

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร Packaging Design and Development for Khao Leuang Patew Chumpon

ทัศนพล พึ่งพล¹ เสาวลักษณ์ พันธบุตร²

Tassaphol Phuengphol, Saowaluck Phanthabutr

บทคัดย่อ (Abstract)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร เพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพสินค้าข้าวเหลืองปะทิวของหมู่บ้านเกาะเสม็ด นอกจากนี้ยังสามารถเป็นตัวอย่างและแนวทางแก่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของชุมชนในเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ และเพื่อสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตและชุมชน โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ดังกล่าว ด้วยการทำแบบสอบถามเพื่อหาข้อมูลในด้านต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มคนในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-55) จำนวน 100 คน และ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่ควรให้ความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวมากที่สุด และเป็นองค์ประกอบที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญและส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ องค์ประกอบด้านข้อมูลทางโภชนาการ และเรื่องราวของสินค้า โดยตำแหน่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกสังเกตมองบนบรรจุภัณฑ์คือ คุณประโยชน์ของสินค้า

คำสำคัญ (Keywords): บรรจุภัณฑ์; ข้าวเหลืองปะทิว; ชุมพร

Abstract

Packaging design and development for Khao leuang Patew Chumpon, aims to point out the factors that could be applied in order to initiate an appealing outlook of the product to the customers, as well as to promote the status of the product into a wider market. It will also display a paradigm for other domestic products currently sold in the community to apply value-adding approach based on the

Received: 2022-06-21 **Revised:** 2022-11-10 **Accepted:** 2022-12-06

¹ สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Design for Business, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University.
Corresponding author: E-mail: Pakorn.p.bsa@gmail.com

² คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Faculty of Fine Art, Srinakharinwirot University.

package designing. The data collected from the survey will be classified into two main groups. The first group is the Customers (working people whose age is from 20 to 55 years old) with a scope of 100 samples to be surveyed. The second group is the Experts, which consists of 3 particular suggestions from the experts who are regarded as having keen understanding on how a package should be designed. By completing the survey, the result has shown the nutritional facts and the story of the product to be the two main components that should be focused on to make the product more interesting as a whole.

Keywords: Packaging; Khao leuang Patew Chumpon; Design

บทนำ (Introduction)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผู้คนประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นจำนวนมาก ปลูกข้าว ทำนา ทำไร่ ทำสวนเพื่อดำรงชีพ จึงทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรอย่างมากมาย ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพเป็นจำนวนมาก น่าเสียดายที่ผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพหลายๆ ชิ้นนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จัก และยังไม่สามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างมากมายนัก ด้วยปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น การสื่อสารที่ไม่สามารถทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้ การตลาดที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ รวมไปถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ ทุกอย่างนี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ดีหลายๆ อย่างไม่สามารถขาย หรือส่งออกได้ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร (Khao Leuang Patew Chumpon) เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังเป็นข้าวที่ให้ผลผลิตสูง จึงเป็นข้าวที่ชาวนาชุมพรมักนิยมปลูก เพราะปลูกง่าย ได้ผลผลิตที่ดี เหมาะกับพื้นที่และสภาพอากาศ (กรมการข้าว, 2559) นอกจากนี้ข้าวกล้องของข้าวเหลืองปะทิวยังมีสารอาหารต่างๆ ที่ช่วยในการหมุนเวียนของเลือดและลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือด ถือเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและมีการผลิตในระบบอินทรีย์ที่ได้รับการควบคุมการผลิตที่ดีอีกด้วย (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2008) หากแต่คุณภาพและลักษณะที่ดีของข้าวเหลืองปะทิวนั้น ไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดความสนใจในคนหมู่มากได้ ยังเป็นเพียงข้าวที่มีคนรู้จักเพียงแคในชุมชน

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรนี้มีจุดเด่นและเอกลักษณ์ในด้านภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เหมาะสม และยังถือเป็นข้าวที่ถูกขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication ย่อว่า GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์นั้นมีเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของคนในชุมชนในการผลิตสินค้า (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2016) รวมถึงเป็นการปลูกข้าวที่ชาวนาชุมพรส่วนใหญ่นิยมกัน จึงทำให้ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในจังหวัดชุมพร และยังเป็นข้าวที่มีผลผลิตที่เดียวคือที่จังหวัดชุมพรเท่านั้น อีกทั้งคุณประโยชน์ที่ได้รับจากข้าวชนิดนี้ มีสารอาหารและข้อดีอีกมากมาย ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีทั้งคุณภาพและคุณประโยชน์ที่ดี หากแต่ผลิตภัณฑ์นี้ยังไม่เป็น

ที่รู้จักของกลุ่มคนอีกมากมาย ทั้งกลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มคนในเมือง จึงได้ศึกษาปัญหาและสาเหตุ และพบปัญหาว่า บรรจุกัญท์ หรือการบรรจุหีบห่อของชาวบ้านนั้น ยังไม่เป็นที่ดึงดูดสายตา หรือ เป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากนัก อีกทั้งยังบรรจุกัญท์ไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ ส่งผลให้กลุ่มลูกค้ามีเพียงกลุ่มคนในจังหวัด ชุมพรและในระแวกรอบข้างเท่านั้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีประโยชน์มากมายนี้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ได้ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าหากมีการออกแบบบรรจุกัญท์ข้าวที่ดี และ สร้างสรรค์ให้ทันสมัย การออกแบบและพัฒนาบรรจุกัญท์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวชุมพรนี้อาจเป็น โอกาสที่ดีในการที่จะพัฒนาภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ทำให้เป็นที่รู้จัก และสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น รวมถึงข้อดีและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในข้าวชนิดนี้ ยัง สามารถขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ให้สอดคล้องกับเทรนด์ในยุคสมัยนี้ คือเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพ ได้อีก ด้วย ในช่วงการระบาดของโควิด-19 การซื้อขายอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างเช่น อาหารออร์แกนิกได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งการซื้อขายผ่านออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะในปี 2564 อาหารออร์แกนิกกลายเป็นความนิยมของคนรุ่นใหม่ ทั้งในฐานะอาหารเพื่อสุขภาพและยัง ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ให้คุณค่ากับการใช้สินค้าที่มีความเป็นธรรมต่อผู้ผลิต ช่วยดูแล ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อความยั่งยืน และความมั่นคงทางอาหารอีกด้วย และส่งผลให้เกษตรกรมี รายได้จากหลายทาง หรือเอามาพัฒนาชุมชน เพื่อการพัฒนาในส่วนอื่นต่อไปอีกด้วย (สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2021)

การศึกษาวิจัยการออกแบบพัฒนาบรรจุกัญท์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรนั้นมี วัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้สื่อสารข้อมูลสินค้าได้ชัดเจน สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจและตัดสินใจ ซื้อได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งการนำเสนอสินค้าให้สวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และสร้าง ความแตกต่างจากสินค้า อื่น ๆ มีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก (สมพงษ์ เพื่องอารมย์, 2007) โดยต้องคำนึงถึงโครงสร้างบรรจุกัญท์ที่แข็งแรง รูปทรงที่เหมาะสม มีความเป็นไปได้ในการผลิตเชิง อุตสาหกรรมระดับย่อย หรือขนาดเล็กในชุมชนเกษตรกรได้ และระบุข้อมูลสินค้า และกราฟิกที่ สวยงามเป็นเอกลักษณ์ให้คนจำได้บนบรรจุกัญท์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร ทั้งนี้เพื่อศึกษา องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุกัญท์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัด ชุมพร และเพื่อเป็นแนวทางการสร้างสรรค์บรรจุกัญท์สำหรับกลุ่มชาวเกษตรกร หรือผู้ผลิตบรรจุกัญท์สำหรับสินค้าประเภทนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย (Purpose or Objective)

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุกัญท์สำหรับข้าวเหลือง ปะทิวจังหวัดชุมพร
2. เพื่อพัฒนาบรรจุกัญท์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร ขอบเขตพื้นที่ในจังหวัดชุมพร อำเภอปะทิว และพื้นที่โดยรอบ และศึกษาพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายภายในจังหวัดกรุงเทพฯ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2564

2. กลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกกลุ่มประชากรในวัยทำงาน ช่วงอายุ 20-55 ปี ที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ หรือ เมืองหลวง จำนวน 100 คน สำหรับตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 3 คน แบ่งเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการวางแผนกลยุทธ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ข้าวสาร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย สอบถามข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร เป็นแบบสอบถาม ในเชิงสำรวจข้อมูล ความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2) พฤติกรรมการบริโภคข้าวสาร และ ความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่าง 3) การให้คะแนนและความคิดเห็นต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร 4 รูปแบบ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่า คะแนนออกเป็น 5 ระดับ

3.2 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่ง ออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ 1) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แบบเดิม 2) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรที่พัฒนามา 4 รูปแบบ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลงพื้นที่ศึกษาปัญหาและข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรเพื่อใช้ในการออกแบบ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับกลุ่มผู้ประกอบการค้า จำนวน 5 คน ผู้บริโภคข้าวเหลืองปะทิว จำนวน 5 คน

2. เก็บข้อมูลความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อใช้ในการพัฒนา ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่านทาง Google Forms เพื่อบรรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

3. ประเมินผลและเก็บข้อมูลความพึงพอใจกับผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ด้วยเครื่องบันทึกเสียง และการจดบันทึก นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาที่เป็นประเด็นหลัก และมีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ต่อลงในสมุดบันทึก หลังจากนั้นนำมาเรียบเรียงประเด็นหลักสำคัญที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แล้วจากนั้นนำเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์

ข้อมูลผลจากการประเมินความพึงพอใจและความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย หลังจากทำแบบสอบถามเชิงสำรวจข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบ ข้อมูลความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแยกวิเคราะห์ตามลำดับ และรายงานผลค่าสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) รวมทั้ง วิเคราะห์สาระสำคัญจากข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร” ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบที่ควรใช้ในการออกแบบ

ข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลผ่าน Google Forms เป็นจำนวน 100 คน โดยสอบถามข้อมูลการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร ว่าองค์ประกอบใดคือส่วนสำคัญมากที่สุดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักๆ ได้แก่ 1) หน้าตาความสวยงาม 2) ข้อมูลทางโภชนาการ 3) เรื่องราวที่มาที่ไป 4) ฟังก์ชันการใช้งาน พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร ในส่วนของ ข้อมูลทางโภชนาการ มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 44 ของจำนวนกลุ่มเป้าหมายผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และองค์ประกอบที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญรองลงมาคือเรื่องราวที่มาที่ไปของสินค้า โดยกลุ่มเป้าหมายได้ให้เหตุผลว่า ต้องการที่จะรู้ข้อมูลทางโภชนาการมากที่สุดเพราะต้องการรับรู้คุณประโยชน์จากสิ่งที่ตนเองกิน และต้องการรู้ที่มาที่ไปของสินค้านั้นๆ ว่าเป็นสินค้าจากที่ไหนมีเรื่องราวมาอย่างไรโอเคกันหรือไม่ นอกจากนี้ข้อมูลในด้านของส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ส่วนหลักๆ ได้แก่ 1) ราคา 2) ปริมาณ 3) คุณประโยชน์ 4) ข้อมูลทางโภชนาการ 5) คำโปรย 6) ภาพประกอบ พบว่าส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะสังเกตและให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ คุณประโยชน์ และรองลงมาคือ คำโปรย โดยให้เหตุผลว่า กลุ่มเป้าหมายต้องการที่จะรับรู้ถึงสิ่งที่จะได้รับอย่างชัดเจนรวดเร็วและง่ายต่อความเข้าใจมากที่สุด

ข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้ให้ความเห็นตรงกันว่า ควรที่จะเน้นองค์ประกอบในด้านของเรื่องราวของสินค้าให้ได้มากที่สุด โดยให้เหตุผลว่า เรื่องราวของจังหวัดชุมพร และความเป็นข้าวเหลืองปะทิวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าชิ้นนี้แตกต่างจากข้าวชนิดอื่นๆ ควรสร้างความแตกต่างเพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจในตัวสินค้าให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใช้สี ภาพประกอบ หรือลวดลายก็ตาม

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร

จากการลงพื้นที่และสอบถามถึงข้อมูลและปัญหาของผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร สามารถสรุปผลได้ว่า ผลิตภัณฑ์มีปัญหาในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากมีเพียงกลุ่มลูกค้าเดียวซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเดิม ๆ ภายในจังหวัดชุมพร อีกทั้งผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถดึงดูดสายตาและสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้ นี่จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้มีเพียงแค่ลูกค้าเดิม ๆ เท่านั้นที่บริโภค



ภาพที่ 1 บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมของชุมชน

ที่มา: ทศน์พล พิงผล 2564

การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์แบบเดิมจึงต้องปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ และสร้างภาพจำให้กับสินค้าให้ได้ ซึ่งนำไปสู่การขยายกลุ่มเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ โดยแนวทางในการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นแรก คือการออกแบบจากการแก้ไขปัญหาคือเดิมของบรรจุภัณฑ์เก่า ที่มีปัญหาหลักๆ ดังนี้

1) บรรจุภัณฑ์ยังสื่อสารได้ไม่ชัดเจน ไม่สามารถสื่อสารข้อดีและตัวตนของผลิตภัณฑ์ออกมาได้

2) บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ ทำให้ไม่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ปัญหาของบรรจุภัณฑ์แบบเดิม ผู้วิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาคือเดิมของบรรจุภัณฑ์ โดยการใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการออกแบบ (ศักดิ์ชัย เกียรติ

นาคินทร์, 2010) เรื่องคุณสมบัติเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยองค์ประกอบที่ใช้มีดังนี้ 1) การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ 2) การบ่งชี้ผู้ผลิตหรือตราสินค้า 3) การแสดงบุคลิกของสินค้า 4) การแสดงคุณสมบัติประโยชน์ของสินค้า 5) การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยออกแบบมาทั้งหมด 4 รูปแบบ



ภาพที่ 2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นต้น 4 รูปแบบ
ที่มา: ทศน์พล พึ่งผล 2564

จากการนำเสนอต้นแบบที่ได้ออกแบบมา 4 รูปแบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เลือกแบบที่พึงพอใจมากที่สุด และนำมาพัฒนาต่อ ผลจากแบบสอบถามในส่วนความคิดเห็นต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสารพบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย และเป็นปัจจัยในการเลือกสินค้าคือ องค์ประกอบด้านข้อมูลโภชนาการ ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการข้อมูลที่ชัดเจน และองค์ประกอบด้านเรื่องราวที่มาที่ไปของสินค้า และผลพบว่าส่วนประกอบแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกอ่านหรือสังเกต คือ คุณสมบัติที่จะได้รับ ส่วนในเรื่องโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายเลือกบรรจุภัณฑ์แบบเห็นเม็ดข้าว และมีขนาดที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์คือขนาดกลางและเล็ก ผลจากการนำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรที่พัฒนามา 4 รูปแบบ ต่อกลุ่มเป้าหมาย ล้วนไปในทางเดียวกัน และสรุปผลได้ว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 และให้คะแนนเป็นอันดับ 1 ในทุก ๆ ด้าน โดยให้เหตุผลว่า บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 มีสีและลวดลายที่น่าสนใจดึงดูดสายตา และยังให้ความรู้สึกถึงความธรรมชาติและอบอุ่นมากที่สุด และยังให้ความรู้สึกถึงเรื่องราวที่มาที่ไปของผลิตภัณฑ์มากที่สุดอีกด้วย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สอบถาม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และได้แนะนำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 4 รูปแบบเช่นกัน ซึ่งผลการประเมินพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจในแบบที่ 2 และคิดว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการ

นำมาพัฒนาต่อมากที่สุด พร้อมได้เสนอแนะส่วนที่ควรเพิ่มและแก้ไข โดยสรุปเป็นประเด็นหลักได้ ดังนี้ เพิ่มข้อมูลโภชนาการ เน้นเรื่องของคุณประโยชน์ให้ชัด และนำเสนอผ่านเรื่องราวของชุมชน



ภาพที่ 3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสมบูรณ์
ที่มา: ทศน์พล พิงผล 2564

หลังจากได้แก้ไขและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ตามข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จึงนำมาประเมินผลอีกครั้งกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสรุปผลได้ว่า รูปแบบที่พัฒนามาแล้วนี้ มีความเหมาะสมและตรงไปตามเป้าหมายของวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะขยายกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าได้ และยังสามารถนำเสนอเรื่องราวของชุมชนผ่านแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดี

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเปลือกปะทิวจังหวัดชุมพร เป็นการออกแบบและพัฒนาจากการศึกษาและแก้ไขปัญหาของบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบเดิม โดยพบว่าบรรจุภัณฑ์แบบเดิมยังมีปัญหาทางด้านการสื่อสาร และการใช้เป็นสื่อการตลาดการขาย ตามแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เรื่องวัตถุประสงค์ของบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้เป็นสื่อการตลาดการขาย เพื่อช่วยสร้างคุณค่าความน่าเชื่อถือและความนิยมให้แก่ผู้บริโภค โดยการออกแบบรูปทรงและกราฟิก พร้อมแสดงข้อความ ฉลาก ตราเครื่องหมายการค้า และสัญลักษณ์อื่นๆ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค (สมพงษ์ เฟื่องอารมย์, 2007) อีกทั้งยังขาดคุณสมบัติเรซินัลบนบรรจุภัณฑ์

ในเรื่องการแสดงบุคลิกของสินค้า ที่ควรแสดงออกทางความรู้สึกที่สอดคล้องกลมกลืนกับประเภทสินค้า หรือตราสินค้าตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตต้องการให้เป็นด้วย (ศักดิ์ชัย เกียรติธนาสินทร์, 2010)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร เป็นนวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริมการขายและการใช้เป็นสื่อการตลาด เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจแนวทางในการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคนวัยทำงานอายุ 20-55 ปี ที่อาศัยอยู่ในเมือง โดยผลการประเมินที่ได้รับจากกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า บรรจุภัณฑ์แบบที่2 ที่พัฒนามาในขั้นต้น ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 จากเหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าบรรจุภัณฑ์มีความดึงดูดสายตา ด้วยการจัดองค์ประกอบของสีและลวดลายที่สามารถสร้างความแตกต่างและความน่าสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีหลักการออกแบบของ (ศักดิ์ชัย เกียรติธนาสินทร์, 2010) แสดงผลให้เห็นว่า คุณสมบัติเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ เรื่องการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ในขณะเดียวกันกลุ่มเป้าหมายยังได้ให้เหตุผลอีกว่าบรรจุภัณฑ์ดูมีเรื่องราวและให้ความรู้สึกธรรมชาติปลอดภัยและอ่อนโยนที่สุด ซึ่งคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบ เพื่อการทำหน้าที่ทางการตลาด เรื่องการแสดงตัวสื่อความหมายแสดงบุคลิกซึ่งเป็นการแสดงออกโดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอย่างไรอย่างหนึ่งต่อสินค้าหรือตราสินค้านั้นๆ และ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค (ศักดิ์ชัย เกียรติธนาสินทร์, 2010) แบบที่3 ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 2 จากเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า มีความเรียบง่ายและเห็นตัวผลิตภัณฑ์เม็ดข้าวชัดเจนที่สุด ขณะเดียวกันยังให้ความรู้สึกถึงคุณภาพและความคุ้มค่าต่อสุขภาพ เป็นไปตามการคาดการณ์จากข้อมูลเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพของเว็บไซต์ Designer people ที่ให้ข้อมูลไว้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ควรจัดวางองค์ประกอบให้น้อยและไม่แออัด โดยเน้นไปที่ข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสาร แบบที่1 ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 3 จากเหตุผลจากเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า มีรูปแบบที่น่าสนใจ แต่ไม่เห็นเม็ดข้าวทำให้ยากต่อการตัดสินใจ แต่ในขณะเดียวกันรูปแบบนี้ให้ความรู้สึกถึงความแตกต่างแปลกใหม่ และให้ความรู้สึกถึงความคุ้มค่า แบบที่4 ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบเป็นอันดับสุดท้าย จากเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมือนบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าว ทำให้เกิดความสับสน และยังขาดการสื่อสารถึงเรื่องราว คุณภาพ ความอ่อนโยน แต่ยังให้ความรู้สึกที่แตกต่างและแปลกใหม่ จากข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้ตอบวัตถุประสงค์จากการศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการพัฒนาเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร จนได้ออกมาเป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า องค์ประกอบที่ควรให้ความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวมากที่สุด และเป็นองค์ประกอบที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือองค์ประกอบด้านข้อมูลทางโภชนาการ และเรื่องราวของ

สินค้า โดยตำแหน่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกสังเกตมองบนบรรจุภัณฑ์คือ คุณประโยชน์ของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ เรื่องการซื้อขายอาหารเพื่อสุขภาพ ที่วิเคราะห์ไว้ว่า คนรุ่นใหม่และคนในวัยทำงานหันมาสนใจเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องคุณประโยชน์ของอาหารที่บริโภค อาหารออร์แกนิกกลายเป็นความนิยมของคนรุ่นใหม่ และจะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งการซื้อขายผ่านออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะในปี 2564

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

การวิจัยในครั้งนี้พบว่า มีปัจจัยหลายอย่างในการที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นหนึ่งให้บรรจุเป้าหมาย ต้นทุนการผลิตเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนา หากสามารถลงทุนในด้านบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่และตามความสมควร ผู้วิจัยเชื่อว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และสามารถสร้างรายได้กลับมามากกว่าที่เสียไปกับการลงทุน

จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนามา เป็นการพัฒนาโดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ที่ต้องการให้มีต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยเป็นการพิมพ์สกรีนเพียงด้านเดียว แต่หากกลุ่มชุมชนหรือผู้ผลิตสามารถลงทุนต่อต้นทุนในจุดนี้ได้มาก ผู้วิจัยมีความเห็นและแนะนำว่า บรรจุภัณฑ์ยังสามารถใส่เรื่องราวด้วยการพิมพ์สกรีนเข้าไปในบรรจุภัณฑ์อีกฝั่งได้เพื่อเป็นการเพิ่มเรื่องราวและบอกเล่าถึงเรื่องราวของชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และจะสามารถช่วยเพิ่มลูกเล่นในการเปิดบรรจุภัณฑ์เข้าไปอ่านข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือเรื่องราวของชุมชนได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมการข้าว. (2559). องค์ความรู้เรื่องข้าว. สืบค้น 24 เมษายน 2565, จาก <http://www.ricethailand.go.th/Rkb/postharvest/index.php-file=content.php&id=6.htm?fbclid=IwAR2FxqctANDBqY3ulxlwCWueoOhoRgjQDjK1UYIAwKfrbC6OrKQqIBGpRbs>
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2551). การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. สืบค้น 24 เมษายน 2565, จาก <http://www.ipthailand.go.th/th/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A8%E0%B9%82%E0%B8%86%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B2/item/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%8A%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A3.html>

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไวยาลัย

สมพงษ์ เพื่องอารมย์. (2550). *บรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือตุลาการณมหาวิทยาลัย.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2564). *อาหารเพื่อสุขภาพ เทรนด์ร้อนยุค New Normal*. สืบค้น 24 เมษายน 2565, จาก <https://resourcecenter.thaihealth.or.th/>