

**การสร้างสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์
ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง
อำเภовิหารแดง จังหวัดสระบุรี**

**The Creation of Advertising media for public relations promotion in
eco-agriculture tourism, Ban Khlong Hua Change Community Learning
Center, Amphoe Wihan Daeng, Saraburi Province**

มัทรนี ปราโมทย์เมือง

Mattanee Parmotmuang

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Department of Printing and Packaging Design, Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University
of Technology, Phra Nakhon

E-mail: Mattanee2012@gmail.com Tel. 082-349-3038

Received 10/11/2562

Revised 06/11/2563

Accepted 18/11/2563

บทคัดย่อ

การสร้างสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์เรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อำเภовิหารแดง จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาค้นคว้าข้อมูล การพัฒนาสื่อโฆษณา เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ การสร้าง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่และประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธีการวิจัย ทั้งวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน อันประกอบด้วยกลุ่มผู้รู้ทางกลุ่มวิชาการ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานการออกแบบ-ผลิตสื่อโฆษณา และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องที่เป็นชาวบ้านในชุมชนนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์ สอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล และการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่และนำเสนอด้วยวิธีเขียนเชิงพรรณนา ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด ทั้งด้านการออกแบบโครงสร้างและด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดของการออกแบบ คือ แผ่นพับ

คำสำคัญ: สื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว เกษตรเชิงอนุรักษ์

Abstract

The creation of advertising media for public relations promotion in eco – agriculture tourism was focused. The purposes were to develop advertising media for public relation in eco-tourism, create new public relation media, and assess the satisfaction of the new trend of public relation media. This is an integrated research with mixed method in qualitative and quantitative. The participants were a group of academic groups, a group of advertising media production and design, and a group of villagers in the area of community-based tourism. The instruments used to collect data were interviews, inquiries, data analysis, and evaluation of the satisfaction with public media's styles presented by descriptive writing. The result showed that for packaging styles, the satisfaction was at

the highest level both structural design and packaging graphic design including advertising media and public relations. The highest level of satisfaction in design was a brochure.

Keywords: Advertising and Public relation media, Tourism, Eco-Agriculture

1. บทนำ

“การพัฒนาประเทศ จำเป็นต้องทำตามขั้นตอนการสร้างพื้นฐานคือ ความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นพอสมควร และปฏิบัติให้ได้แล้วจึงค่อยสร้าง ค่อยเสริมความเจริญ และฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับ หากมุ่งแต่ที่จะทุ่มเทสร้างความเจริญ ยกเศรษฐกิจขึ้นให้รวดเร็วแต่ประการเดียว โดยไม่ให้แผนปฏิบัติการสัมพันธ์กับสภาวะของประเทศและประชาชนให้สอดคล้องแล้ว ก็จะเกิดความไม่สมดุลขึ้นเรื่องต่าง ๆ ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยาก ล้มเหลวได้ในที่สุด”

- พระบรมราโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันพฤหัสบดีที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 -

คำว่า เศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นปรัชญาที่ยึดหลักทางสายกลางที่ชี้แนวทางการดำรงอยู่และถือปฏิบัติของประชาชนในทุกระดับให้ดำเนินในทางสายกลาง มีความพอเพียง และมีความพร้อมที่จัดการต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องอาศัยความรู้ รอบคอบและระมัดระวังการวางแผนดำเนินการทุกขั้นตอน ทั้งนี้เศรษฐกิจพอเพียงเป็นการดำเนินชีวิตอย่างสมดุลและยั่งยืน ให้อยู่ได้ในโลกโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันสูง อันประกอบด้วย “ความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน” บนเงื่อนไข “ความรู้” และ “คุณธรรม” โดยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงถูกใช้เป็นกรอบแนวความคิดและทิศทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมหภาคของไทย เพื่อมุ่งการพัฒนาที่สมดุลยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกัน เพื่อความอยู่ดี มีสุข มุ่งสู่สังคมที่มีความสุขอย่างยั่งยืน หรือที่เรียกว่า “สังคมสีเขียว”

ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านคลองหัวช้าง จ.สระบุรี เป็นชุมชนหนึ่งที่น้อมนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิตของชุมชน ตั้งอยู่เลขที่ 10 หมู่ที่ 10 ต.คลองเรือ อ.วิหารแดง จ.สระบุรี มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 2.88 ตารางกิโลเมตร ลักษณะเป็นที่ราบติดเชิงเขา ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2550 จากการรวมตัวตั้งกลุ่มอาชีพของกลุ่มแม่บ้านที่ไม่มีงานทำและไม่มีรายได้ร่วมทำกิจกรรมกลุ่มคือ ทอพรหมเช็ดเท้าจากเศษผ้าเส้นและตั้งชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มแม่บ้านทอผ้าเช็ดเท้าบ้านคลองหัวช้าง” โดยวัตถุประสงค์เพื่อเป็นต้นแบบการสร้างกลุ่มอาชีพให้เป็นระบบส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้หลัก และรายได้เสริมแก่หมู่บ้านในชุมชน ด้วยการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎและเป็นที่เรียนรู้อะไรและท่องเที่ยวภายในชุมชนที่หลากหลายรูปแบบขึ้น ให้เกิดความเข้มแข็งมีภูมิคุ้มกันที่ดีได้อย่างยั่งยืน (ชลธิชา คชประเสริฐ, 2562. การสัมภาษณ์)

ในปี พ.ศ.2549 หมู่บ้านได้รวบรวมแผนการพัฒนาหมู่บ้าน 4 ด้าน โดยใช้แผนยุทธศาสตร์ด้านพัฒนาชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของกรมการพัฒนาชุมชนคือ 1. พัฒนาคน 2. พัฒนาพื้นที่ 3. พัฒนาแหล่งรายได้ 4. พัฒนาแผนชุมชนโดยกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง มีการพัฒนาหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์และได้รับคัดเลือกเป็นหมู่บ้านเชิงท่องเที่ยว โดยชุมชนของจังหวัดสระบุรี ปี พ.ศ.2552 ได้จัดหลักสูตรการเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรพร้อมที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์วิถีชุมชนให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้ามาเรียนรู้ร่วมกัน ส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเรื่อยมา

ดังนั้นในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อ.วิหารแดง จ.สระบุรี จึงถือว่ามีความจำเป็นมากสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้รู้จักเพิ่มขึ้นและสนใจเข้าร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ใช้จึงต้องมีการปรับตัวให้สูงขึ้น มุ่งเน้นสร้างความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการและหน่วยงานองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชน สังคม โดยข่าวสารที่สื่อสารมุ่งเน้นการรับรู้และความเข้าใจ ตลอดจนความผูกพันที่มีต่อผู้บริโภค สื่อโฆษณา สามารถจำแนกได้หลายประเภทซึ่งคำนึงถึงลักษณะที่เป็น

รูปธรรม เกิดประโยชน์ในปัจจุบันและมีศักยภาพในอนาคตไปยังกลุ่มลูกค้าที่กระจายอยู่ในเวลาอันรวดเร็ว เพิ่มยอดการจัดจำหน่ายในการทำตลาดมากยิ่งขึ้น

ในการวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรคสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านคลองหัวช้าง อ.วิหารแดง จ.สระบุรี” ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไปและประชาชนภายในชุมชนบ้านคลองหัวช้าง อ.วิหารแดง จ.สระบุรี มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของชุมชน ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ของชุมชนและผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาตรฐานที่จัดจำหน่าย และเกิดความพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่จากสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น

จากการลงพื้นที่ในการสำรวจ สอบถามและสัมภาษณ์ พบว่า สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เดิมมีปัญหาต่าง ๆ คือ สื่อประชาสัมพันธ์เดิมมีรูปแบบสื่อคล้ายสมัย ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน รูปแบบสื่อมีน้อย ไม่หลากหลาย ไม่ครอบคลุมลักษณะการใช้งาน อาจเกิดจากความไม่รู้ ไม่ชำนาญในการออกแบบที่เหมาะสมสำหรับการใช้งาน ขาดความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร ไม่เข้าพวกกัน ทั้งงานสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์และงานบรรจุภัณฑ์ทางด้านโครงสร้างและด้านกราฟิกที่ไม่เหมาะสมต่อการใช้งานและความงาม วัสดุที่ใช้ผลิตป้ายส่วนใหญ่จะเป็นแผ่นไม้กระดาน เขียนข้อความสีน้ำมัน ทำให้ดูไม่น่าสนใจ จากเหตุผลข้างต้นนี้ ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของโครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างสรรคสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านคลองหัวช้าง อ.วิหารแดง จ.สระบุรี” ที่จะช่วยการสื่อสาร สามารถส่งตรงและส่งต่อข่าวสารของหน่วยงานองค์กรนั้น อีกทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งด้านกิจกรรมการเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ สถานที่พักแบบโฮมสเตย์ ทั้งผลิตภัณฑ์/สินค้าในชุมชนที่ผลิต เพื่อจำหน่ายหารายได้แก่ครอบครัว ชุมชน จากผลผลิตทางการเกษตรของตนเอง ทั้งยังนำแนวคิดวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านคลองหัวช้างเป็นแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เข้าร่วมด้วย ให้เกิดเป็นเอกลักษณ์แก่ชุมชนบ้านคลองหัวช้าง ให้เกิดความเข้าใจและสามารถรับรู้ถึงการประชาสัมพันธ์ได้ในเวลาอันรวดเร็วและกว้างขวางขึ้น ตรงตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาสื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ การสร้าง การผลิตสื่อตัวใหม่และประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์นั่นเอง



รูปที่ 2 รูปแบบเดิมของบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

2. วิธีการศึกษา

2.1 วิธีการวิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานวิธีการวิจัย (Mixed Methods) ดังนี้

- 2.1.1 การลงพื้นที่ภาคสนามในการสำรวจ
- 2.1.2 การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.1.3 การออกแบบและพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ
- 2.1.4 การสร้างและการผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.1.5 การประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่
- 2.1.6 การนำผลงานไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานวิจัยสู่ชุมชน สังคม

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ตามขั้นตอนการดำเนินงานของวัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม
- 2) แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น
- 3) แบบสอบถาม เป็นแบบประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่

2.2.2 กระบวนการวิจัยกับการใช้เครื่องมือในการวิจัย

- 1) ขั้นตอนการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม
 - 1.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - แบบสำรวจ, แบบสัมภาษณ์, การจดบันทึก, การบันทึกภาพ
- 2) ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การศึกษาค้นคว้า, การจดบันทึก, แบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์
- 3) ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์
 - 3.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การศึกษาค้นคว้า, การจดบันทึก, แบบสอบถาม, ผู้เชี่ยวชาญ
- 4) ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่
 - 4.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - แบบสอบถาม ใช้ประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยสถิติจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- 5) การนำผลงานไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานวิจัยสู่ชุมชน สังคม
 - 5.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

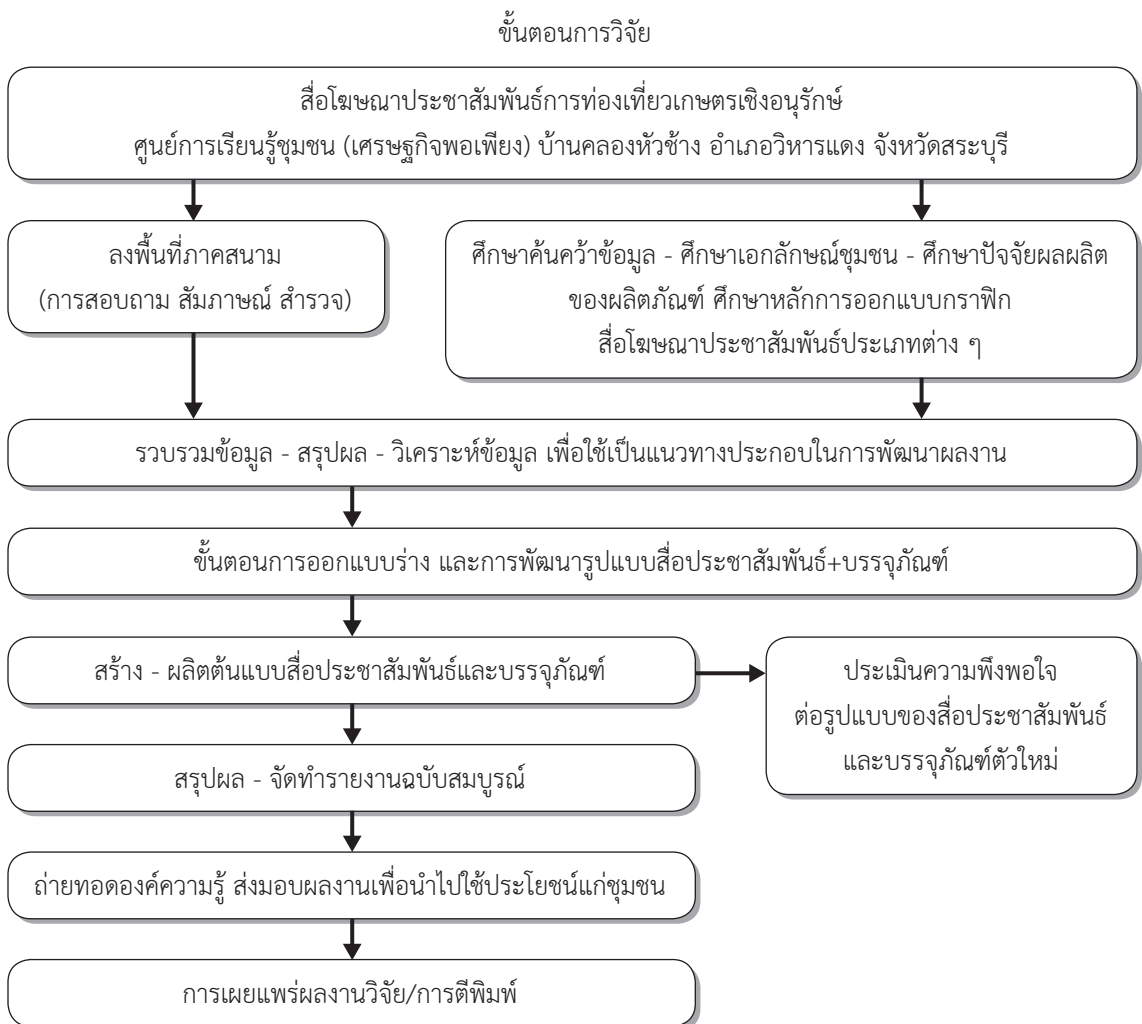
2.2.3 ขอบเขตของการประเมินผลการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- 1) ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่
- 2) ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพและความพึงพอใจของรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่ ดังนี้
 - ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 3) ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
 - ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 400 คน
 - กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 196 คน โดยใช้

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (อ้างในนิรัช สุตสังข์. 2548)

2.3 การเก็บข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น จากการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการสำรวจ สอบถามและสัมภาษณ์ โดยการพูดคุยเชิงลึกกับผู้นำชุมชน ผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ นักท่องเที่ยวและแบบประเมินผลกับกลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยว



รูปที่ 1 แผนผังขั้นตอนการวิจัย

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

2.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลเอกลักษณ์ของชุมชน ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน, การสำรวจ สัมภาษณ์ ซึ่งเกี่ยวกับการตีความข้อมูล เพื่ออธิบายสิ่งที่ปรากฏการณ์และนำมาเป็นแนวคิดและแนวทางการออกแบบ

2.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ โดยสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง ใช้เกณฑ์การวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายและประเมินตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีค่าคะแนน 5 ระดับ แปลความหมาย คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

3.1 ผลการศึกษา วิเคราะห์และอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1.1 ด้านการออกแบบโครงสร้าง ใช้รูปทรงที่เป็นทรงสี่เหลี่ยมเป็นส่วนใหญ่ให้ง่ายต่อการจัดวางซ้อนทับกัน ทำให้ไม่เปลืองพื้นที่ต่อการจัดวางสินค้าสำหรับการจัดจำหน่ายสำหรับบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร, บรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมนิล, บรรจุภัณฑ์ข้าวไรเบอรี่, บรรจุภัณฑ์เห็ดสามรส วัสดุที่ใช้เป็นกระดาษอาร์ต

(Art Paper) ส่วนบรรจุภัณฑ์หีบสามารสด้านใน วัสดุที่ใช้เป็นกล่องพลาสติกชนิดโพลิโพรพิลีน (Polypropylene) หรือเรียกว่า พีพี (PP) เป็นพลาสติกที่มีความใส คงรูป เหนียวและทนแรงกระแทกได้ดี ทนสารเคมีและน้ำมัน ใช้ทำภาชนะบรรจุอาหาร มีฝาปิด มองเห็นสินค้าภายในได้และบรรจุภัณฑ์พรมเช็ดเท้า มีลักษณะเป็นสายคาด

3.1.2 ด้านการออกแบบกราฟิก จะเน้นถึงรูปแบบที่มีสีสันที่มีความสดใส สวยงาม สะดุดตา มีการนำเสนอ/หรือเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านคลองหัวช้างมาใช้ได้อย่างดี เช่น แนะนำสถานที่ของชุมชนบ้านคลองหัวช้าง, กิจกรรมท่องเที่ยว, บ้านพักโฮมสเตย์, ฐานการเรียนรู้, ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาตรฐาน และโลโก้รางวัล มาใช้ประกอบเป็นแนวคิดในการออกแบบซึ่งสื่อถึงความหมาย การแสดงออกทางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่สินค้า และช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อ ใช้แนวคิดของดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2537) ที่ว่า “บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้แหล่งผลิต และเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์ และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า”

3.2 ผลการศึกษา วิเคราะห์และอภิปรายข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

3.2.1 ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้ลักษณะการออกแบบผลงานทั้งหมดให้มีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน ให้มีบุคลิกภาพของผลงานไปในเรื่องเดียวกัน ทั้งการใช้ “สี” ที่ใช้โทนสีเขียวเป็นหลักในการออกแบบที่สื่อแสดงถึงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรธรรมชาติ สื่อถึงการพักผ่อน ผ่อนคลาย ลักษณะ “ตัวอักษร” ใช้แบบคัดลอกมือหรือตัวเขียน (คือแบบไม่มีหัว/ดูเรียบง่าย) ทำให้ดูไม่เป็นทางการ ลักษณะ “รูปภาพ” ใช้ภาพถ่ายเหมือนจริงจากสถานที่จริงและมีภาพกราฟิกและภาพการ์ตูนเข้ามาผสมประกอบการออกแบบและการจัดหน้าบ้าง ให้ดูน่าสนใจ การออกแบบเน้นความเรียบง่าย การสะท้อนวิถีชีวิต ชุมชน ท้องถิ่น ทั้งด้านวิถีชีวิต สภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย อาหารการกิน ทั้งประเพณีวัฒนธรรมและฐานกิจกรรม/ฐานเรียนรู้ภายในศูนย์การเรียนรู้บ้านคลองหัวช้าง เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3.2.2 วัสดุที่เลือกใช้ผลิต แผ่นพับ เป็นกระดาษอาร์ตมัน หนา 130-160 แกรม ลักษณะการพับแบบจดหมาย คือ การพับ 2 ครั้ง แบ่งกระดาษออกเป็น 3 ส่วน เป็นการพับที่ใช้งานง่ายที่สุดและเป็นที่นิยมใช้ที่สุด ป้ายโรลอัพ จะใช้การพิมพ์ลงกระดาษอาร์ต หนา 180 แกรม ขนาด 800 x 1,950 mm. ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของวสุนามไพศาลสถิต (2550) ได้กล่าวไว้ว่า กระดาษอาร์ตมัน สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความมันวาว และเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ คุณภาพกระดาษคมชัด เหมือนต้นฉบับ เอกสารที่ได้จึงคมชัดเหมือนต้นฉบับจริง ส่วนป้ายไวนิล เป็นเม็ดพลาสติกที่นำมาทำไวนิล โดยส่วนใหญ่ทำจากโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ประกบหน้าหลัง โดยตรงกลางเป็นเส้นใยที่จับแผ่นเม็ดพลาสติกไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความแข็งแรงของวัสดุ ส่วนป้ายแผ่นผ้า/แผ่นที่ และป้ายแสดนต์ใช้การพิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์ไวนิล แล้วติดซ้อนลงแผ่นฟลูทบอร์ด (Flute Board) อีกชั้นให้หนาแน่นขึ้น

3.3 ผลการศึกษา วิเคราะห์และอภิปรายข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นแบบสอบถามข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย จากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของตารางวิจัยของเครจซ์และมอร์แกน จำนวน 196 ชุด จากประชากร จำนวน 400 คน ที่เป็นผลการศึกษา วิเคราะห์และอภิปรายผลข้อมูลด้านการออกแบบมีดังนี้

1. ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 กลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 74.00) ระดับช่วงอายุ คือ อายุระหว่าง 45-54 ปี (ร้อยละ 45.00) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 47.50) กลุ่มอาชีพ อันดับแรกคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 29.50) และผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 41.25)

1.2 กลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่มีความต้องการต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ระดับมากที่สุด คือ (ร้อยละ 100.00) การใช้ “ภาพ” คือ ใช้ภาพถ่ายจากสถานที่จริง (ร้อยละ 32.75) การใช้ลักษณะ “สีสัน/

ลวดลาย” อันดับแรกคือ เน้นโทนสีแบบสดใส (ร้อยละ 43.75) ส่วนการใช้ลักษณะ “ตัวอักษร” อันดับแรก คือ เป็นแบบ คัดลอกมือหรือตัวเขียน เน้นเรียบง่าย ดูผ่อนคลาย ไม่เป็นทางการ เหมาะแก่การพักผ่อน (ร้อยละ 53.75) และการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราวสื่อประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมต้องการให้แสดงรายละเอียดที่หลากหลาย ไม่เจาะจงอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นแบบภาพกว้าง รับรู้ได้ทุกเรื่อง คือ การผสมเนื้อหาาร่วมกัน ทั้งการให้แนะนำเกี่ยวกับศูนย์เรียนรู้ชุมชน/ชุมชน, กิจกรรม/ฐานการเรียนรู้, กิจกรรมการท่องเที่ยว, บ้านพักโฮมสเตย์, ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาตรฐาน, โลโก้รางวัล/ประกาศนียบัตร (ร้อยละ 30.00)

2. ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์

2.1 กลุ่มเป้าหมาย ที่ตอบแบบสอบถามความต้องการต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.50) ระดับช่วงอายุ คือ อายุระหว่าง 35-44 ปี (ร้อยละ 36.00) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 50.50) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ คำขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 37.50) และผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 40.00)

ตารางที่ 1 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์/สินค้าชุมชน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์			
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD.	
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.64	0.54	มากที่สุด
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.45	0.66	มาก
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่พอเหมาะพอดี ต่อจำนวนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.59	0.55	มากที่สุด
1.4 สามารถเปิด-ปิด การเก็บรักษาสินค้าและหยิบจับได้ดี สะดวกต่อการใช้งาน	4.32	0.71	มาก
1.5 ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้เป็นอย่างดี	4.59	0.55	มากที่สุด
รวม	4.51	0.60	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์			
2.1 รูปแบบสีสันท มีความสดใส สวยงาม	4.80	0.45	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม สอดคล้อง สวยงาม	4.60	0.55	มากที่สุด
2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.20	0.45	มาก
2.4 การแสดงรายละเอียด ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.65	0.22	มากที่สุด
2.5 บรรจุภัณฑ์มีการนำเสนอ/หรือเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านคลองหัวช้าง มาใช้ได้เป็นอย่างดี	4.80	0.45	มากที่สุด
รวม	4.61	0.42	มากที่สุด
รวมทั้งสิ้น	4.56	0.51	มากที่สุด

สรุปตารางที่ 1 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์/สินค้าชุมชนของกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 และแยกการประเมินผล ดังนี้

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มี 2 ส่วน ดังนี้

1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1.1 คือ รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51

2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 2.1 และ 2.5 คือ รูปแบบสีสันทัน มีความสดใสสวยงาม และบรรจุภัณฑ์มีการนำสื่อ/หรือเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านคลองหัวช้างมาใช้ได้เป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61

ตารางที่ 2 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์

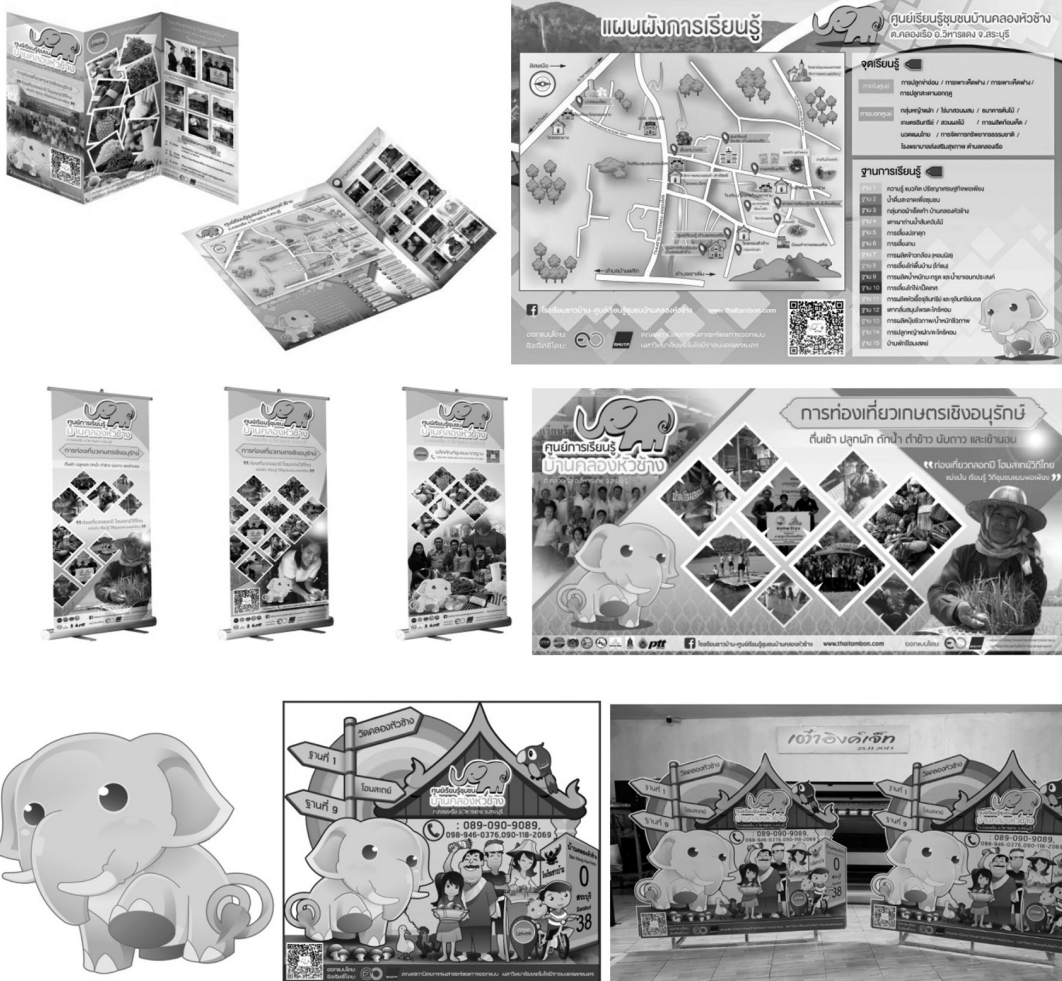
การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์			
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD.	
1. ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนได้ดี	4.25	0.87	มาก
2. เนื้อหา เรื่องราวมีความน่าสนใจ	4.50	0.52	มากที่สุด
3. แสดงข้อมูลและรายละเอียดอย่างครบถ้วน	4.35	0.71	มาก
4. การเลือกใช้รูปแบบตัวอักษร	4.17	0.39	มาก
5. การใช้ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา	4.50	0.80	มากที่สุด
6. รูปภาพมีความชัดเจน คมชัด	4.35	0.71	มาก
7. การจัดวางตำแหน่งของภาพน่าสนใจ สะดุดตา	4.75	0.62	มากที่สุด
8. การเลือกใช้ภาพประกอบ	4.25	0.87	มาก
9. สื่อฯ มีสีสัน สวยงาม สะดุดตา	4.25	0.87	มาก
10. การเลือกใช้โทนสี ตรงตามลักษณะผลงานสื่อฯ	4.75	0.62	มากที่สุด
11. การออกแบบโลโก้/มีสคอร์ต	4.50	0.80	มากที่สุด
12. การออกแบบแผ่นพับ	4.83	0.39	มากที่สุด
13. การออกแบบป้ายแผ่นผ้า/แผ่นที่	4.75	0.62	มากที่สุด
14. การออกแบบป้ายไวนิล	4.50	0.80	มากที่สุด
15. การออกแบบป้ายโรลอัพ	4.58	0.51	มากที่สุด
16. การออกแบบป้ายสแตนดี้	4.58	0.51	มากที่สุด
17. สื่อฯ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ดี	4.75	0.62	มากที่สุด
รวม	4.51	0.52	มากที่สุด

สรุปตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่กลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 และแยกการประเมินผล ดังนี้

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 12 คือ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบแผ่นพับมากที่สุด มีรูปแบบร่วมสมัยสีสันทันสดใสสวยงาม ขนาดเล็กพกพาได้สะดวก ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83



รูปที่ 3 ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านคลองหัวช้างใหม่



รูปที่ 4 ผลการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านคลองหัวช้างใหม่

4. สรุปผล

4.1 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.1.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีรูปทรงบรรจุภัณฑ์แบบมาตรฐาน ทรงสี่เหลี่ยม จึงไม่เปลืองพื้นที่ง่ายต่อการจัดวางซ้อนทับกัน วัสดุที่ใช้เป็นกล่องพลาสติกชนิดโพลิโพรพิลีน (Polypropylene) เป็นพลาสติกที่มีความใสคงรูป เหนียว และทนแรงกระแทกได้ดี ทนสารเคมีและน้ำมัน ใช้ทำภาชนะบรรจุอาหาร มีฝาปิด มองเห็นสินค้าภายในได้

4.1.2 ด้านการออกแบบกราฟิก จะเน้นถึงรูปแบบที่มีสีสันที่มีความสดใส สวยงาม สะดุดตา เป็นการใช้อะไรลักษณะของชุมชนฯ อาทิ แนะนำสถานที่, กิจกรรมท่องเที่ยว, บ้านพักโฮมสเตย์, ฐานการเรียนรู้, ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาตรฐาน และโลโก้รางวัลต่าง ๆ มาใช้ประกอบเป็นแนวคิดในการออกแบบ

4.2 สรุปผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ฯ จะเน้นให้มีความเรียบง่าย แสดงเอกลักษณ์ของชุมชนฯ สะท้อนถึงวิถีชีวิต สังคม สภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย อาหารการกิน ภาษา ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน ให้สอดคล้องกับงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

4.3 สรุปผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์สินค้า/ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านคลองหัวช้างรูปแบบใหม่

4.3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มี 2 ส่วน ดังนี้

1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 1.1 คือ รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51

2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 มีโดยความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 2.1 และ 2.5 คือ รูปแบบสีสัน มีความสดใส สวยงามและบรรจุภัณฑ์มีการนำสื่อ/หรือเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านคลองหัวช้างมาใช้ได้เป็นอย่างดี ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61

4.4 สรุปผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ชุมชนบ้านคลองหัวช้างรูปแบบใหม่ : ด้านการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 มีความพึงพอใจมากที่สุด ข้อ 12 คือ พึงพอใจในการออกแบบของแผ่นพับ เพราะมีรูปแบบร่วมสมัย สีสันสวยงาม ขนาดเล็กพกพาได้สะดวก มีความหลากหลายในกิจกรรมต่าง ๆ ในศูนย์การเรียนรู้บ้านคลองหัวช้างฯ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83

ข้อเสนอแนะ

1. ให้มีการศึกษาและออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการนำสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เน้นการใช้งานทั้งด้าน แสง สี เสียง ซึ่งจะทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความหลากหลายตามประเภทสินค้าขึ้นให้เพียงพอต่อรายการผลิตภัณฑ์ที่มีจำนวนความต้องการเพิ่มมากขึ้นภายในชุมชน

3. อยากให้มีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการเข้าร่วมพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้แก่ชุมชน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ยั่งยืนแก่ชุมชนต่อไป

4. ควรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่เยาวชนในชุมชน หน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้และประเมินผลเพื่อการเผยแพร่ และต่อยอดผลงานจริงให้มากขึ้น

5. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2561 จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้ให้ความสำคัญในการจัดทำโครงการวิจัยนี้เป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยและขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ทำการวิจัย ขอขอบคุณผู้นำชุมชน กลุ่มเจ้าของสินค้า/ผู้ประกอบการ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนบ้านคลองหัวช้าง อ.วิหารแดง จ.สระบุรี ผู้รู้ ผู้ปฏิบัติและผู้เกี่ยวข้อง ประชาชนทั่วไป สำหรับข้อมูลการสำรวจ การสอบถาม การสัมภาษณ์ และรวมทั้งการประเมินผล เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการทำวิจัยในครั้งนี้

6. เอกสารอ้างอิง

- จินตนา ถ้ำแก้ว. 2555. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการสร้างสรรค์. สกายบุ๊ก : กรุงเทพฯ.
- ชัยรัตน์ อัสวาทกุล. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนกรมส่งเสริมการค้า : กรุงเทพฯ.
- ทองเจือ เขียวทอง. 2549. การออกแบบสัญลักษณ์. ซีเอ็ดบุ๊ก : กรุงเทพฯ.
- ทวีเดช จีวบาง. 2540. การเรียนรู้ทฤษฎีสี. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพฯ.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. บริษัทโรงพิมพ์หิโย : กรุงเทพฯ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2537. พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 5). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- นวลน้อย บุญวงศ์. 2542. หลักการออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 2. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพมหานคร.
- นิรัช สุดสังข์. 2548. การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพฯ.
- ลิตติพร ลิตติพานิช. 2544. การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพมหานคร.
- วันชัย ศิริชนะ. 2536. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, กรุงเทพฯ.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540. ออกแบบกราฟิก. โสภณการพิมพ์ : กรุงเทพฯ.
- วสุ นามไพศาลสถิต. 2550. โครงการพิเศษออกแบบ สื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์รณรงค์เพื่อมูลนิธิเพื่อนป่า. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม : กรุงเทพมหานคร.