

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 11 มิถุนายน 2564
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 30 กรกฎาคม 2564
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2564

บุษบา หินแหว่^{*}

หลักสูตรสาขาวิชาบัณฑิตกรรมการสื่อสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ และ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง 10 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง และการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและบรรยายเชิงพรรณนา จำนวน 350 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่โดดเด่น และไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีปากต่อปาก ไม่มีเอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้า ดังนั้น จึงหาแนวทางพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าเพิ่มขึ้น และใช้ประโยชน์ได้จริง ซึ่งผู้ผลิตผ้าทอบ้านนาเมือง ชอบสีม่วง มากที่สุด เพราะเป็นสีเอกลักษณ์ของผ้าทอลายประจำจังหวัดสุรินทร์ และต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องสีเหลี่ยมผืนผ้าสีม่วง มีลายผ้าประจำจังหวัด มีสัญลักษณ์สะพานไม้ไผ่บ้านนาเมือง 2. ความพึงพอใจของผู้บริโภค ประเมินผลพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดสุรินทร์ มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และมีความพึงพอใจต่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมืองที่พัฒนาขึ้น ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

คำสำคัญ: การพัฒนา การออกแบบ บรรจุภัณฑ์

^{*} ผู้ประสานงานหลัก: bussaba_took@hotmail.com

The Development of Package and Publicized Leaflets for Natural Dyed Hand-made Cloth of Ban Na Muang Women's Cooperative Group, Pa Dang Sub-district, Chat Trakarn District, Phitsanulok Province.

Received: June 11, 2021

Revised: July 30, 2021

Accepted: August 23, 2021

Bussaba Hintow^{1*}

Lecture of Master of Communication Innovation

Faculty of Management science Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research 1) were to design, develop package and leaflet to publicize natural dyed cloth of Ban Na Muang Women's Cooperative Group, Pa Dang Sub-district, Chat Trakarn District, Phitsanulok Province and 2) study the consumers' satisfactions towards the package and publicized leaflets for natural dyed hand-made cloth. This research is a qualitative research. The major informants were 10 members of Ban Na Muang Women's cooperative group by purposive sampling. The data were collected by employing questionnaire and interview and collect quantitative data for 350 people, analyzed by using statistical analysis and content description.

The findings were found that 1) currently the community enterprise of Ban Na Muang Weaving group had non-outstanding package and unable to attract consumers. Whereas the public relation was word-to-word without any publicized documents for production introduction; therefore, they have to find ways to develop their package and publicized leaflets to make the package more attractive for the increasing customers and actual utilization. The producers like purple the most since it is the unique color of the provincial weaving styled cloth and develop the package into oblong purple box with provincial weaving styled having Ban Na Muang bamboo bridge. 2) Regarding the leaflets, there should be description on hand-made weaving cloth group. The evaluation found that the consumers in Phitsanulok were satisfied with the package more at the highest level with mean of 4.51 and S.D. of 0.64 and satisfied with the developed Ban Na Muang hand-made cloth at the highest level with the mean of 4.59 and S.D. of 0.56

Keywords: Development Design Package

* Corresponding Author: bussaba_took@hotmail.com

บทนำ

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีความพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าจะในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นไป โดยการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งสถานประกอบการ การตลาด การส่งเสริมความสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรม อันจะเป็นการสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้นกับกิจการวิสาหกิจชุมชน (ไพศาล มุ่งสมัคร และคณะ, 2556)

การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วยหลายปัจจัยเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การบริหารจัดการ การสร้างเครือข่าย การตลาด ซึ่งธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้ใช้แนวคิดการตลาดที่มีการนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจริญญา นวลอินทร์ (2552) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน พบว่า การตลาดและการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีต่อความสำเร็จของโครงการกลุ่มอาชีพโอท็อป แต่วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ก็มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ การตลาดและการสื่อสาร การตลาดเป็นอย่างมาก ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีจำหน่ายได้น้อย ประชาชนขาดรายได้ และเกิดภาวะเศรษฐกิจไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ยังต้องมรการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ปัญหาบรรจุกณ์ยังคงใช้บรรจุกณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่ทันสมัย และไม่โดดเด่น ไม่สวยงามมีลักษณะซ้ำ ๆ เหมือนคู่แข่ง เช่น ใช้ถุงพลาสติกหุ้มหิ้ว ใช้บรรจุกณ์ที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดและไม่ได้เพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่เห็นความแตกต่างของสินค้า ซึ่ง อุษณีย์ มากประยูร (2551) ได้อธิบายว่า ถึงแม้จะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี แต่หากใช้บรรจุกณ์ที่ไม่ดึงดูดให้ลูกค้าสนใจแล้วละก็สินค้านั้นก็อาจไม่สามารถจำหน่ายได้เช่นกัน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอมือบ้านนาเมือง ตั้งอยู่เลขที่ 40/2 หมู่ที่ 8 ถนน ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก และดำเนินการเป็นกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง ขึ้นด้วย มีสมาชิก 76 คน มีเงินทุนเวียนในสหกรณ์ 1.5 ล้านบาท และมีการปันผลเงินเฉลี่ยคืนทุกปี มากกว่า 20 ปีแล้ว และจะผลิตสินค้าเมื่อมีการสั่งผลิตจากผู้บริโภคเท่านั้น สมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ลาวที่อพยพมาจาก ไชยะบุรี ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คนลาวเหล่านี้เข้ามาประเทศไทยทางอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย และอพยพมาตั้งหลักแหล่งที่บ้านนาเมือง ซึ่งจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่าชาติตระการเป็นเมืองในหุบเขากลุ่มแม่น้ำแควน้อยที่มีเส้นทางติดต่อระหว่าง ภาคเหนือตอนล่างกับภาคอีสานตอนบน หรือจะกล่าวอย่างง่าย ๆ คือ เส้นทางติดต่อของสุโขทัยกับเมืองเวียงจันทน์และหลวงพระบาง ตามที่ปรากฏในศิลาจารึกหลักที่ 1 (มูลนิธิเล็ก - ประไพวิริยะพันธุ์) และมีการค้นพบหลักฐานเครื่องปั้นดินเผาประเภทไหเนื้อแกร่งบรรจุอัฐิ

กระจายทั่วไปในเขตลุ่มน้ำแควน้อยเป็นลักษณะทางวัฒนธรรมของล้านช้างซึ่งพบมากในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงทำให้นักวิชาการบางท่านตีความว่าคนลาวหรือพวกล้านช้างเข้ามายังลุ่มน้ำแควน้อยโดยผ่านมาทาง จังหวัดเลย และอพยพมาถึงชาติตระการเมื่อ พ.ศ. 2467 จากข้อมูลของเทศบาลตำบลป่าแดง (www.pdmu.go.th) ระบุว่าเมื่อครอบครัวของอดีตผู้ใหญ่บ้านชื่อนายแพง อินทร์ทิพย์ ได้มาตั้งหมู่บ้านอยู่ที่ริมคลองน้ำภาคน้อย แล้วได้ตั้งชื่อว่าบ้านน้ำภาคน้อย ต่อมาประมาณ พ.ศ.2521 ได้มีการแยกหมู่บ้านขึ้น จึงได้แยกหมู่บ้านออกมาจากบ้านน้ำภาคน้อย และตั้งชื่อว่าหมู่บ้านนาเมือง เพราะว่าหมู่บ้านมีทุ่งนาล้อมรอบหมู่บ้านและหลังหมู่บ้านห่างไปประมาณ 5 กิโลเมตรจะมีน้ำตกตาดน้อยที่สวยงาม และใกล้กับน้ำตกชาติตระการ ซึ่งในปัจจุบันชาวบ้านบ้านนาเมืองส่วนมากจะยังคงมีญาติพี่น้องอยู่ที่ แขวงไชยบุรี ประเทศลาว และเดินทางข้ามไปเยี่ยมเยียนกันเมื่อมีโอกาสเสมอ

ชาวบ้านที่บ้านนาเมืองมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ชาวบ้านอยู่กันอย่างถ้อยถ้อยอาศัย รักสงบ ทำให้ชุมชนบ้านนาเมืองเป็นชุมชนที่ค่อนข้างสงบ ไม่วุ่นวาย และมีความเป็นมิตรสูง ชาวบ้านที่นี่จะดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ได้แก่ ทำนาข้าวเหนียว แบบอินทรีย์ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ทำได้ปีละครั้ง

เมื่อว่างจากการทำเกษตรกรรมผู้ชายจะใช้เวลาว่างในการทำจักสานไม้ไผ่ เช่น หวดไผ่หนึ่งข้าวเหนียว กระดัง ไซตักปลา เป็นต้น ซึ่งทำไว้ใช้ในครัวเรือน เหลือใช้ก็จำหน่าย ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ชาวบ้านในหมู่บ้านด้วยตนเอง ผู้หญิงจะทอผ้า มีทั้งทอผ้าเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผ้าฝ้าย ซึ่งได้นำความรู้เรื่องการทอผ้าติดตัวมาแต่ครั้งอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่บ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งสมัยโบราณหน้าที่ทอผ้าเป็นหน้าที่ของลูกผู้หญิงชาวลาวและชาวอีสานทุกคน ที่จะต้องทอผ้าและตัดเย็บเครื่องนุ่งห่มให้เป็น และทอผ้าไว้ใช้กันเองในครอบครัวเป็นลักษณะการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ลูกสาวมีอาชีพติดตัว เพราะสมัยก่อนไม่นิยมส่งลูกสาวให้เรียนสูง ดังนั้นผู้หญิงในหมู่บ้านนาเมืองแทบทุกคนจะทอผ้าเป็น ผ้าทอที่บ้านนาเมืองจะมีลักษณะเป็นการทอมัดหมี่

เมื่อสมัยก่อนชาวบ้านบ้านนาเมืองจะมีกระบวนการทอผ้าครบทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ช่วงทอผ้าจะปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ปลูกฝ้ายเอง ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ เช่น คราม เปลือกมะม่วง แก่นฝาง เปลือกเพกา ครั่ง เป็นต้น เมื่อระยะเวลาผ่านไป สภาพทางภูมิศาสตร์และสังคมได้มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนไป วัสดุธรรมชาติที่จะมาย้อมผ้าหายากขึ้น ราคาแพง และยุ่งยากเมื่อเทียบกับการย้อมสีเคมีและการใช้เส้นใยประดิษฐ์ กระบวนการผลิตผ้าทอของบ้านนาเมืองจึงถูกลดขั้นตอนด้วยต้องการลดเวลาและต้นทุนการผลิต และเมื่อประมาณราว ๆ ปี พ.ศ. 2540 ทางราชการได้เข้ามาสนับสนุนให้ชาวบ้านตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมืองและสนับสนุนให้ทอผ้ามัดหมี่เพื่อสร้างอาชีพเสริม ผ้าทอที่เป็นผืนสีม่วงลวดลายดอกป๊อบ ลายดอกจำปาขาว ลายลูกแก้ว ลายลูกกรง ลายสับประรด ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขาวม้า ผ้าหม่นวม ใช้ด้ายประดิษฐ์เป็นวัตถุดิบ เป็นผลิตภัณฑ์

OTOP 5 ดาวของหมู่บ้าน ขายเมตรละ 250 บาท เวลาจำหน่ายจะใช้ถุงพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์ ไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ และจะผลิตสินค้าเมื่อมีการสั่งผลิตจากผู้บริโภคเท่านั้น

ดังนั้นทางทีมวิจัยและสมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าจึง ตระหนักและสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา เพราะบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในให้ดูดี อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติ ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และยังทำหน้าที่หลัก คือ คัดกรองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค (ประชิด ทิณบุตร, 2531) ตลอดจนแผ่นพับประชาสัมพันธ์สินค้าที่สวยงาม มีข้อมูลครบถ้วน ก็ยังช่วยสร้างการรับรู้ ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้ และประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นต่อไปได้ด้วย อีกทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งาน เป็นตัวกลางในการสื่อสารรายละเอียดของผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย ที่ช่วยขยายตลาดให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคมากขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น และที่สำคัญอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ยังได้บูรณาการด้านการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการและงานวิจัยแก่ชุมชนด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา

เอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การที่วิสาหกิจชุมชน หรือธุรกิจชุมชน จะสามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ได้นั้น นอกจากจะมีผลิตภัณฑ์ที่ดีมีมาตรฐานแล้ว ยังต้องอาศัยการสื่อสารการตลาดด้วย Duncan (2005 อ้างถึงใน ดารา ทิปะปาล และ ธนวัฒน์ ทิปะปาล, 2553) ได้กำหนดเครื่องมือ สื่อการตลาด ประกอบด้วย 8 ประการ ดังนี้ 1) การโฆษณา 2) การส่งเสริมการขาย 3) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว 4) การขายโดยบุคคล 5) การตลาดทางตรง 6) บรรจุภัณฑ์ 7) การจัดกิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์ 8) การบริการลูกค้า ดังนั้น การศึกษาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารการตลาด การวิจัยเรื่องนี้จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้แนวทางการออกแบบที่ผสมผสานความร่วมมือ เป็นตัวกำหนดรูปแบบ โดยใช้กรอบแนวคิดของ ประชิด ชินบุตร (2531) ที่อธิบายว่าบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่าง

มากที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในให้ดูดี อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติ ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และยังทำหน้าที่หลัก คือ ค้ำครองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความกลมกลืน สดส่วน ความสมดุล จังหวะ การเน้น เอกภาพ การตัดกัน จุดมุ่งหมายของการออกแบบเพื่อให้ได้สิ่งที่ดีกว่า การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และมีความสวยงาม นอกจากนี้ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เน้นปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) การออกแบบควรได้ทั้งงานสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ นอกจากนี้ได้เห็นแล้วต้องสื่อสารได้ถึงความรู้สึกให้เกิดขึ้นด้วย 2) บรรจุภัณฑ์ควรสร้างความพึงพอใจเกียติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ 3) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงโดดเด่นออกมาให้เห็นชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้อุปกรณ์ หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ (สมเกียรติ พิษนวก, 2549) สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์มีหลายประเภทด้วยกัน เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว แคตตาล็อก เป็นต้น ซึ่งการออกแบบนำเอารูปภาพประกอบ (illustration) ภาพถ่าย (photography) สัญลักษณ์ (symbol) รูปแบบ และขนาดของตัวอักษร (typography) มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการ สื่อความหมาย และแสดงคุณค่าทางการออกแบบอย่างตรงไปตรงมา (ศิริเพ็ญ คล้ายถม, 2550) ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่มี ทั้งภาพและเสียง และเป็นภาพเคลื่อนไหว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง ตามสภาพการณ์ โดยใช้การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการมีส่วนร่วมกิจกรรมผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลชุมชนและการทอผ้าลายดอกปีบ ตลอดจนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และแผ่นพับ ที่ต้องการ และวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงและมีส่วนร่วมจากชุมชน ได้แก่ สมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์ฯ ที่มีชื่อในโครงสร้างบริหารสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง เป็นคนในชุมชน ทอผ้ามา มากกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่หลักในการดำเนินงานตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารทุกเรื่องในสหกรณ์ฯ เลือกโดยเจาะจง

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค จำนวน 350 คน

พื้นที่ทำการวิจัย ได้แก่ หมู่ 8 บ้านนาเมือง อ.ชาติตระการ จ.พิษณุโลก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม แบบสอบถาม การสังเกต และการมีส่วนร่วมกิจกรรม
หัตถกรรมการผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

ขั้นตอนการวิจัย มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลชุมชนบ้านนาเมือง ได้แก่ ประวัติความเป็นมา อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในหมู่บ้านนาเมือง อำเภอลำดวย จังหวัดพิษณุโลก จากการสัมภาษณ์
สนทนากลุ่ม การสังเกต และการมีส่วนร่วมกิจกรรมการผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนเลือกเนื้อหาและวางแผนการผลิตบรรจุภัณฑ์ และสื่อแผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ สำหรับขั้นตอนนี้ คณะผู้วิจัย ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมผ่านการ
สนทนากลุ่มระดมสมอง การสังเกต การมีส่วนร่วมกิจกรรมการผลิตผ้าทอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นความต้องการ
ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิตผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ และให้
ผู้ทรงคุณวุฒิได้แก่ อาจารย์ ดร.เอกรงค์ ปันพงษ์ อาจารย์ยรรยงวรกร ทองแย้ม ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
สื่อประชาสัมพันธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์นภกรรณ์ อุ่นปรีชาวิชย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และผู้นำกลุ่ม
สตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง จำนวน 3 ท่าน ร่วมกันวิพากษ์ต้นแบบร่างของบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับ
ประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ



แบบที่ 1

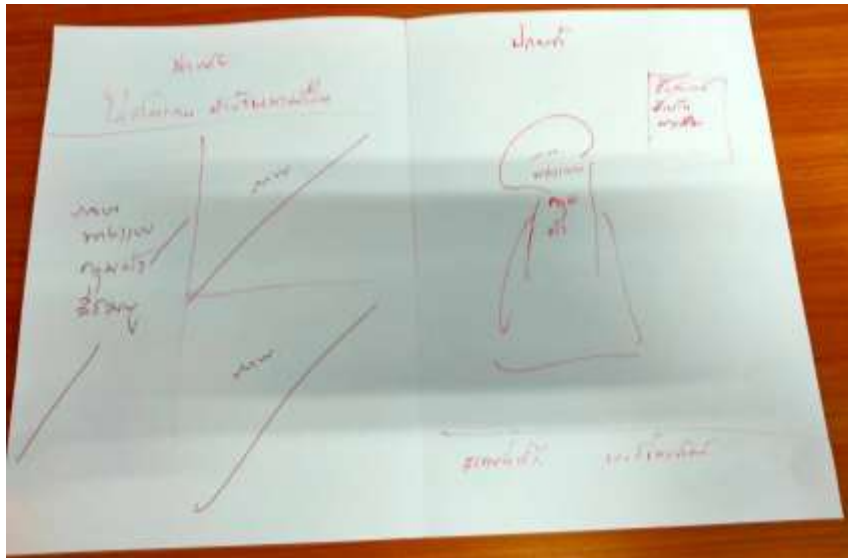


แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพ 1-3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ



ภาพ 4 แบบร่างแผ่นพับ

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขแบบร่างบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับฯ

ขั้นตอนที่ 5 ผลิตบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับฯ

ขั้นตอนที่ 6 ทดสอบหาความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ พร้อมรับคำติชมมาปรับปรุงแก้ไข ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ที่บริเวณตลาดหลังศาลากลางจังหวัดพิษณุโลก และสถานที่ขายของที่ระลึก บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร โดยผู้บริโภคลักสินค้าประเภทผ้าทอลายดอกป๊อป ส่วนใหญ่เป็นผู้เฝ้าหรืออาชีพรับราชการทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน แต่เก็บข้อมูลได้จริงจำนวน 350 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูลจึงใช้กลุ่มตัวอย่างที่เก็บมาได้จริงจำนวน 350 คน โดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยซื้อผ้าทอลายดอกป๊อป

ขั้นตอนที่ 7 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และเป็นไปตามศาสตร์แห่งการสื่อสาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์วิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีวิทยาเชิงคุณภาพและนำมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ

2. วิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หาค่า ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นมาตราประเมิณค่า 5 ระดับ (ประทีป สุวรรณรักษ์, 2542) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ข้อ 1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวน จังหวัดพัทลุง พบว่า ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่โดดเด่น คือ ถุงหิ้วพลาสติกใส และไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้วิธีปากต่อปาก ไม่มีเอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้า ดังนั้น จึงหาแนวทางพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจลูกค้าเพิ่มขึ้น และใช้ประโยชน์ได้จริง ซึ่ง ผู้ผลิตผ้าทอบ้านนาเมือง ชอบสีม่วง มากที่สุด เพราะเป็นสีเอกลักษณ์ของผ้าทอลายประจำจังหวัดพัทลุง และต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องสีเหลี่ยมผืนผ้าสีม่วง มีลายผ้าประจำจังหวัด มีสัญลักษณ์สะพานไม้ไผ่บ้านนาเมือง ส่วนแผ่นพับให้อธิบายถึงผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีในกลุ่ม ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ต้องการ คือ แบบที่ 3 แต่ให้ปรับรูปแบบ ดังนี้

1. ต้องการกล่องสีเหลี่ยม มีรูปแบบเหมือนกล่องไม้ขีด เลื่อนเข้าออก ใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าได้
2. ต้องการให้ใส่รูปสะพานไม้ ที่เป็นสัญลักษณ์ของบ้านนาเมือง ที่ใครมาก็ต้องมาถ่ายรูปที่นี่ แต่ให้เป็นสีขาว

3. ให้มีลายผ้าดอกปืบขาวอยู่บนบรรจุภัณฑ์ด้วย
4. ให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในกล่อง เวลานำผลิตภัณฑ์บรรจุไป
5. ให้กล่องมีความแข็งแรง
6. ให้สามารถใช้เป็นกล่องของขวัญได้ โดยไม่ต้องไปห่อกระดาษของขวัญอีก
7. ให้ใส่สโลแกน ผ้าของกลุ่มว่าผ้าทอสวย ใส่แล้วดี สีไม่ตก
8. ให้ใส่สถานที่ตั้งของกลุ่ม พร้อมเบอร์โทรศัพท์ของประธานกลุ่มทอผ้าด้วย

เมื่อได้รับโจทย์มาผู้วิจัยได้พัฒนาออกมาตาม 8 ข้อข้างต้นและใช้กระดาษอาร์ตการ์ดหนา 350 แกรม เป็นวัสดุในการทำกล่องบรรจุภัณฑ์ และพิมพ์ทองที่ตัวหนังสือ ว่าชาติตระการ กับสะพานไม้ไผ่ ดังภาพต่อไปนี้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ
ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา



ภาพ 5 แสดงภาพเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์แบบเดิม และแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้น

ส่วนแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมืองผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้เป็นสมาชิกกลุ่มสหกรณ์ทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา จำนวน 10 ท่าน มีความต้องการแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าผ้าทอ ที่มีข้อมูล ดังนี้

1. มีประวัติกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอ ว่า เป็นใคร มาจากไหน
2. มีผลิตภัณฑ์ผ้าทออะไรบ้าง
3. สถานที่ผลิตและจัดจำหน่าย เบอร์โทรศัพท์ติดต่อได้

เมื่อได้ข้อมูลความต้องการจากผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบแผ่นพับและเนื้อหา ขึ้นดังนี้



ภาพ 6-7-8 แสดงภาพแผ่นพับที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ พบว่า ผู้วิจัยได้นำบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้บริโภคประเมินผลความพึงพอใจ ซึ่งได้ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้รับกลับมาจำนวน 350 ชุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตาราง 1 ตารางวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภค จังหวัดพิษณุโลก ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมือง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	24	6.86
หญิง	324	92.57
ไม่ตอบเพศ	2	0.57
รวม	350	100
อายุ		
21-30 ปี	78	22.29
31-40 ปี	89	25.43
41-50 ปี	87	24.86
51 ปีขึ้นไป	96	27.43
รวม	350	100
อาชีพ		
แม่บ้าน	16	4.57
เกษตรกร	22	6.29
รับจ้าง	54	15.43
ข้าราชการ	204	58.29
อื่นๆ	53	15.14
รวม	350	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 324 คนคิดเป็นร้อยละ 92.57 เพศชายจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.86 และไม่ตอบเพศจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.57 ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.43 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.43 มีอายุระหว่าง 41-50 ปีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 และมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.29 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 204 คน จำนวน 58.29 รองลงมาอาชีพรับจ้าง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.43 มีอาชีพอื่นๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 15.14 มีอาชีพเกษตรกรจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.29 และมีอาชีพแม่บ้านจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.57

ตาราง 2 ตารางวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภค จังหวัดพิจิตร ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมือง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การสื่อความหมายโดยรวมตรงตามวัตถุประสงค์	4.34	0.66	มาก
2. การใช้สีที่มีความหมายเหมาะสมกับอัตลักษณ์สินค้าผ้าทอ จังหวัดพิจิตร	4.81	0.48	มากที่สุด
3. มีความเรียบง่าย สวยงาม สามารถสร้างการจดจำได้ดี	4.51	0.62	มากที่สุด
4. มีความลงตัวเป็นเอกภาพ	4.27	0.65	มาก
5. แบบอักษรเหมาะสมกับตราสัญลักษณ์รูปภาพ	4.27	0.68	มาก
6. ตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงเหมาะสมกับสินค้าด้านใช้งาน	4.65	0.59	มากที่สุด
7. ตำแหน่งการจัดวางของงานกราฟิกทั้งหมดมีความเหมาะสม กลมกลืน	4.37	0.62	มาก
8. ข้อมูลบนตัวบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.47	0.66	มาก
9. บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ สามารถใช้งานได้จริง	4.88	0.39	มากที่สุด
รวม	4.51	0.64	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอบ้านนาเมืองในภาพรวมในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 (S.D. = 0.64)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้าน บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ สามารถใช้งานได้จริง ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.88 (S.D. = 0.39) รองลงมาด้านการใช้สีที่มีความหมายเหมาะสมกับอัตลักษณ์สินค้าผ้าทอ จังหวัดพิจิตร ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.81 (S.D. = 0.48) ด้านตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงเหมาะสมกับสินค้าด้านใช้งาน ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 (S.D. = 0.59) ด้านมีความเรียบง่าย

สวยงาม สามารถสร้างการจดจำได้ดี ระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 (S.D. = 0.62) ด้านข้อมูลบนตัวบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 (S.D. = 0.66) ด้านตำแหน่งการจัดวางของงานกราฟิกทั้งหมดมีความเหมาะสม กลมกลืน ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.62) ด้านการสื่อความหมายโดยรวมตรงตามวัตถุประสงค์ ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D. = 0.66) ด้านแบบอักษรเหมาะสมกับตราสัญลักษณ์รูปภาพ ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.68) ด้านมีความลงตัวเป็นเอกภาพ ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ตารางวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อแผ่นพับของผู้บริโภค จังหวัดพิษณุโลก

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการ	4.41	0.56	มาก
2. ความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.66	0.55	มากที่สุด
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาแผ่นพับ	4.72	0.52	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของการออกแบบแผ่นพับ เช่น สี ขนาดตัวอักษร และการใช้รูปภาพประกอบ	4.73	0.52	มากที่สุด
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อแผ่นพับฉบับนี้	4.42	0.56	มาก
รวม	4.59	0.56	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านความเหมาะสมของการออกแบบแผ่นพับ เช่น สี ขนาดตัวอักษร และการใช้รูปภาพประกอบระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.73 (S.D. = 0.52) รองลงมาด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเนื้อหาแผ่นพับในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.72 (S.D. = 0.52) ด้านความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.66 (S.D. = 0.55) ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อแผ่นพับฉบับนี้ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 (S.D. = 0.56) และด้าน เนื้อหาที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.41 (S.D. = 0.56) ตามลำดับ

ดังนั้นบรรจุภัณฑ์และแผ่นพับที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.51 และ 4.59

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ ข้อ 1. เพื่อออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา พบว่า การบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ บ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอลำดวย จังหวัดพะเยา ได้ข้อสรุปด้านเอกลักษณ์ที่เหมาะสมให้ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปลายดอกปื๊ดสีขาว บนพื้นสีม่วง ที่เป็นลายเฉพาะของอำเภอลำดวย คือ ตัวดอกปื๊ดที่เป็นดอกตูมพร้อมก้าน 1 ก้านและมีกลีบ 3 กลีบ เป็นลายเล็ก โดยมีลักษณะการวางลายของดอก สลับขึ้นลงไปมา จนเต็มพื้นผ้า และเป็นลายผ้าประจำจังหวัดพะเยาที่ผู้บริโภครู้จัก และกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง เคยประกวดวาดลายผ้าลายดอกปื๊ดแล้วได้รับรางวัลชนะเลิศ จากทางจังหวัดพะเยา มาก่อน ในปี 2549 และสัญลักษณ์อีกอย่างคือ สะพานไม้ไผ่ บ้านนาเมือง ที่เป็นจุดชมวิวยอดนิยม ซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์กับผู้นำกลุ่มทอผ้าบ้านนาเมือง นำไปสู่การออกแบบที่สื่อและบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นซึ่งเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของบ้านนาเมือง ที่พัฒนาขึ้นแทนถุงพลาสติกมีสีสวยงาม สะดุดตา ทำจากกระดาษแข็งอาร์ตการ์ดหนา 350 แกรม สีม่วง เคลือบมัน บันทึบที่สัญลักษณ์สะพานไม้ และประโยคที่อธิบายว่า ชาติตระการ มัดหมี่นาเมือง มีลายผ้าดอกปื๊ด เกิดความน่าสนใจต่อสายตาผู้บริโภค ซึ่งประชิด ชินบุตร (2531) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในให้ดูดี อีกทั้งยังสื่อถึงลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และยังทำหน้าที่หลักคือ คัดกรองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัยก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค นอกจากนั้นผู้บริโภคสามารถนำกล่องกลับมาใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ใหม่ จึงเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการลดการใช้ถุงพลาสติก ช่วยลดภาวะโลกร้อนอีกทางหนึ่ง

ส่วนวัตถุประสงค์ข้อ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และ สื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ พบว่า ผู้บริโภค มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยผู้บริโภคพึงพอใจต่อ หัวข้อ การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ ได้จริงมีค่าเฉลี่ย 4.88 รองลงมา หัวข้อ สื่อมีความหมายเหมาะสมกับอัตลักษณ์สินค้าผ้าทอ จังหวัดพะเยา อีกทั้งหัวข้อ บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงเหมาะสมกับสินค้าด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.65 สอดคล้องกับ ศรีฐ ลิ้มศิริ และคณะ (2560) พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นประเภทผ้า หรือเครื่องแต่งกายมากที่สุด โดยปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผล ต่อความน่าสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ราคาเหมาะสม และเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากหรือของที่ระลึก สอดคล้องกับ พัชรพล บุญโสภณ และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ (2564) ที่พบว่า กลยุทธ์การตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคตั้งใจซื้ออย่างต่อเนื่อง คือ บรรจุภัณฑ์ ที่มีคุณภาพและที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ช่องทางการติดต่อผู้ผลิต สอดคล้องกับ สุทธาสินี อรุณ (2562) พบว่า ลูกค้ายอมรับภาพลักษณ์ขององค์กรได้ดีจากป้ายหรือโลโก้ที่ชัดเจน จะส่งผลให้ลูกค้าสามารถ

จดจำและรับรู้ภาพลักษณ์ได้ดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อุษณีย์ เสียงพานิช (2562) พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สีสันสวยงาม จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เร็ว

ส่วนแผนผังเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผู้บริโภค มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.59 โดยผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อ หัวข้อเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.41 อยู่ในระดับมาก และหัวข้อความเข้าใจในเนื้อหาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับภัสวดี นิติเกษการสุนทร (2546) ได้กล่าวถึง หลักสำคัญของการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสารจะต้องมีความชัดเจน เนื้อหาที่ส่งไปควรมีความชัดเจน มีความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน และประเด็นเนื้อหาเข้าใจง่าย สอดคล้องกับหลักการออกแบบของวิชฌ สุวรรณเพิ่ม (2540) ที่กล่าวว่า หลักการออกแบบที่ดีนั้น ต้องช่วยให้ผู้อ่านเข้าถึงข่าวสารอย่างรวดเร็ว เอื้อในการรับรู้ สอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารการตลาดของ Duncan (2005 อ้างถึงใน ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล, 2553) กล่าวถึง การสื่อสารการตลาดว่าเป็นกิจกรรมทางการตลาด รูปแบบต่าง ๆ ที่องค์กรธุรกิจได้ดำเนินการเพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร เชิญชวนและเตือนความจำของลูกค้า ทั้งวิธีการทางตรงและทางอ้อม เกี่ยวกับสินค้า บริการ และตราสินค้าขององค์กรธุรกิจไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว โดยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดมี 8 เครื่องมือ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การตลาดทางตรง บรรจุภัณฑ์ การจัดกิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์ และการบริการลูกค้า

จากข้อค้นพบ สรุปได้ว่า เครื่องมือทางการตลาด ที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ บรรจุภัณฑ์ ที่มีไว้คุ้มครองป้องกันตัวสินค้าภายในให้ปลอดภัย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค (ประชิด ทิณบุตร, 2531) และบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภค สินค้าประเภทผ้าทอพื้นถิ่น ต้องการควรสวยงาม มีสีสัน รูปภาพบ่งบอกอัตลักษณ์ของสินค้าพื้นถิ่นนั้นด้วย บรรจุภัณฑ์จะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคมองเห็นได้อย่างชัดเจน สามารถกระตุ้นยอดขายทำให้เกิดผลความพึงพอใจ และมีความจำเป็นต่อการซื้ออย่างต่อเนื่อง เมื่อมีข้อมูลผู้ผลิตที่ครบถ้วนสามารถติดต่อได้ (วรดิษ กาญจนอักษรเดช, 2550 และ วชิร วาสนา, 2555) อีกทั้งแผนผังแนะนำสินค้า ที่มีการสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าที่ชัดเจน ประเด็นเนื้อหาเข้าใจง่าย สวยงาม ก็จะช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคได้ดีด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มี ความหลากหลายกับผู้บริโภค การจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อออกแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เป็นต้น รวมถึงการจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การจัดทำแพ็คเกจ การจัดคู่ผลิตภัณฑ์ที่ขายดีกับผลิตภัณฑ์ที่ มุ่งส่งเสริมให้เกิดการใช้สินค้า

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแผนผังประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ
ของกลุ่มสหกรณ์สตรีทอผ้าบ้านนาเมือง ตำบลป่าแดง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก

เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความหลากหลายขนาดและการส่งเสริมการขาย จะทำให้ผู้บริโภคมีความหลากหลายในการ
เลือกผลิตภัณฑ์

2. ควรมีการฝึกอบรมผู้ประกอบการในความรู้ เรื่องบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และสื่อประชาสัมพันธ์
เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

3. หน่วยงานราชการ ควรให้ความสำคัญในการจัดเงินทุน และให้การสนับสนุนแก่กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนเพิ่มขึ้น และต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัย ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาวัสดุท้องถิ่นเพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม

2. ควรมีการวิจัย ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าธุรกิจผ้าทอ ผ่านสื่อ
อินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนสู่ชุมชน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชยปัญญา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

จริญญา นวลอินทร์. (2552). ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของโครงการกลุ่มอาชีพ OTOP : กรณีศึกษาการดำเนินงาน
กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมบ้านสร้อยหมี่ที่ 10 ตำบลจางลาน อำเภอพนา จังหวัดอำนาจเจริญ (ปริญญา
นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.

ดารา ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด (Marketing Communications)
(ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

พัชรพล บุญโสภณ และธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ (2563). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ
อย่างต่อเนื่องผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วารสาร
วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 2(2), 26-37.

ไพศาล มุ่งสมศรี ธนอม สุวรรณน้อย สรชัย พิศาลบุตร และศิวิชัย ชำชอง. (2556). รูปแบบการจัดการที่
ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์.
วารสารสมาคมนักวิจัย. 18(3), 115-123.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ประทีป สุวรรณรักษ์. (2542). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. บุรีรัมย์: ครุศาสตร์
สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.

ภัสวลี นิติเกษการสุนทร. (2546). หลักสำคัญของการสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ Imprint..

- วรดิษ กาญจนอักษรเดช. (2550). *ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับขนมไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาขนมไทยจังหวัดเพชรบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- วชิร วาสนา. (2555). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกง ตำบลหนองแก อำเภอมืองอุทัยธานี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม. (2540). *การตกแต่งต้นฉบับ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรีฐ ลิ้มศิริ, มานะ เอียวบุญ, ชรินทร์ กุลเศรษฐ์ชัย, สธนวัชร ประกอบผล, วรณิกา เกิดบาง, นรินทร์ สรวิทย์ศิริกุล และรัตนภคธ สมิตินันท์. (2560). ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ กรณีศึกษาเชิอนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติ เขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิทยาลัยเกษตรกรรมและประมง*. 12(1), 137-147.
- ศิริเพ็ญ คล้ายถม. (2550). *การศึกษาทัศนคติต่อการออกแบบแผ่นพับของโรงพยาบาลราม*. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สมเกียรติ พิษนอก. (2549). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผสมสมุนไพรกลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรสมุนไพร อำเภอมือง จังหวัดสุรินทร์*. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- สุธาสิณี อรุณ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของลูกค้าร้านกาแฟ ในเขตอำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. 1(1), 30-44.
- อุษณีย์ มากประยูร. (2551). สภาพและปัญหาการสื่อสารการตลาดของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุดรดิธ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิธ*. 4(7), 9-19.
- อุษณีย์ เสี่ยงพานิช. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. 1(2), 103-117.