

การพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างภาพลักษณ์สินค้ากระเป๋าผ้าลายดาวล้อมเดือน

กลุ่มสตรีเจ็ดริ้วพัฒนา อำเภอบางแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

THE DEVELOPMENT OF A PACKAGE AND BAND IMAGE BUILDING DAO LOM DUEN
CLOTH BAG OF THE SATRI CHET RIO WOMEN GROUP BAN PAEO DISRRICT SAMUT
SAKHON

รัชนก ปัญญาสุพัฒน์¹ รัตนา บุญอ่วม² ปรียาภรณ์ สืบสวัสดิ์³ ณุศณี มีแก้วกฤษร⁴ ชัยวิชญ์ ม่วงหมี⁵ และ
นเรศ นิภากรพันธ์⁶

บทคัดย่อ

การพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างภาพลักษณ์สินค้ากระเป๋าผ้าลายดาวล้อมเดือน กลุ่มสตรีเจ็ดริ้วพัฒนา อำเภอบางแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการสินค้าชุมชนประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์ และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าชุมชนประเภทกระเป๋าผ้าให้ดีขึ้น ประกอบด้วยผลการวิเคราะห์ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (2) ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ (3) ด้านการภาพลักษณ์องค์กรทั้งจากการสร้างภาพลักษณ์จากภายในองค์กร และการสร้างภาพลักษณ์จากภายนอกองค์กร ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการสินค้าชุมชนพบว่า บรรจุภัณฑ์จะต้องประกอบไปด้วย กำหนดกลุ่มเป้าหมาย, การกำหนดชื่อ - ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ รูปทรงบรรจุภัณฑ์, สีและกราฟิก รวมถึงข้อมูลอื่น ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประโยชน์ของงานวิจัยในครั้งนี้จะทำให้สินค้าดูมีมูลค่า ดึงดูดสายตา มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น และทำให้ขายสินค้าได้ราคาที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

ABSTRACT

The Development of a Package and Brand Image Building Dao Lom Duen cloth Bag of the Satri Chet Chet Rio Women Group Band Paeo District Samut Sakhon the target group is community Product entrepreneurs about appliance, decoration, souvenir by using qualitative research. The data collection method is In-depth interview and Focus Group Discussion. Analysis results shows that if wanting to develop better, cloth bag image must improve in the Following 3

¹ รัชนก ปัญญาสุพัฒน์ สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (e-mail: note018@hotmail.com)

² รัตนา บุญอ่วม สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (e-mail: sevenonegroups@hotmail.com)

³ ปรียาภรณ์ สืบสวัสดิ์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (e-mail: ingbsru@hotmail.com)

⁴ ณุศณี มีแก้วกฤษร สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (e-mail: nusanee.mc@bsru.ac.th)

⁵ ชัยวิชญ์ ม่วงหมี สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (e-mail: chaiyawit.m@bsru.ac.th)

⁶ นเรศ นิภากรพันธ์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา (e-mail: rewnaret@gmail.com)

aspect (1.) The aspect of service. (2.) The aspect of brand image. (3.) The aspect of corporate image by building image inside and outside organization. While the cloth bag itself must improve quality in a many aspects such as target group, brand, package, color, graphic ect. At last the benefit of this research. Can make cloth bag more valueable , attractive and interesting. Then entrepreneurs can sell cloth bag higher price, too

คำสำคัญ: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, การสร้างภาพลักษณ์สินค้า, ผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

Keywords: The Development of a Package , Brand Image Building, Then entrepreneurs

บทนำ

จากนโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมการค้าและการพัฒนาโครงการสร้างของระบบเศรษฐกิจในระดับฐานราก เน้นให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งเป็นฐานนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับมหภาค ภายใต้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ให้เป็นกลไกสนับสนุนการพึ่งพาตนเองของชุมชน รวมทั้งกำหนดการพัฒนาในประเด็นยุทธศาสตร์ ความเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยที่มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมือในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทย ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม และรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ดังนั้น จะต้องเรียนรู้และปรับตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมามีผลกระทบต่อการค้าการลงทุน ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจหรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ท้าทายความสำเร็จ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

สำหรับผู้ผลิตสินค้าสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการเปิดเสรีการค้าดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ส่วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบต่อคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้านี้มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศไทยได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มแข็งและเกิดต้นทุนในการปรับตัว การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้รวมถึงแผนการพัฒนาศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่นบนฐานการเพิ่มผลิตภาพในการผลิตและยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11, 2554) และการพัฒนาองค์กรรวมเชิงนโยบายของหน่วยงานภาครัฐผ่านโครงการต่าง ๆ นั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นองค์กรภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานปกครองทั้งในระดับต่างๆ เพื่อให้ชุมชนมีการรวมตัวกันในการดำเนินกิจกรรมเชิงธุรกิจและจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างโอกาสและความสามารถในการพัฒนาและความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน โดยที่ผ่านมามีการจดทะเบียนของกลุ่มอาชีพในพื้นที่ต่างๆ ทั้งประเทศเข้าสู่ระบบวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2556)