

บทคัดย่อ

จังหวัดสระแก้วเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวนมากยังขาดตราสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้การสื่อสารภาพลักษณ์และการสร้างการจดจำในเชิงการตลาดยังไม่เด่นชัด การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว (2) ออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น (3) ประเมินประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในด้านการจดจำ ความสวยงาม และการประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์ โดยใช้แนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรและการออกแบบกราฟิกเชิงสัญลักษณ์เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบโลโก้ จำนวน 3 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดสระแก้ว จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจ กระบวนการออกแบบเริ่มจากการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ของพื้นที่ การร่างแนวคิดการออกแบบ (sketch design) การพัฒนาแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการประเมินเพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด

ผลการวิจัยพบว่าตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ข้อความ “คนสระแก้ว” เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน การใช้สีเขียวและสีเหลืองทองเพื่อสื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและพื้นที่เกษตรกรรม และการใช้สัญลักษณ์ควายและผีเสื้อซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตเกษตรกรรมและความหลากหลายทางธรรมชาติของพื้นที่ ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าตราสัญลักษณ์ดังกล่าวสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม มีความโดดเด่นด้านความหมาย ความสวยงาม และความสามารถในการจดจำ อีกทั้งยังมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ตราสัญลักษณ์, อัตลักษณ์ท้องถิ่น, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การออกแบบกราฟิก, จังหวัดสระแก้ว

Logo Study and Designs to Promote Community Products in Sa Kaeo Province

Nattapat Noisawad ¹

Received : October 2, 2025

Revised : November 20, 2025

Accepted : November 26, 2025

¹ Assistant Professor, in Communication Design, Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University,
E-mail: natthapat99noisawad@gmail.com

Abstract

Sa Kaeo Province has significant potential in terms of natural resources, cultural diversity, and local ways of life, which can be utilized to enhance the identity of community products. However, many community products lack a distinctive logo that effectively communicates local identity and strengthens brand recognition. Therefore, this research aims to (1) study the identity of community products in Sa Kaeo Province, (2) design a logo that reflects the local identity, and (3) evaluate the effectiveness of the designed logo in terms of memorability, aesthetic value, and commercial applicability. The study is based on the concepts of corporate identity design and symbolic graphic design.

The research samples consisted of three groups: five community product entrepreneurs, three logo design experts, and fifty tourists visiting Sa Kaeo Province. Data were collected through interviews, questionnaires, and satisfaction evaluation forms. The design process included identity analysis, concept sketching, digital logo development, and evaluation by the sample groups to select the most appropriate design.

The results indicated that the designed logo consisted of three main elements: the text “Khon Sa Kaeo” representing the identity of local community products, the use of green and golden yellow colors symbolizing natural abundance and agricultural richness, and the symbols of a buffalo and a butterfly representing the agricultural lifestyle and the biodiversity of Pang Sida National Park. The evaluation results showed that the logo effectively reflects local identity and is positively recognized in terms of meaning, aesthetics, memorability, and marketing potential.

Keywords: community products, logo design, local identity, graphic design, Sa Kaeo province

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวตามทรัพยากรท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่สืบทอดมาแต่โบราณผลิตภัณฑ์จากหลายชุมชนได้กลายเป็นที่รู้จักและสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างต่อเนื่องท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจจำเป็นต้องมีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยซึ่งช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจซึ่งแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นต้องเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งชุมชนภาครัฐและเอกชน โดยเน้นการนำทรัพยากรท้องถิ่นและค้นหาค้นหาศักยภาพของชุมชนเพื่อมาใช้ให้เต็มประสิทธิภาพ ใช้สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่าง รวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์และสร้างนวัตกรรมจากวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การคำนึงถึงหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ที่นำเสนอใจรวมถึงการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อกระจายสินค้าชุมชนออกไปได้กว้างขวางมากขึ้นนอกจากนี้ยังต้องสนับสนุนการเรียนรู้และการฝึกอบรมทักษะให้กับชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายและการประเมินผลเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบโจทย์ที่แท้จริงของตลาดและชุมชนจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถแข่งขันและยั่งยืนได้ในระยะยาว

จังหวัดสระแก้วเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่น่าสนใจแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ยังคงมีข้อจำกัดหลายประการเช่นการออกแบบที่ยังขาดเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจ การใช้วัสดุที่ไม่คำนึงถึงความยั่งยืนและการเข้าถึงตลาดที่ยังจำกัด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว, 2560) และจังหวัดสระแก้วเป็นจังหวัดที่อยู่ชายแดนติดประเทศกัมพูชา มีพื้นที่สำคัญทางการค้าและเศรษฐกิจคือ ตลาดโรงเกลือที่เป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างไทยกับกัมพูชามายาวนานหลายสิบปี สร้างเม็ดเงิน และรายได้ปีละหลายพันล้านบาท ชาวบ้านที่จังหวัดสระแก้ว ส่วนมากเป็นเกษตรกร และทำการค้าขายเป็นหลักเพื่อสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว จังหวัดสระแก้วมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยมีด่านชายแดนอรัญประเทศเปิดเป็นช่องทางสำคัญในการส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมไปยังต่างประเทศนอกจากนี้ จังหวัดนี้ยังมีการผลิตสินค้าเกษตรหลากหลายชนิด เช่น มันสำปะหลังที่นิยมส่งไปผลิตแอลกอฮอล์ และแป้ง ยางพารา ข้าวเปลือก และผลไม้เขตร้อน เช่น เงาะ ทุเรียน และมันฝรั่ง ซึ่งสินค้าเหล่านี้ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ตลาดในประเทศ แต่ยังส่งออกไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนการค้าขายในจังหวัดสระแก้วยังมีการระดมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากไม้ไผ่และกระดาษสา

รวมถึงมีจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการค้า เช่น งานเทศกาลสัปดาห์และ
กิจกรรมสาธิตการทำผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรต่าง ๆ นอกจากนี้การลงทุนในโรงงาน
อุตสาหกรรมเช่นอุตสาหกรรมน้ำตาลยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ก็กำลังเติบโตขึ้นโดยมีการ
สร้างนิคมอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการค้าอาทิทางหลวงและท่าเรือ
อย่างไรก็ตามการค้าขายของสระแก้วยังเผชิญกับความท้าทายในด้านการแข่งขันและมาตรฐาน
สินค้าโดยรัฐบาลและองค์กรท้องถิ่นได้ร่วมมือกันสร้างระบบการรับรองคุณภาพสินค้าและการ
ตั้งตลาดกลางสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและกระจายสินค้าไปยัง
ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
ของจังหวัดสระแก้วให้สามารถสร้างความจดจำและสื่อสารการตลาดให้มีความน่าเชื่อถือซึ่งจะ
ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ ได้ในภาพรวมของจังหวัดสระแก้ว

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในด้านการจดจำความสวยงามและ
การประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
อัตลักษณ์องค์กร การออกแบบกราฟิก และการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ เพื่อนำมาใช้
เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. กรอบแนวคิดในการศึกษาข้อมูลเพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์

ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด
ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์องค์กร (corporate identity analysis) ซึ่งเป็นกระบวนการ
การสำคัญในการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้สามารถสะท้อนภาพลักษณ์และตัวตนขององค์กร
หรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม โดยผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ ปาพจน์ หนูนงกัถิ (2555) ซึ่ง
เสนอว่าข้อมูลที่ควรทราบก่อนการออกแบบตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย

1. ประวัติความเป็นมาขององค์กร
2. โครงสร้างขององค์กร
3. การดำเนินการของคู่แข่ง
4. การดำเนินการตลาดและการโฆษณา
5. การใช้งานตราสัญลักษณ์
6. ข้อมูลจากการวิจัย
7. ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดด้านการสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์บริบทขององค์กรและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การออกแบบสามารถสะท้อนคุณค่าและเอกลักษณ์ขององค์กรได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้ว เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์

2. กรอบแนวคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์

การออกแบบตราสัญลักษณ์ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารทางภาพ (visual communication) ที่ช่วยสร้างการจดจำและภาพลักษณ์ให้กับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบที่ดีควรสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนมีเอกลักษณ์และสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายบริบท ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ของ ทองเจือ เขียดทอง (2548) ซึ่งเสนอองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบตราสัญลักษณ์ไว้ 11 ประการ ได้แก่

1. ความหมาย
2. ความเหมาะสมกับสื่อ
3. ความร่วมสมัย
4. ความน่าเชื่อถือ
5. ความเป็นเอกลักษณ์
6. สี
7. ความเรียบง่าย
8. ความเป็นสากล
9. การนำไปใช้ประโยชน์
10. เอกภาพ
11. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการออกแบบโลโก้สมัยใหม่ที่เน้นความเรียบง่าย (simplicity) ความจดจำได้ง่าย (memorability) และความสามารถในการใช้งานได้หลากหลาย

(versatility) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว

3. กรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นกระบวนการสำคัญในการตรวจสอบประสิทธิภาพของงานออกแบบ เนื่องจากตราสัญลักษณ์ที่ดีควรสามารถสร้างความประทับใจและการรับรู้ที่ดีต่อผู้รับสาร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547) ซึ่งเสนอเกณฑ์ในการประเมินตราสัญลักษณ์ไว้ 11 ประการ ได้แก่

1. มีความเรียบง่าย
2. มีลักษณะเฉพาะตัว
3. เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า
4. มีความแตกต่าง
5. เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด
6. เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงสินค้าหรือบริการ
7. สัญลักษณ์ที่สื่อสารความหมายได้แตกต่าง
8. สัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ
9. เป็นสัญลักษณ์ที่ตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร
10. ใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย
11. สามารถใช้งานได้ในระยะยาว

แนวคิดดังกล่าวช่วยให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของตราสัญลักษณ์ในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ ความสวยงาม และศักยภาพในการใช้งานเชิงการตลาดได้อย่างเป็นระบบ

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้วมาวิเคราะห์และพัฒนาแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์ ก่อนนำไปประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ตราสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา จังหวัดสระแก้ว เป็นจังหวัดที่มีพรมแดนติดกับประเทศกัมพูชา โดยจังหวัดสระแก้วมี ทั้งหมด 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภออรัญประเทศ

อำเภอวัฒนานคร อำเภอเขาฉกรรจ์ อำเภอโคกสูง อำเภอคลองหาด อำเภอตาพระยา และ อำเภอวังน้ำเย็น

2. ขอบเขตด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ ได้แก่ การออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อใช้บนผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว และใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ โดยตราสัญลักษณ์ต้องมีรูปแบบที่ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน โดยผลที่ได้จากการประเมินจะถูกนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ในขั้นตอนต่อไป

3. ขอบเขตด้านการประเมินตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว จำนวน 50 คน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนของการวิจัยซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

การศึกษาข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนผลิตภัณฑ์ชุมชน และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive selection) จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive selection) จำนวน 3 คน

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้ว ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) จำนวน 50 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และทำการบันทึกภาพ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และสรุปผล

2. การวิจัยการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว มีขั้นตอนในการออกแบบดังนี้

- ขั้นตอนการออกแบบ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนมาทำการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ
- ขั้นตอนออกแบบ ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาแปลผลในรูปแบบของบอร์ดแนวความคิด (concept board) เพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 รูปแบบและนำไปทำการประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน จากนั้นจึงนำผลประเมินที่ได้มาทำการปรับปรุงเพื่อให้ได้ตราสัญลักษณ์ที่สมบูรณ์และนำไปประเมินความพึงพอใจ

3. การประเมินความพึงพอใจตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จังหวัดสระแก้ว จำนวน 50 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนรวมถึงข้อมูลด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสรุปโดยการบรรยาย

2. การวิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสระแก้ว ประกอบด้วย

- ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลก่อนการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยการนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสรุปและแปลผลโดยการร่างภาพ และคิดแนวคิดการออกแบบ (concept design)
- ขั้นตอนการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำผลการสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 3 แบบ แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ

ได้ทำการประเมินด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน และนำผลการประเมินรวมถึงข้อเสนอแนะที่ได้มาทำการปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ

3. วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 50 คน ผู้วิจัยใช้หลักการ วิเคราะห์ทางเลขคณิต เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สรุปผลการวิเคราะห์โดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจากความต้องการและกำหนดการแปลค่าเฉลี่ยดังนี้

4.51-5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

3.51-4.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก

2.51-3.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

1.51-2.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย

1.00-1.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการศึกษาวิจัย

ผลการศึกษาวิเคราะห์จากการทำ SWOT ของจังหวัดสระแก้ว ได้ดังนี้

จุดแข็ง

1. ที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ ตั้งอยู่ติดกับชายแดนกัมพูชา มีด่านชายแดนที่สำคัญ เช่น ด่านอรัญประเทศและตลาดโรงเกลือ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนที่คึกคัก
2. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เช่น อุทยานแห่งชาติปางสีดาและน้ำตกเขาสิบห้าชั้น ซึ่งเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและอนุรักษ์
3. วัฒนธรรมท้องถิ่น มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่ยังคงสืบทอด เช่น ประเพณีท้องถิ่นของชาวไทย-เขมร ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์
4. ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือและงานฝีมือที่ได้รับความนิยมในตลาด

จุดด้อย

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน บางพื้นที่ในจังหวัดยังมีข้อจำกัดเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและระบบขนส่ง
2. การเข้าถึงบริการสาธารณสุข การเข้าถึงบริการสาธารณสุขในพื้นที่ชนบทยังไม่ทั่วถึงและมีข้อจำกัดด้านบุคลากรและอุปกรณ์
3. การกระจายรายได้ รายได้จากการท่องเที่ยวและการค้าชายแดนยังไม่กระจายอย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่ของจังหวัด ทำให้บางชุมชนยังคงมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ

4. ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ การบุกรุกพื้นที่ป่าและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

โอกาส

1. การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดสระแก้วได้รับการส่งเสริมเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและการขนส่ง

อุปสรรค

1. การเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม ชุมชนท้องถิ่นบางส่วนยังขาดความรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือการปรับตัวกับตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปทำได้ยาก

2. ความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาการบุกรุกป่า การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืน และการทำลายสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ส่งผลให้การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเรื่องท้าทาย

3. การกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียม รายได้จากการค้าขายแดนและการท่องเที่ยวไม่ได้กระจายอย่างเท่าเทียมในทุกพื้นที่ บางชุมชนยังคงมีปัญหาทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านยังยากจน

ผู้วิจัยนำเสนอผลการเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อไปใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลด้านอัตลักษณ์จังหวัดสระแก้ว จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นร่วมกันมา ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสระแก้ว ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ พวงม้นสำหรับหลัง หรือ ข้าวจอก ข้าวเม่า หรือเห็ด เป็นต้น และอีกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรองลงมาคือ ผ้าทอหลายต่าง ๆ ที่นำมาดัดแปลงเป็นถุงหรือ กระเป๋า หรือ เสื้อ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คัดเลือกมาในงานวิจัยนี้มี 5 ผลิตภัณฑ์ดังนี้ คือ 1) ผ้าทอมือจากเส้นใยใบบ่อย เป็นนวัตกรรมการใช้วัสดุทางการเกษตรในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาการทอ เพิ่มมูลค่าสินค้า 2) ผ้าขาวม้าหมักโคลน ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้สืธรรมชาติดินและวัสดุธรรมชาติ มีลวดลายที่โดดเด่น 3) กระเป๋าและเสื้อทอมือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากผ้าทอมือ ระบายลวดลายและสีสันทที่หลากหลาย 4) สมุนไพรขมิ้น ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้สมุนไพรท้องถิ่น สร้างรายได้ให้ชุมชน 5) ดินปลูกที่แปรรูปจากวัสดุเกษตร ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการนำวัสดุทางการเกษตรมาแปรรูป

และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 5 ราย ได้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ดังนี้ คือ 1) จังหวัดติดชายแดนกัมพูชา โดยมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายผสมผสาน เป็นพหุวัฒนธรรม ผสมผสานระหว่างโลทีสโตล์ไทย-กัมพูชาและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) ผ้าทอมือชั้นเลิศ เช่นเส้นใยอ้อย ไหม และฝ้ายทอมือที่มีลวดลายโบราณและกรรมวิธีแนวมัดหมี่ 3) ข้าวหอมนิล “เม็กน้ำ” ข้าวพื้นเมืองที่มีรสชาติเปรี้ยวนุ่มนวล เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อ 4) หัตถกรรมเซรามิค ภาชนะดินเผาและจักสานไม้ไผ่ที่มีลวดลายทันสมัย 5) ผลไม้อบแห้ง เช่น ลำไยและผลไม้ท้องถิ่นที่ผ่านกรรมวิธีแปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม 6) ภูมิปัญญาเกษตรนวัตกรรมการระบบชลประทานและเมล็ดพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ 7) การรักษาสีเงาแวดล้อม กระบวนการผลิตที่ใช้วัสดุเหลือใช้และลดมลภาวะ

ภาพ 1

ภาพลงพื้นที่เก็บข้อมูลชุมชนจังหวัดสระแก้ว



2. ผลการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว
 - ขั้นตอนการออกแบบ ผลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว จำนวน 5 ราย พบว่าสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญต่อการออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ชื่อคำหรือประโยค คำหลัก เนื่องจากชื่อจังหวัดหรือคำที่ใช้อยู่ต้องสามารถทำให้เกิดความเข้าใจ และสื่อสารได้ชัดเจนที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชน ในจังหวัดสระแก้ว จากการสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม ได้ข้อสรุปร่วมกันว่าควรใช้ชื่อ “คนสระแก้ว” เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว 2) สีที่ใช้เป็นตัวแทน คือ สีเขียว และสีเหลืองทอง เนื่องจากสีทั้ง 2 สีนี้สื่อถึงความเป็นธรรมชาติของจังหวัดเพราะมีอุทยานแห่งชาติปางสีดา ซึ่งเป็นผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติของจังหวัดสระแก้ว และสีเหลืองทอง เป็นสีของทุ่งข้าว ที่รวงข้าวออกรวง

สีเหลืองทองเต็มผืนนา เนื่องจากจังหวัดสระแก้วเป็นแหล่งปลูกข้าวพันธุ์ดี มากมาย สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและเกษตรกร เปรียบเสมือนสิ่งมีค่าเหมือนทอง 3) ภาพสัญลักษณ์คือ ควาย และผีเสื้อ เพราะควายถือเป็นสัตว์ที่เกษตรกรเกือบทุกบ้านจะเลี้ยงไว้เพื่อทำมาหากิน ทำไร่นา สืบเนื่องจากจังหวัดสระแก้วประชากรส่วนมากเป็นเกษตรกร ปลูกข้าว ทำนา ทำการเกษตร ในวิถีดั้งเดิม ส่วนผีเสื้อ นั้นเป็นสัตว์ที่เป็นสัญลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติปางสีดา เพราะมีชื่อเสียงเรื่อง พันธุ์ผีเสื้อที่หลากหลายมากมาย บินอยู่ในอุทยานเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของผีเสื้อจำนวนมาก เป็นภาพจำและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนทั่วไปรู้จักกันเป็นอย่างดี

- ขั้นตอนการออกแบบ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและทำการแปลผลอยู่ในรูปแบบ Concept Board ดังภาพประกอบที่ 3 เพื่อใช้ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 3 แบบและนำไปทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน เพื่อทำการคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่มีความเหมาะสมเพียง 1 แบบ ผลจากการประเมินพบว่าตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากองค์ประกอบโดยรวมในตราสัญลักษณ์สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วได้ชัดเจน สื่อสารได้ดีมากที่สุด และสามารถจดจำได้ง่าย มีความเป็นอัตลักษณ์ของสระแก้ว

ภาพ 2

ตัวเลือกแบบต่าง ๆ ของตราสัญลักษณ์



ผลการศึกษาความพึงพอใจตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว

ตาราง 1

ความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว

รายการ	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
	x	SD	
1. สื่อสารข้อมูลได้อย่างครบถ้วน	4.25	0.75	มาก
2. แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน	4.25	0.61	มาก
3. รูปแบบตัวอักษร	4.40	0.69	มาก
4. สีที่สวยงาม	4.85	0.45	มากที่สุด
5. ส่งเสริมด้านการตลาด	3.80	0.91	มาก
6. เรียบง่ายสร้างความจดจำ	4.60	0.62	มากที่สุด
7. มีความเป็นสากลร่วมสมัย	4.50	0.45	มาก
รวม	4.33	0.51	มาก

โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=4.33$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.51$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสีที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($X = 4.85$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.45$) รองลงมา ได้แก่ ด้านเรียบง่ายสร้างความจดจำ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($X = 4.60$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.62$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดกว่าทุก ๆ ด้าน ได้แก่ ด้านส่งเสริมด้านการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($X = 3.80$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD = 0.91$)

ภาพ 3

ภาพตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสระแก้ว



ภาพ 4

ภาพตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่นำไปใช้งานประชาสัมพันธ์ในผลิตภัณฑ์ชุมชน



อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดสระแก้ว พบว่าตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบโดยมีพื้นฐานจากอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ได้รับการตอบรับในเชิงบวกจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยผลการประเมินชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหา ความงาม และการประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์

1. ด้านความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัด การออกแบบตราสัญลักษณ์ในครั้งนี้ได้นำองค์ประกอบทางวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสระแก้วมาใช้ในการถ่ายทอดผ่านสัญลักษณ์ เช่น ผลผลิตทางการเกษตรอย่างการปลูกข้าว มันสำปะหลัง หรือมีศูนย์อนุรักษ์ควายไทยอย่างโรงเรียนกาสกรกสิวิทย์ มีอุทยานแห่งชาติปางสีดา มีชื่อเสียงเรื่องผีเสื้อ นานาชนิด รวมถึงภาพลักษณ์ของเมืองชายแดน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุนทรียศาสตร์เชิงวัฒนธรรมและหลักการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ ทั้งนี้ ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจและตีความอัตลักษณ์ของจังหวัดผ่านตราสัญลักษณ์ได้อย่างชัดเจน

2. ด้านองค์ประกอบทางการออกแบบ ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างสะท้อนว่าตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมทั้งในด้านความงาม (aesthetic value) ความเรียบง่าย (simplicity) และความสามารถในการจดจำ (memorability) และอื่น ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบตราสัญลักษณ์ตามแนวคิดของ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547) โดยเฉพาะการใช้รูปทรง สี และองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. ด้านความเหมาะสมในการนำไปใช้งานจริง ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลายทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ รวมถึงสื่อดิจิทัล โดยที่ยังสามารถรักษ่อัตลักษณ์และความชัดเจนของตราสัญลักษณ์ไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของการออกแบบเพื่อการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในเชิงการตลาด (strategic communication design)

4. ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ใช้งาน กลุ่มผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรมีการพัฒนารูปแบบของตราสัญลักษณ์ในลักษณะเวอร์ชันย่อย เพื่อรองรับการใช้งานบนวัสดุหรือพื้นผิวที่แตกต่างกัน เช่น สื่อขนาดเล็ก ฉลากผ้าหรือวัสดุที่มีข้อจำกัดด้านการพิมพ์ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะดังกล่าวถือเป็นประเด็นที่สามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนารูปแบบการใช้งานในเชิงเทคนิคได้อย่างมีประสิทธิภาพอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว ในมิติด้านต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูล

1. มิติทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ภาชนะดินเผาที่มีลวดลาย “ดอกแก้ว” ซึ่งเป็นดอกไม้สัญลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว
2. มิติทรัพยากรท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น เครื่องใช้ที่ทำจากไม้ไผ่ในจังหวัด โดยใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น
3. มิติกรรมวิธีการผลิต ตัวอย่างเช่น มีการทำ “เครื่องปั้นดินเผา” ด้วยมือที่สืบทอดกรรมวิธีมากกว่า 50 ปี
4. มิติรูปทรงและลวดลายสัญลักษณ์ ตัวอย่างเช่น หม้อน้ำที่มีลวดลาย “เศียรพญานาค” ซึ่งเชื่อนำโชคลาภ
5. สีสันท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น ผ้าท่อมือที่ใช้สีครามธรรมชาติจากพืชในพื้นที่
6. สัตว์ประจำท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น ผีเสื้อหลากหลายสายพันธุ์ และ ควายไทย ที่มีในจังหวัดจำนวนมากเพราะเป็นแหล่งปลูกข้าว เป็นต้น

จากผลการศึกษาวิจัยสามารถอธิบายความเชื่อมโยงของผลงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้ว การออกแบบตราสัญลักษณ์ และการประเมินการใช้งานจริง ซึ่งมีลักษณะของการพัฒนาองค์ความรู้จากพื้นฐานสู่การประยุกต์ใช้เชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ

ในด้านแรก คือ การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วในมิติต่าง ๆ เช่น มิติทางวัฒนธรรม ทรัพยากรท้องถิ่น กรรมวิธีการผลิต รูปทรงและลวดลายสัญลักษณ์ สีสันท้องถิ่น และสัตว์ประจำถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลพื้นฐานที่สะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่อย่างชัดเจน ข้อมูลดังกล่าวทำหน้าที่เป็นฐานสำคัญในการกำหนดแนวคิดและทิศทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ให้สามารถสื่อความหมายของจังหวัดได้อย่างเหมาะสม

ในด้านที่สอง คือ การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดสระแก้ว โดยนำองค์ประกอบของอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการออกแบบ เพื่อสร้างสัญลักษณ์ที่มีความงาม เรียบง่าย และสามารถจดจำได้ง่าย ตลอดจนสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนและความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดได้อย่างชัดเจน ซึ่งถือเป็นการแปลงองค์ความรู้เชิงวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นให้กลายเป็นสื่อเชิงภาพที่สามารถใช้ในการสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ในระดับพื้นที่

ในด้านที่สาม คือ การประเมินความเหมาะสมและศักยภาพในการนำไปใช้งานจริง โดยการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชน ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ซึ่งผลการประเมินสะท้อนให้เห็นว่าตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมทั้งในด้านความงาม ความหมาย และความสามารถในการประยุกต์ใช้กับสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น บรรจุภัณฑ์ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ และสื่อดิจิทัล เมื่อพิจารณาความเชื่อมโยงของงาน

วิจัยทั้งสามด้าน พบว่ากระบวนการดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่มีศักยภาพในการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสระแก้ว ช่วยเสริมสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค ส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

- ข้อจำกัดด้านข้อมูลและเวลา การศึกษานี้มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและการออกแบบจำกัด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการวิเคราะห์เชิงลึกและการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างในกระบวนการออกแบบรวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและสอบถามความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และนักท่องเที่ยวจะไม่ได้มีส่วนร่วมเท่าที่ควร เพราะเนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่มิถาวรกิจ และความรับผิดชอบต่าง ๆ มาก การเข้าร่วมก็จะเป็นได้เพียงช่วงสั้น ๆ

- ข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมาย การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอาจจำกัดเฉพาะประชาชนในบางพื้นที่ของจังหวัดสระแก้ว หรือกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงแบบสอบถามได้ ส่งผลให้ความคิดเห็นอาจไม่สะท้อนภาพรวมของประชาชนทั้งจังหวัด

- ข้อจำกัดด้านการตีความและความชอบส่วนบุคคล การออกแบบตราสัญลักษณ์มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความชอบ และการตีความเชิงศิลปะ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ส่งผลต่อการประเมินคุณค่าและความเหมาะสมของตราสัญลักษณ์

ข้อเสนอแนะสำหรับกรวิจัยในอนาคต

1. การขยายกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

การศึกษาคั้งต่อไปควรพิจารณาขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประชาชนในหลากหลายบริบท ทั้งในเขตเมืองและชนบท รวมถึงกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เกษตรกร นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับสะท้อนมุมมองต่ออัตลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วได้อย่างรอบด้าน อันจะช่วยสนับสนุนกระบวนการออกแบบกราฟิกให้สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาและวิเคราะห์เปรียบเทียบตราสัญลักษณ์ของจังหวัดอื่น

ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์หรืออัตลักษณ์ทางกราฟิกของจังหวัดอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารภาพลักษณ์ของพื้นที่ โดยพิจารณาทั้งในด้านแนวคิด การออกแบบ รูปแบบการนำเสนอ และองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ มาใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาตราสัญลักษณ์ของจังหวัดสระแก้วให้มีความโดดเด่น สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และมีศักยภาพในการสื่อสารภาพลักษณ์ของจังหวัดในระดับที่กว้างขึ้น

3. การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างแท้จริง ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ เช่น ภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และนักออกแบบ ผ่านกิจกรรมเวิร์กช็อปหรือการระดมความคิดเห็นเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการดังกล่าวจะช่วยให้ตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถสะท้อนตัวตนของพื้นที่ได้อย่างครอบคลุม และสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของร่วมกันในระดับชุมชน

4. การพัฒนาแนวทางการประยุกต์ใช้ตราสัญลักษณ์อย่างเป็นระบบ

ควรมีการกำหนดแนวทางการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในสื่อต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เช่น การจัดทำคู่มือการใช้งานตราสัญลักษณ์ (graphic guideline) เพื่อกำหนดมาตรฐานการใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์ บรรจุนิตยสาร ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และสื่อดิจิทัล ทั้งนี้ เพื่อให้การสื่อสารภาพลักษณ์ของจังหวัดมีความเป็นเอกภาพและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่หลากหลาย

5. การส่งเสริมบทบาทของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ในกระบวนการออกแบบ

ควรส่งเสริมให้เยาวชน นักเรียน และนักศึกษา เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัด ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกวดออกแบบหรือการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการออกแบบกราฟิก ซึ่งจะช่วยเปิดโอกาสให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ ที่มีความร่วมสมัย และสามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การกำหนดแนวคิดและสารหลักในการสื่อสารของงานออกแบบ

การออกแบบกราฟิกที่มุ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือย่านเมืองเก่า ควรกำหนดแนวคิดหลัก (concept) และสารที่ต้องการสื่อสารอย่างชัดเจน เพื่อให้ผลงานออกแบบสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างภาพลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เนื่องจากผลงานออกแบบอยู่ภายใต้โครงการเดียวกัน จึงควรควบคุมความสอดคล้องขององค์ประกอบทางการออกแบบ เช่น รูปแบบ สี รูปทรง และ

ตัวอักษร รวมถึงการใช้ข้อความประกอบ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพของงานออกแบบ และ
เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ของพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยว*.

<http://www.tat.or.th>

ทองเจือ เขียดทอง. (2548). *การออกแบบตราสัญลักษณ์*. สีปพระภา.

ปาพจน์ หนูนักกิติ. (2555). *Graphic design principles*. อดิซี พรีเมียร์.

สุมิตร ศรีวิบูลย์. (2547). *การออกแบบตราสัญลักษณ์*. Core Function.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว. (2560). *รายงานการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน*.

<http://www.pcd.go.th>