

การออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาฮีตีไซน์ จังหวัดอุดรดิตถ์

อังกาบ บุญสูง

หลักสูตรเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาฮีตีไซน์ จังหวัดอุดรดิตถ์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยงที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาฮีตีไซน์ จากการศึกษาลักษณะเฉพาะถิ่นของผ้าไหมทางด้าน ลวดลาย สี กรรมวิธีการผลิต และวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในด้านการปรับปรุงจนถึงการตกแต่งผลิตภัณฑ์รองเท้าผ้าไหม พบว่า จังหวัดอุดรดิตถ์ มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ชาวอีสานจังหวัดอุดรดิตถ์มีลักษณะการทอผ้าตีนจก ส่วนใหญ่จะทำไปใช้เป็นเชิงของผ้าชิ้น ซึ่งจะมี 3 ส่วน คือส่วนชิ้น ส่วนตัวชิ้น และส่วนเชิงชิ้น ผู้วิจัยจึงนำลายเคี้ยวซึ่งเป็นลายจากเชิงชิ้นผ้าทอมือจังหวัดอุดรดิตถ์ ประกอบกับใช้สีม่วงซึ่งสีประจำของกลุ่มและเป็นสีประจำจังหวัดอุดรดิตถ์ มาเป็นสีหลักของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบลวดลายดอกบัวตูมที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทำบัวมาใช้ในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ในส่วนของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกต่อการนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ ที่มีต่อโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ในการผลิตจริง ปรากฏว่า โครงสร้างรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด จากนั้นจึงนำแบบที่ได้จากการคัดเลือก มาทำการเขียนแบบการผลิต ทดลองทำต้นแบบ และนำข้อมูลไปถ่ายทอดให้กับกลุ่มผู้ผลิตแบรนด์วาฮีตีไซน์ เมื่อได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจึงนำไปเก็บข้อมูลสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคและผู้จำหน่าย ในด้านรูปแบบและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยประเด็น บรรจุภัณฑ์มีความสอดคล้องกับลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์สินค้า โครงสร้างตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความสะดวกต่อการขนส่ง ความแข็งแรงสามารถป้องกันสินค้าและง่ายต่อการเก็บรักษา มีความสะดวกต่อการนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตมีความเหมาะสมกับต้นทุน และด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และความพึงพอใจที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จากข้อมูลที่ได้เมื่อสรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในภาพรวมทั้งหมด พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) 4.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) 0.40

คำสำคัญ: รองเท้าผ้าไหม, วาฮีตีไซน์, จังหวัดอุดรดิตถ์, บรรจุภัณฑ์.

The Design Package of Silk Shoe Products for WAREE DESIGN's Brand, Uttaradit

Aungkab Boonsung

Product Design Technology, Faculty of Industrial Technology, Uttaradit Rajabhat University.

Abstract

This research purpose is to 1) design silk shoes products for WAREE DESIGN's Brand, Uttaradit and 2) study the customers and tourists' satisfaction with the designed silk shoe products. The designed products must meet the needs of the manufacturer's marketing target, which contain uniqueness and functionality derived by structures and products' design principle. The local patterns, colors, production methods, tools, and processes of silk shoe production were considered to create the uniqueness of the designed products. It is found that Uttaradit has a variety of cultures, and the one that was chosen is the fabric weaving (Teen Jok) of LapLae people. The fabric is mostly used to create the local's skirt (Zinn). The researcher selected Uttaradit province's color and LapLae's weaving style from Tha Bua group as a designing concept. Regarding product structure design, most customers want the product to be functional. The questionnaire on the aspect of the suitable structure was done and giving the first design to be most appropriate structure. The processing footprint was planned, and the prototype was created and then distributed to the group of WAREE DESIGN's Brand. The satisfaction of the prototype was then evaluated by the customers and the sellers. The evaluation points in term of the structure are the functionality, needs of marketing target, transportation, durability, preservation, ease of use, material selection, production process and cost investment. The evaluation points in term of the graphic design are the satisfaction of the trademark and the design graphic on the product. The analytical result shows an excellent overall satisfaction with an average of 4.72 and standard deviation of 0.40.

Keywords: Silk Shoe Products, WAREE DESIGN, Uttaradit, Package.

1. บทนำ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุมชนและธุรกิจห้างร้าน มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีผลิตภัณฑ์มากขึ้นเปอร์เซ็นต์ในการผลิตสินค้าซ้ำกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอื่นก็เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน เพราะความหลากหลายของสินค้าในท้องตลาดทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือน ใกล้เคียง หรือแตกต่างกันล้วนทำให้เกิดภาวะในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การออกแบบจึงเป็นตัวแปรสำคัญของการแข่งขัน สร้างความแตกต่างและสร้างความจดจำระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค สินค้าควรต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูง ซึ่งเป็นเป้าหมายการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นส่วนสำคัญมากในขั้นตอนการผลิตสินค้า [1]

กลุ่มตัดเย็บผ้าบ้านหนองบัวเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหม ผ้าพื้นเมือง และเริ่มศึกษาวิธีการตัดเย็บรองเท้า โดยมีแนวคิดที่จะนำเอาผ้าไหมของกลุ่มตัดเย็บผ้าบ้านหนองบัวมาผลิตและจัดจำหน่ายรองเท้าผ้าไหมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่ม ต่อมาสมาชิกส่วนใหญ่ของทางกลุ่มไม่ค่อยเห็นความสำคัญกับการทำรองเท้า คุณวาลี เพ็ชรพิชัย จึงได้ออกมาตั้งสถานที่ผลิตรองเท้าผ้าไหมของตนเอง โดยการประยุกต์จากสิ่งที่ได้ศึกษามาและวัตถุดิบที่มี จึงได้ผลิตและจำหน่ายภายในจังหวัดอุดรดิตถ์ และส่งออกตามออเดอร์ อีกทั้งยังเข้าประกวดสินค้า OTOP จนทำให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP 4 ดาว ทำให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น จากการที่ได้ศึกษาวิธีการทำและจัดจำหน่ายจึงได้พบปัญหาของทาง คุณวาลี เพ็ชรพิชัย ซึ่งเป็นประธานกลุ่ม คือบรรจุภัณฑ์นั้นไม่สื่อถึงอัตลักษณ์ของทางกลุ่มที่แสดงให้เห็นว่าเป็นของกลุ่มตัดเย็บผ้าบ้านหนองบัว ซึ่งต้องมีสีที่โดดเด่น เป็นที่จำจดของลูกค้า ปกป้องผลิตภัณฑ์ บ่งบอกวิธีการใช้เก็บรักษาและข้อมูลติดต่อ สะดวกต่อการขนส่ง ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก และให้ประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สามารถนำไปใช้ได้จริง [2]

แม้ว่าบรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่เป็นแค่ส่วนประกอบพื้นฐานของสินค้า แต่สามารถช่วยสร้างความโดดเด่นและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า นอกจากนั้น บรรจุภัณฑ์ยัง

สามารถสื่อถึงตำแหน่งทางการตลาด และเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญที่สุดที่ใช้สื่อสารกับผู้ซื้อ ณ จุดขายสินค้า ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ขายสามารถปกป้องสินค้าจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและทำให้การจัดส่งสินค้าการจัดเก็บสินค้าคงคลังง่ายขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมให้กับแบรนด์วาลีดีไซน์ ผู้จัดทำโครงการได้เสนอที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหม โดยจะต้องคำนึงถึงอัตลักษณ์ของทางกลุ่มผู้ผลิต ต้องมีสีที่โดดเด่น เป็นที่จำจดของลูกค้า ปกป้องผลิตภัณฑ์ บ่งบอกวิธีการใช้เก็บรักษาและข้อมูลติดต่อ สะดวกต่อการขนส่ง ต้นทุนในการผลิตไม่สูงมาก และให้ประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สามารถนำไปใช้ได้จริง สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า

2. กรอบแนวคิดของการวิจัย

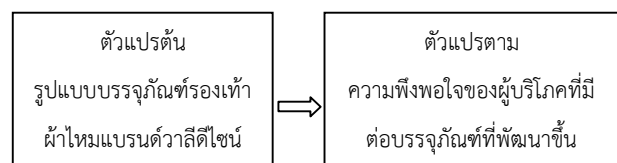
กรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาลีดีไซน์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ดำเนินการตามแนวคิด

1. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ได้ใช้หลักการของประชิด ทิณบุตร [3] กล่าวไว้ 9 ข้อ แต่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิด 6 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.1 ลักษณะของสินค้า
- 1.2 ตลาดเป้าหมาย
- 1.3 การขนส่ง
- 1.4 การเก็บรักษา
- 1.5 ลักษณะการนำไปใช้
- 1.6 ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์

2. ในด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ได้ใช้หลักการของ ศิริพร ปีเตอร์ [4] ที่ได้กล่าวไว้ 4 ข้อ ดังนี้

- 2.1 เข้าใจง่าย
- 2.2 มีความสวยงาม ชวนมอง
- 2.3 ใช้งานได้ง่ายสะดวก
- 2.4 ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเหมาะสม



3. วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์ วาไลตีไซน์ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ค้นคว้า ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังนี้

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล โดยกำหนดแหล่งที่มาของ ข้อมูลดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลด้านเอกสาร วารสาร ตำรา บทความ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการการศึกษา ลักษณะเฉพาะถิ่นของผ้าไหม ทางด้านลวดลาย สี กรรมวิธีการผลิต และวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในด้านการแปรรูป จนถึงการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมรองเท้าผ้าไหม เพื่อหาอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้ประกอบการดำเนินงานในขั้นตอนของการออกแบบและความเหมาะสมในการทำงานวิจัย

3.1.2 แหล่งข้อมูลด้านการสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุดบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาไลตีไซน์ จากการใช้แบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำโครงการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาไลตีไซน์ จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ แบบสอบถามความต้องการ แบบสอบถามความคิดเห็น แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยกำหนดขอบเขตและประเด็นถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ มีดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลลักษณะเฉพาะถิ่นของผู้ประกอบการรองเท้าผ้าไหม จังหวัดอุดรดิตถ์ ทางด้านลวดลาย สี กรรมวิธีการผลิต และวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในด้านการแปรรูปจนถึงการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมรองเท้าผ้าไหม เพื่อหาอัตลักษณ์มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



รูปที่ 1 การสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการ

3.2.2 แบบสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการหรือความนิยมเกี่ยวกับโครงสร้าง ลวดลาย และวัสดุบรรจุภัณฑ์ ของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวโน้มนำในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.2.3 แบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมที่พัฒนาขึ้น เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ในการผลิตจริง



รูปที่ 2 การเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภค

3.2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหม หลังการออกแบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น



รูปที่ 3 หาความพึงพอใจจากจุดจำหน่ายของฝาก

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 จัดเตรียมเครื่องมือในการวิจัย ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคโดยรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง

3.3.2 วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดบรรจุภัณฑ์แล้ว นำเสนอต่อกลุ่มผู้ผลิตให้ทราบ แล้วทำการสรุปแนวทางร่วมกันเพื่อทำการออกแบบ

3.3.3 ศึกษาทางด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ สรุปข้อมูลแล้วทำการออกแบบ เพื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบและหน้าที่การใช้งาน

3.3.4 นำแบบร่างเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการสรุปแบบให้แก่กลุ่มผู้ผลิต

3.3.5 นำแบบที่ทำการสรุปมาทำการเขียนแบบเพื่อการผลิต แล้วทดลองทำต้นแบบการผลิตเพื่อวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดในการใช้งานจริง และในกระบวนการผลิต พร้อมทั้งปรับแก้ไขแบบเพื่อลดปัญหา

3.3.6 เมื่อได้ต้นแบบโครงสร้างแล้ว จึงออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ไปตามวัตถุประสงค์

3.3.7 ทดลองพิมพ์บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ แล้วนำเสนอต่อกลุ่มผู้ประกอบการ



รูปที่ 4 การทดลองขึ้นรูปโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาลีดีไซน์



รูปที่ 5 การทดลองพิมพ์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาลีดีไซน์

3.3.8 เมื่อได้ต้นแบบแล้วจึงนำไปทดสอบหาความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง แล้วทำการวิเคราะห์สรุปผลที่ได้ พร้อมทั้งแนวทางเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3.9 นำเสนอผลงานการทำวิจัยทั้งหมด



รูปที่ 6 เสนอแบบร่างต่อผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้ผลิต

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 นำข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ นำผลที่ได้จากข้อมูลการสำรวจมาแปรผลทางสถิติเสนอเป็นค่าตัวเลขประกอบการบรรยาย

3.4.2 สำรวจความต้องการของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมต่อกลุ่มผู้บริโภค พร้อมทั้งตรวจสอบจำนวนความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุดมาแปรผลทางสถิติเพื่อสรุปข้อมูล โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

3.4.3 สำรวจแบบสอบถามความคิดเห็นต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ พร้อมทั้งตรวจสอบจำนวนความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับมาแปรผลเพื่อสรุปข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

3.4.4 ทำการสำรวจความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่ทำการออกแบบและพัฒนาขึ้น โดยประเมินการออกแบบและประเมินการทดลองต้นแบบ พร้อมทั้งตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับมาแปรผลเพื่อสรุปข้อมูลต่างๆ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน [5]

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ดังนี้

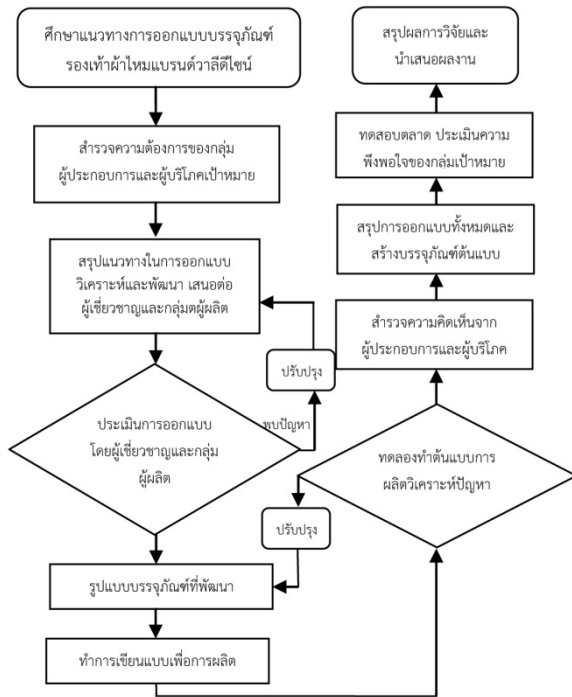
4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มาก

2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง น้อย
1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจง่าย ต่อกระบวนการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาฬสีน้ำเงิน จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้ออกแบบภาพขั้นตอนการวิจัยไว้ ดังนี้



รูปที่ 7 แสดงขั้นตอนการทำโครงการ

4. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 60 ชุด ปรากฏว่าเป็นผู้หญิงมากที่สุด จำนวน 53 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 88.33 และรองลงมาเป็นผู้ชายจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า

4.1 สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SWOT Analysis โดยสรุปผลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและการใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย พบว่า แนวคิดในการออกแบบกราฟิก คือ จังหวัดอุดรธานี มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ชาวอีสานจังหวัดอุดรธานีมีลักษณะการทอผ้าตีนจกส่วนใหญ่จะนำไปใช้เป็นเชิงของของผ้าชิ้น ซึ่งจะมี 3 ส่วน คือส่วนชิ้น ส่วนตัวชิ้น และส่วนเชิงชิ้นนำเอาลายของ

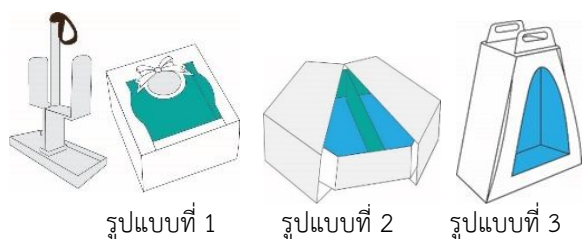
ผ้าทอ เอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้า และสีที่เป็นของกลุ่มและจังหวัดอุดรธานีมาเป็นสีหลักของบรรจุภัณฑ์ ไล่ลดลายน เอกลักษณ์ของทอผ้า

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ประกอบการมีความรู้ และเทคนิคในการผลิตรองเท้าผ้าไหมเป็นอย่างดี และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับรองเท้าผ้าไหมมาเป็นเวลานาน - มีช่องทางจัดจำหน่ายที่แน่นอน - ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า - มีต้นทุนการผลิตต่ำ ทำให้สามารถตั้งราคาขายได้ถูกกว่าคู่แข่งระดับเดียวกันในตลาด - กิจกรรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบที่จำเป็นในการผลิตรองเท้าผ้าไหม ทำให้ต้นทุนขนส่งวัตถุดิบที่ต่ำ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตลาดสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกิจการยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากนัก เนื่องจากยังไม่มีโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ราคาให้ผู้บริโภครับรู้เท่าที่ควร - กิจการมีการดำเนินการในลักษณะ ผู้ประกอบการรายเดียว ทำให้การเพิ่มกำลังแรงงาน และกำลังการผลิตเป็นไปได้ยาก - ไม่มีพนักงาน ทำให้การผลิตรองเท้าผ้าไหมล่าช้า - สถานที่ผลิตสินค้าอยู่ในเขตที่ท้ออาศัยของชุมชนทำให้เกิดข้อจำกัดในด้านการขยายกำลังการผลิต
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - รองเท้าเป็นสิ่งที่จำเป็นกับทุกคน และเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมาโดยตลอด ทำให้สินค้าสามารถขายได้อย่างสม่ำเสมอ - รัฐบาลมีนโยบายในการที่จะส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็อย่างจริงจัง ทำให้เป็นโอกาสในการขยายการผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่มาก ทำให้มีคู่แข่งในตลาดจำนวนมาก - สินค้าเลียนแบบได้ง่าย กิจการจำเป็นต้องสร้างความแตกต่าง รวมทั้งสร้างการรับรู้ในตลาดสินค้าให้กับผู้บริโภค - เทคนิคในการทำรองเท้าของผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก ทำให้ผู้บริโภคแยกความแตกต่างของสินค้าได้ยาก

รูปที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล SWOT Analysis

4.2 ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหม

4.2.1 จากการวิเคราะห์ ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ปรากฏว่า โครงสร้างรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด จาก 3 รูปแบบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา โครงสร้างแบบที่ 3 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 และโครงสร้างรูปแบบที่ 2 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34



รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

รูปที่ 9 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ 3 รูปแบบ

4.2.2 ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ พบว่า กราฟิกรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด

จาก 3 รูปแบบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมา กราฟิก
รูปแบบที่ 3 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 และกราฟิกรูปแบบที่ 2
คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3

รูปที่ 10 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ 3 รูปแบบ

4.3 ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้า
ไหม ซึ่งแบ่งออกเป็นโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
พบว่า

4.3.1 รูปแบบและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1.) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับลักษณะการใช้งาน
ของผลิตภัณฑ์สินค้า มีความพึงพอใจจากผลการ
วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.46 ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50

2.) บรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างตรงตามความต้องการ
ของกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์
ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานเท่ากับ 0.49

3.) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกต่อการขนส่ง/
เดินทางมีความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ
4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

4.) บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงสามารถป้องกัน
สินค้าและง่ายต่อการเก็บรักษา มีความพึงพอใจจากผลการ
วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.65 ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48

5.) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกต่อการนำไปใช้งาน
ตามวัตถุประสงค์ มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์
ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.84 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานเท่ากับ 0.36

6.) การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตมีความ
เหมาะสมกับต้นทุน มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์
ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานเท่ากับ 0.68

4.3.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ความพึงพอใจที่มีต่อ
ตราสินค้า และความพึงพอใจที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1.) ตราสินค้าสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์และ
เอกลักษณ์ของกลุ่มได้ชัดเจน ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของ
กลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.38 และ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานเท่ากับ 0.49

2.) ภาพประกอบมีความเหมาะสม สวยงามเป็นที่
หน้าจดจำ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.73 และ
4.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44

3.) การเลือกใช้โทนสีมีความเหมาะสมผลการ
วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเท่ากับ 4.65 และ 4.92
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48

4.) ตัวอักษรและข้อมูลของตราสินค้ามีความเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 4.80 และ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.39

5.) การจัดวางตราสินค้ามีความเหมาะสม ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 4.76 และ 4.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42

6.) องค์ประกอบโดยรวมมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 4.69 และ 4.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46

4.3.3 ความพึงพอใจในภาพลักษณ์โดยรวมของบรรจุภัณฑ์

1.) สามารถรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าผ่านข้อมูลที่ได้นบนบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 4.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.44

2.) ราคาโดยรวมมีเหมาะสมกับสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับ มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 4.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46

3.) บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีความเหมาะสมในการนำไปใช้งานต่อ มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0

4.) การนำเสนอภาพลักษณ์โดยรวมของสินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีความพึงพอใจจากผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคร่วมกับ 4.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.19

5. สรุปผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสรุปผลการสอบถามความพึงพอใจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามโดย ผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหม วาไลตีไซน์จังหวัดอุดรดิตถ์ ที่ผู้วิจัยออกแบบ มีดังนี้



รูปที่ 13 ผลิตภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาไลตีไซน์



รูปที่ 14 บรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาไลตีไซน์

5.1.1 บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกต่อการขนส่งและเดินทางบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงสามารถป้องกันสินค้าและง่ายต่อการเก็บรักษา บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกต่อการนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ การเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตมีความเหมาะสมกับต้นทุน มีความพึงพอใจต่อรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.63

5.1.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยกราฟิกสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์และเอกลักษณ์ของกลุ่มได้ชัดเจน ภาพประกอบมีความเหมาะสม สวยงามเป็นที่น่าจดจำ การเลือกใช้โทนสีทั้งกราฟิกและตัวอักษรมีความเหมาะสม ตัวอักษรและข้อมูลของตราสินค้ามีความเข้าใจง่าย การจัดวางข้อความมีความเหมาะสมชัดเจน องค์ประกอบโดยรวมมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจต่อ

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.76

5.1.3 ภาพลักษณ์โดยรวมของบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย สามารถรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าผ่านข้อมูลที่ได้นบนบรรจุภัณฑ์ ราคาโดยรวมมีเหมาะสมกับสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนา มีความเหมาะสมในการนำไปเป็นของฝาก การนำเสนอภาพลักษณ์โดยรวมของสินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงคุณค่าของความเป็นผ้าทอของจังหวัดอุดรดิถีได้อย่างชัดเจน มีความพึงพอใจในภาพลักษณ์โดยรวมของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.83

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการที่ได้ศึกษาและทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาสิตีไซน์ จังหวัดอุดรดิถี ผลที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาสิตีไซน์ จังหวัดอุดรดิถี ได้นำลายเค็ยะซึ่งเป็นลายจากเชิงชั้นผ้าทอมือจังหวัดอุดรดิถี ร่วมกับการเลือกใช้สีม่วงซึ่งสีประจำของกลุ่มและเป็นสีประจำจังหวัดอุดรดิถีมาเป็นสีหลักของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และใส่ลวดลายดอกบัวตูมที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทำบัวมาใช้ในการออกแบบกราฟิก เป็นไปตามกรอบแนวคิดการออกแบบของประชิด ทิณบุตร [3] และศิริพรณ์ ปีเตอร์ [4] ซึ่งตรงกับตามความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาสิตีไซน์ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยังพอใจจากผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ควรมีการศึกษากรรมวิธีการผลิตรองเท้าผ้าไหมเพื่อความเข้าใจในรูปทรงและลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และศึกษากระบวนการในการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเองและในโรงงานอุตสาหกรรมเนื่องจากจะลดการใช้เวลาในการผลิต และลดต้นทุนการผลิต ควรวางแผนในการผลิตให้ดี เพื่อให้ได้ความถูกต้องสวยงามและน่าสนใจมากยิ่งขึ้นจะทำให้เกิดการพัฒนายู่ตลอดเวลา

5.3.2 จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้มีคำแนะนำในการออกแบบ คือ กระบวนการในการผลิตถ้ากลุ่มผู้ผลิตสามารถทำบรรจุภัณฑ์ได้ด้วยตนเองก็จะเป็นเอกลักษณ์ประจำกลุ่มได้อีกอย่างหนึ่งและสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้อีกด้วย

6. เอกสารอ้างอิง

- [1] ชัยรัตน์ อัครวางกูร, “ออกแบบให้โดนใจ คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบ”, สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, กรุงเทพฯ, 2548.
- [2] วาสิ เพ็ชรพิชัย, สัมภาษณ์, 2558.
- [3] ประชิด ทิณบุตร, “การออกแบบบรรจุภัณฑ์”, โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์, กรุงเทพฯ, 2531.
- [4] ศิริพรณ์ ปีเตอร์, “ออกแบบกราฟิก”, โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ, 2549.
- [5] นิรัช สุดสังข์, “ระเบียบวิจัยวิจัยทางการออกแบบ”, โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ, 2559.