณ์ที่สื่อได้ คือ ความสดใส ความงดงาม ความโดดเด่น ความเป็นธรรมชาติ ความแปลกใหม่ ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ความเบ่งบาน และ 3) องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบ คือ รูปทรงของดอก กลีบดอกที่ซ้อนกัน สีสันสดใส ลวดลายเส้นโค้งของกลีบ

5.1.2 มะขามแขก ได้แก่ 1) ลักษณะเด่น คือ ผลทรงกลมหรือรูปแปร์ สีเขียวอมม่วงเมื่อสุก เนื้อสีแดงอมชมพู มีเมล็ดเล็ก ๆ จำนวนมาก ใช้รับประทานสดหรือแปรรูปมีคุณสมบัติต่อสุขภาพ 2) อัตลักษณ์ที่สื่อได้ คือ ความอุดมสมบูรณ์ ความหวาน ความสดชื่น สุขภาพที่ดี ความเป็นสิริมงคล (สื่อถึงคุณประโยชน์และความหลากหลาย) และ 3) องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบคือ รูปทรงผล สีผล ลักษณะเนื้อและเมล็ด รูปทรงใบ

5.2 แนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบตราสัญลักษณ์

จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์พืชเศรษฐกิจและความต้องการของชุมชน สามารถสรุปแนวคิดและองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์ได้ดังนี้

5.2.1 การผสมผสานรูปทรงธรรมชาติ (Organic Shapes) เน้นการใช้รูปทรงที่ได้จากธรรมชาติของพืช เช่น รูปทรงของมะตาด หรือผลมะเดื่อ เพื่อให้ตราสัญลักษณ์มีความเชื่อมโยงกับพืชเศรษฐกิจโดยตรง [21]

5.2.2 การใช้โทนสีธรรมชาติ (Natural Color Palette) เลือกใช้สีที่สะท้อนจากพืชเศรษฐกิจและธรรมชาติในชุมชน เช่น สีชมพู/แดงจากมะตาด หรือสีม่วงอมเขียวจากมะเดื่อ ซึ่งจะช่วยสร้างความรู้สึกอบอุ่น เป็นมิตร และสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ [6]

5.2.3 การสื่อสารเรื่องราวและคุณค่า (Storytelling & Value Proposition) ตราสัญลักษณ์ควรไม่เพียงแต่สวยงาม แต่ต้องสามารถเล่าเรื่องราวของชุมชน พรหมคีรี คุณค่าของการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย และความอุดมสมบูรณ์ที่พืชเศรษฐกิจมอบให้

5.2.4 ความเรียบง่ายและจดจำง่าย (Simplicity & Memorability) การออกแบบควรมีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำและนำไปใช้งานในสื่อต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ [2]

5.2.5 การประยุกต์ใช้สัญลักษณ์เชิงนามธรรม และรูปธรรม อาจใช้รูปทรงของพืชโดยตรง หรือใช้สัญลักษณ์ที่เป็นนามธรรมที่สื่อถึงลักษณะเด่นของพืช นั้น ๆ เช่น ลวดลายของกลีบดอกมะตาด หรือรูปทรงที่สื่อถึงคุณสมบัติทางสุขภาพของมะเดื่อ

5.2.6 การใช้ตัวอักษรที่สอดคล้อง (Typography) เลือกใช้แบบตัวอักษรที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ความเป็นมิตร หรือความเป็นท้องถิ่น อาจเป็นตัวอักษรที่มีความโค้งมน อ่อนช้อย หรือดูแข็งแรงมั่นคง ขึ้นอยู่กับจุดเน้นของตราสัญลักษณ์

5.2.7 ความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Versatility) ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบควรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลายวัตถุประสงค์ เช่น บนบรรจุภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณาสื่อโซเชียลมีเดีย หรือป้ายประชาสัมพันธ์ [17]



Design No.1



Design No.1



Design No.3



Design No.4



Design No.5



Design No.6



Design No.7



Design No.8

ภาพที่ 5 ผลการออกแบบ ลำดับ 1-8

5.3 ผลการประเมินเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ภายหลังจากการพัฒนาแนวคิดและร่างแบบตราสัญลักษณ์เบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิดดังกล่าวต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (จำนวน 3 ท่าน) เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ ผลการประเมินเบื้องต้นพบตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

ประเด็นการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			\bar{X}	(S.D.)	การตีความ
	1	2	3			
1. ความชัดเจนในการสื่อสารอัตลักษณ์	4	5	4	4.33	0.58	ดีมาก
2. ประสิทธิภาพในการสื่อสาร	4	4	3	3.67	0.58	ดี
3. ความสวยงามและสุนทรียภาพ	5	4	4	4.33	0.58	ดีมาก
4. ความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่าง	3	4	3	3.33	0.58	ปานกลางค่อนข้างดี
5. ความสามารถในการนำไปใช้งาน	4	4	5	4.33	0.58	ดีมาก

หมายเหตุ: เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก, 5 = มากที่สุด)

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมแล้วผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์อยู่ในระดับดีถึงดีมากในหลายประเด็น โดยเฉพาะด้านความชัดเจนในการสื่อสารอัตลักษณ์ ความสวยงามและสุนทรียภาพ และความสามารถในการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย \bar{X}) = 4.33) แสดงให้เห็นว่าแนวคิดเบื้องต้นมีความเหมาะสมในเชิงศิลปะและการนำไปใช้ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนค่อนข้างหลากหลายและมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคือ ความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่าง (ค่าเฉลี่ย \bar{X}) = 3.33) ซึ่งสะท้อนข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพที่ว่าควรเพิ่มความโดดเด่นเฉพาะตัวของชุมชนพหุวัฒนธรรมให้มากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อน ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการออกแบบในขั้นตอนถัดไป เพื่อให้ตราสัญลักษณ์มีความสมบูรณ์และตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยมากที่สุด



ภาพที่ 6 ผลการออกแบบฉลากสินค้า ชาผลไม้ดี



ภาพที่ 7 ผลการออกแบบฉลากสินค้า สบู่สครับมะเดื่อ น้ำผึ้ง



ภาพที่ 8 ผลการออกแบบฉลากสินค้า สบู่เหลวใบมะเดื่อ

6. การอภิปรายผลหรือการวิจารณ์และสรุป

จากการศึกษาข้อมูลและการลงพื้นที่ ชุมชนพรหมคีรี มีความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ มะตาด มังคุด และมะเดื่อ ซึ่งแต่ละชนิดมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ได้ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษานโยบายการออกแบบตราสัญลักษณ์จากอัตลักษณ์ฐานพืชเศรษฐกิจชุมชน โดยมีกรณีศึกษาที่ชุมชนพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นชุมชนที่มีพืชเศรษฐกิจโดดเด่นหลากหลายชนิด ผลการวิจัยได้นำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญ โดยสรุปผลตามวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยได้ดังนี้

6.1.1 อัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจหลักและแนวคิดการออกแบบ พืชเศรษฐกิจหลักของชุมชนพรหมคีรี ได้แก่ มะตาด มังคุด และมะเดื่อ ล้วนมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปทรงอันเป็นเอกลักษณ์ สีสัมผัสที่สะท้อนความเป็นธรรมชาติ คุณสมบัติเฉพาะที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปจนถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพสูง การออกแบบตราสัญลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดนั้น ควรคำนึงถึงการผสมองค์ประกอบทางธรรมชาติของพืชเศรษฐกิจเข้ากับหลักการออกแบบที่เป็นสากลอย่างลงตัว โดยเน้นการใช้โทนสีที่สื่อถึงพืชและสภาพแวดล้อมท้องถิ่น การรักษาความเรียบง่ายของรูปทรงเพื่อให้จดจำได้ง่าย รวมถึงความสามารถของตราสัญลักษณ์ในการเล่าเรื่องราวและสะท้อนคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพรหมคีรี ซึ่งจะช่วยสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับผู้พบเห็นได้อย่างลึกซึ้ง

6.1.2 แนวทางการออกแบบและผลการประเมินเบื้องต้น แนวทางการออกแบบที่นำเสนอในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย 3 แนวคิดหลัก ได้แก่ 1) การผสม

สัญลักษณ์พืชเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน (Integrated Plant Symbolism) 2) การออกแบบเชิงนามธรรมจากอัตลักษณ์พืช (Abstract Plant Identity) และ 3) การเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์พืช (Storytelling through Plant Symbolism) โดยแต่ละแนวทางต่างมีจุดเด่นเฉพาะตัว และสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และประเภทผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป การประเมินเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าอย่างยิ่งในการปรับปรุงความโดดเด่นและความยืดหยุ่นของตราสัญลักษณ์ โดยผลการประเมินเชิงปริมาณ (ดังตารางที่ 1) สะท้อนให้เห็นว่าแนวคิดตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นมีความชัดเจนในการสื่อสารอัตลักษณ์ ($\bar{X} = 4.33$) มีความสวยงามน่าดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.33$) และมีความสามารถในการนำไปใช้งานได้ดี ($\bar{X} = 4.33$) ซึ่งเป็นการยืนยันถึงศักยภาพของแนวทางการออกแบบที่นำเสนอ อย่างไรก็ตาม ประเด็นความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างยังคงต้องได้รับการปรับปรุงเพิ่มเติม ($\bar{X} = 3.33$)

6.1.3 คุณค่าและการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน การนำอัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็น การส่งเสริมการรับรู้ถึงความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ภูมิปัญญาอันล้ำค่า และวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพรหมคีรีได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาในอนาคต

6.2 อภิปรายผล

6.2.1 จากผลการวิจัยที่สรุปข้างต้น พบว่าอัตลักษณ์ของพืชเศรษฐกิจหลักในชุมชนพรหมคีรี ได้แก่ มะตาด มังคุด และมะเดื่อ มีศักยภาพสูงในการนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยคุณลักษณะเฉพาะของพืชเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นรูปทรง สีสัมผัส หรือคุณสมบัติ สามารถสื่อสารเรื่องราวและคุณค่าของชุมชนได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wheeler ใน Designing Brand Identity: An Essential

Guide for the Whole Branding Team ที่เน้นย้ำความสำคัญของการนำอัตลักษณ์มาใช้ในการสร้างความแตกต่างและเพิ่มการจดจำให้กับแบรนด์ [2] นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพรรณ คงมาลัย ในเรื่อง "การประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นในการออกแบบของที่ระลึก: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากไบอลาน จังหวัดพัทลุง" ที่แสดงให้เห็นว่าการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบสามารถสร้างความผูกพันทางอารมณ์และเรื่องราวที่น่าสนใจได้ [10]

6.2.2 แนวทางการออกแบบที่นำเสนอทั้งสามแนวคิด (Integrated Plant Symbolism, Abstract Plant Identity และ Storytelling through Plant Symbolism) เป็นการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบพื้นฐานที่ David Airey ในหนังสือ Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities กล่าวถึงเรื่องความเรียบง่าย จดจำง่าย และการสื่อความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ [6] และสอดคล้องกับแนวคิดของ Wally Olins ในหนังสือ The Brand Handbook ที่เน้นความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับใช้ของตราสัญลักษณ์ในสื่อต่าง ๆ [17] โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์พีชนั้น เป็นการต่อยอดถึงความสำคัญของการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในการสร้างแบรนด์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้กับสินค้าชุมชน ตามที่ สุธิดา ปราโมทย์ ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง "การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการสร้างแบรนด์สินค้าโอท็อปในจังหวัดลำปาง" ซึ่งพบว่าอัตลักษณ์และเรื่องราวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการสร้างแบรนด์สินค้าชุมชน [14] งานวิจัยของ อัญชลี รัตนประทีป เรื่อง "การออกแบบตราสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบางพ้อม" ยังเสริมว่าการนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นในการออกแบบตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจชุมชน [15]

6.2.3 ผลการประเมินเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญยืนยันว่าแนวคิดการออกแบบมีประสิทธิภาพในการ

สื่อสารอัตลักษณ์ ความสวยงาม และความสามารถในการนำไปใช้งานได้ดี ซึ่งสนับสนุนหลักการออกแบบสากลของ Lidwell, Holden, and Butler ในหนังสือ Universal Principles of Design ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของความชัดเจน ความเข้าใจง่าย และความเข้ากันได้ของการออกแบบ [21] รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างแบรนด์ของ Philip Kotler และ Kevin Lane Keller ในหนังสือ Marketing Management ที่ระบุว่าตราสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ [16] และงานวิจัยของ William Olins ที่กล่าวถึงการสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่แข็งแกร่ง [17] อย่างไรก็ตาม การที่ประเด็นความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างยังคงได้รับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ แสดงให้เห็นถึงความท้าทายในการสร้างความโดดเด่นที่ไม่ซ้ำใคร ซึ่งเป็นสิ่งที่นักออกแบบตราสัญลักษณ์ต้องเผชิญอยู่เสมอ [2] และสอดคล้องกับแนวคิดของ David Airey ที่กล่าวว่าตราสัญลักษณ์ที่ดีควรมีความแตกต่าง [6] ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาเพิ่มเติมในการสร้างความลึกซึ้งทางวัฒนธรรมหรือสัญลักษณ์เฉพาะของชุมชนพหุวัฒนธรรม เพื่อให้ตราสัญลักษณ์ไม่เพียงแต่สวยงามและใช้งานได้ดี แต่ยังเป็นตัวแทนที่ทรงพลังและไม่เหมือนใครของชุมชนพหุวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ซึ่งสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้เหมือนที่ Knapp ได้กล่าวไว้ใน The Brand Mindset: Strategies to Leapfrog the Competition [20] และเป็นไปตามกฎพื้นฐานการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและยั่งยืนตามที่ Ries และ Ries ได้ระบุไว้ใน The 22 Immutable Laws of Branding [22] การนำอัตลักษณ์พีชเศรษฐกิจมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์จึงไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือทางการตลาด แต่ยังเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืนอีกด้วย ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการนำเสนอแนวทางการออกแบบที่ส่งเสริมการรับรู้ถึงอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชน [3]

7. ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้งาน

7.1.1 การพัฒนาตราสัญลักษณ์และคู่มืออัตลักษณ์แบรนด์ ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในชุมชนพหุวัฒนธรรมคิริควรรักษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่นำเสนอในงานวิจัยนี้ไปพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์จริงสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์ของมะตาด มังคุด และมะเดื่อ รวมถึงแนวคิดการผสมผสานสัญลักษณ์ การออกแบบเชิงนามธรรม และการเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์ เพื่อให้เกิดตราสัญลักษณ์ที่โดดเด่นและสื่อความหมาย นอกจากนี้ ควรมีการจัดทำคู่มืออัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity Guidelines) ที่ระบุถึงการใช้งานตราสัญลักษณ์อย่างถูกต้อง เช่น สัดส่วน สี ฟอนต์ และการนำไปใช้บนสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานและความต่อเนื่องในการสื่อสาร

7.1.2 การมีส่วนร่วมและการสร้างความภาคภูมิใจของชุมชน ควรเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการคัดเลือกและปรับปรุงตราสัญลักษณ์ขั้นสุดท้าย เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับและการใช้ประโยชน์จากตราสัญลักษณ์อย่างแพร่หลายในชุมชน

7.1.3 การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการตลาด ผู้ประกอบการสามารถนำตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นไปใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการของตน โดยเน้นการสื่อสารเรื่องราวและคุณค่าของชุมชนพหุวัฒนธรรมคิริผ่านตราสัญลักษณ์ ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ การสอดแทรกเรื่องราว (Storytelling) เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือชุมชนจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางอารมณ์และทำให้แบรนด์แตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างยั่งยืน

7.1.4 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อปกป้องสิทธิและป้องกันการ

ลอกเลียนแบบ ควรดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นอย่างเป็นทางการ หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรร่วมมือกันในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนได้นำแนวทางการออกแบบเหล่านี้ไปปฏิบัติจริง รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชน

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 การศึกษาเชิงปริมาณและมุมมองผู้บริโภคสำหรับการต่อยอดองค์ความรู้ให้สมบูรณ์และเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น การวิจัยในอนาคตควรมุ่งศึกษาในมิติที่แตกต่างออกไป โดยเฉพาะการสำรวจมุมมองจากผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเปรียบเทียบกับมุมมองที่ได้จากการศึกษาผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความต้องการของตลาดได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรขยายผลไปสู่การวิจัยเชิงปริมาณในกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้นเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบและสร้างความแข็งแกร่งทางสถิติ

7.2.2 การประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์และชุมชนอื่น ควรมีการนำกรอบแนวคิดและเครื่องมือจากงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอื่น ๆ หรือชุมชนที่มีอัตลักษณ์จากพืชเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน เพื่อศึกษาความสามารถในการปรับใช้และขยายองค์ความรู้ ซึ่งจะช่วยสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของประเทศได้อย่างเป็นระบบต่อไป

8. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงต่อผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ช่างฝีมือ และปราชญ์ชุมชนพหุวัฒนธรรมคิริ จังหวัดนครศรีธรรมราชทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และแบ่งปันองค์ความรู้เกี่ยวกับพืชเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์เชิงสร้างสรรค์

ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาแนวคิดและปรับปรุงคุณภาพของตราสัญลักษณ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คุณูปการที่ทุกท่านได้มอบให้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนงานวิจัยนี้และจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาอัตลักษณ์และเศรษฐกิจของชุมชนพหุวัฒนธรรมที่ยั่งยืนสืบไป

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] D. A. Aaker. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- [2] A. Wheeler. 2017. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, 5th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- [3] N. Kaenpan. 2019. "Community-based economic development with cultural capital and local wisdom: A case study of Kiriwong community, Nakhon Si Thammarat province," *Journal of Community Development and Quality of Life*, 7(1): pp. 121–135. (in Thai)
- [4] E. Lupton and J. Phillips. 2008. *Graphic Design: The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press.
- [5] J.-N. Kapferer. 2012. *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*, 5th ed. London: Kogan Page.
- [6] D. Airey. 2014. *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. Berkeley, CA: New Riders.
- [7] S. Hall. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- [8] A. Pongsapich. 2005. *Culture, Religion, and Ethnicity: A Paradigm Review*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- [9] C. Chaiwat. 2015. "Creating community identity for sustainable cultural tourism development: A case study of Bo Luang community, Hot district, Chiang Mai province," *Journal of Architecture, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang*, 28(2): pp. 25–38. (in Thai)
- [10] O. Kongmalai. 2017. "Application of local identity in souvenir design: A case study of Lalan products, Phatthalung province," *Journal of Aviation Institute, Rajamangala University of Technology Suvamabhumhi*, 1(1): pp. 59–70. (in Thai)
- [11] W. Wongyai. 2018. "Development of organic rice packaging to promote identity of Ban Pong community, Chiang Mai province," *Journal of Far Eastern University*, 12(2): pp. 159–170. (in Thai)
- [12] C. Kaewdee. 2017. "Packaging design from Isaan local rice identity," M.S. thesis, Khon Kaen Univ., Khon Kaen, Thailand. (in Thai)
- [13] P. Rattanapanya. 2019. "Development of local woven fabric products to create community identity of Ban Bua community, Surin province," *Journal of Architecture, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang*, 32(1): pp. 1–15. (in Thai)
- [14] S. Pramote. 2020. "Study of factors influencing the success of OTOP product branding in Lampang province," *Journal*

- of Princess of Naradhiwas University*,
12(3): pp. 101–115. (in Thai)
- [15] A. Rattanaprteep. 2021. “Logo design for Ban Bang Pho women farmers community enterprise group,” *Academic Journal of Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University*, 14(1): pp. 89–100. (in Thai)
- [16] P. Kotler and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th ed. Harlow: Pearson Education.
- [17] W. Olins. 2008. *The Brand Handbook*. London: Thames & Hudson.
- [18] J. Costa. 2004. *Brand Design: A Branding and Design Best Practices Guide*. New York: Allworth Press.
- [19] S. Heller and K. Pomeroy. 2018. *AIGA Professional Practices in Graphic Design*, 6th ed. New York: Allworth Press.
- [20] J. Knapp. 2008. *The Brand Mindset: Strategies to Leapfrog the Competition*. New York: McGraw-Hill.
- [21] W. Lidwell, K. Holden, and J. Butler. 2010. *Universal Principles of Design*, 2nd ed. Beverly, MA: Rockport Publishers.
- [22] A. Ries and L. Ries. 2009. *The 22 Immutable Laws of Branding*. New York: HarperBusiness.