

การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์  
เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงตำบลนาถ่อน  
อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม\*

A COMPARISON OF THE OPINIONS OF TOURISTS TOWARDS THE MODEL  
OF SPA SALT PACKAGING OF BAN DONG PA YUNG COMMUNITY  
NA THON SUB-DISTRICT THAT PHANOM DISTRICT  
NAKHON PHANOM PROVINCE

ภัทรนันท์ กัญจนวิภาพร

Phattharanan Kanchanawiphaphon

ปาไลดา ศรีศรกำพล

Palida Srisornkompon

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Panyapiwat Institute of Management, Thailand.

E-mail: Ammnoy1979@npu.ac.th

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปา ระหว่างรูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่มามีสการองค์พระธาตุพนม จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.5 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 41 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 61 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 48 และรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 57.5 (2) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา แบบที่ 1 และแบบที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา แบบที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.34$ , S.D = 0.686) (3) ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา ระหว่างแบบที่ 1 และแบบที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแบบร่างบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 มากกว่าแบบที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทาง ( $p < 0.05$ ) ในทุกด้านคือ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบน

---

\*Received: 09 December 2020; Revised: 06 May 2021; Accepted: 07 May 2021



บรรจุกฎณ์ต์ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย จากผลวิจัยนี้ จึงสรุปได้ว่า แบบร่างบรรจุกฎณ์ต์แบบที่ 1 สามารถเป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเกลือสปาได้ต่อไป

**คำสำคัญ:** การเปรียบเทียบความคิดเห็น, แบบร่างบรรจุกฎณ์ต์, เกลือสปา, นักท่องเที่ยว, บ้านดงป่ายูง

## ABSTRACT

The purpose of this research was to compare the opinions of tourists on the draft spa salt products between type 1 and type 2, independent variables, namely demographic characteristics as sex, age, education level, occupation and income. The dependent variables are opinion of tourists on the draft of spa salt packaging in packaging structure, graphic design on packaging, public relations, sales promotion. The sample group was 200 tourists who came to worship Ong Phra That Phanom by using questionnaires to collect data.

It was found that; (1) Most of the samples were female 67.5%, age 21-30 years old were 41%, education lower than bachelor's degree were 61%, student occupation was 48%, and income between 15,001-30,000 baht was 57.5%. (2) The results of analyzing the satisfaction of tourists towards the draft of spa salt packaging, type 1 and type 2, were found that the tourists were satisfied with the draft of spa salt packaging in type 1 is the highest ( $\bar{X}$  = 4.34, SD = 0.686). (3) The results of comparative analysis of spa salt packaging drawings. between type 1 and type 2 were found that tourists were significantly more satisfied with package type 1 than type 2 ( $p < 0.05$ ) in all aspects, namely packaging structure, graphic design on packaging, public relations, sales promotion. From this research It can be concluded that the package draft type 1 can be a design criterion for further enhancing spa salt value.

Keywords: Opinion Comparison, Prototype Packaging, Spa Salt, Tourist, Ban Dong Pa Yung

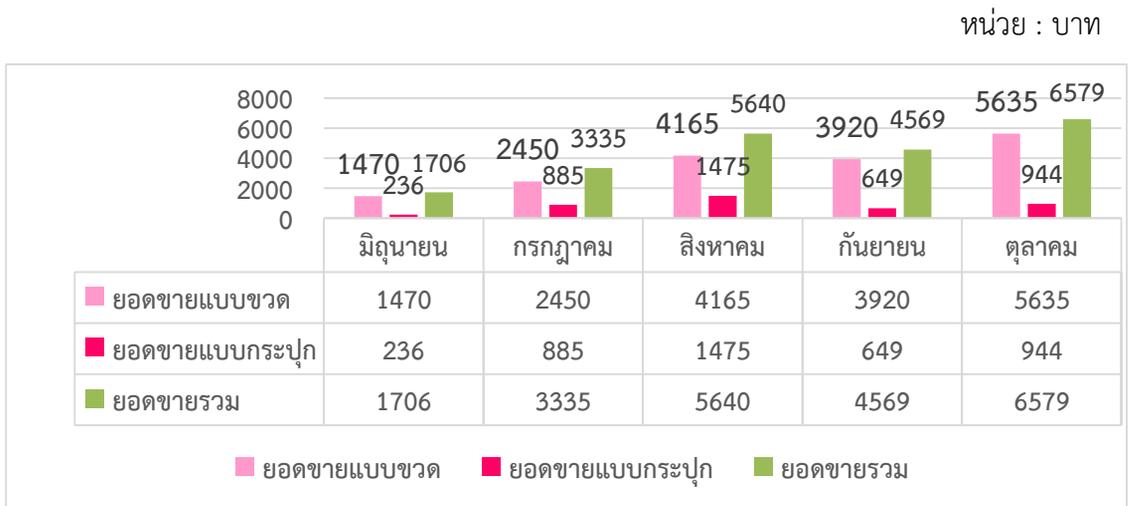
## บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562 ของ ททท. กำหนดไว้ว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สมดุลและทั่วถึง ผ่านการนำเสนอคุณค่าของการท่องเที่ยวประเทศไทย ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ทรงคุณค่า (Value for Experience) และเปิดมุมมองใหม่ให้กับชีวิตจากการสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) ภายใต้การดำเนินงานบนฐานข้อมูลอย่างมีนวัตกรรม รับฟังความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและ



สร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ท้องถิ่น และปี 2562 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับ 1 ใน 4 ของประเทศที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวสูงสุดของโลก โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นตัวเลือกหลักที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและชุมชนของไทยเป็นอย่างมาก

เดิมพื้นที่ชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม มีความเป็นชุมชนดั้งเดิมที่ดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของคนชุมชนจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ มีเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชนพื้นบ้าน ทำให้มีศักยภาพในการพัฒนาทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีนักท่องเที่ยวบางส่วนให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวของชุมชน การเข้ามาของนักท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนจากการขายสินค้าที่คนในชุมชนทำกินทำใช้เอง แต่เนื่องด้วยสินค้าเหล่านี้ยังไม่สามารถสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากพอ และบ้านดงป่ายูง ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้ง ๆ ที่ชุมชนบ้านดงป่ายูง มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจหลายประการ เช่น เครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ทุกชนิด เกลือสินเธาว์ที่ผลิตจากน้ำใต้ดินไม่สามารถหาได้จากที่อื่น และทางชุมชนยังได้รับการสนับสนุนจากวิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ร่วมกับธนาคารออมสิน ได้จัดทำโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น โดยกลุ่มนักศึกษาได้ลงพื้นที่ชุมชนนำเกลือมาแปรรูปในรูปแบบของเกลือสปา เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ชุมชนได้ แต่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ยังขาดการพัฒนา รูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ และการเพิ่มมูลค่าจากบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นน้อยมาก ซึ่งเห็นได้จากการยอดขายเกลือสปาจากโครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น ในช่วงเดือน มิถุนายน 2562 ถึง เดือน ตุลาคม 2562 ดังแสดงรูปที่ 1



รูปที่ 1 สรุปยอดขายเกลือสปา  
ที่มา: โครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น มหาวิทยาลัยนครพนม, 2562



จากรูปที่ 1 จะเห็นได้ว่ายอดขายในช่วงเดือน มิถุนายน 2562 ถึง เดือนตุลาคม 2562 ของเกลือสปาแบบขวด มียอดขายแต่ละเดือนเพิ่มขึ้นรวมทั้งสิ้น 17,640 บาท ซึ่งแตกต่างจากยอดขายเกลือสปาแบบกระปุก ซึ่งมียอดขายแต่ละเดือนรวมกันทั้งสิ้น เพียง 4,189 บาท จะเห็นได้ว่ายอดขายรวมทั้ง 5 เดือนนั้น มีความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งอาจเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์เกลือสปาแบบกระปุกมีรูปลักษณ์หน้าตาผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่โดดเด่น และไม่สามารถสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะซื้อไปใช้ หรือซื้อกลับไปเป็นของฝากได้ จากนั้น ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ชุมชนบ้านดงป่ายูงพบว่า ผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง เป็นผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในตลาดของฝากประจำตำบลนากลาง อำเภอรามพรรณ จังหวัดนครพนม จึงได้เกิดแนวความคิดที่ต้องการจะเพิ่มมูลค่าให้แก่เกลือสปา และเป็นการเพิ่มจำนวนผู้บริโภคให้หลากหลายมากขึ้น แต่การจำหน่ายยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ยังคงใช้บรรจุภัณฑ์แบบธรรมดา ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2562 มหาวิทยาลัยนครพนม ได้มีพิธีพระราชทานปริญญาบัตร โดยมีสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา เจ้าฟ้ามหาจักรีสิรินธร มหาวชิราลงกรณวรราชภักดี สิริกิจการิณีพิริยพัฒน์ รัฐสีมาคุณากรปิยชาติ สยามบรมราชกุมารี เสด็จมาพระราชทานปริญญาบัตร ซึ่งพระองค์ท่านได้เสด็จพระราชดำเนินดูผลิตภัณฑ์จากชุมชนต่าง ๆ ที่มาเฝ้ารับเสด็จ ในครั้งนี้พระองค์ท่านได้ให้คำแนะนำ ชี้แนะผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงว่า เกลือสปาเป็นสินค้าที่ดีมีประโยชน์ต่อผิว แต่รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่ายเกินไป อยากให้สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ผู้วิจัยจึงได้คิดหาวิธีในการดึงความเป็นชุมชนบ้านดงป่ายูงมา ออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงขึ้นมา 2 แบบเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย ไม่ละทิ้งความเป็นกลิ่นไอความเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน จึงได้แบบร่างตามที่ชุมชนต้องการ 2 แบบ ดังแสดงในรูปที่ 2

แบบที่ 1



แบบที่ 2



รูปที่ 2 แบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา

จากแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา นี้ ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงทั้ง 2 แบบ เพื่อให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและซื้อเป็นของฝาก เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปสร้างประโยชน์ด้านพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และเพิ่มยอดขายให้กับชุมชนบ้านดงป่ายูงต่อไปในอนาคต



### วัตถุประสงค์การวิจัย

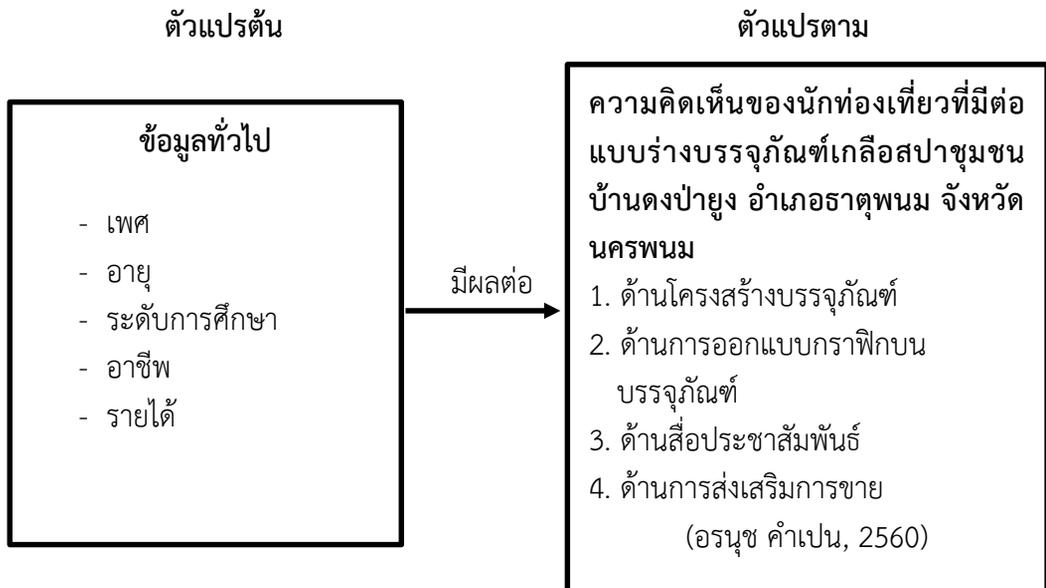
1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ จำแนกตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ แบบที่ 1 และแบบที่ 2

### สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์ จำแนกตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาในรูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 แตกต่างกัน

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว (ตรีรัตน์ อรอมรัตน์, 2560) ที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (อรนุช คำแปน และคณะ, 2560) เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอำเภอลำปาง ในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 จำนวน 613,383 คน (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) จังหวัดนครพนม, 2556)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยความบังเอิญ โดยใช้การสอบถาม ตามเกณฑ์การวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ ซึ่ง Kotler P. & Keller, K. L. (Kotler P., & Keller, K. L., 2012) และ Hox (Hox, J. J., 2002) จำนวน 200 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งวัดค่าความเที่ยงตรง โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง ผลการวัดค่าความเที่ยงตรงในแบบสอบถามทั้งฉบับนี้ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่า 0.95 ซึ่งมากกว่า 0.5 และวัดความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.84 ซึ่งมากกว่า 0.7 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (ตรีรัตน์ อรอมรัตน์, 2560) และแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอลำปาง จังหวัดนครพนม ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอำเภอลำปาง ณ วัดพระธาตุพนมวรวิหาร โดยระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่าง เดือนเมษายน 2563 ถึง เดือนพฤษภาคม 2563 โดยความบังเอิญ ใช้การเก็บแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยการแยกข้อมูลตามเพศ อายุระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธีการหาค่าร้อยละ

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอลำปาง จังหวัดนครพนม เป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย



3. หาค่าการทดสอบที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม ทั้งแบบที่ 1 และแบบที่ 2 จำแนกตามตัวแปรเพศ

4. หาค่าการทดสอบเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนมทั้งแบบที่ 1 และแบบที่ 2 จำแนกตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

## ผลการวิจัย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนมระหว่างรูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 จำนวน 200 คน พบว่า

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.50 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 41 การศึกษาดำรงปริญญาตรี ร้อยละ 61 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 48 และรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 57.50

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาแบบที่ 1 และแบบที่ 2 ด้วยการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตำบลนาถ่อน อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม แบบที่ 1

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.33	0.65	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	4.23	0.76	มากที่สุด
3. ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์	4.47	0.61	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.34	0.71	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.34	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอราทูพนม จังหวัดนครพนม แบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.34$ ,  $S.D = 0.686$ ) เมื่อเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์



ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอนาทม จังหวัดนครพนม แบบที่ 2

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยง	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.28	0.69	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	4.13	0.70	มาก
3. ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์	4.31	0.67	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.06	0.80	มาก
เฉลี่ย	4.19	0.71	มาก

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอนาทม จังหวัดนครพนม แบบที่ 1 พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ ,  $S.D = 0.718$ ) และรายชื่ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย

3. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปา แบบที่ 1 และแบบที่ 2 ในด้านต่าง ๆ เปรียบเทียบจำแนกตามเพศ ดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ในรูปแบบที่ 1 จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา	เพศ	n	$\bar{x}$	S.D	t	Sig
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ชาย	65	4.30	0.46	-0.18	0.11
	หญิง	135	4.53	0.46		
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ชาย	65	4.07	0.61	-0.41	0.02*
	หญิง	135	4.22	0.61		
3. ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์	ชาย	65	4.17	0.48	-0.64	0.04*
	หญิง	135	4.37	0.55		
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	ชาย	65	3.88	0.57	-0.69	0.01*
	หญิง	135	4.15	0.68		
รวม	ชาย	65	4.10	0.39	-0.60	0.04*
	หญิง	135	4.27	0.49		

จากตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงในรูปแบบที่ 1 โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง



สถิติ ( $p < 0.05$ ) ในประเด็นดังนี้ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ในรูปแบบที่ 2 จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา	เพศ	n	$\bar{x}$	S.D	t	Sig
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ชาย	65	4.32	0.43	0.16	0.12
	หญิง	135	4.27	0.47		
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ชาย	65	4.15	0.54	0.06	0.19
	หญิง	135	4.12	0.57		
3. ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์	ชาย	65	4.47	0.46	-0.01	0.24
	หญิง	135	4.47	0.47		
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	ชาย	65	4.37	0.53	0.14	0.14
	หญิง	135	4.32	0.58		
รวม	ชาย	65	4.33	0.40	0.11	0.17
	หญิง	135	4.29	0.44		

จากตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงในรูปแบบที่ 2 โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p > 0.05$ ) คือ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการส่งเสริมการขาย

4. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมทั้งแบบที่ 1 และแบบที่ 2 จำแนกตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางที่ 5 และตารางที่ 6

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ในรูปแบบที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคล	ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์		ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์		ด้านการส่งเสริมการขาย		ภาพรวม	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
อายุ	0.43	0.03*	0.15	0.16	0.26	0.09	0.02	0.24	0.21	0.13
การศึกษา	0.35	0.06	0.09	0.17	0.04	0.21	0.05	0.20	0.13	0.16



อาชีพ	0.10	0.20	0.09	0.21	0.02	0.21	0.27	0.05	0.12	0.16
รายได้	1.58	0.19	2.37	0.07	3.04	0.03*	1.67	0.17	2.16	0.11

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงในรูปแบบที่ 1 โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p > 0.05$ ) คือ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ในรูปแบบที่ 2

ปัจจัยส่วนบุคคล	ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์		ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์		ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์		ด้านการส่งเสริมการขาย		ภาพรวม	
	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
อายุ	0.88	0.02*	0.65	0.00*	0.38	0.06	0.38	0.06	0.57	0.03*
การศึกษา	0.12	0.15	0.49	0.03*	0.14	0.14	0.24	0.09	0.24	0.10
อาชีพ	0.21	0.12	0.29	0.05	0.12	0.19	0.26	0.09	0.22	0.11
รายได้	0.07	0.20	0.06	0.21	0.27	0.08	0.31	0.07	0.17	0.14

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงในรูปแบบที่ 2 โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) คือ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ส่วนด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ระหว่างแบบที่ 1 และ แบบที่ 2

ความคิดเห็น	เปรียบเทียบ	n	$\bar{x}$	S.D	t	Sig.
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	แบบที่ 1	200	4.33	0.46	4.96	0.00*
	แบบที่ 2	200	4.28	0.46		
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	แบบที่ 1	200	4.17	0.59	6.85	0.00*
	แบบที่ 2	200	4.13	0.56		



3. ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์	แบบที่ 1	200	4.47	0.47	5.86	0.00*
	แบบที่ 2	200	4.31	0.54		
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	แบบที่ 1	200	4.34	0.57	1.36	0.00*
	แบบที่ 2	200	4.07	0.65		

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลวิเคราะห์นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงในรูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแบบร่างบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 มากกว่าแบบที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทาง ( $p < 0.05$ ) ในทุกด้านรายละเอียด ดังนี้ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย

## อภิปรายผล

เมื่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูงในรูปแบบที่ 1 มาอภิปรายผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีความโดดเด่นสวยงามและดึงดูดใจผู้ซื้อ รูปภาพพลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมสวยงาม สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชนได้ดี ข้อมูลต่าง ๆ บนฉลากครบถ้วนและถูกต้องตามกฎระเบียบทางกฎหมาย บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ทันสมัยสามารถดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรณุช คำแปน และคณะ ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สปา นารียา การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สปา นารียา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างภาพลักษณ์จากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคจำนวน 50 คน พบว่า จากการตอบแบบสอบถามผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้าได้ สะดวกต่อการใช้งานและโชว์ให้เห็นสินค้าภายใน ส่วนกราฟิกต้องการรูปแบบธรรมชาติ โทนสีเย็น ผู้ศึกษาจึงได้ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย 2 รูปแบบคือ (1) กล่องพับแบบมาตรฐาน (2) กล่องพับอัดตัดตามแม่แบบ เมื่อนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินทั้ง 2 รูปแบบ พบว่า บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยกล่องพับมาตรฐานและบรรจุภัณฑ์ชั้นในกล่องพับแบบมาตรฐานรูปแบบที่ 1 ได้คะแนนความพึงพอใจมาก ในด้านออกแบบกราฟิกและการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยและบรรจุภัณฑ์ การจัดวางพลวดลายเน้นโลโก้ นารียา ที่มีลักษณะเหมือนดอกไม้ให้โดดเด่น น่าสนใจ สำหรับเป็นของฝากหรือของที่ระลึกจะช่วยให้โลโก้ดูโดดเด่น น่าสนใจ และสร้างการจดจำผลิตภัณฑ์ได้ (อรณุช คำแปน และคณะ, 2560) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี ทองโคตร และคณะ ทำวิจัยปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทเกลือสปาคุณภาพดี ของผู้บริโภคในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาดในภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากที่สุดคือ มีการส่งเสริมการขาย บรรจุภัณฑ์มีรูปลักษณ์ทันสมัยดึงดูดใจลูกค้า การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับมาก บรรจุภัณฑ์



ดูสะอาดสวยงามน่าซื้อ ผลิตภัณฑ์มีการรับรองมาตรฐานจาก ออย. หรืออื่น ๆ และควมมีชื่อเสียงและความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก ส่วนในด้านรูปแบบของโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์เกลือสปา รูปแบบของโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจกับลูกค้าที่พบเห็น รูปแบบของโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าใช้ และการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความคิดสร้างสรรค์ (ยุพดี ทองโคตร และคณะ, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกรินทร์ จินดา ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาขนมหวานเพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลตำบลบางตะบูน จังหวัดเพชรบุรี ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมหวานของตำบลบางตะบูนที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ ซึ่งรับการพัฒนาในด้านขนาดของเนื้อผลิตภัณฑ์ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ สี รูปทรง ลวดลาย ฉลากแสดงรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้ผลความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 86.7-100.0 ด้านบรรจุภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 90.0-96.7 สรุปว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา เกินร้อยละ 80.0 จึงนับว่าเจ้าของสินค้าและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา (เอกรินทร์ จินดา, 2559)

### สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างผลิตภัณฑ์เกลือสปาระหว่างแบบที่ 1 และแบบที่ 2 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาใน ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่มีตามัสการองค์พระธาตุพนม จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย Paired t-test, Independent t-test, และ One-Way Anova ผลการศึกษาและทดสอบสมมติฐานที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.5 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 41 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 61 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 48 และรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 57.5 (2) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา แบบที่ 1 และแบบที่ 2 พบว่า (1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปา แบบที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.34$ , S.D = 0.686) (3) ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาระหว่างแบบที่ 1 และ แบบที่ 2 โดยทดสอบแบบคู่ (Paired T-Test) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแบบร่างบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 มากกว่าแบบที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทาง ( $p < 0.05$ ) ในทุกด้านคือ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการ



ส่งเสริมการขาย จากผลวิจัยนี้ สรุปได้ว่าแบบร่างบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 สามารถเป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเกลือสปาได้ต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### **ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้**

กลุ่มชุมชน หรือผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เกลือสปา ควรให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดังนี้

1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ควรมีความคิดสร้างสรรค์ มีการกำหนดโครงสร้างผลิตภัณฑ์ลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ให้มีความแปลกใหม่ โดยชุมชนและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบ
2. ด้านการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ รูปภาพลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ควรสื่อความหมาย ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ และบ่งบอกถึงเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านดงป่ายูงได้
3. ด้านการสื่อประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มข้อความให้มีความแปลกกว่าคู่แข่งมีความแปลกใหม่ สื่อถึงความเป็นชุมชนบ้านดงป่ายูง ซึ่งสามารถจูงใจให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์
4. ด้านการส่งเสริมการขาย ควรออกแบบให้เหมาะสมในการรองรับเพื่อป้องกัน สำหรับการเคลื่อนย้ายได้ และเพิ่มข้อมูลต่าง ๆ บนฉลากให้ครบถ้วนถูกต้องตามกฎหมาย

#### **ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

1. การวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยทำการศึกษาต่อยอดจาก เรื่อง การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบบร่างบรรจุภัณฑ์เกลือสปาของชุมชนบ้านดงป่ายูง ตำบลนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ไปยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม เพื่อนำผลการวิจัยไปประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของชุมชน ต่อไป
2. การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งเน้นที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากราบนมัสการองค์พระธาตุพนม ซึ่งอยู่ในบริเวณวัดพระธาตุพนมวรวิหารเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรจะศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ได้จากวิจัยไปปรับปรุง พัฒนา สำหรับชุมชนหรือผู้ผลิต และจัดจำหน่ายเกลือสปา
3. ควรศึกษาถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เกลือสปาแต่ละแบรนด์ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในการเลือกของผู้บริโภคว่าเลือกแบรนด์นั้น ๆ เพราะเหตุใด



## เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). เรียกใช้เมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan>.
- คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.) จังหวัดนครพนม. (2556). *แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม 4 ปี (พ.ศ. 2558 - 2561)*. นครพนม : สำนักงานจังหวัดนครพนม.
- ตรีรัตน์ อรอมรัตน์. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารแมวระดับพรีเมียมของผู้บริโภค. ใน *การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ยุพดี ทองโคตร และคณะ. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทเกลือสปาคุณภาพดีของผู้บริโภคในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี. ใน *รายงานวิจัย คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี*.
- อรนุช คำแปน และคณะ. (2560). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สปาเนรียา. ใน *การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*. คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เอกรินทร์ จินดา. (2559). การพัฒนาขนมหวานเพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลตำบลบางตะบูน จังหวัดเพชรบุรี. ใน *จุลนิพนธ์ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจทั่วไปการจัดการธุรกิจ*. คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Hox, J. J. (2002). *Multilevel analysis : Techniques and applications*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Kotler P., & Keller, K. L.. (2012). *Marketing Management*. Englewood Cliffs,NJ : Prentice.