

การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

Development of a Palm Sugar Product's Bilingual Label and a Brochure for Advertising Palm (Look Tan) Products of the Community Enterprise Group at Ban Thahin, Sathing Phra District, Songkhla Province

แพรพรณ เอียดแก้ว* และคณะ

Praepan Eiadkaew et al.

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

Faculty of Science and Technology,

Rajamangala University of Technology Srivijaya,

Nakhon Si Thammarat Campus (Sai Yai)

*praepan.w@rmutsv.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหิน และ 2) เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจ และผู้นำชุมชน (อบต.) ตำบลท่าหิน ที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาดังกล่าว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) ฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง 2) แผ่นพับสองภาษาเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจแบบประเมินค่า 5 ระดับ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 150 คน ซึ่งประกอบด้วยผู้บริโภคจำนวน 120 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าหินจำนวน 20 คน และผู้นำชุมชน อบต. จำนวน 10 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าหิน และผู้นำชุมชน อบต. ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านฉลากผลิตภัณฑ์นั้นข้อ (1) เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็นอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.21) ส่วนด้านแผ่นพับพบว่า ข้อ (8) เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้นอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.19)

คำสำคัญ: ฉลากผลิตภัณฑ์ แผ่นพับสองภาษา วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop a bilingual label of palm sugar product and a bilingual brochure for advertising palm (Look Tan) products of Tan Ta Nod Community Enterprise Group, Ban Tha Hin, Sathing Phra District, Songkhla Province; and 2) to inquire about the satisfaction of general consumers, community enterprise group, and community leaders at Ban Tha Hin, Sathing Phra District towards the developed label of the palm sugar product and the bilingual brochure. The research instruments were: 1) the palm sugar product label, 2) the bilingual brochure, and 3) a 5-point rating scale questionnaire. The questionnaire contained 3 sections: 1) general information, 2) 14 closed-ended question items, and 3) comments. The population in this study was a total of 150 people consisting of general consumers (120 people), Ban Tha Hin's Community Enterprise Group members (20 people), and community leaders (10 people). The statistics used in the data analysis were descriptive statistics consisting of mean, percentage, and standard deviation.

The overall findings showed that the satisfaction toward the palm sugar product label and bilingual brochure of the customers, Ban Tha Hin Community Enterprise Group members, and community leaders was at the highest level ($\bar{x} = 4.56$, S.D. = 0.46). When considering each part (label and brochure), it was found that for item 1, the content on the label was concise, relevant, and easy to understand. It was at the highest level ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.21). As for the brochure, the results showed that in item 8, the content, both Thai and English, encouraged the customers to know about Tan Ta Nod Community Enterprise Group's products more and was at the highest level ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.19).

Keywords : product label, bilingual brochure, community enterprise group

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีความสำคัญระดับโลกเนื่องจากนานาชาติหรือนานาประเทศต่างใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการติดต่อสื่อสาร เมื่อต้องการสื่อสารกับผู้คนที่มีมาจากต่างภาษาต่างวัฒนธรรมกันจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ด้วยเหตุผลนี้หลายประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่หรือภาษาราชการจึงบรรจุวิชาภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศที่ต้องเรียนในทุกระดับชั้นรองลงมาจากภาษาประจำชาติ (Maemew, 2021) ดังที่ OBEC (2012) กล่าวว่า ภาษาอังกฤษเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายมากที่สุดและมีผู้คนทั่วโลกใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักมากถึง 2000 ล้านคน ดังนั้นภาษาอังกฤษจึงเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนำเข้าส่งออก ด้านธุรกิจ และด้านอุตสาหกรรม ซึ่งความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษช่วยเพิ่มยอดขายและช่องทางการขายสินค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการซึ่งสอดคล้องกับ Kiatkungwanglai & Sattayanuwat (2018)

ที่กล่าวว่าภาษาอังกฤษส่งเสริมให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกัน Onwimon (2012) กล่าวถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษในการที่จะเข้าร่วมกลุ่มประชาคมอาเซียนว่าภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างผู้คนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศไทยล้วนเป็นที่รู้จักกันดีสำหรับชาวต่างชาติในเรื่องของประเพณีวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจรวมถึงอาหารไทยและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่โด่งดังตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากนานาประเทศหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเพิ่มจำนวนมากขึ้นในทุก ๆ ปี (Wongbenjarat, 2018) ดังนั้น รัฐบาลไทยจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อให้มีรูปแบบที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากนโยบายต่างๆ เช่น การท่องเที่ยววิถีไทย การท่องเที่ยวปันสุข การท่องเที่ยวโดยชุมชนและหมู่บ้าน นวัตกรรม และหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น เพื่อช่วยในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศไทย (CDD, 2018) ดังนั้น การที่มีข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าท้องถิ่นต่าง ๆ ที่ผลิตโดยชาวบ้านหรือคนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนช่วยอย่างมากให้ผู้ซื้อโดยเฉพาะชาวต่างชาติมีความสนใจและเข้าใจผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น ๆ มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบแผ่นพับยังส่งเสริมการขายสินค้าได้ดีและช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นที่รู้จักของทั้งคนไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น รวมถึงยังเป็นยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นพร้อมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าท้องถิ่นนั้น ดังที่ Wongleedee et al. (2011) กล่าวว่า การขายสินค้าและบริการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุทธศาสตร์และสื่อประชาสัมพันธ์แผ่นพับที่แสดงข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้ชัดเจน เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนแก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการ

ผลการศึกษาของ Kosittrakun (2020) ที่ได้ศึกษาความต้องการของข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่จำหน่ายในบริเวณถนนคนเดิน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาถนนคนเดินแห่งนี้ร้อยละ 86.90 อยากให้มีข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่วางขายในตลาดด้วย และเป็นประเด็นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ในทางตรงกันข้าม จากผลการศึกษาของ Khwankhong et al. (2016) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดพิษณุโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับพื้นฐาน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการมีข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติ

จากการที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจและพูดคุยสอบถามกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดบ้านท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ด้วยตัวเองนั้นพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดมีผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่นหลากหลายชนิด เช่น เซรามิควัฒน์ตาลโตนด โลชั่นน้ำตาลโตนด และสครับข้าว เป็นต้น แต่ทุกผลิตภัณฑ์มีข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แล้วยกเว้นฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง ส่วนแผ่นพับประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจฯ ยังมีเฉพาะข้อมูลภาษาไทย ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงโดยการเพิ่มเติมข้อมูลภาษาอังกฤษที่สอดคล้องกับ

ข้อมูลภาษาไทยบนฉลากเท่านั้นตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจที่ยังต้องการคงรูปแบบและสีของฉลากไว้ในด้านของแผ่นพับได้มีการปรับเปลี่ยนรูปภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มเติมข้อมูลภาษาอังกฤษของแต่ละผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดบ้านท่าหิน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา
2. เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจ และผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน ที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหิน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญและประโยชน์ของแผ่นพับ

แผ่นพับเป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาผลิตภัณฑ์ สินค้า การบริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นนิยมอย่างแพร่หลาย โดยรูปแบบของแผ่นพับเป็นกระดาษแบบพับ 3 หรือ 4 ในแผ่นเดียวที่สามารถพกพาได้สะดวกและแสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้อย่างครบถ้วนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับ และดึงดูดใจความ แผ่นพับประกอบด้วยข้อดีหลายประการ ได้แก่ (1) ออกแบบและแก้ไขง่าย (2) เพิ่มช่องทางในการขาย (3) ส่งเสริมภาพลักษณ์หรือสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ผลิตหรือองค์กร (4) ช่วยลดต้นทุนในด้านการตลาด (5) ง่ายและสะดวกต่อการพกพา (6) สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ และ (7) นำไปใช้ได้หลากหลายวัตถุประสงค์ (Srikanlayanabuth, 2007)

ความสำคัญของฉลากผลิตภัณฑ์

ฉลากผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยการสร้างความดึงดูดใจผ่านสีสันและข้อความที่สวยงามบนฉลาก อีกทั้งความครบถ้วนของข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ บนฉลาก เช่น วัน เดือน ปีที่หมดอายุ ส่วนประกอบ วิธีการใช้งาน และคำเตือน ยังเป็นการช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ (Thonglor et al., 2018) เช่นเดียวกับ Buaclee (2018) ที่กล่าวว่า ฉลากผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสินค้าทุกชนิดที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากควรมีข้อมูลที่ชัดเจนและสะดุดตาต่อผู้ซื้อ อีกทั้ง DIP (n.d.) ได้ระบุว่าฉลากผลิตภัณฑ์จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องระบุข้อมูลของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นตามความเป็นจริงเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภคได้ และได้นิยามว่าฉลากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ดีควรมีข้อมูลระบุได้แก่ (1) ชื่อประเภทหรือชนิดของผลิตภัณฑ์ (2) เครื่องหมายการค้า (3) ที่อยู่หรือสถานที่ตั้งของแหล่งผลิต (4) ขนาด ปริมาณ ปริมาตร น้ำหนัก และจำนวนที่บรรจุ (5) วิธีใช้ (6) ข้อแนะนำในการใช้ (7) คำเตือน (ถ้ามี) และ (8) วันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ

ประโยชน์ของฉลากผลิตภัณฑ์

Theeasana (2018) กล่าวว่าฉลากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ยา หรือเครื่องสำอางมีความจำเป็นที่จะต้องระบุข้อมูลให้ครบถ้วนทั้งชื่อและลักษณะของผลิตภัณฑ์ วิธีใช้หรือวิธีรับประทาน ข้อควรระวัง วันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ เป็นต้น เพราะฉลากผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึง

เป็นการสร้างความโดดเด่นให้กับแบรนด์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้เป็นที่รู้จักและจดจำของลูกค้า นอกจากนี้ Dholvitayakhun (2009) ได้กล่าวถึงฉลากผลิตภัณฑ์ในทำนองเดียวกันว่าควรมีการแยกแยะฉลากให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ทั้งในด้านของรูปแบบและสีของฉลาก รวมถึงจัดทำฉลากผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามสะดุดตาเพื่อประโยชน์ในด้านการส่งเสริมการขายสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายให้ดียิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ และแผ่นพับ

Sirisan (2017) ศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทป้ายบอกข้อมูล บัตรเข้าชม และแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์บ้านจำทวีจังหวัดพิษณุโลก จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวกับนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งป้ายบอกข้อมูล บัตรเข้าชม และแผ่นพับอยู่ในระดับมากทั้งในด้านการใช้งานด้านประโยชน์ที่ได้รับ และด้านความสวยงาม

Theasana (2018) พัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์อัจฉริยะในรูปแบบแอปพลิเคชันและศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานฉลากดังกล่าวเพื่อส่งเสริมรายได้ให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 60 กลุ่มจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้งานฉลากผลิตภัณฑ์อัจฉริยะที่พัฒนาแล้วในระดับมากที่สุด

Puangpejara et al. (2021) ศึกษาปัญหาและการพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ขอสกระดูกอ่อนของวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ บ้านจิวทราย อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลายกับกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ (1) ผู้บริหารหน่วยงานและนักวิชาการ (2) ผู้นำชุมชน (3) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านจิวทราย และ (4) ผู้บริโภคขอสกระดูกอ่อน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) แบบสังเกต (2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (3) แบบฝึกรวม (4) แบบสนทนากลุ่ม และ (5) แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ได้รับการแก้ไขหรือพัฒนามี 3 ประการ ได้แก่ (1) การปรับปรุงโลโก้และคำขวัญของสินค้าให้จดจำง่ายยิ่งขึ้น (2) การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากแก้วเป็นพลาสติกและฝาขวดแบบเกลียวมาเป็นฝาขวดแบบบีบ และ (3) การขยายขนาดตัวอักษรและเพิ่มข้อมูลด้านส่วนประกอบ วิธีการใช้วันที่ผลิตและวันหมดอายุให้ถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงสาธารณสุข

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการข้อมูลภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์สินค้า

Chatwirote & Chatwirote (2022) ศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของเกษตรกรรุ่นใหม่ในการพัฒนาฉลากเป็นภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชรจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามความต้องการ แบบประเมินความเหมาะสม แบบสอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 103 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์ และมีความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมากที่สุดเนื่องจากข้อมูลมีความใกล้เคียงกับต้นฉบับภาษาไทยมากที่สุด

Kosittrakun (2020) ศึกษาความต้องการข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในถนนคนเดินอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยการรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนถนนคนเดินดังกล่าวจำนวน 160 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำนวน 16 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 20 คน

ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.9) ต้องการให้มีข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเนื่องจากส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยนักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลด้านวิธีใช้มากที่สุด รองลงมาคือวิธีทำ และตราสินค้าตามลำดับ

Khongsri (2021) ศึกษาแนวทางการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น OTOP ด้วยการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยการเก็บข้อมูลจากฉลากผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นจำนวน 50 ฉลาก ซึ่งแบ่งเป็นฉลากผลิตภัณฑ์ประเภท 1-2 ดาว จำนวน 25 ฉลาก และประเภท 3-5 ดาว จำนวน 25 ฉลาก ผลการศึกษาพบว่า มีกลวิธีการใช้ภาษาบนฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร 4 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ (1) กลวิธีการขยายความด้วยคำคุณศัพท์และคำกริยาวิเศษณ์ (2) กลวิธีการบอกเล่าและการกล่าวเกินจริง (3) กลวิธีทางวาทศิลป์หรือการใช้คำขวัญ และ (4) กลวิธีการใช้คำบุพบทและคำกริยาในรูปแบบ infinitive with to

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วย (1) ผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 222 คนที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบสำเร็จรูปของ Yamane (1973) ซึ่งเก็บข้อมูลได้จริงคือ จำนวน 150 คน (2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหินจำนวน 20 คน และ (3) ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระจำนวน 10 คน

เครื่องมือ

1. ฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง ซึ่งมีข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่บ่งบอกรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อแบรนด์ คุณค่าทางโภชนาการ วิธีรับประทาน วันเดือนปีที่หมดอายุ และช่องทางการติดต่อ

2. แผ่นพับสองภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ที่ใช้ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด ซึ่งในแผ่นพับประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจวิสัยทัศน์ คำขวัญตำบล ข้อมูลและรูปภาพของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่มวิสาหกิจตาลโตนด คุณประโยชน์ของลูกตาล โปรแกรมเที่ยวตำบลท่าหินแบบวันเดียว แผนที่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลท่าหิน และช่องทางการติดต่อ

3. แบบสอบถามความพึงพอใจแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับมากที่สุดไปยังระดับน้อยที่สุด จำนวนรวมทั้งหมด 14 ข้อ โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านฉลากผลิตภัณฑ์จำนวน 6 ข้อ และ (2) ด้านแผ่นพับสองภาษาจำนวน 8 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปคือ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งหมด 150 คน ได้แก่ (1) ผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 120 คน (2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดโตนดจำนวน 20 คน และผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินจำนวน 10 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา ดังข้อมูลแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลแสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดโตนด และผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

สถานภาพ	ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	55	36.67
	หญิง	95	63.33
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	64	42.67
	25 – 35 ปี	32	21.33
	36 – 45 ปี	24	16.00
	46 – 55 ปี	17	11.33
	56 ปี ขึ้นไป	13	8.67
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	71	47.33
	ปริญญาตรี	72	48.00
	ปริญญาโท	6	4.00
	สูงกว่าปริญญาโท	1	0.67
ภาพรวม		150	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยสามารถจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และเป็นเพศชายจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 มีอายุต่ำกว่า 25 ปีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 25–35 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 ถัดมาคือมีอายุระหว่าง 36–45 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และมีอายุระหว่าง 46–55 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ลำดับสุดท้ายคือมีอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 ซึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือ เป็นผู้จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 47.33 และจบการศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ลำดับสุดท้ายคือเป็นผู้จบการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาโทเพียงจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

2. ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาแบ่งเป็นรายกลุ่ม

ตารางที่ 2 ข้อมูลแสดงระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาแยกเป็นรายกลุ่ม ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชนองค์กรบริหารส่วนตำบลท่าหิน (n = 150)

ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มหลัก	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1. ความพึงพอใจของผู้บริโภคทั่วไป	4.66	0.52	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด	4.59	0.29	มากที่สุด
3. ความพึงพอใจของผู้นำชุมชนองค์กรบริหารส่วนตำบลท่าหิน	4.44	0.57	มาก
รวม	4.56	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 บ่งชี้ให้เห็นในภาพรวมว่าผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชนองค์กรบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$, S.D.= 0.46) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้บริโภคทั่วไปมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.66$, S.D.= 0.52) เช่นเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดที่มีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$, S.D.= 0.29) ในขณะที่ผู้นำชุมชนองค์กรบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$, S.D.= 0.57)

3. ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ข้อมูลแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชนองค์กรบริหารส่วนตำบลท่าหิน (n = 150)

ความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1. เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น	4.73	0.21	มากที่สุด
2. ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ	4.62	0.26	มากที่สุด
3. การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	4.56	0.37	มากที่สุด
4. ภาษาอังกฤษในฉลากผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทย	4.63	0.33	มากที่สุด

ตารางที่ 3 ข้อมูลแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน (n = 150) (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา	\bar{x}	S.D.	แปลความ
5. การใช้คำทับศัพท์มีความถูกต้องและเหมาะสม	4.62	0.33	มากที่สุด
6. เนื้อหาภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	4.64	0.28	มากที่สุด
7. แผ่นพับสองภาษามีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า	4.63	0.27	มากที่สุด
8. เนื้อหาของแผ่นพับมีการใช้ภาษาได้เหมาะสมและเข้าใจง่าย	4.71	0.21	มากที่สุด
9. รูปภาพในแผ่นพับดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้ผู้ซื้ออยากซื้อสินค้า	4.69	0.22	มากที่สุด
10. รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	4.70	0.26	มากที่สุด
11. มีการจัดเรียงลำดับเนื้อหาของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.67	0.25	มากที่สุด
12. การใช้สีสันตัวอักษรและรูปภาพเข้ากับสีของพื้นหลังได้อย่างเหมาะสม	4.62	0.29	มากที่สุด
13. เนื้อหาสามารถสื่อความได้ชัดเจนไม่คลุมเครือ	4.66	0.32	มากที่สุด
14. เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น	4.77	0.19	มากที่สุด
ภาพรวม	4.66	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้แก่ ผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดทั้ง 14 ข้อ และมีจำนวน 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ข้อ 14) เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.19) ข้อ 1) เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.21) และ ข้อ 8) เนื้อหาของแผ่นพับมีการใช้ภาษาได้เหมาะสมและเข้าใจง่าย ($\bar{x} = 4.71$, S.D. = 0.21) ตามลำดับ ในทางตรงกันข้ามจำนวน 4 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 3) การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ($\bar{x} = 4.56$, S.D. = 0.37) ข้อ 2) ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.26) ข้อ 5) การใช้คำทับศัพท์มีความถูกต้องและเหมาะสม ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.33) และข้อ 12) การใช้สีสันตัวอักษรและรูปภาพเข้ากับสีของพื้นหลังได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.29) ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของผู้บริโภคทั่วไป

ตารางที่ 4 ข้อมูลแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของผู้บริโภคทั่วไป (n = 120)

ความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1. เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น	4.69	0.50	มากที่สุด
2. ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ	4.58	0.54	มากที่สุด
3. การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	4.59	0.58	มากที่สุด
4. ภาษาอังกฤษในฉลากผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทย	4.62	0.58	มากที่สุด
5. การใช้คำทับศัพท์มีความถูกต้องและเหมาะสม	4.65	0.53	มากที่สุด
6. เนื้อหาภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	4.67	0.52	มากที่สุด
7. แผ่นพับสองภาษามีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า	4.64	0.51	มากที่สุด
8. เนื้อหาของแผ่นพับมีการใช้ภาษาได้เหมาะสมและเข้าใจง่าย	4.63	0.50	มากที่สุด
9. รูปภาพในแผ่นพับดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้ผู้ซื้ออยากซื้อสินค้า	4.68	0.50	มากที่สุด
10. รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	4.75	0.49	มากที่สุด
11. มีการจัดเรียงลำดับเนื้อหาของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.65	0.53	มากที่สุด
12. การใช้สีสันตัวอักษรและรูปภาพเข้ากับสีของพื้นหลังได้อย่างเหมาะสม	4.65	0.54	มากที่สุด
13. เนื้อหาสามารถสื่อความได้ชัดเจนไม่คลุมเครือ	4.73	0.52	มากที่สุด
14. เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น	4.78	0.46	มากที่สุด
ภาพรวม	4.66	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคทั่วไปมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้บริโภคทั่วไปมีความพึงพอใจมากที่สุดทั้ง 14 ข้อ และมีจำนวน 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ข้อ 14) เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.46) ข้อ 10) รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.49) และ ข้อ 13) เนื้อหาสามารถสื่อความได้ชัดเจนไม่คลุมเครือ ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ ในทางตรงกันข้ามจำนวน 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 2) ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ ($\bar{x} = 4.58$, S.D. = 0.54) ข้อ 3) การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.58) และข้อ 4) ภาษาอังกฤษในฉลากผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทย ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

5. ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 5 ข้อมูลแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา (n = 20)

ความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1. เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น	4.80	0.16	มากที่สุด
2. ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ	4.90	0.09	มากที่สุด
3. การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	4.35	0.53	มากที่สุด
4. ภาษาอังกฤษในฉลากผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทย	4.60	0.34	มากที่สุด
5. การใช้คำทับศัพท์มีความถูกต้องและเหมาะสม	4.45	0.55	มากที่สุด
6. เนื้อหาภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	4.70	0.21	มากที่สุด
7. แผ่นพับสองภาษามีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า	4.80	0.16	มากที่สุด
8. เนื้อหาของแผ่นพับมีการใช้ภาษาได้เหมาะสมและเข้าใจง่าย	4.65	0.23	มากที่สุด
9. รูปภาพในแผ่นพับดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้ผู้ซื้ออยากซื้อสินค้า	4.65	0.23	มากที่สุด
10. รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	4.40	0.34	มากที่สุด
11. มีการจัดเรียงลำดับเนื้อหาของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.65	0.23	มากที่สุด
12. การใช้สีสันตัวอักษรและรูปภาพเข้ากับสีของพื้นหลังได้อย่างเหมาะสม	4.40	0.34	มากที่สุด
13. เนื้อหาสามารถสื่อความได้ชัดเจนไม่คลุมเครือ	4.20	0.46	มากที่สุด
14. เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น	4.72	0.19	มากที่สุด
ภาพรวม	4.59	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และมีจำนวน 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ข้อ 2) ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.09) ข้อ 1) เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น ($\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.16) และ ข้อ 7) แผ่นพับสองภาษามีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ($\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.16) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจำนวน 4 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 13) เนื้อหาสามารถสื่อความได้ชัดเจนไม่คลุมเครือ ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.46) ข้อ 3) การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.53)

ข้อ 10) รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.34) และข้อ 12) การใช้สีสันตัวอักษรและรูปภาพเข้ากับสีของพื้นหลังได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.34) ตามลำดับ

6. ความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน

ตารางที่ 6 ข้อมูลแสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาของผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน (n = 10)

ความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา	\bar{x}	S.D.	แปลความ
1. เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น	4.70	0.46	มากที่สุด
2. ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ	4.10	0.54	มากที่สุด
3. การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ	4.20	0.75	มากที่สุด
4. ภาษาอังกฤษในฉลากผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทย	4.50	0.67	มากที่สุด
5. การใช้คำทับศัพท์มีความถูกต้องและเหมาะสม	4.40	0.80	มากที่สุด
6. เนื้อหาภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	4.20	0.60	มากที่สุด
7. แผ่นพับสองภาษามีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า	4.20	0.60	มากที่สุด
8. เนื้อหาของแผ่นพับมีการใช้ภาษาได้เหมาะสมและเข้าใจง่าย	4.50	0.50	มากที่สุด
9. รูปภาพในแผ่นพับดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้ผู้ซื้ออยากซื้อสินค้า	4.50	0.50	มากที่สุด
10. รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	4.60	0.49	มากที่สุด
11. มีการจัดเรียงลำดับเนื้อหาของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.70	0.46	มากที่สุด
12. การใช้สีสันตัวอักษรและรูปภาพเข้ากับสีของพื้นหลังได้อย่างเหมาะสม	4.50	0.50	มากที่สุด
13. เนื้อหาสามารถสื่อความได้ชัดเจนไม่คลุมเครือ	4.50	0.67	มากที่สุด
14. เนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น	4.50	0.50	มากที่สุด
ภาพรวม	4.44	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และมีจำนวน 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ข้อ 1) เนื้อหากระชับ ได้ใจความ และตรงประเด็น ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.46) ข้อ 11) มีการจัดเรียงลำดับเนื้อหาของข้อมูลได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.46) และ ข้อ 10) รูปภาพที่เลือกมาใช้สอดคล้องกับข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ($\bar{x} = 4.60$,

S.D. = 0.49) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจำนวน 4 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 2) ฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ (\bar{X} = 4.10, S.D. = 0.54) ข้อ 3) การใช้ภาษาในฉลากผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.75) ข้อ 6) เนื้อหาภาษาอังกฤษบนฉลากผลิตภัณฑ์เป็นประโยชน์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.60) และข้อ 7) แผ่นพับสองภาษามีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาโดยภาพรวมพบว่า ผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเนื้อหาสองภาษาช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้นจากที่แสดงให้เห็นในตารางที่ 3 ของผลการศึกษาแล้วว่าเป็นประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 3 กลุ่มพึงพอใจมากที่สุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Kongcharoenkiat & Kongcharoenkiat (1998) ที่กล่าวว่าข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวต้องระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการสื่อความหมายของรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์นั้น ๆ แก่นักท่องเที่ยว ดังงานวิจัยของ Srihirun (2017) ที่พบว่าผู้บริโภคชาวจีนรู้สึกพึงพอใจและประทับใจผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยแผ่นทอดกรอบที่แสดงทั้งข้อมูลภาษาอังกฤษและภาษาจีนกลางบนบรรจุภัณฑ์อย่างมากเพราะทั้งด้านการออกแบบกราฟิกและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thonglor et al. (2018) ที่กล่าวว่าข้อมูลภาษาอังกฤษบนฉลากสินค้าช่วยให้ผู้ซื้อชาวต่างชาติเข้าใจข้อมูลและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้สูงขึ้นอีกด้วย

จากผลการศึกษารั้งนี้ ผู้บริโภคทั่วไปมีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นของเนื้อหาสองภาษาในแผ่นพับช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อรู้จักผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น ในขณะที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดมีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นของฉลากผลิตภัณฑ์ภาษาอังกฤษมีข้อมูลครบถ้วน เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ วิธีการรับประทาน และระบุข้อมูลวันเดือนปีที่หมดอายุ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Kosittrakun (2020) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยเดินทางมาเที่ยวถนนคนเดินจังหวัดขอนแก่นมีความต้องการให้ระบุข้อมูลภาษาอังกฤษบนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วยเกี่ยวกับยี่ห้อสินค้า วิธีใช้ วิธีทำ วัสดุที่ใช้ ขั้นตอนการทำ แหล่งผลิต วันหมดอายุ ขนาด และการดูแลรักษา โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เหตุผลว่าข้อมูลดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่วางจำหน่ายบริเวณถนนคนเดิน เช่น พวงกุญแจ รองเท้าหรือกระเป๋าสาน กระเป๋าหนัง พรมเช็ดเท้า ดอกไม้ประดิษฐ์ และเครื่องแก้ว เป็นต้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srihirun (2017) พบว่าผู้จำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรมในถนนคนเดินจังหวัดเชียงใหม่เห็นด้วยในการระบุข้อมูลรายละเอียดภาษาอังกฤษเกี่ยวกับชื่อสินค้า วัสดุที่ใช้ในการผลิต ราคา คุณสมบัติ และประโยชน์หรือสรรพคุณของสินค้าบนป้ายโฆษณาสินค้าเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับลูกค้าชาวต่างชาติมากขึ้น

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด บ้านท่าหิน อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา และ 2) เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจ และผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินที่มีต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาดังกล่าว ผลการศึกษาโดยภาพรวมพบว่าผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนด และผู้นำชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษา (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 3 กลุ่ม) พบว่าผู้บริโภคทั่วไปและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตาลโตนดมีความพึงพอใจต่อฉลากผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผงและแผ่นพับสองภาษาอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลท่าหินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยควรปรับเปลี่ยนการออกแบบภาพ สี และรูปแบบตัวอักษรในฉลากและแผ่นพับได้เอง
2. ควรเก็บข้อมูลจากชาวต่างชาติด้วย เนื่องจากงานวิจัยนี้จัดทำในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 รุนแรงจึงไม่สามารถเก็บข้อมูลกับชาวต่างชาติได้
3. ควรเพิ่มภาษาที่สามบนฉลากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

References

- Buaclee, C. (2018). The Design and the Development Product Labels Using Participatory Communication in Accordance with Creative and Sustainable Economy Concept. *Journal of Fine Arts, Chiang Mai University*, 9(2), 93–144.
- Chatwirote, B. & Chatwirote, U. (2022). Development of English Labels for New Generation Farmers' OTOP Products in Kamphaeng Phet Province. *Education Journal Faculty of Education Kamphaengphet Rajabhat University*, 5(9), 29–45.
- Community Development Department (CDD). (2018). **Handbook of OTOP Nawatwithi**. Ministry of Interior.
- Department of Industrial Promotion (DIP). (n.d.). **What Information Should a Food Label Contain?** <https://bsc.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-labelinfo>
- Dholvitayakhun, A. (2009). **Fundamentals of Diet Therapy**. Odeon Store.
- Khwankhong, C., Onsuang, C., Wisitchai-ngam, A. & Arsanachai, S. (2016). **The Potential Development in English Skills for OTOP Group in Phitsanulok Province to Promote Tourism, and Prepare for AEC Readiness**. Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Kiatkungwanglai, N. & Sattayanuwat, W. (2018). English Language and Economic Growth. *Srinakharinwirot Research and Development*, 10(20), 58–67.
- Kongcharoenkiat, P. & Kongcharoenkiat, S. (1998). **Food Packaging**. Packmate.

- Khongsri, P. (2021). Development of Local Product Labels for Persuading Foreign Tourist in Muang District, Mae Hong Son Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University*, 40(6), 79–92.
- Kosittrakun, S. (2020). Information in English on Local Product Labels: Perspectives from Foreign Tourists. *Humanities and Social Sciences Journal*, 37(2), 204–227.
- Maemew. (2021). **How English Important**. <https://www.fmcpenGLISH.com>
- Office of the Basic Education Commission (OBEC). (2012). **EP Open House 2012**. <http://english.obec.go.th/english/2013/index.php/th>
- Onwimon, S. (2012). **English Usage and the Future of Thailand in ASEAN**. http://www.dla.go.th/upload/ebook/column/20135/2060_5264
- Puangpejara, K., Puangpejara, S., Jangsawang, N. & Boonthanom, N. (2021). The Development of Brand, Packaging and Label of Santol Sauce by Participatory Action Research of Baan Ngew Rai Organic Farming Community Enterprise, Mueang Lop Buri District, Lop Buri Province. *Rajabhat Chiang Mai Research Journal*, 22(2), 211–228.
- Sirisan, P., (2017). Development Public Relations Media for Learning of Local Wisdom for Jathaweefolk Museum in Phitsanulok Province. **Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)**, 10(3), 736–751.
- Srihirun, J. (2017). Fried Banana Chips Packaging Design of a Community Enterprise for Exporting to the People’s Republic of China. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 8(2), 132–142.
- Srikanlayanabuth, A. (2007). **Media Design**. Viscom Center.
- Theeasana, P. (2018). Development Smart Label to Boost Revenue Using Augmented Reality Technology. *Journal of Project in Computer Science and Information Technology*, 4(2), 1–6.
- Thonglor, P., Pansri, T. & Maunsriplee, S. (2018). The Value-Added that Appears on the Label of Supplements Type Fish Oil of the Elderly. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(3), 1297–1301.
- Wongbenjarat, A. (2018). **Handbook of OTOP Nawatwithi**. <https://www.dot.go.th/storage/>
- Wongleedee, K., Jariyachamsit, S. & Surarak, P. (2011). **Satisfactions of Marketing Factors that Make American Tourists Choose to Revisit Thailand**. Suan Sunandha Rajaphat University.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. Harper and Row.