

รายงานกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากงานวิจัย

เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ แผนกลยุทธ์การสื่อสารพลาสติกบางบ่อ โดย
กระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติก
วันพฤหัสบดีที่ 24 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 – 12.00 น.

ณ ห้องประชุม 2-330 อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

1. ผศ.รัตนา ทิมเมือง (คณบดี)
2. ผศ.ดร.ศรัญญูทิศา ชนะชัยภูวพัฒน์ (รองคณบดี)
3. ผศ.ดร.อภิชาจ พุกสวัสดิ์
4. ผศ.จรุงยศ อรัณยชนะ
5. อาจารย์สรवलสรณ์ พจนอารี
6. ผศ.ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ
7. อาจารย์พิรชา ทองอุไร
8. อาจารย์สุกฤตาวัฒน์ บำรุงพานิช
9. อาจารย์ใจบุญ แยมยิ้ม

1) สรุปความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ แผนกลยุทธ์การสื่อสารพลาสติกบางบ่อ โดยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติก”

การวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ แผนกลยุทธ์การสื่อสารพลาสติกบางบ่อ โดยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ผู้วิจัยเริ่มจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติก เกษตรกรผู้เลี้ยงและแปรรูปพลาสติก ผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติกอย่างเดียว รวม 10 คน จากนั้นสัมภาษณ์เชิงลึกนักเทคโนโลยีทางอาหาร 4 คน นักวิชาการด้านออกแบบบรรจุภัณฑ์ และนักสื่อสารแบรนด์ รวม 4 คน และผู้แทนภาครัฐ 3 คน จากนั้นจัดการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้บริโภคร่วม 20 คน แล้วประมวลผลการศึกษาเบื้องต้นซึ่งได้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนา และ (ร่าง) ของบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ แผนกลยุทธ์การสื่อสารและสื่อโฆษณาเบื้องต้น เพื่อใช้ในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติกที่มีความสนใจเข้าร่วมโครงการ และมีความพร้อมที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จำนวน 4 แบรินด์ หลังจากนั้นจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารและออกแบบสื่อโฆษณา กับ 4 แบรินด์เดิม ซึ่งได้ผลการศึกษาเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ แผนกลยุทธ์การสื่อสารและสื่อโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมทั้งผลิตแล้วนำไปทดลองใช้จริง จากนั้นผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่มกับเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกและผู้ประกอบการแปรรูป 4 แบรินด์เพื่อถอดบทเรียนร่วมกันอีกครั้งกับเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกและผู้ประกอบการแปรรูป 4 แบรินด์และนักออกแบบซึ่งเป็นนักศึกษา

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของพลาสติกบางบ่อ

ผู้ประกอบการ 4 แบรินด์ที่ร่วมโครงการเลือกผลิตภัณฑ์พลาสติกที่จะนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

พลาสติกอ้ายอี	พลาสติกอกรอบบอแกร์นิก
พลาสติกน้องแมน	พลาสติกแดดเดียว / พลาสติกหอม
พลาสติกพรทิพย์	พลาสติกแดดเดียว / พลาสติกหอม
พลาสติกแม่निया	พลาสติกอกรอบ

1) ผลสรุปด้านบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เสนอให้มี 2 ชั้น โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับพลาสติกแดดเดียว หรือพลาสติกหอม เน้นคุณภาพการใช้งาน (Function) และเน้นความสวยงาม (Emotion) ด้วย ชั้นแรกต้องเป็น Food Grade ใช้วัสดุที่มีความปลอดภัย สะอาด เก็บรักษาได้นานจึงควรใช้ “บรรจุภัณฑ์แบบปฐมภูมิ” (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกสุญญากาศชั้นแรกหรือชั้นในสุดติดกับตัวพลาสติก มีผิวสัมผัสกับพลาสติกโดยตรง บรรจุพลาสติก 5-6 ตัว หรือมีน้ำหนักประมาณครึ่งกิโลกรัม หรือแยกขนาดปลาเป็น Size S M L XL ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกในการเก็บรักษา สะดวกต่อการนำไปบริโภคแต่ละครั้ง จากนั้นบรรจุในบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง คือ “บรรจุภัณฑ์แบบทุติยภูมิ” (Secondary Packaging) เป็นชั้นนอกที่สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในได้ (เพราะผู้บริโภคต้องการเห็นผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ) โดยออกแบบให้สวยงาม มีคุณค่าต่อจิตใจ เห็นแล้วอยากได้ อยากเก็บรักษา นำไปใช้ต่อได้

ส่วนพลาสติกหอดกรอบ หรืออกรอบเสนอบรรจุภัณฑ์ 2 รูปแบบ

รูปแบบที่ 1 เสนอให้ใช้ “บรรจุภัณฑ์แบบปฐมภูมิ” (Primary Packaging) ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์พิเศษที่เรียกว่า “บรรจุภัณฑ์แอคทีฟ” (Active Packaging / Intelligent Packaging) ซึ่งมีลักษณะเป็นถุงซิปล็อก โดยบรรจุภัณฑ์แอคทีฟนี้ จะทำหน้าที่ปกป้องอาหารและควบคุมสภาพบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งช่วยสกัดกั้นการแพร่ของก๊าซต่างๆ ที่ผ่านเข้า-ออกจากภาชนะบรรจุ เป็นการช่วยยืดอายุการจำหน่าย (Shelf Life) และเก็บรักษาคุณภาพพลาสติกแตกหุดกรอบได้ดี ผลิตภัณฑ์หุดกรอบส่วนใหญ่นิยมใช้บรรจุภัณฑ์แอคทีฟ ส่วนการควบคุมส่วนประกอบของบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ จะใช้สารเคมี ได้แก่ สารดูดออกซิเจน สารดูดเอทิลีน สารดูดกลิ่น สารดูดความชื้น สารคายคาร์บอนไดออกไซด์ หรือสารยับยั้งจุลินทรีย์ โดยจะบรรจุใส่ในช่องเล็กๆ หรือผสมกับฟิล์มที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์โดยตรง ทั้งนี้ผู้บริโภคต้องการให้บรรจุภัณฑ์ลักษณะนี้มีช่องมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้

รูปแบบที่ 2 เสนอให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงฟรอยด์ที่บีบซิปล็อก แล้วอัดไนโตรเจนเข้าไป ไล่ออกซิเจนออกเพื่อไม่ทำให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันแล้วมีกลิ่นหืน ถุงจะมีลักษณะพอง ทำให้อาหารที่กรอบและพลาสติกสามารถคงรูปได้ ไม่แตก และสามารถเก็บอาหารได้เป็นปี

ส่วนข้อมูลที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์มี 2 แบบ คือ

(1) ฉลากอาหาร เป็นการแสดงส่วนประกอบทุกอย่างที่ผสมในอาหารนั้น สามารถระบุโดยประมาณได้แบบไม่ต้องใส่ตัวเลข (กรณีที่ไม่มี อย.) และควรระบุวิธีการเก็บรักษา วันเดือนปีผลิตและหมดอายุ (อ้างอิงตามพระราชบัญญัติอาหาร)

(2) ฉลากโภชนาการ เป็นการแสดงสารอาหารตามที่ อย. กำหนด 15 รายการที่ต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบก่อน และมีการแสดงตามรูปแบบที่กำหนด

องค์ประกอบที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ของพลาสติกแตกเดียว/พลาสติกหุ้ม และพลาสติกหุดกรอบ/พลาสติกอบกรอบ ย่อมต้องมีความแตกต่างกัน เนื่องจากพลาสติกแตกเดียว/พลาสติกหุ้ม ยังไม่ผ่านการแปรรูปเป็นอาหารพร้อมทานเหมือนพลาสติกหุดกรอบ/อบกรอบ จึงยังไม่ต้องมี “ฉลากโภชนาการ” มีเพียง “ฉลากอาหาร” โดยให้เน้นเรื่องการเก็บรักษา บนบรรจุภัณฑ์ควรมีองค์ประกอบ โดยสังเขปดังนี้

ชื่อแบรนด์/ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์

น้ำหนัก

วิธีการบริโภค

วัน เดือน ปีที่ผลิต และหมดอายุ

ตราสัญลักษณ์จากหน่วยงานที่รับรอง

ส่วนประกอบโดยประมาณ

วิธีการเก็บรักษา

ชื่อ สถานที่ติดต่อผู้ผลิต

Story telling (มีหรือไม่มีก็ได้)

สำหรับสไลด์ทอดกรอบ/อบกรอบ บนบรรจุภัณฑ์ควรมีองค์ประกอบที่ต้องแสดง ดังนี้

ข้อมูลทางโภชนาการ ซึ่งเป็นการแสดงฉลากโภชนาการ ที่เป็นข้อกำหนดที่ต้องมีตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการโดยต้องแสดงอย่างถูกต้อง แต่ถ้าผู้ประกอบการยังไม่ได้ขอมาตรฐานของ อย. ก็ให้ให้ฉลากอาหารได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อแบรนด์/ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์	ตราสัญลักษณ์จากหน่วยงานที่รับรอง
น้ำหนัก	ส่วนประกอบโดยประมาณ
วิธีการเก็บรักษา	วัน เดือน ปีที่ผลิต และหมดอายุ
ชื่อ สถานที่การผลิต	วิธีการบริโภค

Story telling (มีหรือไม่มีก็ได้)

สำหรับ Story Telling เป็นเสมือนการโฆษณา เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ เป็นการบ่งบอกถึง GI ของพลาสติกบางบ่อ ควรเป็น Story ที่สั้น กระชับ แต่แสดงถึงคุณค่าของแบรนด์นั้น สามารถแสดงบนบรรจุภัณฑ์หรือไม่มีก็ได้ ถ้าแสดงแล้วจะทำให้ผู้บริโภครู้จักและตัดสินใจซื้อง่ายขึ้นก็ควรแสดง

2) ผลสรุปด้านตราสัญลักษณ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของพลาสติกบางบ่อ

การออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) คือ การสื่อว่าผลิตภัณฑ์มีแนวคิดอย่างไร หากออกแบบ Logo ให้มี Core Concept ที่ชัดเจนแล้ว ก็สามารถนำ Logo ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อะไรก็ได้ที่เกิดขึ้นมาใหม่ แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) มี 3 แบบ

- (1) ภาพประกอบอย่างเดียว
- (2) ภาพประกอบ + ตัวหนังสือ
- (3) ตัวหนังสืออย่างเดียว

สามารถเลือกใช้แนวทางใดก็ได้ แต่ Logo ต้องสื่อถึงแนวคิดของแบรนด์

การออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) หากจะมีรูปพลาสติก ก็เน้นออกแบบเป็นเค้าโครงของพลาสติกที่ไม่มีหัว โดยเป็นการวาดด้วยลายเส้น (Contour) แล้วสร้าง Gimmick โดยการเพิ่มหน้าตา ตกแต่งให้แตกต่างจากพลาสติกปกติ เช่น เป็นสไลด์คาวบอย หรืออาจจะมีความว่า “พลาสติก” และ “บางบ่อ” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือข้อความอื่นที่ควรออกแบบด้วยลายเส้น ด้วยมือ ดูง่าย เข้าใจได้ง่าย เป็นกันเอง

การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสื่อสาร สื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักเทคโนโลยีทางอาหาร นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักสื่อสารแบรนด์ ผู้แทนภาครัฐ รวมทั้งจัดการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ครั้งที่ 2 นั้นได้ผลสรุปดังนี้

กลยุทธ์การสื่อสารและสื่อโฆษณานั้น ต้องวางแผนการใช้สื่อที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสิ่งสำคัญที่สุด คือ “เนื้อหา” (Content) ต้องสื่อสารเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สามารถดึงดูดให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ อีกทั้งสื่อโฆษณาต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ได้ครบถ้วน ผลการศึกษาจึงเสนอให้ใช้สื่อ Social Media หรือ Free Media หรือสื่อที่ใช้งบประมาณน้อยแต่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้ประกอบการมีเงินทุนจำกัด ดังตารางที่ 5-1

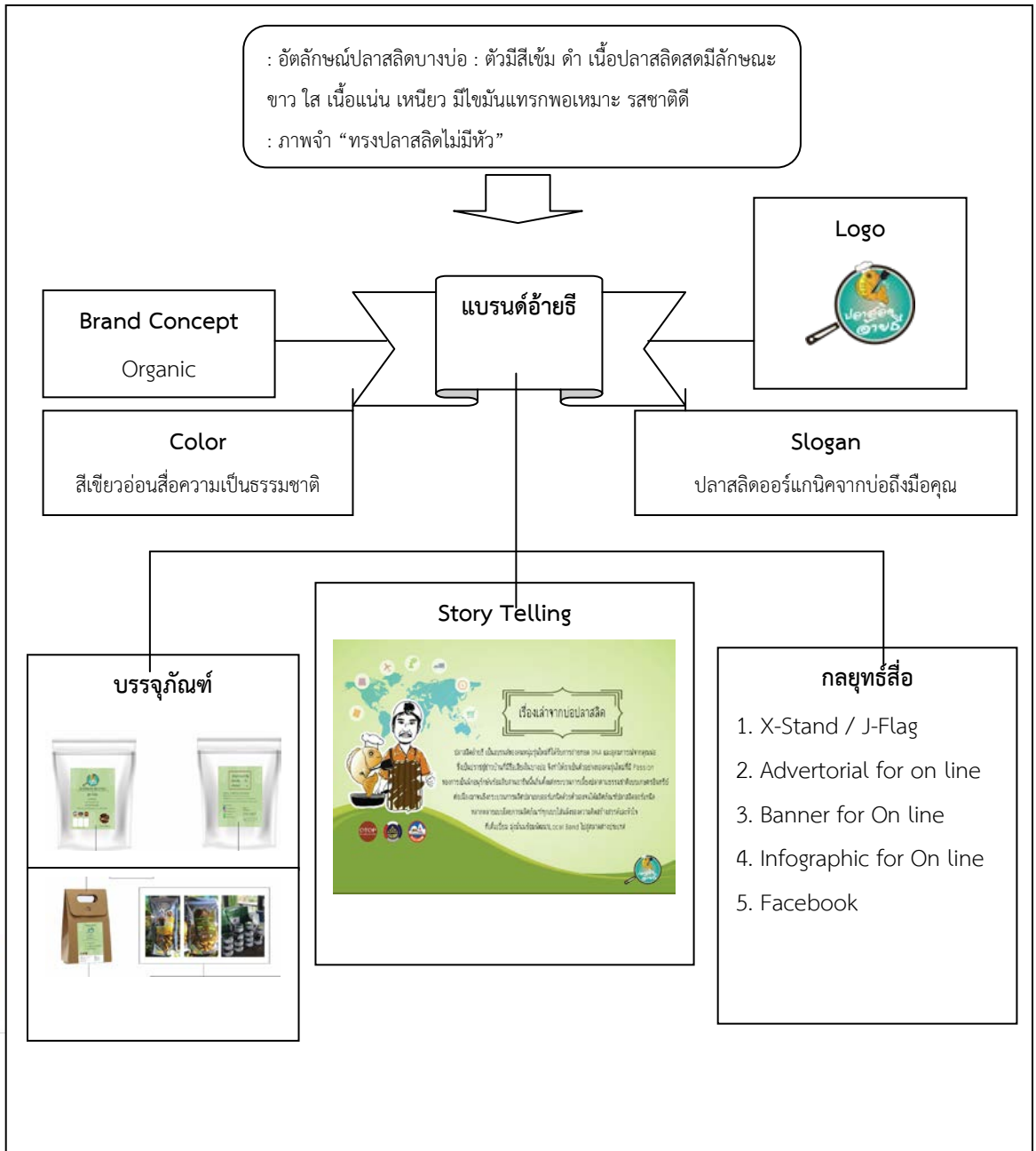
ตารางที่ 5-1 แผนกลยุทธ์การสื่อสาร และสื่อโฆษณา

สื่อและกิจกรรม	รายละเอียด
1. X-Stand / J-Flag	ป้ายโฆษณาหน้าร้าน หรือใช้ในการออกงานแสดงสินค้าต่างๆ สามารถพับเก็บได้สะดวก
2. Advertorial for on line	บทความเชิงโฆษณา ที่ให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับพลาสติก หรือ คุณประโยชน์ของพลาสติก ฯลฯ ที่สามารถลงในสื่อออนไลน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ได้ และมีการปรับข้อมูลให้สอดคล้องกับบริบทหรือกระแสความนิยมได้
3. Banner for On line	นำเสนอข้อมูลของแบรนด์ในสื่อ Facebook
4. Infographic for On line	แสดงที่มาของพลาสติกบางบ่อและอัตลักษณ์ด้วยภาพกราฟิกที่สร้างความเข้าใจได้ง่าย
5. Facebook	ออกแบบหรือปรับปรุง Facebook ให้แบรนด์ที่ยังไม่มี หรือมีแล้วแต่ข้อมูลไม่สมบูรณ์ ให้ทันสมัยและ Update เสมอ

โมเดลผลการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสารของแต่ละแบรนด์

จากผลสรุปการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสารแต่ละแบรนด์ ผู้วิจัยสังเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปแบบ “โมเดลผลการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสาร” ของแต่ละแบรนด์ที่มีจุดร่วมในอัตลักษณ์พลาสติกบางบ่อและสื่อด้วยภาพจำ คือ “ทรงพลาสติกไม่มีหัว” เหมือนกัน โดยแต่ละแบรนด์มีแนวคิดหลัก (Core Concept) วิธีการเล่าเรื่อง (Story Telling) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกลยุทธ์สื่อที่แสดงอัตลักษณ์ของแต่ละแบรนด์ต่างกันไป ดังภาพ

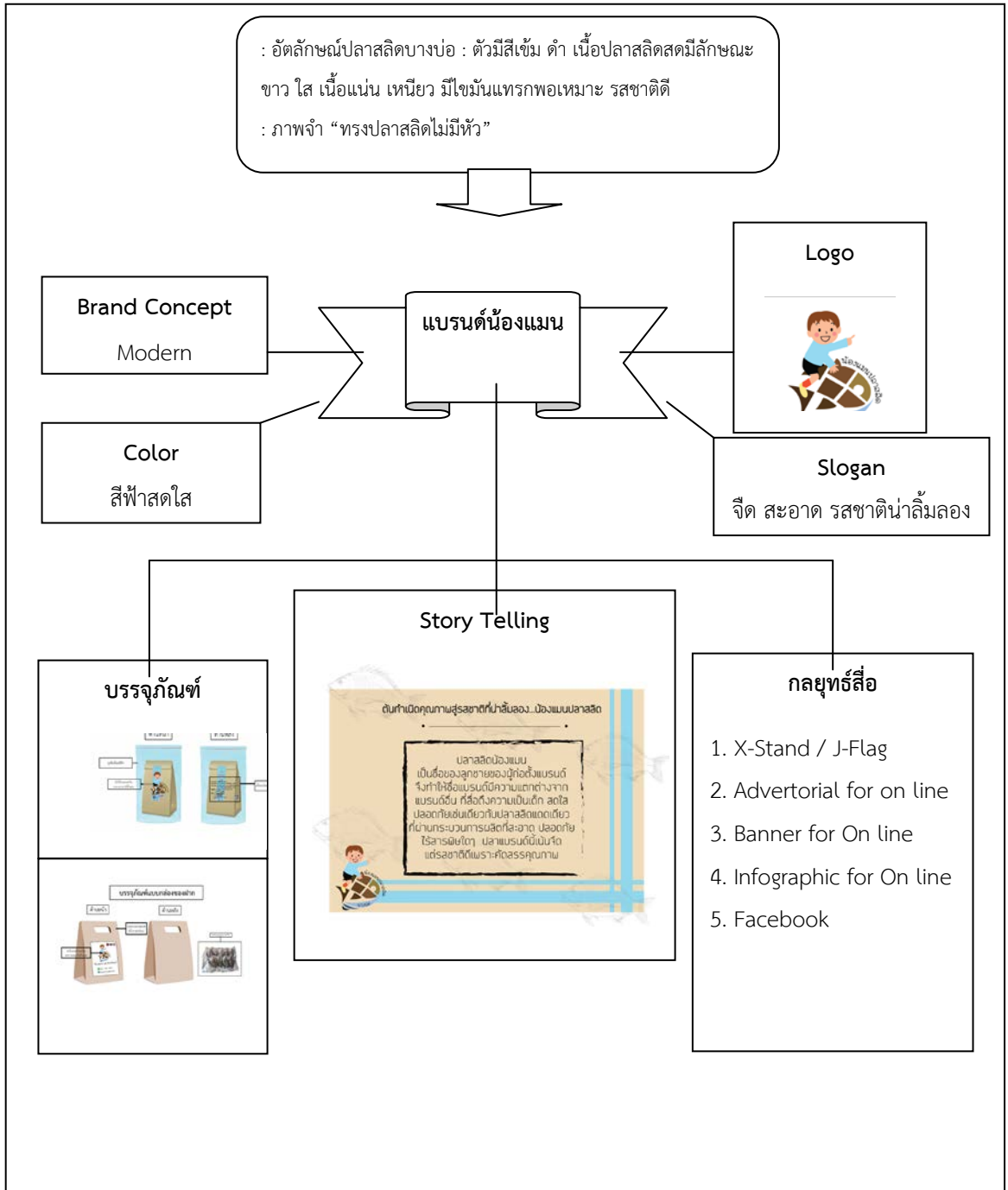
สรุปโมเดลผลการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสาร : แบรินด์พลาสติกอ้ายอี





ภาพการนำบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณาไปใช้จริง : แบรินด์พลาสติกอ้ายอี

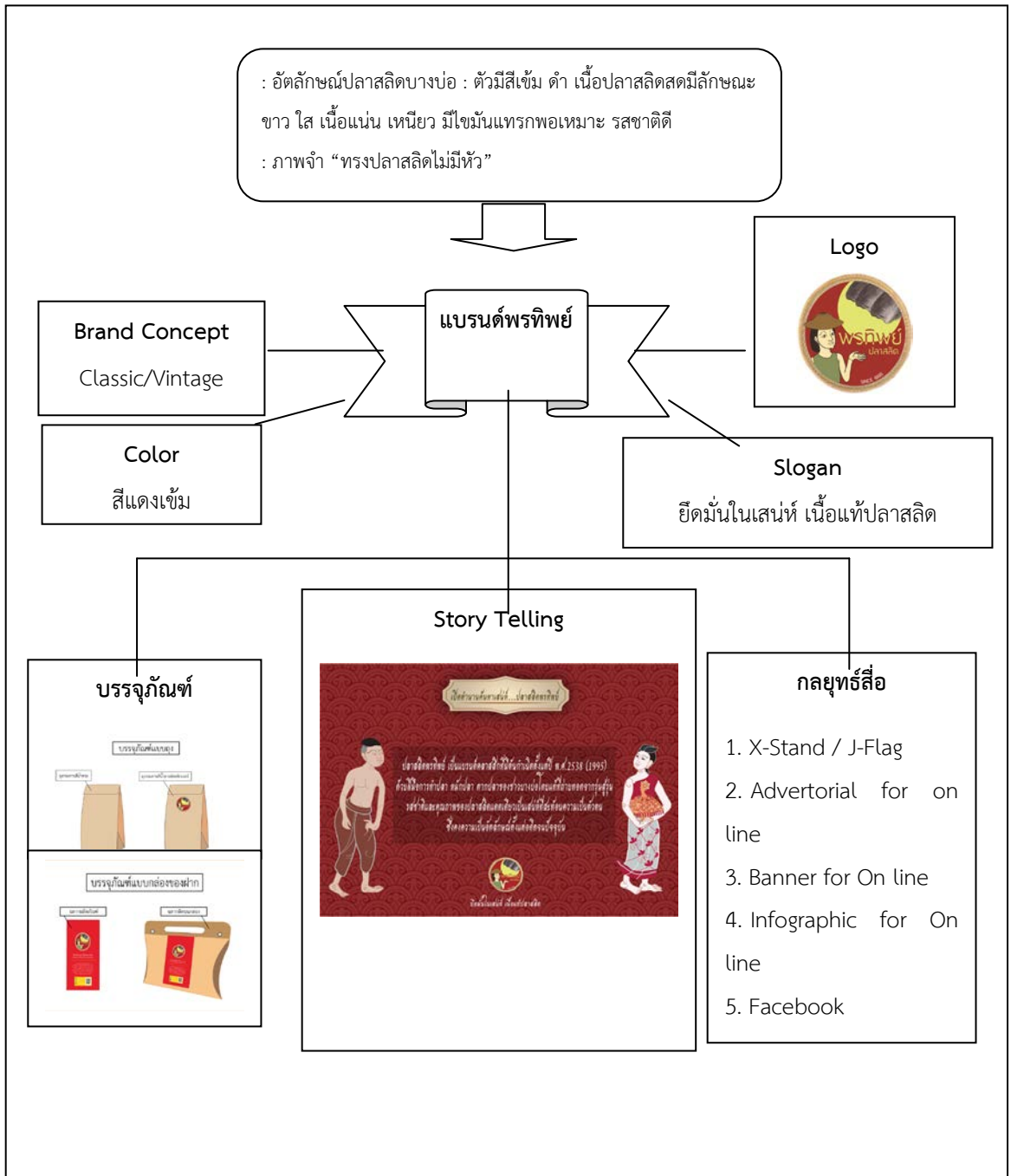
สรุปโมเดลผลการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสาร : แบรินด์พลาสติกน้องแมน





ภาพการนำบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณาไปใช้จริง : แบนด์ปลาสดน้องแมน

สรุปโมเดลผลการออกแบบและกลยุทธ์การสื่อสาร : แบรินด์พลาสติกพรทิพย์





ภาพการนำบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณาไปใช้จริง : แบนด์ปลาสดพรทิพย์



ภาพการนำบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณาไปใช้จริง : แบรินด์พลาสติกแม่เนียตา

2) สรุปแนวปฏิบัติที่ดีจากการถอดบทเรียนงานวิจัย

ด้านปัญหา อุปสรรคในการสร้างอัตลักษณ์ของพลาสติกบางบ่อ ได้ข้อสรุปว่า เดิมผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญเรื่องการสร้างเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของพลาสติกบางบ่อเพื่อการพาณิชย์ แต่มีความรู้และเข้าใจดีว่าพลาสติกบางบ่อแท้ต้องมีลักษณะตัวเข้มดำ เนื้อแน่น เหนียว ซาวใส มีไขมันแทรกพอเหมาะ สามารถแยกแยะได้ว่าลักษณะใดเป็นปลาบางบ่อแท้ ผู้ประกอบการมีความคิดว่าการขายพลาสติกพื้นที่บางบ่อโดยคนในพื้นที่เองก็ถือว่าเป็นการสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของวิถีชุมชนคนขายพลาสติกบางบ่ออยู่แล้ว ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพและพลาสติกเมื่อซื้อจาก

พื้นที่นี้ จึงไม่ให้ความสำคัญเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ที่ต้องสร้างให้เกิดความแตกต่างในแต่ละแบรนด์ แต่หลังจากที่เข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ โดยเน้นกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ประกอบการตระหนักในความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะพลาสติกบางบ่อแต่ละแบรนด์ เนื่องจากโครงการวิจัยสร้างให้เกิดผลงานที่เป็นรูปธรรม ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์จากโครงการ โดยได้แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ความเป็นพลาสติกบางบ่อในแบรนด์ของตนเอง ได้บรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบเหมาะสม น่าเชื่อถือ ใช้งานได้ดีจริง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ทำให้สินค้าขายได้ง่าย และมีโอกาสเพิ่มช่องทางการขาย ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีทิศทาง มีกลยุทธ์การสื่อสารที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ด้านพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของพลาสติกบางบ่อ ผู้ประกอบการทั้ง 4 แบรนด์ได้เข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ จึงมีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ ของแต่ละแบรนด์นั้น ทำให้ผู้ประกอบการทุกรายมีความคิดเห็นเหมือนกันว่า ได้รับความรู้เรื่องหลักการออกแบบตั้งแต่ตราสัญลักษณ์ รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเดิมไม่เคยมีความรู้เกี่ยวกับหลักการออกแบบที่ถูกต้อง แต่เดิมออกแบบอย่างง่ายตามใจตัวเอง เมื่อเข้าร่วมโครงการนี้จึงได้รับความรู้ หลักการออกแบบที่ถูกต้องและทันสมัยใช้ได้จริง และได้มีส่วนสำคัญที่ช่วยออกแบบด้วย และผู้ประกอบการทุกรายมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่ ที่เป็นการต่อยอดและพัฒนาจากบรรจุภัณฑ์แบบเดิม และหลังจากที่ทดลองนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้จริงในระยะเวลาประมาณ 1 เดือน พบว่าผู้บริโภคที่ซื้อประจำชอบในรูปแบบ เริ่มจดจำสีประจำของแต่ละแบรนด์ได้ และระบุว่าแบรนด์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ส่วนแผนกลยุทธ์การสื่อสารและออกแบบสื่อโฆษณา ที่เน้นใช้สื่อแบบไม่เสียเงิน และมีต้นทุนน้อย สามารถนำไปใช้ได้จริงได้ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ Facebook ที่แต่ละแบรนด์มีแล้ว ก็นำสื่อที่ได้รับการออกแบบใหม่ปรับปรุงหน้า Facebook เพิ่มเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เน้นช่องทางการติดต่อที่สะดวก

โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อโครงการวิจัยนี้ว่าเป็นโครงการที่นำปัญหาและบริบทของชุมชนเป็นตัวตั้ง และสามารถแก้ไขและพัฒนาได้ตามความต้องการ ให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค โครงการวิจัยนี้จึงมีประโยชน์กับผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งธุรกิจ และผู้ที่ต้องการจะขายพลาสติก เพราะได้เรียนรู้แนวทางในการสื่อสารการตลาดและการออกแบบเพิ่มขึ้น สามารถนำไปปรับใช้ได้ในอนาคต ส่วนนักศึกษาซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ออกแบบด้วยการบูรณาการวิชา

เรียนกับโครงการวิจัย ระบุว่าได้เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาและสืบทอดอาชีพขายพลาสติกซึ่งเป็นอาชีพประจำท้องถิ่น ได้มีส่วนสร้างสรรค์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ และสนับสนุนอัตลักษณ์ของพลาสติกให้มีความทันสมัย อีกทั้งได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม และเรียนรู้จักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ด้วยการติดต่อสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย โดยผู้ประกอบการและนักออกแบบร่วมแสดงความคิดเห็นหลายประเด็น ดังนี้

ผู้ประกอบการ 4 แบรินด์
เป็นโครงการที่นำปัญหาและบริบทของชุมชนเป็นตัวตั้ง ใช้การวิจัยเป็นแนวทางเพื่อสร้างสรรค์ผลงานแก้ปัญหาได้และก่อให้เกิดการพัฒนาแบรินด์
โครงการวิจัยนี้มีประโยชน์กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะแบรินด์ที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งธุรกิจ เพราะได้เรียนรู้กระบวนการพัฒนาตั้งแต่แนวทางการสื่อสารการตลาด การออกแบบสื่อโฆษณา การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์
โครงการวิจัยที่ช่วยปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และพัฒนาตราสัญลักษณ์ให้ดีขึ้นกว่าเดิม สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านดีต่อแบรินด์ คือ สร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ และยอมรับจากผู้บริโภค
ผลของโครงการวิจัยทำให้ผู้บริโภคทั่วไปรู้จักแบรินด์ พุดถึงแบรินด์ และLogo ของเรามากขึ้น โดยเฉพาะช่องทาง Facebook
ผลงานการออกแบบและนำไปทดลองใช้จริง ทำให้ได้รับ Feedback ที่ดีจากผู้บริโภคที่มีต่อแบรินด์ และบรรจุภัณฑ์
โครงการวิจัยนี้ช่วยทำให้แบรินด์มีความชัดเจน โดดเด่น และเข้มแข็งมากขึ้น
โครงการวิจัยมีส่วนสำคัญมากในการส่งเสริมและสนับสนุนอาชีพการขายพลาสติกของชาวบางบ่อ

นักออกแบบ
ได้เรียนรู้โดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นพื้นฐาน ทั้งด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ สื่อโฆษณา และการสื่อสารแบรนด์ โดยนำผลงานไปใช้จริง
ได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและสืบทอดอาชีพขายพลาสติกซึ่งเป็นอาชีพประจำท้องถิ่น
ได้มีส่วนสร้างสรรค์และสนับสนุนอัตลักษณ์ของพลาสติกให้มีความทันสมัย
ได้เรียนรู้เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ โดยโครงการวิจัยนี้เป็นกรณีศึกษาที่ดี เพราะได้คิดและฝึกปฏิบัติจริง
ได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม และเรียนรู้จักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ด้วยการติดต่อสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย
ได้ฝึกพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์

ส่วนบทเรียนที่ผู้ประกอบการและนักออกแบบได้เรียนรู้จากโครงการวิจัยนี้ มีดังนี้

ผู้ประกอบการ 4 แบรินต์
ได้แนวความคิดใหม่ว่า “ภาพจำของพลาสติก คือ ปลาที่ไม่มีหัว” ที่สามารถนำไปสื่อสารสร้างความแตกต่างจากปลาประเภทอื่นได้ เพราะในความคิดของผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ส่งสาร ไม่เคยคิดในมุมนี้
ได้เรียนรู้เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์
ได้เรียนรู้เรื่องการสร้างแบรนด์และวิธีการสื่อสารที่น่าสนใจ
ได้รับความรู้จากผลการวิจัยว่า การรับรู้ของคนทั่วไป คือพลาสติกไม่มีหัว
ได้เรียนรู้ความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์
ได้เรียนรู้ว่าการสื่อสารแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญและมีผลต่อยอดขาย
ได้เรียนรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่นำมาใช้โฆษณาพลาสติก
ได้รู้จักสื่อโฆษณาที่เน้นให้ความรู้กับผู้บริโภค ที่ไม่เน้นขาย
ได้เรียนรู้การใช้สื่อออนไลน์ที่จัดการได้ด้วยตัวเองและใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสาร

นักออกแบบ
ได้เรียนรู้และตระหนักว่า บรรจุกฎบัตรเป็นส่วนประกอบสำคัญในการส่งเสริมการขายเป็นอย่างมาก
ได้เรียนรู้ว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากต่อการสื่อสารแบรนด์
ได้เรียนรู้วิธีการออกแบบบรรจุกฎบัตรที่น่าสนใจจากวิทยากร โดยเฉพาะบรรจุกฎบัตรของประเทศญี่ปุ่น
ได้เรียนรู้ความต้องการของผู้ประกอบการ แล้วนำมาวางแผนกลยุทธ์สื่อโฆษณา
ได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม และได้ฝึกความอดทนและแรงกดดันสำหรับการทำงานจริง
ได้เรียนรู้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบบรรจุกฎบัตรและสื่อโฆษณา

3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ได้จากกระบวนการจัดการความรู้ด้านการวิจัย



ผศ.รัตนา ทิมเมือง : งานวิจัยเชิงพื้นที่เป็นแนวทางการวิจัยที่อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ควรเรียนรู้และให้ความสำคัญมากขึ้นเพราะผลจากการวิจัยได้นำไปใช้ประโยชน์จริง และสอดคล้องกับแนวนโยบายด้านการวิจัยของสถาบัน แนวการวิจัยแบบมีส่วนร่วมทำให้เห็นความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในงานวิจัย และนักศึกษาผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติกได้เรียนรู้การทำงานในสถานการณ์จริง ฝึกการสื่อสาร ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ตื้นนอกชั้นเรียนเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของนักศึกษาในอนาคต โดยการวิจัยสามารถบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาของคณะนิเทศศาสตร์ได้หลากหลาย มีข้อเสนอแนะว่าหากการวิจัยมีการบูรณาการกับการเรียนการสอน อาจารย์ผู้รับผิดชอบจะต้องดูแลให้คำแนะนำ ให้กำลังใจนักศึกษาตลอดทั้งกระบวนการ และเมื่อดำเนินการวิจัยเสร็จสิ้นควรจัดกิจกรรมถอดบทเรียนในกลุ่มนักศึกษาเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการบูรณาการกับการเรียนการสอนด้วย

ผศ.ดร.ศรัญญูทิศา ชนะชัยภูวพัฒน์ : โครงการวิจัยนี้มีจุดเด่นที่การเริ่มต้นศึกษาจากปัญหา และใช้กระบวนการวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม มองเห็นกระบวนการทำงานอย่างชัดเจน โดยนักศึกษาซึ่งทำหน้าที่เป็นนักออกแบบก็ได้เรียนรู้กระบวนการวิจัย พร้อมกับการออกแบบทั้งบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ และการออกแบบสื่อโฆษณา โดยมีส่วนร่วมในการศึกษาและออกแบบด้วย พร้อมทั้งได้ Portfolio หรือการสะสมผลงานเพื่อประโยชน์ต่อการสมัครงานในอนาคต อีกทั้งเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านการทำงานเป็นทีม การติดต่อประสานงาน การแก้ปัญหา ฯลฯ เนื่องจากโครงการนี้บูรณาการกับรายวิชา AD3023 การวางแผนสื่อโฆษณา AD4213 การสื่อสารแบรนด์ CA4003 การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ รวมทั้งบูรณาการกับโครงการบริการวิชาการอีกด้วย จึงนับว่าเป็นโมเดลตัวอย่างของการออกแบบงานวิจัยที่ได้ผลลัพธ์ที่ดี และนักศึกษาได้รับความรู้จากการปฏิบัติงานจริง ซึ่งในรายวิชาอื่นๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางประยุกต์ใช้ได้

ผศ.จรุงยศ อรัณยธาดา : งานวิจัยเชิงพื้นที่มีประโยชน์อย่างแท้จริง แต่ต้องพิจารณาและวางแผนให้ถี่ถ้วน เพราะเคยมีกรณีที่ผู้ประกอบการยกเลิกทั้งที่ยังไม่จบโครงการซึ่งส่งผลกระทบต่อโครงการวิจัย และเสนอว่าควรมีงบประมาณอย่างเพียงพอต่อการบริหารจัดการโครงการ

ภาพกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม

