

การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

Creativity Media Promotion of Cultural Tourism

Traditional “KUM FAH” Thai Culture Lopburi

มัทณี ปราโมทย์เมือง¹ ชานนท์ ต้นประวัต¹ และ กรณ์พงศ์ ทองศรี²

Mattanee Parmotmuang¹, Chanon Tunprawat¹ and Kornpong Thongsri²

¹ สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Department of Packaging Design and Printing, Faculty of Architecture and Design,

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² Department of Architecture, Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: mattanee.p@mutp.ac.th โทร. 099-378-3378

Received 27/05/2565

Revised 05/12/2565

Accepted 14/12/2565

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การศึกษาและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ 2) พัฒนาการออกแบบและผลิตต้นแบบ 3) ประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี วิจัยดำเนินการวิจัย ใช้วิธีศึกษาข้อมูลแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณร่วมกัน เครื่องมือที่ใช้เป็นการลงพื้นที่เก็บข้อมูล การสอบถาม การสัมภาษณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลสู่กระบวนการออกแบบ พัฒนารูปแบบใหม่สร้างต้นแบบและประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่สื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 169 คน ผลการวิจัย พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณากลางแจ้ง กลุ่มเป้าหมาย พึงพอใจต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาพรวม อยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 โดยแยกย่อยข้อที่พึงพอใจรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ดูร่วมสมัย เน้นการใช้สีแบบเอิร์ธโทน เป็นแนวธรรมชาติ ดูเรียบง่าย แสดงวิถีชีวิตชุมชนชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี อยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น กลุ่มเป้าหมาย พึงพอใจภาพรวม อยู่ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 แบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ พึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ช่วยลดต้นทุนการขาย หาซื้อได้ทั่วไป เมื่อสิ้นสุดการจัดงานดังกล่าว สามารถนำกลับมาปรับใช้งานร่วมกับบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ได้อีกและ 2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ พึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 มีรูปแบบสวยงาม สบายตา แสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยพวน จังหวัดลพบุรี ให้เกิดความรู้สึกหวงแหนคิดถึงและระลึกถึงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” จังหวัดลพบุรีได้ดี

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ประเพณีกำฟ้า ไทยพวน

Abstract

Research on Creativity Media Promotion of Cultural Tourism. Traditional “KUM FAH” Thai culture. Lopburi. aims to: 1) Education and creative public relations 2) Design development and prototype production 3) Assessment of satisfaction with the form of public relations media

promotion of cultural tourism, traditional “KUM FAH” , Thai Puan culture Lopburi. Research methods: A combination of qualitative and quantitative data Mixed Method Approach was used. The tool used is a data storage area. Questioning, Interview and then analyzed Synthesize data into the design process. Develop a new model, create a prototype and assessing their satisfaction with new formats, public relations media and packaging. Random sampling from the target group of 169 people. The research results found that Public relations media, type of print media and outdoor advertising media. Target group Satisfied with the overall public relations media format at the highest level with an average of 4.36 By separating items that are satisfied with a variety of media formats, look contemporary focus on the use of earth tones. It is a natural look, simple, showing the way of life of the Thai Puan community. Lopburi Province. at the highest level with an average of 4.65 The new form of local food packaging target group Satisfied overall Is at the highest level with an average of 4.56 Divided into 2 aspects: 1) Packaging Structure Design Most satisfied with an average of 4.64. The overall packaging structure is suitable for the product. Reduce sales costs can be bought in general At the end of the event Can be reused and used with other food packaging and 2) Packaging Graphic Design Most satisfied with an average of 4.80. It has a beautiful design, easy on the eyes, showing the Thai Puan ethnic identity. Lopburi Province. It creates a feeling of nostalgia and good recall of the culture and tradition of “KUM FAH” Lopburi well.

Keywords: Public Relations Media, Tourism, Kam Fah Tradition, Thai Phuan

1. บทนำ

ประเทศไทย เป็นแหล่งทุนที่อุดมด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอันดับต้น ๆ ของโลกที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวประเทศไทยทั้งการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม เป็นต้น จึงทำให้ประเทศไทยเกิดรายได้จากการท่องเที่ยวดังกล่าว ที่มีตัวชี้วัดรายได้การท่องเที่ยวในหนึ่งปี ไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) จึงถือเป็นรายได้ที่สำคัญและส่งผลต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนและกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทั้งด้านอาชีพ รายได้และการจ้างแรงงาน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศไทยที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยมีสูงขึ้นด้วยเหตุนี้รัฐบาลไทยจึงพยายามส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้เด่นชัด เริ่มจากแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนและการที่รัฐบาลออกกฎหมายกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จนถึงแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 10 ที่เน้นการส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบภายในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่อยู่ใต้กรอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่เรียนรู้ถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวิถีชีวิตชาวพื้นเมืองที่เอาวัฒนธรรมมาเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นตนเองในรูปแบบของความรู้หรือประสบการณ์ทางด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยวและทำให้เกิดความเพลิดเพลินร่วมอยู่ภายใต้กรอบการมีจิตสำนึกรักษาไว้ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

การท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรม อย่างงานประเพณี “กำฟ้า” เป็นประเพณีสำคัญของชาวไทยพวนบ้านหินปัก ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรีและจังหวัดอื่น ๆ ที่มีชาวไทยพวนอาศัยอยู่ ได้ยึดถือปฏิบัติสืบต่อ

กันมาตั้งแต่ครั้งโบราณ คำว่า “กำ” ภาษาพวน หมายถึง การนับถือ การสักการะ คำว่า “ฟ้า” หมายถึง เจ้าฟ้าเจ้าแผ่นดิน ผู้อยู่สูงเทียมฟ้าหรือเทวดาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มองไม่เห็น คำว่า “กำฟ้า” จึงหมายถึง การนับถือ การบูชาฟ้า โดยมีตำนานเล่าต่อ ๆ กันมาว่า เมื่อสมัยหนึ่งเมืองพวนขึ้นอยู่กับนครเวียงจันทน์ มีเจ้าชมพู่เป็นกษัตริย์เมืองพวนนำทัพพร้อมกับนครเวียงจันทน์ไปตีเมืองหลวงพระบาง แต่เจ้าชมพู่ได้ประกาศเอกราชไม่เป็นเมืองขึ้นเวียงจันทน์ ทำให้เจ้านันทแห่งนครเวียงจันทน์โกรธมาก ยกทัพมาตีเมืองพวนและจับเจ้าชมพู่ แล้วสั่งให้ประหารชีวิตเสีย ขณะทำพิธีประหารชีวิต เกิดฟ้าผ่าถูกด้ามหอกที่จะใช้ประหาร ทหารเวียงจันทน์จึงไปกราบทูลเจ้านันทให้ทราบเหตุความอัศจรรย์นั้น เจ้านันทจึงได้รับสั่งให้นำเจ้าชมพู่กลับไปครองเมืองพวนเช่นเดิม ทำให้เกิดประเพณีกำฟ้าสืบจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับชาวไทยพวนมีอาชีพทำนาอยู่แล้ว จึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับฟ้า ไม่กล้าทำให้ฟ้าพิโรธ เพราะกลัวฟ้าฝน จะไม่ตกต้องตามฤดูกาล การจัดงานบุญกำฟ้า ทำให้ผีฟ้าเทวดาเกิดความพึงพอใจและแสดงความขอบคุณผีฟ้าที่ได้ประทานฝนให้ตกต้องตามฤดูกาล ประเพณีกำฟ้าชาวไทยพวนจังหวัดลพบุรีตามประเพณีจัดตั้งแต่วันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 เป็นวันเตรียมงานคนในหมู่บ้านหรือสมาชิกในครัวเรือนจะช่วยกันทำข้าวปุ้น (ขนมจีน) ข้าวหลาม ข้าวจี เพื่อนำสิ่งของเหล่านี้ไปเซ่นไหว้ผีฟ้า ตอนเย็นจะนิมนต์พระสงฆ์มาเจริญพระพุทธมนต์ ผู้อาวุโสของหมู่บ้านจะประกอบพิธีเบิกบายศรี อัญเชิญเทพยดาผีฟ้ามารับเครื่องสังเวย มีการรำขอพร กล่าวคำขอให้ผีฟ้า ฝ้ายบ้านผีเรือนมาช่วยปกป้องรักษาคนในครอบครัวให้อยู่ดีกินดี มีข้าวปลาอาหารบริบูรณ์ สิ่งสำคัญงานบุญนี้คือ ทุกคนต้องหยุดทำงานทั้งหลายทั้งปวง เพราะมีความเชื่อว่าหากผู้ใดฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามจะถูกฟ้าผ่าตาย สำหรับวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ถือเป็นวัน “กำฟ้า” ซึ่งเป็นวันสำคัญที่สุด ชาวบ้านจะตื่นแต่เช้าตรู่ เพื่อจัดเตรียมอาหารคาวหวานไปถวายแด่พระภิกษุสงฆ์และร่วมใส่บาตรข้าวหลาม ข้าวจี ตอนบ่ายถึงกลางคืนจะมีการจัดละเล่นพื้นบ้านและช่วงเวลากำฟ้าจะมีคนเฒ่าคนแก่มาคอยฟังเสียงฟ้าร้อง ซึ่งถือว่าเป็นการทำนายพยากรณ์ของความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพของคนภายในหมู่บ้านว่าจะเกิดความอุดมสมบูรณ์ ร่มเย็นเป็นสุขและจะเกิดเหตุการณ์ใด ๆ อันเป็นคติความเชื่อของชาวไทยพวนที่สืบทอดกันมาจากอดีต (วาสนา บุญสม, 2551)

จากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยพวน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรีที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของประเพณีกำฟ้าไปมาก เนื่องจากบ้านเมืองมีความเจริญขึ้นมากในการทำบุญพิธีกรรมต่าง ๆ ได้ถูกรวบรวมจัดทอนรายละเอียดของการประกอบพิธี เครื่องประกอบงานต่าง ๆ รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ก็ถูกปรับเปลี่ยนไปมากจากอดีต คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ทางตรงในการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยพวนในอดีตให้อารงอยู่ในพื้นที่ ที่เกิดความรักสามัคคีในหมู่คณะของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี เกิดการส่งเสริมสนับสนุนจากทุนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นผ่านกระบวนการท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมของประเพณี “กำฟ้า” จังหวัดลพบุรี ทางด้านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การละเล่น อาหาร การกินทางภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้คงอยู่และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ส่วนด้านชุมชนจะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชนในการนำวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” ที่มีอยู่เดิมในชุมชนมาขาย อาทิ อาหารการกิน การละเล่น หรืองานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอลายมัดหมี่ต่าง ๆ ผ่านการใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นจุดขาย โดยอาศัยการใช้แนวคิด การสร้างและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัยครั้งนี้ ทำให้เกิดการเผยแพร่และเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปเพิ่มมากขึ้น เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจหมุนเวียนขึ้นในชุมชน มีสังคมที่ดีขึ้นซึ่งเกิดจากการนำสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาจำหน่าย โดยใช้บรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทต่าง ๆ เป็นส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการดังกล่าวได้และช่วยเป็นสื่อประชาสัมพันธ์งานประเพณี “กำฟ้า” ทางอ้อมอีกทาง ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อมูล พัฒนางานการออกแบบ ผลิตภัณฑ์แบบและประเมินความพึงพอใจรูปแบบใหม่ของการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า”

2. วิธีการศึกษาหรือวิธีการดำเนินการวิจัย

2.1 วิธีการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Approach) มีดังนี้

2.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research)

ในกระบวนการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาสู่การพัฒนาแบบบูรณาการและสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี ที่แสดงถึงอัตลักษณ์วิถีชีวิต การละเล่น อาหาร การกิน และงานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอมัดหมี่ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ประกอบด้วย

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม การละเล่น อาหารการกิน และงานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอมัดหมี่ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายภายในชุมชนของชาวไทยพวนบ้านหินปัก ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานราชการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงกลุ่มประชาชนภายในชุมชน

2.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitay Research)

การใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายของรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว เพื่อให้ทราบประสิทธิภาพของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

2.2.1 ประชากร ที่ใช้พิจารณาความถูกต้องตามหลักเนื้อหาทางวิชาการเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้กำหนดกลุ่มประชากร ไว้เป็นแบบเจาะจง ประกอบด้วย หน่วยงานราชการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการคือ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยพิจารณารายละเอียดข้อมูลเชิงพื้นที่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม การละเล่น อาหารการกิน และงานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอมัดหมี่ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายภายในชุมชนของชาวไทยพวนบ้านหินปัก ตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี รวมทั้งด้านคุณภาพของรูปแบบใหม่

2.2.2 ประชากร ที่ใช้ในการประเมินความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมายของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์จะพัฒนาขึ้นใหม่ จำนวน 300 ท่าน โดยกำหนดกลุ่มประชากร ประกอบด้วย หน่วยงานราชการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการคือ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และบุคคลทั่วไปที่ไม่จำกัดว่าต้องเป็นกลุ่มคนใด ทั้งนี้เพื่อจะได้ขยายพื้นที่ออกไปให้กว้างขึ้น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

2.2.3 กลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวนของประชากร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 169 คน (จากตารางสำเร็จรูปของ krejcie and morgan อังโนนิรัช สุดสังข์, 2548) เป็นการใช้อย่างแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ ที่ประกอบด้วย หน่วยงานราชการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจ ไม่จำกัดคน

2.3 แนวคิด ทฤษฎีและสมมติฐาน

2.3.1 แนวคิด ทฤษฎี

- 1) ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์
- 2) แนวคิดการรับรู้ตามทฤษฎี Gestalt
- 3) แนวคิดหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

2.3.2 สมมติฐาน

กลุ่มเป้าหมาย เกิดการรับรู้และรู้จักถึงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี จากรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ทางด้านความงามและต่อการใช้งานที่ดี

- 1) ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพผลงานและความพึงพอใจจากรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

2.4.1 กระบวนการวิจัยกับการใช้เครื่องมือในการวิจัย

- 1) การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การศึกษาค้นคว้า, การจดบันทึก, แบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์
- 2) การออกแบบและพัฒนางานรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
 - 2.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การศึกษาค้นคว้า, แบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์
- 3) การสร้างและผลิตต้นแบบสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
 - 3.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การสังเกต, การปฏิบัติงาน
- 4) การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
 - 4.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - แบบสอบถาม ใช้ประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
 - ต้นแบบชิ้นงานของรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์
- 5) การนำผลงานไปใช้งานและถ่ายทอดผลงานวิจัยสู่ชุมชน สังคม
 - 5.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - การสังเกต, แบบสอบถาม ใช้ประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
 - ต้นแบบชิ้นงานของรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

2.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) จากการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของประเภททุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลภาคสนาม ขอความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงชุมชน กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ที่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล เป็นการสัมภาษณ์

2.5.3 การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม (Survey) โดยการสำรวจ การสัมภาษณ์ เพื่อหารายละเอียดข้อมูลเชิงพื้นที่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม การละเล่น อาหารการกินและงานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอมัดหมี่ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นและการบันทึกภาพในการเก็บข้อมูล

2.5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

2.5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม การพูดคุยถึงความต้องการเบื้องต้นของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ หน่วยงานราชการในพื้นที่ ผู้นำชุมชน กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวนและกลุ่มประชาชนในชุมชน

2.5.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์จากงานประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

2.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิเคราะห์จากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม การละเล่น อาหารการกินและงานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอมัดหมี่

ทางภูมิปัญญาท้องถิ่น การสอบถามและการสัมภาษณ์ ซึ่งมีสาระสำคัญในการตีความข้อมูล เพื่ออธิบายสิ่งที่ปรากฏการณ์ และนำมาเป็นแนวคิดและแนวทางการออกแบบ การสร้างและผลิตต้นแบบของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

2.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิเคราะห์การหาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง แปลความหมายและประเมินผลตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดค่าคะแนน 5 ระดับที่เกี่ยวกับความพึงพอใจรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

3.1 ผลการศึกษาข้อมูลและสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

3.1.1 ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภาพรวม การนำเสนอผลงานออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด ให้มีแนวคิดการออกแบบไปในทิศทางเรื่องราวเดียวกัน รวมทั้งการใช้สี ตัวอักษร ลักษณะรูปภาพและการจัดวางหน้าที่เน้นความเรียบง่าย สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อม การละเล่น อาหารการกิน ประเพณีและแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น เน้นการใช้ภาพถ่ายเหมือนจริงผสมกับภาพกราฟิกและภาพการ์ตูนบางจุดเน้นที่สำคัญ ให้มีเนื้อหาเรื่องราวหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชนเป็นหลัก เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น ชุมชนให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

3.1.2 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารที่จัดจำหน่ายภายในงาน เป็นลักษณะอาหารสด มีการปรุงแต่งแบบสดใหม่ทุกวัน เป็นลักษณะงานที่จัดขึ้นเฉพาะกิจในประเพณีกำฟ้าของแต่ละปี ดังนั้นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จึงเป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สำเร็จรูป วัสดุและรูปแบบของโครงสร้างสามารถหาซื้อได้จากท้องตลาด โดยพิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหารนั้น ๆ ให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก แต่สามารถใช้งานได้ดี กล่องบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นทั้งทรงกระบอกและทรงเหลี่ยม ใช้งานง่าย สามารถวางทับซ้อนกันได้ ทำให้ไม่เปลืองพื้นที่ต่อการจัดวางสินค้าสำหรับจำหน่าย ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์ขนมจีนและบรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม มีลักษณะกล่องสี่เหลี่ยม แบ่งช่องแยกตัวอาหารหลักกับเครื่องปรุงเป็นสัดส่วน เป็นกล่องพลาสติกชนิดพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) ที่มีความใส คงรูป เหนียวและทนแรงกระแทกได้ดี ทนสารเคมีและน้ำมัน ทำให้กล่องบรรจุอาหารมีความปลอดภัยในการใช้ซ้ำได้ ทนความร้อนสูงใช้งานกับไมโครเวฟได้ มีฝาปิด สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้และมีสายคาดที่วัสดุทำจากกระดาษอาร์ตการ์ด 2) บรรจุภัณฑ์ปลาต้มพริกและบรรจุภัณฑ์ลอดช่อง มีลักษณะทรงกระบอก รูปถ้วยฝาปิดทรงโค้ง เป็นพลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) ชนิดแบบใส 3) บรรจุภัณฑ์ข้าวจี๊และขนมตาลกระทะ มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) ชนิดแบบใส มีการซีลสูง ให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์อาหารและติดฉลากสติ๊กเกอร์ให้ดูโดดเด่นที่สอดคล้องกับปูน คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541) ที่กล่าวว่า กลุ่มอาหารประเภทอาหารถนอมด้วยน้ำตาลและทำให้แห้งควรเลือกใช้พลาสติกพอลิโพรพิลีน (Polypropylene, PP) เพื่อป้องกันความชื้นได้ เนื้อพลาสติก มีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้และอาจปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับราคาจำหน่ายขายให้กับนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวที่จะซื้อแล้วบริโภคเลยภายในงานฯ จึงเป็นการเพิ่มความสะดวกในการบริโภคได้และยังสามารถเก็บรักษาไว้รับประทานได้อีกภายใน 2-3 วัน เป็นการป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์สินค้าอาหาร

3.1.3 ด้านการออกแบบกราฟิก จะเน้นรูปแบบ สีเส้นที่เน้นแบบเอิร์ธโทน ดูเป็นธรรมชาติ ใช้สื่อโทนน้ำตาล ดุ้ยอ่อนยุคย้อนสมัยที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น ดูผ่อนคลายอารมณ์ ให้ดูมีบรรยากาศแบบการชวนระลึกถึงภาพอดีตที่แสดงออกถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” ในอดีต มีการนำอัตลักษณ์ที่แสดงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม การละเล่น อาหารการกินและงานหัตถกรรมที่เป็นผ้าทอมัดหมี่ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวไทยพวนบ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ของประเพณีกำฟ้ามาใช้ประกอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่อรูปแบบใหม่ ส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะมีการแสดงออกส่วนแบ่งซ้ายละเอียดย

บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อ ที่สอดคล้องกับดำรงศักดิ์ ชัยสินทิ (2537) ที่กล่าวว่า “บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งที่ผลิตและเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า” และสอดคล้องกับปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ได้กล่าวว่า หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อาหารต้องรักษาคุณภาพอาหาร ได้แก่ การใช้วัสดุป้องกันอากาศ ซึมผ่านป้องกันแสง ป้องกันก๊าซเฉื่อยที่ฉีดเข้าไปชะลอปฏิกิริยาชีวภาพป้องกันความชื้นจากภายนอกและทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของอาหารแปรรูป ได้แก่ ข้อมูลทางด้านโภชนาการส่วนประกอบของอาหาร วันที่ผลิต วันหมดอายุ คำแนะนำ เป็นต้น

3.2 ผลการพัฒนางานออกแบบและผลิตต้นแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพนง จังหวัดลพบุรี

3.2.1 ด้านการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า”



รูปที่ 1 การพัฒนางานออกแบบชื่องาน



รูปที่ 2 การพัฒนางานออกแบบโลโก้ กลุ่มสตรีอาสาบ้านพนง



รูปที่ 3 การพัฒนางานออกแบบโปสเตอร์



รูปที่ 4 การพัฒนางานออกแบบแผ่นพับ



รูปที่ 5 การพัฒนางานออกแบบป้ายคัดเอาท์



รูปที่ 6 การพัฒนางานออกแบบป้ายไว้นิล



รูปที่ 7 การพัฒนางานออกแบบป้ายสแตนดี้



รูปที่ 8 การพัฒนางานออกแบบป้ายโรลอัพ

3.2.2 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (อาหารพื้นถิ่นชาวไทยชวน จังหวัดลพบุรี)



รูปที่ 9 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวจี



รูปที่ 10 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม



รูปที่ 11 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวปุ้น (ขนมจีน)



รูปที่ 12 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์ปลาต้มผัก



รูปที่ 13 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลอดช่อง



รูปที่ 14 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมดาตกระทะ

3.3 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “ก้ำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

3.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย จากประชากรจำนวน 300 คน ได้ผลการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.64) ช่วงอายุ คือ อายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 38.00) การศึกษา อันดับแรก คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 35.00) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 33.00) และกลุ่มผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 35.00)

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการต่อรูปแบบงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์

กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความต้องการของรูปแบบใหม่จากบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับมากที่สุด คือ (ร้อยละ 100.00) การใช้รูปภาพ คือ ต้องการถ่ายภาพจากกิจกรรมและสถานที่จริง (ร้อยละ 40.00) การใช้ลักษณะสีเส้น/ลวดลาย อันดับแรกคือ เน้นโทนสีแบบเน้นธรรมชาติ (เอิร์ธโทน) (ร้อยละ 52.34) ส่วนการใช้ลักษณะตัวอักษร อันดับแรกคือ เป็นแบบคัดลอกมือหรือตัวเขียนแบบไม่มีหัว เน้นเรียบง่าย ดูสบายตา ดูผ่อนคลาย ไม่ให้เป็นทางการมากนัก เหมาะสำหรับการพักผ่อน ท่องเที่ยว (ร้อยละ 59.67)

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของชุมชนต่อรายละเอียดข้อมูลการแสดงผลภาพที่ใช้ประกอบสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์ในงานสืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการจัดงานประเพณีกำฟ้า โดยให้นำเสนอเรื่องราว คือ การทำบุญตักบาตรและพิธีสวดข้าว ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 67.00) อันดับสอง คือ การละเล่นนางกั๊ก คือ (ร้อยละ 63.33) อันดับสาม คือ ลักษณะการแต่งกายของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี คือ (ร้อยละ 56.66)

3.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์และบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 169 คน ได้ผลการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	69	40.82
	หญิง	100	59.18
	รวม	169	100.00
2. ช่วงอายุ	ต่ำกว่าอายุ 25 ปี	10	5.91
	อายุ 25 - 34 ปี	31	18.34
	อายุ 35 - 44 ปี	66	39.06
	อายุ 45 - 54 ปี	54	31.95
	อายุ 55 ปีขึ้นไป	8	4.74
	รวม	169	100.00
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	5	2.95
	มัธยมศึกษา/ปวช./ปวส.	51	30.19
	ปริญญาตรี	72	42.60
	ปริญญาโท	30	17.75
	อื่น ๆ	11	6.51
	รวม	169	100.00
4. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	7.10
	รับราชการ	37	21.89
	ภาคเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	24	14.21
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	55	32.54
	รับจ้าง	35	20.71
	อื่น ๆ (แม่บ้าน/ว่างงาน)	6	3.55
	รวม	169	100.00
5. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	5.91
	ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท	35	20.71
	ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท	20	11.83
	ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท	65	38.46
	30,000 บาท ขึ้นไป	39	23.07
	รวม	169	100.00

กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.18) ช่วงอายุ คือ ระหว่าง 35-44 ปี (ร้อยละ 39.06) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 42.60) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 32.54) และกลุ่มผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 38.46)

ตารางที่ 2 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์			
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD.	
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	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 สะดวก	4.32	0.71	มาก
1.5 ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.59	0.55	มากที่สุด
รวม	4.51	0.60	มากที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์			
2.1 รูปแบบสวยงามดูผ่อนคลาย สบายตา เกิดความรู้สึกหวนคิดถึง	4.80	0.45	มากที่สุด
2.2 รูปภาพ เนื้อหาเรื่องราวที่ใส่ตกแต่ง 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/หรืออัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทยพวนมาใช้ได้เป็นอย่างดี	4.80	0.45	มากที่สุด
รวม	4.61	0.42	มากที่สุด
รวมทั้งสิ้น	4.56	0.51	มากที่สุด

กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ จากกลุ่มเป้าหมายของภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 โดยแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 มีความพึงพอใจมากที่สุด เป็นข้อ 1.1 คือ รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในการลดต้นทุนการจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ทั่วไปในท้องตลาด เมื่อสิ้นสุดการจัดงานประเพณีกำฟ้าสืบสานวัฒนธรรมไทยพวนจังหวัดลพบุรี แล้วยังสามารถนำไปใช้ในงานบรรจุอาหารประเภทอื่น ๆ ได้ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64

2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 มีความพึงพอใจมากที่สุด เป็นข้อ 2.1 และข้อ 2.5 คือ รูปแบบสวยงามดูผ่อนคลาย สบายตา เกิดความรู้สึกให้หวนคิดถึง นึกถึงของกลุ่มชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี และด้านบรรจุภัณฑ์มีการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่แสดงออกถึงชาติพันธุ์ไทยพวนมาใช้ได้เป็นอย่างดีในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80

ตารางที่ 3 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์			
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{X}$	SD.	
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ตัวใหม่	4.65	.476	มากที่สุด
2. สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถเกิดการจดจำได้ง่าย สะดุดตา	4.15	.361	มาก
3. สื่อประชาสัมพันธ์ มีความโดดเด่น แสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทยพวน จังหวัดลพบุรี	4.46	.500	มาก
4. สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถบอก บ่งชี้ลักษณะการใช้งานได้ดี เหมาะสม	4.15	.361	มาก
5. สื่อประชาสัมพันธ์ มีขนาดพอเหมาะกับการติดตั้งและพื้นที่การใช้งาน	4.54	.512	มากที่สุด
6. สื่อประชาสัมพันธ์ มีความสวยงาม แปลกใหม่	4.00	.368	มาก
7. สื่อประชาสัมพันธ์ สามารถนำเสนอข้อมูลในงานประเพณีกำฟ้า จังหวัดลพบุรี ได้ครบถ้วนและชัดเจน	4.62	.487	มากที่สุด
รวม	4.36	0.439	มาก

กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 โดยแยกประเมินผล ดังนี้

ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีความพึงพอใจมากที่สุด เป็นข้อ 1 คือ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะมีรูปแบบที่หลากหลาย ดูร่วมสมัย ใช้สีสันแบบเอิร์ธโทน เน้นความเป็นธรรมชาติ เรียบง่ายของวิถีชีวิตชุมชนของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.65

4. สรุปผล

4.1 สรุปข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

ประเพณีกำฟ้าของชาวไทยพวน จังหวัดลพบุรี จัดในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 เป็นงานบุญพื้นบ้านของชาวไทยพวน โดยเชื่อกันว่า เป็นการขอพรจากเทวดาผู้รักษาฟ้าฟ้า แล้วเทวดาจะบันดาลให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล ขอให้ฟ้า ฝน ฟ้า ฝน มาปกปักษ์รักษา ในครอบครัวให้อยู่ดีกินดี มีข้าวปลาอาหารบริบูรณ์ โดยช่วงเช้าจะมีการทำบุญที่วัด ชาวบ้านจะร่วมกันทำข้าวปุ้น (ขนมจีน) ข้าวหลาม (ข้าวหลาม ที่ใช้ในพิธีบายศรีสู่ขวัญ เรียกว่า ข้าวหลามทิพย์) ข้าวจี (ข้าวเหนียวปั้นยัดไส้หวาน ไส้เค็ม ชุปไข่ แล้วปิ้งไฟจนแห้งเกรียม) เพื่อนำไปเซ่นไหว้ผีฟ้า ตอนบ่ายถึงกลางคืนมีการละเล่นพื้นบ้าน อาทิ นางด้งนางกั๊ก มอญซ่อนผ้าหรือสิงลม เป็นต้น ปัจจุบันประเพณีกำฟ้าของชาวไทยพวน ยังยึดถือปฏิบัติการจัดงานกันหลายท้องถิ่น โดยเฉพาะที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสระบุรี

4.2 สรุปผลผลการพัฒนางานออกแบบและผลิตต้นแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี

4.2.1 ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ จะใช้ลักษณะการกำหนดแนวคิดการออกแบบในทิศทางเรื่องราวเดียวกัน ทั้งการใช้สี ตัวอักษร ลักษณะรูปภาพและการจัดวางหน้าที่จะเน้นความเรียบง่าย สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ สภาพสิ่งแวดล้อม การละเล่น อาหารการกิน ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นชุมชน เน้นใช้ภาพที่เป็นภาพถ่ายเหมือนจริงผสมกับภาพกราฟิกและภาพการ์ตูนบางจุดเน้นที่สำคัญ ให้มีเนื้อหา เรื่องราวหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชนเป็นหลัก วัสดุที่ใช้ผลิต แผ่นพับ เป็นกระดาษอาร์ตมัน หนา 130-160 แกรม เป็นการพับ 2 ครั้ง

แบ่งกระดาษเป็น 3 ส่วน เป็นการพับที่ใช้งานง่ายที่สุดและเป็นที่นิยมใช้ที่สุด ป้ายโรลออฟ ใช้การพิมพ์ลงกระดาษอาร์ตมันหนา 180 แกรม ขนาด 800 x 1,950 mm มีความมันวาวและเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ คุณภาพกระดาษคมชัดเหมือนต้นฉบับเอกสารจริง ส่วนป้ายไวนิลและป้ายคัตเอาต์ทำจากโพลีเอสเตอร์ (Polyester) ประกบน้าหลัง เพื่อให้เกิดความแข็งแรงของวัสดุ ส่วนป้ายแสดนดี ใช้การพิมพ์ลงบนสติ๊กเกอร์ไวนิลแล้วติดซ้อนลงแผ่นฟลูทบอร์ด (Flute Board) อีกชั้นให้หนาแน่นขึ้น โดยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36

4.2.2 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จึงเป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป วัสดุและรูปแบบของโครงสร้างสามารถหาซื้อได้จากท้องตลาด โดยพิจารณาลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหารให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก แต่สามารถใช้งานได้ดี วัสดุที่ใช้เป็นกล่องพลาสติกชนิดพอลิโพรพิลีน (Polypropylene) เมื่อสิ้นสุดการจัดงานประเพณีกำฟ้า สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี สามารถนำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ได้อีก ทำให้ไม่สิ้นเปลือง และจะทำการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เข้ามาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและช่วยส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี “กำฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี จากเนื้อหาเรื่องราวที่น่าสนใจบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ฉลากยังแสดงรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ ของอาหาร เน้นการใช้โทนสีแบบเอิร์ธโทน ที่ดูเป็นธรรมชาติของท้องถิ่น ใช้ตัวอักษร แบบคัดลอกมือหรือตัวเขียนแบบไม่มีหัว ที่ดูเรียบง่าย ดูสบายตา ดูผ่อนคลาย ไม่ให้เป็นทางการมากนัก เหมาะสำหรับ การพักผ่อน ท่องเที่ยว ใช้ลักษณะรูปภาพถ่ายเหมือนจริง ภาพกราฟิกและภาพการ์ตูนประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56

5. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่เล็งเห็นความสำคัญและสนับสนุน การดำเนินงานโครงการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณหน่วยงานราชการในพื้นที่คือ องค์การบริหารส่วนตำบลหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี, ผู้นำชุมชน, กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน ประชาชนชาวบ้านหินปักและผู้ที่เกี่ยวข้องสำหรับการลงพื้นที่ เก็บข้อมูล การสอบถาม สัมภาษณ์และการประเมินผลงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับประกอบการทำวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

6. เอกสารอ้างอิง

- จินตนา ถ้าแก้ว. 2555. ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการสร้างสรรค์. สกายบุ๊ก : กรุงเทพฯ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2537. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- นิรัช สุดสังข์. 2548. การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพฯ.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. หยี่เฮง : กรุงเทพฯ.
- ปุ่น วงศ์วิเศษ และวิเชียร วงศ์วิเศษ. 2557. ไทยพวน. โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก : กรุงเทพฯ.
- มัทธนี ปราโมทย์เมือง. 2561. การสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรเชิงอนุรักษ์ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน (เศรษฐกิจพอเพียง) บ้านคลองหัวช้าง อำเภอมหาราช จังหวัดสระบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 9(2) : 97-107 น.
- วาสนา บุญสม. 2551. พวนบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : กรุงเทพฯ.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2540. ออกแบบกราฟิก. โสภณการพิมพ์ : กรุงเทพฯ.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. 2555. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. วาดศิลป์ : กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2559. สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา : กรุงเทพฯ.

- อารี สุทธิพันธุ์. 2538. **สุนทรียศาสตร์**. สำนักงานคณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : กรุงเทพฯ.
- กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน [Online]. เข้าถึงจาก <https://www.facebook.com/profile.php?id=100006962148191>
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลพบุรี. [Online]. เข้าถึงจาก https://www.mculture.go.th/lopburi/ewt_news.php?nid=429&filename=index
- Boonsom, W. 2008. **Puan Ban Mee, Lopburi Province**. Sukhothai Thammathirat Open University : Bangkok.
- Chaisanit, D. 1994. **Consumer behavior**. (5th edition). Thammasat University : Bangkok.
- Khongcharoenkiat, P & Kongcharoenkiat, D. 1998. **Food packaging**. Yi Heng : Bangkok.
- Office of the National Economic and Social Development Board. 2016. **Summary of the development plan economy and societyNational, Twelfth Edition, 2017-2021**. Office of the Economic and Social Development Board National Office of the Prime Minister : Bangkok.
- Parmotmuang, M. 2018. **Creative Advertising Promote Tourism, Eco-Agriculture. Ban Khlong Hua Chang Community Learning Center, District Wihan Daeng. Saraburi Province**. Social Science Journal Rajamangala University of Technology Tawan-ok. 9(2) : 97-107 p.
- Sudsang, N. 2005. **Industrial Product Design Research**. Odeon Store Publishing House : Bangkok.
- Suthiphan, A. 1995. **Aesthetics**. Office of the Faculty of Fine and Applied Arts Srinakharinwirot University : Bangkok.
- Thamkaew, J. 2012. **Creative print media design**. Skybook : Bangkok.
- Thongrungrroj, S. 2012. **Package Design**. Wadasilp : Bangkok.
- Wongtheerathorn, S. 2014. **Documents for teaching media production for public relations**. Faculty of Supervision Science, Rangsit University : Bangkok.
- Wongwises, P & Wongwises, W. 2014. **Thai Phuan**. Veterans Organization printing house : Bangkok.
- Worachartudompong, W. 1997. **Graphic design**. Bangkok : Sophon Printing.
- Ban Phuan Women Volunteer Group [Online]. Access <https://www.facebook.com/profile.php?id=100006962148191>
- Lopburi Provincial Cultural Office. [Online]. Access https://www.mculture.go.th/lopburi/ewt_news.php?nid=429&filename=index