การออกแบบตราสัญลักษณ์บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
Logo Design of Baan Suan Melon Ban Pao District Chachoengsao Province

วิชาญ ตอรบรัมย์
Wichan Torobrum
อาจารย์ประจำหลักสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
สมศักดิ์ ทองแก้ว
Somsak Thongkaw
อาจารย์ประจำหลักสูตรทัศนศิลป์และมีเดียอาร์ต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Abstract

The aims of this study were to survey the community context and select an identity for the logo design of Baan Suan Melon, Ban Pho District. The operation began with data collection, an information survey at Ban Pho District, and an in-depth interview with an example group of Young Smart Framers from Chachoengsao Province. The data of community would be determined for the sub-criteria and choices that were chosen by the Analytic Hierarchy Process. The choices were used as a main concept that guided the creative idea sketch of logos and estimated as a design. This study found that an important location in the Ban Pho District was the Bang Pakong River. Moreover, Ban Pho District has important temples such as Sanam Chan, Phanit, and Ban Pho temple that could be used as data for design. However, the results from the AHP method showed that the logo should be communicated to the melon farm near the Bang Pakong River. The logo design should be simple and show the occupation of the group and farm produce. Illustration of logo were included with pattern of melon, home, agricultural land, words shown group name, Japan alphabets that mean to melon and sun show upon river. This logo would connect with Baan Suan Melon and could be used for public relations and confidence in the brand in the future.

Keywords : Identity, Logo, Young smart farmer, Bang Pakong River, Melon

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อสำรวจบริบทชุมชนและคัดเลือกอัตลักษณ์สำหรับนำมาใช้ออกแบบตราสัญลักษณ์บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์ การดำเนินงานเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร การลงสำรวจพื้นที่อำเภอบ้านโพธิ์ สัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่ม Young Smart farmer จังหวัดฉะเชิงเทรา ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมากำหนดเป็นเกณฑ์ย่อยและตัวเลือก โดยจะถูกคัดเลือกด้วยวิธี Analytic Hierarchy Process ซึ่งจะนำมาใช้เป็นแนวคิดสำหรับการร่างแบบสัญลักษณ์ และประเมินการออกแบบก่อนถูกแก้ไขอีกครั้ง การศึกษาพบว่า บริบทชุมชนที่สำคัญของอำเภอบ้านโพธิ์คือ ทรัพยากรแหล่งแม่น้ำบางปะกง นอกจากนี้ยังมีวัดสำคัญได้แก่ วัดสนามจันทร์ วัดผาณิตาราม และวัดบ้านโพธิ์ ที่นำมาใช้เป็นองค์ประกอบสำหรับการออกแบบ อย่างไรก็ตามผลจากการกำหนดเกณฑ์ย่อยและตัวเลือก พบว่า ตราสัญลักษณ์ควรสื่อถึงสวนเมล่อนอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกงที่มีการออกแบบให้มีความเรียบง่าย สะท้อนถึงการประกอบอาชีพของกลุ่มและสื่อถึงผลผลิตที่เกิดจากการทำเกษตรกรรม ภาพประกอบของตราสัญลักษณ์ประกอบด้วย ลวดลายของผลเมล่อน บ้าน พื้นที่เพาะปลูก คำที่แสดงชื่อกลุ่ม อักษรภาษาญี่ปุ่นที่มีความหมายว่า เมล่อน และพระอาทิตย์ที่โผล่เหนือแม่น้ำบางปะกง ตราสัญลักษณ์นี้จะสะท้อนถึงบ้านสวนเมล่อนที่สามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับตราสินค้าต่อไป

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ชุมชน ตราสัญลักษณ์ เกษตรกรคนรุ่นใหม่ แม่น้ำบางปะกง เมล่อน

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัตลักษณ์ของชุมชนแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชนที่แสดงออกด้วยการสื่อสารผ่านประเพณี วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิต (นิรมล ขมหวาน. 2557) นอกจากนี้ยังสามารถสะท้อนให้เห็นทรัพยากรภายในพื้นที่ซึ่งมีความโดดเด่นและนำเสนอให้เกิดความแตกต่างจากแหล่งอื่นๆ การศึกษาที่ผ่านมาค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ประเพณี สิ่งสำคัญในท้องถิ่นที่จะนำมาเป็นทุนในการพัฒนาชุมชนในอนาคต (นิรมล ขมหวาน. 2557) ทั้งนี้อัตลักษณ์ของชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนควรช่วยกันรักษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของท้องถิ่นด้วยการควบคุมรักษาวัฒนธรรม หรืออัตลักษณ์ชุมชนซึ่งต้องบริการจัดการควบคุมด้วยชุมชนที่ต้องมี ส่วนร่วม (วิไลวรรณ ทวิชศรี. 2560) ซึ่งอัตลักษณ์จากชาติพันธุ์ วัฒนธรรม สามารถนำไปสู่จุดขายเพื่อพัฒนาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (จินตา แปบดิบ. 2556) การใช้อัตลักษณ์เป็นสื่อสร้างสรรค์นั้น เชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยววัฒนธรรม (ประชิด ทิณบุตร และคณะ. 2559) ที่สามารถแสดงออกผ่านทางตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ (อมรรัตน์ บุญสว่าง. 2559) และผลิตภัณฑ์ได้

อย่างไรก็ดีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดภารกิจเป็นอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน (กองแผนงาน กรมพัฒนาชุมชน. 2561) ซึ่งควรมาจากกลุ่มของประชาชนในชุมชนที่เล็งเห็นถึงความสำคัญพื้นถิ่นของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันจากสถานการณ์เศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงขึ้นทำให้มีการคืนถิ่นของผู้ใช้แรงงาน เพื่อหันกลับมาเลี้ยงชีพด้วยการทำงานบนพื้นที่ของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพเกษตรกร ในทำนองเดียวกันเกษตรกรคนรุ่นใหม่ในจังหวัดฉะเชิงเทราได้มีการรวมกลุ่มเพื่อหาแนวทางในการทำเกษตรวิถีใหม่ โดยการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตรได้สร้างเกษตรกรคนรุ่นใหม่ภายใต้ชื่อกลุ่ม Young smart farmer ซึ่งมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการจัดพื้นที่ทางการเกษตร กลุ่มมีสมาชิก มาจากพื้นที่ต่างๆ ภายในจังหวัดสะสมเมื่อปี พ.ศ. 2561 ราว 191 ราย (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2561)

กลุ่มเกษตรกรพยายามกระจายผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกจังหวัด อย่างไรก็ดีสินค้าทุกประเภทย่อมมีคู่แข่ง สินค้าทางการเกษตรก็เช่นเดียวกัน เกษตรกรภายในจังหวัดฉะเชิงเทราได้รวมกลุ่มโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและกระจายผลผลิตทางการเกษตรออกสู่ตลาด กลุ่มที่พบว่ามีความโดดเด่นในพื้นที่ได้แก่ กลุ่มบ้านสวนเมล่อนอำเภอบ้านโพธิ์ โดยพืชหลักที่มีการปลูกคือ เมล่อน กลุ่มมีการเพาะปลูกภายในโรงเรือนซึ่งสามารถผลิตเมล่อนออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ใน 1 โรงเรือนผู้ปลูกสามารถผลิตได้ราว 300 ลูกหรือประมาณ 450 กิโลกรัมต่อการปลูก 1 รอบ ซึ่งจะใช้ระยะตั้งแต่ลงแปลงปลูกจนกระทั่งเก็บเกี่ยวราว 70-75 วัน การปลูกจะมีการหมุนเวียนไปในแต่ละโรงเรือน ในระยะเริ่มต้นกลุ่มมีเกษตรกรรวม 21 ราย ซึ่งมีการจำหน่ายผลผลิตทั้งหน้าสวน ห้างสรรพสินค้า และศูนย์จำหน่ายสินค้าใกล้เคียงกับจังหวัด เป็นต้น ซึ่งกลุ่มประสบกับปัญหาในการแสดงความเป็นตัวตนของกลุ่มบ้านสวนเมล่อนต่อผู้บริโภคซึ่งในตลาดพบว่ามีสินค้าทางการเกษตรในลักษณะเดียวกันและมีการใช้ชื่อที่คล้ายๆ กันอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ถึงแม้ว่าจะมีตราสินค้าสหกรณ์พืชผักผลไม้ (เกษตรปลอดภัยสูงจังหวัดฉะเชิงเทรา) ซึ่งเป็นตราสินค้ากลางที่สามารถยืนยันถึงคุณภาพ อย่างไรก็ดีควรค้นหาอัตลักษณ์และสร้างเป็นตราสัญลักษณ์ของบ้านสวนเมล่อนอำเภอบ้านโพธิ์และใช้สำหรับส่งเสริมการขายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจบริบทชุมชนและคัดเลือกเป็นอัตลักษณ์สำหรับนำมาใช้ออกแบบตราสัญลักษณ์บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์ ที่สื่อถึงสวนเมล่อนอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกง

แนวคิดทฤษฎี

สัญลักษณ์หรือโลโก้ (Logo) มาจากคำเต็ม Logotype หมายถึง สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ตัวแทน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่บ่งบอก ประเภท รูปแบบความเป็นตัวตนหรือตัวแทนเจ้าของสัญลักษณ์หรือโลโก้นั้นๆ

โลโก้ คือ สัญลักษณ์ที่แสดงถึงภาพ หรือเครื่องหมายต่างๆ เพื่อนำเสนอถึงสินค้า หรือบริการ ด้วยแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์แบบเฉพาะตน จะช่วยให้มีความน่าเชื่อถือ และจดจำสำหรับผู้บริโภค

ดังนั้นโลโก้จึงสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความเชื่อ ความนิยม และการจดจำเกี่ยวกับองค์กรหรือสินค้า ทั้งนี้การออกแบบตราอาจมาจากทั้งผู้ที่เป็นเจ้าของและที่สำคัญ คือ นักออกแบบที่จะเข้ามาช่วยสร้างสรรค์

โลโก้ที่ปรากฏต่อสายตาเป็นภาพลักษณ์แรกที่ลูกค้าจะได้รู้จัก ดังนั้น จึงมีความหมายต่อธุรกิจอย่างสูง ที่จะช่วยสร้างเครดิตให้กับกิจการหรือองค์กรธุรกิจ การจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ

โลโก้ก็ควรที่จะสะท้อนสิ่งนี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจุดประสงค์หลักของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้

1. เพื่อทำให้คนอื่นจดจำได้ง่าย สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าโลโก้นี้คือ แบรนด์อะไร

2. เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในตัวแบรนด์ เพิ่มความจงรักภักดี (Loyalty) ของแบรนด์

3. เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นมืออาชีพ

4. เพื่อช่วยสะท้อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

5. เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่นเกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และยอมรับในตัวสินค้า

ปัจจุบันการออกแบบโลโก้ควรใช้เวลาคิด วิเคราะห์ข้อมูลหลายๆ อย่าง เพื่อให้โลโก้ที่ออกแบบมานั้นตอบโจทย์กับบริษัท สินค้าหรือบริการนั้นๆ สามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ต้องการออกไปสู่ภายนอกได้อย่างถูกต้องตามการคาดหวัง

การออกแบบโลโก้ ช่วยในการนำเสนอด้วยสัญลักษณ์หรือรูปภาพกราฟิกง่ายเป็นสัญลักษณ์ของบริษัท องค์กร หรือห้างร้าน แต่สิ่งสำคัญคือต้องมีอำนาจในการดึงดูด และแสดงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้

การออกแบบโลโก้ที่ดี จะช่วยให้ผู้คนหรือลูกค้าเป้าหมายสามารถจดจำได้ทันทีที่เห็น สามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความซื่อสัตย์ต่อแบรนด์ การยอมรับและความชื่นชมและการออกแบบโลโก้ สิ่งสำคัญที่สุดคือ การสร้างความประทับใจให้กับผู้มอง ซึ่งจะต้องมีความหมายและจำได้ง่ายเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถจะเข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าได้ จะต้องมีเอกลักษณ์และไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเวลา นอกจากนี้มันจะต้องมีความยืดหยุ่นในเรื่องของขนาดเพราะมันจะต้องถูกนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้อยู่ในบริเวณอำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของบ้านสวนเมล่อน

2. ขอบเขตด้านประชากรคือผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณอำเภอบ้านโพธิ์ และกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนกลุ่มบ้านสวนเมล่อนจำนวน 10 คน ที่เป็นอาสาสมัครในการให้ข้อมูล

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

4. ขอบเขตด้านเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูลพื้นที่และการสัมภาษณ์ใช้ระยะเวลา 4 เดือนและระยะเวลาในการดำเนินการทั้งโครงการ 1 ปี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาภาคเอกสาร จากแหล่งข้อมูลที่มีการเผยแพร่ผ่านเอกสาร อาทิ แผ่นพับ และระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และเฟสบุ๊ก เป็นต้น

2. การวางแผนในการดำเนินงานเพื่อเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจข้อมูล (Survey method) ด้วยการใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เช่น การลงพื้นที่เพื่อการบันทึกภาพ การสอบถามเบื้องต้น และการสัมภาษณ์ เป็นต้น

3. การลงพื้นที่ชุมชนเพื่อการสำรวจบริบทชุมชน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ การประกอบอาชีพ และสถานที่สำคัญต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ได้มีการสัมภาษณ์ตัวแทนที่เป็นสมาชิกในชุมชน โดยเฉพาะสมาชิกบ้านสวนเมล่อน ด้วยวิธีการสนทนาไม่เป็นทางการ (Informal conversational interview) ด้วยเหตุผลที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้สะดวกและเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน

4. ข้อมูลที่ได้ในเบื้องต้นถูกนำมาแยกแยะ จัดกลุ่ม และกำหนดเป็นปัจจัยสำหรับใช้เป็นอัตลักษณ์และมีการคัดเลือก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากสมาชิกกลุ่มบ้านสวนเมล่อน นักวิชาการและนักออกแบบ โดยนำกระบวนการ Analytic Hierarchy Process (AHP) เพื่อตัดสินใจเลือกอัตลักษณ์เป็นตัวแทนสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์

5. การนำเสนอการออกแบบแนวคิด ตามประเด็นที่ได้จากกระบวนการ AHP เพื่อกำหนดเป็นตัวเลือกด้วยการร่างภาพตามแนวคิด

6. การร่างแบบแนวตามตัวเลือกที่มีคะแนนสูงสุดและคัดเลือกแบบในเบื้องต้นโดยนักออกแบบและตัวแทนกลุ่มสำหรับการประเมินการออกแบบในลำดับต่อไป

7. การประเมินการออกแบบด้วยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ นักศิลปะ และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (สมาชิกบ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์)

8. การคัดเลือกแบบและนำมาปรับปรุงแก้ไขกำหนดรายละเอียดแบบ

9. การสรุปผล

ผลการวิจัยและสรุป

ผลการสำรวจพื้นที่ในอำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า แหล่งทรัพยากรที่สำคัญและโด่งดังเป็นที่รู้จักได้แก่ แม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักที่ไหลผ่านจังหวัดฉะเชิงเทรา นอกจากนี้มีสถาปัตยกรรมที่สำคัญได้แก่ วัดสนามจันทร์ วัดผาณิตาราม และวัดบ้านโพธิ์ พื้นที่ส่วนใหญ่จะใช้ในการประกอบอาชีพด้วยการทำนา แปลงเกษตร และเลี้ยงสัตว์ อาทิ ปลา กุ้ง และไก่ เป็นต้น ในปี พ.ศ. 2560 เกิดการรวมตัวของเกษตรกรเป็นคนรุ่นใหม่และเป็นสมาชิกกลุ่ม Young Smart Framer เกษตรกรที่มีความโด่งดัง ในการประกอบอาชีพเกษตรกรได้แก่ กลุ่มที่ทำฟาร์มเมล่อนแบบอินทรีย์ บ้านสวนเมล่อน อ.บ้านโพธิ์ ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 1 ตำบลท่าพลับ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัด

ฉะเชิงเทรา ห่างจากแม่น้ำบางปะกงประมาณ 300 เมตร และ 10.3 กิโลเมตร จากจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นเกษตรกรคนรุ่นใหม่ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยระบบการจัดการเพาะปลูก ซึ่งลดต้นทุนด้านแรงงานคนในการดูแล ผลผลิตเมล่อนมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านรสชาติที่มีความเค็มเล็กน้อยเฉพาะพื้นที่บ้านสวนเมล่อน

ผลการค้นหาอัตลักษณ์ได้กำหนดเกณฑ์ย่อย ได้แก่ การสื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร แสดงถึงผลผลิตในการดำเนินการนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้ สื่อถึงเอกลักษณ์ และเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ทั้งนี้ได้กำหนดทางเลือกที่ใช้เป็นหัวข้อสำหรับนำสู่การออกแบบที่มาจากข้อมูลของพื้นที่ทำกิจกรรมของกลุ่มบ้านส่วนแม่ล่อน อำเภอบ้านโพธิ์ คือ เกษตรอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกง สวนเมล่อนอินทรีย์ ชิดแม่น้ำบางประกง เกษตรอินทรีย์จากกลุ่ม YSF จ.ฉะเชิงเทรา โดยมีการประมวลผลตามขั้นตอนของวิธี AHP แสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การหาผลรวมแนวตั้งของแต่ละเกณฑ์ย่อยที่สื่อถึงบ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์

ปัจจัย	สื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร	แสดงถึงผลผลิตในการ ดำเนินการ	นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้	สื่อถึงเอกลักษณ์	เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
สื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร	1.0	8.0	0.1	0.1	0.1
แสดงถึงผลผลิตในการดำเนินการ	0.1	1.0	0.1	0.1	0.1
นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้	9.0	9.0	1.0	0.1	0.1
สื่อถึงเอกลักษณ์	8.0	8.0	9.0	1.0	3.0
เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	9.0	9.0	7.0	8.0	1.0
รวม	27.1	35.0	17.2	9.4	4.3

ตารางที่ 2 การ Normalization เกณฑ์ย่อยที่สื่อถึงบ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์

ปัจจัย	สื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร	แสดงถึงผลผลิตในการดำเนินการ	นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้	สื่อถึงเอกลักษณ์	เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	ผลรวม
สื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร	0.04	0.23	0.01	0.01	0.03	0.31
แสดงถึงผลผลิตในการดำเนินการ	0.00	0.03	0.01	0.01	0.03	0.08
นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้	0.33	0.26	0.06	0.01	0.03	0.69
สื่อถึงเอกลักษณ์	0.29	0.23	0.52	0.11	0.69	1.84
เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	0.33	0.26	0.41	0.85	0.23	2.08
ผลรวมแนวตั้ง	1	1	1	1	1	

ตารางที่ 3 การ Normalization เกณฑ์ย่อยและการถ่วงน้ำหนักเกณฑ์ย่อยที่สื่อถึงบ้านสวนเมล่อน

ปัจจัย	Normalization	ค่าน้ำหนัก (%)
สื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร	0.06	6%
แสดงถึงผลผลิตในการดำเนินการ	0.02	2%
นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้	0.14	14%
สื่อถึงเอกลักษณ์	0.37	37%
เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	0.42	42%

จากตารางที่ 3 ผลการคำนวณ อัตลักษณ์ของกลุ่มควรสื่อถึงปัจจัยที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 42 ซึ่งจะถูกพิจารณาสำหรับการกำหนดเป็นปัจจัยตัวเลือกในการถ่วงน้ำน้ำหนักดังตารางที่ 4 การสื่อถึงเอกลักษณ์คิดเป็นร้อยละ 37 และนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การถ่วงน้ำหนักเกณฑ์ย่อยและตัวเลือกที่เด่นของบ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์

ปัจจัย	เกษตรอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกง		สวนเมล่อนอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางประกง		เกษตรอินทรีย์จากกลุ่ม YSF จ.ฉะเชิงเทรา	
	Normalization	%	Normalization	%	Normalization	%
สื่อถึงสถานที่ตั้งในการทำเกษตร	0.17	6	2.12	71	0.7	23
แสดงถึงผลผลิตในการดำเนินการ	0.2	7	2.16	72	0.64	21
นำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้	0.17	6	2.1	70	0.74	24
สื่อถึงเอกลักษณ์	0.17	6	2.14	71	0.68	23
เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	0.16	6	2.12	71	0.7	23
รวม	0.87	31	10.64	355	3.46	114
ร้อยละ	-	6.2	-	71	-	22.8

ผลการคำนวณจากหลักเกณฑ์ย่อยและตัวเลือก สำหรับการนำมากำหนดแนวคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มบ้านสวนเมล่อน จากตารางที่ 4 พบว่า ตราสัญลักษณ์ควรแสดงถึงสวนเมล่อนอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกงมีค่าคะแนนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71 และการสื่อถึงเกษตรอินทรีย์จากกลุ่ม YSF จ.ฉะเชิงเทรา และเกษตรอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกง คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ 6.2 ตามลำดับ จึงได้ออกแบบสัญลักษณ์ที่สื่อถึงสวนเมล่อนอินทรีย์และเป็นสวนเมล่อนที่อยู่ชิดแม่น้ำบางปะกง โดยมีการร่างแบบและคัดเลือกแบบจากการประเมิน โดยนักวิชาการ นักออกแบบและสมาชิกบ้านสวนเมล่อน อำเภอโพธิ์ ดังภาพที่ 1 และได้แสดงเกณฑ์และค่าคะแนนประเมิน ดังตารางที่ 5

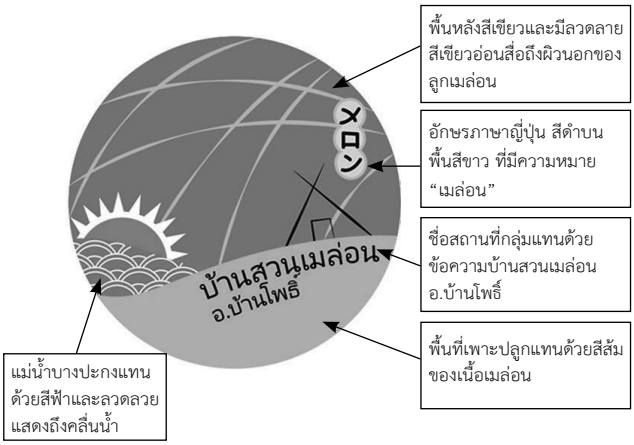
ภาพที่ 1 การแสดงสัญลักษณ์ตามแนวคิดการออกแบบที่สื่อถึงสวน เมล่อนอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกง

ตารางที่ 5 ผลประเมินการออกแบบสัญลักษณ์บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์

	รายการ		SD
1	ตราที่สื่อถึงที่ตั้งของพื้นที่เกษตรกรรม	4.2	0.45
2	ตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงอาชีพกลุ่ม	4.6	0.55
3	ตราที่สื่อถึงผลผลิตที่เกิดจากเกษตรกรรม	4.6	0.55
4	ตราที่สะท้อนถึงความเป็นเครือข่าย	4.2	0.84
5	ตราสัญลักษณ์ที่มีความสวยงาม	4.6	0.89
6	ตรามีความเป็นเอกลักษณ์	4.4	0.55
7	ตราสัญลักษณ์ดูเรียบง่าย	4.6	0.55
8	จดจำได้ง่าย	4.4	0.55
9	ตรามีรูปแบบที่โดดเด่น	4	0.71
10	ภาพโดยรวมตราสัญลักษณ์สื่อความหมายได้ดี	4.2	0.84
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.38	0.64

ผลการประเมินการออกแบบตราสัญลักษณ์ของ บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.38 ซึ่งมีหัวข้อในการประเมินการออกแบบตราสัญลักษณ์สะท้อนให้เห็นถึงอาชีพกลุ่มสื่อถึงผลผลิตที่เกิดจากเกษตรกรรม มีความสวยงามและดูเรียบง่าย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 4.6 อัตลักษณ์ของพื้นที่ซึ่งจะนำมาสร้างเป็นตราสัญลักษณ์ควรเลือกสิ่งที่สามารถสื่อและสร้างการจดจำได้ง่าย เป็นทุนของพื้นที่ซึ่งไม่จำเป็นต้องลงทุนการสร้างขึ้นใหม่ (นิรมล ขมหวาน. 2557; วิไลวรรณ ทวิชศรี. 2560) ที่อาจมาจากวิถีชีวิตของท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี แบบแผนอาคารสถาปัตยกรรม

นอกจากนี้อัตลักษณ์อาจสื่อถึงสถานที่สำคัญของจังหวัด (เบญจวรรณ สุพันอ่างทอง. 2555) โดยเฉพาะ สิ่งที่คนนึกถึงเป็นอันดับแรก หรือสิ่งดึงดูดความสนใจ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโด่งเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ (นุชนาฏ เชียงชัย. 2558) นอกจากนี้ยังสามารถนำเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่สำคัญถูกใช้เป็นทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้ (เกษม กุณาศรี และคณะ. 2560)



ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์บ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์

จากภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์ซึ่งมีแนวคิดการออกแบบที่สื่อถึงสวนเมล่อนอินทรีย์ชิดแม่น้ำบางปะกง โดยแสดงถึงพื้นที่ของการทำเกษตรด้วยพื้นสีส้ม ชิดแม่น้ำบางปะกงที่แสดงลวดลายสีขาวบนพื้นสีฟ้ามีค่าสี C 62%, M 24%, Y 0% และ K 0% พระอาทิตย์โผล่ขึ้นที่ขอบแม่น้ำแสดงสีส้มมีค่าสี C 0%, M 67%, Y 100% และ K 0% พื้นหลังใช้สีเขียวภายใต้ลายกราฟิกที่สื่อถึงผิวภายนอกของผลเมล่อนแสดงค่า C 59%, M 20%, Y 100% และ K 3% ตราแสดงตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นสีดำบนพื้นสีขาวที่มีความหมายว่า “เมล่อน” และนอกจากนี้ได้แสดงชื่อบ้านสวนเมล่อน อ. บ้านโพธิ์ แบบอักษร “Leelawadee” บนพื้นที่สีส้มด้วยค่าสี C 2%, M 31%, Y 87% และ K 0% ซึ่งแสดงถึงลักษณะของสีเนื้อของเมล่อนสายพันธุ์ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบ้านสวนเมล่อน การศึกษาใน ครั้งนี้ถูกนำไปใช้ประกอบในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม เช่น ทำป้ายสินค้า ลวดลายบนของที่ระลึก เช่น เสื้อ หมวก กระเป๋า และถุงใส่สบู่ เป็นต้น

ภาพที่ 3 ตัวอย่างป้ายสินค้าสำหรับติดกับลูกเมล่อนที่แสดงผลผลิตจากบ้านสวนเมล่อน อ.บ้านโพธิ์

ภาพที่ 4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากการออกแบบตราสัญลักษณ์อภิปรายผล

อภิปรายผล

ในพื้นที่อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา มีบริบทที่โด่งเด่นหลายประการ ทั้งที่เป็นแหล่งธรรมชาติ และสิ่งปลูกสร้าง อย่างไรก็ดี ตัวเลือกที่สามารถสื่อสารได้ดีและไม่จำเป็นต้องลงทุน คือ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยเฉพาะแหล่งแม่น้ำบางปะกง ซึ่งเป็นที่รู้จัก ดังนั้น อัตลักษณ์ของพื้นที่จึงเลือกสิ่งที่สามารถสื่อและสร้างการจดจำได้ง่าย คือ การแสดงถึงสิ่งที่เป็นทุนของพื้นที่ ได้แก่ แม่น้ำบางปะกง ซึ่งไม่จำเป็นต้องลงทุนหรือสร้างขึ้นใหม่ สอดคล้องกับงานของ นิรมล ขมหวาน (2557) และวิไลวรรณ ทวิชศรี (2560) ที่แสดงอัตลักษณ์ของชุมชนจากวิถีชีวิตของท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณี แบบแผนอาคารสถาปัตยกรรม โดยพิจารณาถึงอัตลักษณ์สื่อถึงสถานที่สำคัญของจังหวัด (เบญจวรรณ สุพันอ่างทอง, 2555) โดยพิจารณาถึงสิ่งที่คนนึกถึงเป็นอันดับต้นๆ หรือสิ่งดึงดูดความสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นทั้งแหล่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตามข้อเสนอแนะ

จาก นุชนาฏ เชียงชัย (2558) นอกจากนี้ยังสามารถนำเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่สำคัญถูกใช้เป็นทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ตามข้อเสนอของเกษม กุณาศรี และคณะ (2560)

ภาพรวมของตราสัญลักษณ์ต้องการสื่อให้สามารถรับรู้ถึงความเป็นธรรมชาติโดยเลือกสีที่เน้นถึงลูกเมล่อนที่มีผิวสีเขียวและเนื้อในสีส้ม โดยแสดงด้วยพื้นที่เพาะปลูกที่อยู่ชิดกับแม่น้ำบางปะกงที่ถูกแสดงลวดลายของแม่น้ำสีขาวบนพื้นสีฟ้า สร้างความสดใสและรุ่งเรืองจากแสงของพระอาทิตย์ที่โผล่ขึ้นเหนือขอบของแม่น้ำ แสดงตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นสีดำบนพื้นสีขาวที่มีความหมายว่า “เมล่อน” และนอกจากนี้ได้แสดงชื่อบ้านสวนเมล่อน อ.บ้านโพธิ์ การออกแบบเน้นความเรียบง่ายตามข้อชี้แนะ รจนา จันทราสา และภานุ พัฒนปณิธิพงศ์ (2554)

ข้อเสนอแนะ

ตราสัญลักษณ์สำหรับงานนี้มีการศึกษาและออกแบบให้มีความเฉพาะสำหรับบ้านสวนเมล่อน อำเภอบ้านโพธิ์ ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าของกลุ่ม Young smart framer ส่วนหนึ่งซึ่งมีผลผลิตที่มีทั้งความเหมือนและแตกต่างกันหลายชนิด ดังนั้นเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจึงควรมีการศึกษาและสร้างตราสัญลักษณ์ให้เหมาะสมกับผู้ผลิตรายอื่นๆ เพื่อขยายตลาดในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

เกษม กุณาศรี ชนิตา พันธุ์มณี สมบัติ สิงฆราช สุภา สุเทพ และดวงตา สุเทพ. (2560). การเลือกเอกลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยพู. **Journal and community development research (Humanities and Social Sciences),** 10(4) : 86-97.

กองแผนงาน กรมพัฒนาชุมชน. (2561). เข้าถึงได้: https://plan.cdd.go.th/actionplan63 [1 ม.ค. 2561].

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). **โครงการพัฒนาเกษตรกรสู่ Smart Farmer รอบที่ 1.** สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา.

จินตา แปบดิบ. (2556). วาทกรรมอัตลักษณ์ไทใหญ่ชุมชนบ้านเมาะหลวง ตำบลแม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. **Journal of Humanities and Social Sciences University of Phayao.** Vol. 1, No. 2.

นิรมล ขมหวาน. (2557). อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์,** ปีที่ 4 ฉบับที่ 2: 1-13.

นุชนาฏ เชียงชัย. (2558). **การใช้อัตลักษณ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร. 111.

เบญจวรรณ สุพันอ่างทอง. (2555). **การใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี.** วิทยนิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ประชิด ทิณบุตร ธีระชัย สุขสวัสดิ์ และอดิสรณ์ สมนึกแท่น. (2559). การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชัยนาท. **วารสารวิชาการ ศิลปสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร**, ปีที่ 7 ฉบับที่ 1.

รจนา จันทราสา และภานุ พัฒนปณิธิพงศ์. (2554). **การพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม.** การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่นประจำปี 2554. การพัฒนาอนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน. 27-29 มกราคม 2554. 342-348.

วิไลวรรณ ทวิชศรี. (2560). อัตลักษณ์ชุมชน : แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยหลักพุทธสันติวิธีของเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย. **วารสารศิลปะการจัดการ,** ปีที่ 1 ฉบับที่ 2: 63-74.

อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2559). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้. **วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร.** Vol. 13 No. 2