

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ชุดโครงการวิจัยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากด้วยผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ของ จังหวัดอุดรดิตถ์สู่การท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษาทางสาธิตจังหวัดอุดรดิตถ์ มีการพัฒนารูปแบบ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ ออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ และเพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลางสาธิต จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้มีอัตลักษณ์และเหมาะสม สอดคล้องต่อการใช้งาน ทั้งนี้ ได้ดำเนินการวิจัยและสรุปผลการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์

จากการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบออกแบบตรา สัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มผู้วิจัยจึงได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ตราสัญลักษณ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กลางสาธิตให้สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลางสาธิตที่ประดิษฐ์ ตั้งของค่าของผืนป่า จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งจะเป็นการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับ “ผลไม้จากป่ารุกขเทวา เลี้ยง” ที่เน้นกลางสาธิตเป็นหลัก โดยตีแผ่ออกมาในรูปของระบบนิเวศที่สมดุลหรือป่าวนเกษตร ที่มี ลักษณะภูมิศาสตร์เป็นป่า 5 ชั้น มีต้นไม้ขนาดใหญ่คอยดูแลต้นไม้ขนาดเล็ก ส่งผลให้ต้นไม้สามารถ เก็บกักน้ำไว้ใช้ มีการพึ่งพิงและการแบ่งปันน้ำที่ใช้ในการเจริญเติบโตของต้นไม้ในฤดูร้อนที่มีปริมาณ น้ำไม่เพียงพอ มีลำธารที่เป็นดังสายโลหิตที่คอยหล่อเลี้ยงต้นไม้และผลผลิตต่างๆ ภายในผืนป่าให้ เติบโตได้อย่างสมดุล มีต้นกลางสาธิตอายุ 100 ปีที่เปรียบเสมือนบรรพบุรุษของกลางสาธิตที่ยังคงอยู่เพื่อ เป็นขวัญและกำลังใจที่ยึดเหนี่ยวให้ชาวบ้าน เกษตรกรยังไม่ทำลายต้นกลางสาธิตทั้ง การเติบโตของ ผลไม้จากป่าโดยไม่ใช้สารเคมี หรืออุปกรณ์ดักจับแมลงที่จะมาทำลายผลผลิตของป่า สื่อให้เล็งเห็นกับ ดัชนีชีวิตใน ระบบนิเวศสร้างขึ้นมาเพื่อปกป้องผลไม้หรือผลผลิตของป่า เช่น ไยมะม่วง ที่กระจายกันเท่าทุกอนุของสวนกลางสาธิต เพื่อเป็นกำดักธรรมชาติที่คอยทำร้ายแมลงมีพิษ หรือ สิ่งมีชีวิตต่างๆที่จะมาทำลายผลผลิตจากป่า ถ้าเปรียบเทียบในการทำการเกษตรในยุคปัจจุบันนั้นก็คือ การนำตาข่ายสีฟ้ามาปกคลุมผืนป่าที่มีขนาดใหญ่เพื่อป้องกันแมลง หรือสัตว์มีพิษ แต่สิ่งที่เราสัมผัสได้ จากสวนป่าแห่งนี้ คือทัศนียภาพที่มีกำดักธรรมชาติที่เป็นเสน่ห์ และได้กลิ่นอายของความเป็น ธรรมชาติ โดยไม่ได้เอาสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ได้เกิดจากธรรมชาติมาใช้ในการเลี้ยงดูต้นไม้และผลผลิต จากป่า สื่อความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของป่ากลางสาธิต จังหวัดอุดรดิตถ์

จากการสอบถามกลุ่มเกษตรกร ชุมชน นักวิจัย และผู้บริโภคน จำนวน 132 คน พบว่า มีความ พึงพอใจ ชื่อ ชื่อนวลแก้วมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 57

ผลจากการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบภาพจำลององค์ประกอบ ภาพรวมป่ากลางสาธิต สื่อถึงการสร้างให้เห็นถึงคุณค่าของกลางสาธิต ภูมิปัญญาของชุมชนคือการ หรือสิ่ง

ที่แสดงให้เห็นถึงกลางสาตวนเกษตรที่สำคัญของป่า ซึ่งผู้วิจัยได้สร้าง “ปูกลางสาต” อุ่มหลานกลางสาตอยู่ในอ้อมแขน ที่มาจากต้นกลางสาต 100 ปี ขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนของกลางสาตอุดรดิตถ์ที่เป็นผืนสุดท้ายของประเทศและยังมีคงแก่การอนุรักษ์การปลูกกลางสาตไม่ให้เลือนหาย และสร้าง “ปูในบุคลิกที่ขี้มอเตอร์ไซด์และบรรทุกแข่งกลางสาต” ที่แสดงถึงวิถีภูมิปัญญาของการเก็บผลกลางสาตที่จะต้องใช้มอเตอร์ไซด์ที่มีการประดิษฐ์เอาเหล็กเส้นมาทำเป็นตะกร้าสำหรับใส่แข่งกลางสาตในส่วนด้านท้ายของมอเตอร์ไซด์ เนื่องจากภูมิศาสตร์ในการปลูกกลางสาตจะปลูกในพื้นที่ป่า พื้นที่บนเขา มีเส้นทางที่แคบและเล็ก เส้นทางเป็นดินเมื่อหน้าฝนจะเปลี่ยนเป็นดินโคลน จึงมีความยากลำบากในการเก็บผลผลิต ชาวสวนจึงจำเป็นต้องใช้มอเตอร์ไซด์เป็นยานพาหนะในการขนย้ายกลางสาตจากป่าออกมาจำหน่าย

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลางสาต จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้มีอัตลักษณ์ และเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งาน

สรุปผลการสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา การพัฒนา ทดลอง บรรจุภัณฑ์ที่นำ Local Content มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กลางสาต จากแนวคิดในการออกแบบ จำลองรูปแบบ 2 มิติ ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ รวมถึงการสร้างต้นแบบเสมือนจริงของบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลางสาต จำนวน 18 sku. โดยแยกออกเป็น 2 ประเภทคือ Food / Nonfood

สรุปผลจากการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค ทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การสอบถามความพึงพอใจ กลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ เกษตรกร ชุมชน และทีมนักวิจัย โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากรูปถ่ายบรรจุภัณฑ์จริง 100% พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 ประกอบอาชีพ หน่วยงานของเอกชน จำนวน 54 คน ร้อยละ 41.00 ด้านความคิดเห็นการรับรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กลางสาต ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของ การออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กลางสาตสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกลางสาต จังหวัดอุดรดิตถ์ หลังการพัฒนาที่ส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.89$, S.D. =0.88) โดยมีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ($\bar{x}=4.40$, S.D. =0.83) และผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจเหมาะสมในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือน้ำกลางสาตแบบขวดเหลี่ยม ($\bar{x}=4.14$, S.D. =0.89)

ประเด็นที่ 2 การสอบถามความพึงพอใจ กลุ่มเป้าหมาย คือ นักวิจัยและนักศึกษาที่มาร่วมงานประชุมวิชาการระดับชาติพิบูลสงครามวิจัย ครั้งที่ 4 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้การสัมภาษณ์จากตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์จริงที่นำไปจัดแสดง 100% พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีความคิดเห็นด้านองค์ประกอบโดยรวมของการนำเสนอมีความชื่นชอบชื่อตราสัญลักษณ์ แต่รูปกลางสาตยังไม่ชัดเจนเพราะมีความคล้ายคลึงกับพวงองุ่น และยังไม่มีสื่อถึงความเป็นป่ากลางสาตจังหวัดอุดรดิตถ์ ส่วนด้านตราสัญลักษณ์ พบว่า ชื่อมีความแปลกใหม่น่าสนใจ ด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่า มีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีค่าว่า 100% ออแกรนิก มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่มี เนื่องจากเพราะว่ามีความน่าซื้อมากกว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความนิยมมากที่สุด

คือ น้ำล้างสาต 100% ออแกร์นิก และบรรจุภัณฑ์ที่ควรปรับแก้ไขคือ บรรจุภัณฑ์สบู่ก้อนเนื่องจากใบไม้สีเขียวมีความธรรมชาติ แต่ยังไม่สื่อว่ามันคือใบล้างสาต มองแล้วเหมือนใบไม้ทั่วไป

ประเด็นที่ 3 การสอบถามความพึงพอใจ นักวิจัยและนักศึกษาที่มาเข้าร่วมกิจกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระบบงานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยาหัตถ์ตรา ครั้งที่ 3 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้การสัมภาษณ์จากตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ 80% และสแตนดีปูล้างสาต 2 ตัว 20% เกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ล้างสาต ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุตรดิตถ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ล้างสาตสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากล้างสาต จังหวัดอุตรดิตถ์ หลังการพัฒนา ที่ส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ของจังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นนักวิจัยและนักวิชาการด้านการศึกษา มีความคิดเห็นด้านองค์ประกอบโดยรวมของการนำเสนอมีความสวยงามและมีความชื่นชอบ ชื่อ “ช่อนวลแก้ว” และรูปล้างสาต แต่การสื่อถึงป่าล้างสาตยังไม่ชัดเจน ส่วนด้านตราสัญลักษณ์ ชื่อ “ช่อนวลแก้ว” มีความน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคสงสัยว่ามาจากอะไร และปูล้างสาตที่นำมาจัดแสดงดูโดดเด่น น่ารัก และด้านบรรจุภัณฑ์กราฟฟิกที่นำมาใช้เป็นทิศทางเดียวกัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชื่นชอบบรรจุภัณฑ์น้ำล้างสาต 100% ออแกร์นิก ฝาสีน้ำตาลมากที่สุด เนื่องจากทำออกมาแล้วน่าซื้อไปดื่ม แต่ควรจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่ให้มีรูปแบบที่ใช้งานได้ง่ายมากกว่านี้ เนื่องจากไม้ที่นำมาใช้อาจจะมีส่งผลให้เพิ่มขึ้นตอนในการใช้ อยากให้ปรับเป็นแบบสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน บรรจุภัณฑ์สำหรับบำรุงผิวโดยรวมมีความสวยงาม แต่บรรจุภัณฑ์โลชั่นและครีมอาบน้ำแบบซองควรจะมีขนาดเล็กกลงมากกว่านี้

ประเด็นที่ 4 การสอบถามความพึงพอใจผู้เข้าร่วมงานTHAIFEX 2018 เป็นงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก โดยใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าร่วมงาน จากตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ 80% และสแตนดีปูล้างสาต 1 ตัว 10% คลิป VDO นำเสนอ 10% พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 มีการเดินเข้ามร้านแบบกลุ่ม จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6 การแต่งกายใส่ชุดทำงาน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 โดยลักษณะการเดินหรือแวะที่ร้านส่วนใหญ่จะสอบถามจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ สเลอบี้ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา คือ น้ำล้างสาต จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปขั้นต้น (Intermediate Product) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 การสอบถามเกี่ยวกับการกำหนดราคาพบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าราคามีความเหมาะสม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 และเมื่อสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้า พบว่า ส่วนใหญ่ชอบที่ความแปลกใหม่ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4

ส่วนด้านองค์ประกอบโดยรวมของการนำเสนอจากภาพรวม พบว่า มีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ แต่ต้องมีการพัฒนาให้มีความชัดเจนมากกว่านี้ การจัดควรให้มีจุดเด่นในการนำเสนอมากกว่านี้ และด้านตราสัญลักษณ์ ชื่อ “ช่อนวลแก้ว” มีความน่าสนใจ แต่ถ้าจะขยายผลในเชิงพาณิชย์ที่สื่อถึงผลไม้จากป่าล้างสาต จังหวัดอุตรดิตถ์อาจจะต้องพัฒนามากกว่านี้ ซึ่งนี้อาจจะมีความเฉพาะเจาะจงถึงแค่ล้างสาตมากเกินไป และ ด้านบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ แต่ต้องมีการพัฒนาต่อยอดให้มีความชัดเจนที่บ่งบอกถึงความเฉพาะของผลิตภัณฑ์และสินค้ามากกว่านี้

ด้านความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ พบว่า

1. มีผู้ประกอบการมาติดต่อเพื่อนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ จำนวน 22 ราย
2. ผู้ประกอบการมีความสนใจนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์และขยายผลเพื่อจัดจำหน่ายในประเทศไทย และในทวีปเอเชีย เช่น บริษัทคุณชายน้อย บริษัทเลมอนฟาร์ม บริษัทอินดีดีไซน์
3. สายการบินมีความสนใจนำลางสาดออแกร์นิก 100% เพื่อนำไปใช้ในการรับรองผู้โดยสารระหว่างการเดินทาง

สรุปจากการสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลางสาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของกรออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตรต์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลางสาดสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากลางสาด จังหวัดอุดรดิตรต์ หลังการพัฒนา ที่ส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตรต์ ใน 4 รูปแบบ พบว่า ด้านองค์ประกอบโดยรวมของการนำเสนอจากภาพรวมมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ แต่ต้องมีการพัฒนาให้มีความชัดเจนมากกว่านี้ และด้านตราสัญลักษณ์ ชื่อ “ซอ่นวลแก้ว” มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากลางสาดเพียงอย่างเดียว ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์น้ำลางสาดออแกร์นิก 100%

ทั้งนี้ จากวิธีการดำเนินการออกแบบจากกระบวนการในรูปแบบใหม่ สามารถนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางกระบวนการออกแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 5.1 แสดงกระบวนการสกัดใจห้การออกแบบ



ภาพที่ 5.2 แสดงกระบวนการสกัดใจวิทยการวิจัย



ภาพที่ 5.3 แสดงกระบวนการหาแนวคิด สกัดใจวิทยการออกแบบรูปแบบเดิม และกระบวนการหาแนวคิดการ สกัดใจวิทยออกแบบรูปแบบใหม่

อภิปราย

โครงการวิจัยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากด้วยผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์สู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษาลางสาดจังหวัดอุดรดิตถ์ การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ ผู้วิจัยจึงได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบตราสัญลักษณ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลางสาดให้สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของลางสาด ที่ประดุงดงทองคำของผืนป่า จังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งจะเป็นการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับ local content คือ “ผลไม้จากป่ารุกขเทวาเลี้ยง” ที่เน้นลางสาดเป็นหลัก โดยตีแพร่ออกมาในรูปของระบบนิเวศที่สมดุลหรือป่าวนเกษตร ที่มีลักษณะภูมิศาสตร์เป็นป่า 5 ชั้น มีต้นไม้ขนาดใหญ่ คอยดูแลต้นไม้ขนาดเล็กที่สอดคล้องกับงานวิจัยของทีนวงษ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าฉาง (2554 : บทคัดย่อ) โครงการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่างเพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่างและสร้างรูปแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายและเผยแพร่ชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างแพร่หลายอีกทางหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการของที่ระลึกจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง และลูกค้าและนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ประจำภาคเหนือตอนล่าง ควรสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา วัด วิหาร อุทยานแห่งชาติ และโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ เทศกาลงานประเพณี ภาษาพูด การแต่งกาย คำขวัญ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลางสาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งในส่วนของ การออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลางสาดสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากลางสาด จังหวัดอุดรดิตถ์ หลังการพัฒนา ที่ส่งเสริมการใช้อัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ ใน 4 รูปแบบ พบว่า ด้านองค์ประกอบโดยรวมของการนำเสนอจากภาพรวมมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ แต่ต้องมีการพัฒนาให้มีความชัดเจนมากกว่านี้ และด้านตราสัญลักษณ์ ชื่อ “ช่อนวลแก้ว” มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากลางสาดเพียงอย่างเดียว ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์น้ำลางสาดออแกนิค 100% ซึ่งสอดคล้องกับของทีนวงษ์ รักอิสสระกุล และ ธัญญธร อินทร์ท่าฉาง (2554 : บทคัดย่อ) โครงการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่างเพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างจังหวัดภาคเหนือตอนล่างที่นึกถึงมากที่สุดกับจังหวัดที่อยากมีส่วนร่วมมากที่สุด ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ประเพณีของจังหวัดอุทัยธานีมีคนอยากร่วมงานมากที่สุด แต่มีผู้นึกถึงน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าเทศกาลงานประเพณีไม่มีผลต่อการจดจำหรือระลึกถึงของนักท่องเที่ยว แต่ขนาดความเจริญทางกายภาพมีผลต่อการสร้างความจดจำได้ดีกว่า การออกแบบชุดรูปแบบเลขศิลป์ภาคเหนือตอนล่างรูปแบบที่ 2 ได้แรงบันดาลใจการออกแบบมาจากสายน้ำแห่งชีวิต และประสิทธิภาพของการออกแบบชุดเรขศิลป์ภาคเหนือตอนล่าง ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านภาพรวมสีสามารถบ่งบอกและสื่อถึงความเป็นภาคเหนือตอนล่าง และภาพรวมเหมาะสมแก่การนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก อยู่ในเกณฑ์มาก ค่าเฉลี่ย 4.40

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ มีความเป็นไปได้อย่างมากในเชิงพาณิชย์ แต่ควรจะต้องมีการสร้างเรื่องราวที่สื่อถึง ผลไม้จากป่าที่มีความหลากหลายให้เห็นชัดเจนมากกว่านี้ เช่น ทุเรียน สับประรด มังคุด ส้มโอ กล้วย เชียนท้อ และ แก้วมังกร ซึ่งล้วนเป็นผลไม้อินทรีย์จากป่าปลอดสารเคมี