

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกลีบลำดวนชัชฎาภรณ์เบเกอรี่ ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น

Packaging Design for Klip Lamduan (Thai Shortbread Cookies) of Chatchadaphon Bakery Based on Local Identity

ศศิธร ทองเปรมจิตต์^{1*} และ ศิริินภา พรหมมาแบน²
Sasithorn Thongpremit^{1*} and Sirinapa Prommaban²

^{1,2} คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์

95 ถนนเชียงใหม่-ลำปาง ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

*ajgluay@gmail.com, 083-2000362

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกลีบลำดวนให้กับชัชฎาภรณ์เบเกอรี่ โดยนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำจังหวัดตากมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ เพื่อส่งเสริมสินค้าภายในท้องถิ่นเป็นของฝากที่ทรงคุณค่าจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับการสัมภาษณ์และการสังเกตพบว่า ประเพณีการลอยกระทงสายและสะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิง เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นเชิงศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่ชัดเจนของจังหวัดตาก จึงนำอัตลักษณ์ที่ได้มาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวต้นกำเนิดแหล่งผลิตของผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ความต้องการทางการบรรจุของขนมกลีบลำดวนที่ต้องการโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้าไม่ให้แตกหักเสียหาย สามารถป้องกันการซึมผ่านของความชื้นและอากาศซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดเชื้อราและการเหม็นหืนได้ดี ประกอบกับความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และตลาดมวลชน (Mass Market) งานวิจัยนี้จึงกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมกลีบลำดวนไว้ 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การบรรจุผลิตภัณฑ์แยกชิ้นในถุงฟอยล์ลามิเนตก่อนบรรจุรวมในกล่องกระดาษ สำหรับจำหน่ายที่ตลาดเฉพาะกลุ่ม และ (2) การบรรจุรวมในถ้วยพลาสติกสำเร็จรูปชนิด PP (Polypropylene) สำหรับจำหน่ายที่ตลาดมวลชน และกำหนดให้มีถุงช้อปปิ้ง (Shopping Bag) ไว้สำหรับรวมหน่วย จากประเพณีการลอยกระทงสายและสะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิงซึ่งเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผสานกับการใช้โทนสีม่วงซึ่งเป็นอัตลักษณ์สีของแบรนด์ชัชฎาภรณ์ สามารถจัดวางกราฟิกได้ 2 รูปแบบ ผลจากการประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์และผู้ประกอบการ พบว่าทั้ง 2 กลุ่มให้คะแนนผลประเมินกราฟิกแบบที่ 2 มากกว่าแบบที่ 1

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ท้องถิ่น, การออกแบบบรรจุภัณฑ์, ขนมกลีบลำดวน, ชัชฎาภรณ์เบเกอรี่

Abstract

This research aims to design a package of Klip Lamduan (Thai shortbread cookies) for Chatchadaphon Bakery. By taking the local identity of Tak province to be a guideline for the design. To promote local products as a valuable souvenir. According to the Focus Group Discussion, including interviews and observations, found that the tradition of Loy Krathong and the suspension bridge across the Ping River are the local identities of Tak province, in terms of art, culture and architecture. Those identities are applied to be a graphic on the packaging, to convey the story of the origin of the product. Based on the analysis of packaging requirements of Klip Lamduan cookies, which need a packaging structure that can protect the product from breaking. And it also can prevent moisture and air permeability, which cause of mold and rancidity. In addition, to the needs of the entrepreneur who would like to position the product in the Niche Market and Mass Market. The research has formulated the packaging to two types for Klip Lamduan cookies: (1) Packing products in laminated foil bags. Pre-packed in paper carton for distribution in the Niche Market and (2) Packing in instant PP plastic cup (Polypropylene) for distribution throughout the Mass Market. And the shopping bag for all types of packaging. From the tradition of Loy Krathong and the suspension bridge across the Ping River, which are the local identities, combine with purple tone colour, which is the identity of Chatchadaphon Bakery. The graphic is designed in two types. The results from the evaluation by the packaging experts and the entrepreneur found that the two groups rated the graphic design type 2 more than type 1.

Keywords: packaging design, local identity, OTOP entrepreneurs

1. บทนำ

หากสินค้าชุมชน (OTOP) ไทยไม่มีจุดยืนของสินค้าไทย อาจทำให้อัตลักษณ์ของสินค้าหายไป การสร้างอัตลักษณ์จึงเป็น สิ่งหนึ่งที่สำคัญ ก็เพื่อให้สินค้าต่าง ๆ นั้นมีจุดยืนโดยเฉพาะสินค้าไทยที่เป็นสินค้าชุมชน (OTOP) อาจจะถูกสินค้าต่างชาติเข้ามา มีบทบาททางการตลาดและถูกกลืนหายไปนั่นเอง ดังนั้นผู้ประกอบการ OTOP ต้องศึกษาบริบททางสังคมหรือวิถีชุมชน แล้วนำมากำหนดนิยามที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อนำมาออกแบบพัฒนาสินค้า OTOP ไทย เพื่อหาแนวทางที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบ ดังนี้

- 1) ศึกษาแนวทางสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าหรือองค์กร
- 2) นำอัตลักษณ์มากำหนดแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชนิดต่าง ๆ
- 3) กำหนดระดับตำแหน่งของสินค้าชุมชน เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ดั่งนิยามอัตลักษณ์ คือ ลักษณะเฉพาะแสดงตัวตน บ่งบอกพื้นถิ่น เป็นสิ่งที่มีคุณค่า เป็นที่ต้องการของทุกคน เพราะบ่งบอกซึ่งความ “เป็นเรา-ไม่เป็นคนอื่น” นั่นทำให้ทุกคนทุกพื้นที่ มีตัวตนอย่างมีนัยสำคัญบนโลกใบนี้ เมื่อได้กลิ่นกรองข้อมูลแล้วส่งต่อให้นักออกแบบ จะได้มีทิศทางหรือเป้าหมายในการทำงานออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจน ด้วยกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจดจำง่ายต่อไป

พฤษชาติ ชีวะโอสถ ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์กับตัวสินค้าเป็นของคู่กันหรืออาจเรียกว่าเป็นเงาตามตัว เมื่อใดเกิดการผลิตสินค้าจะต้องเกิดบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาด้วยเสมอ ซึ่งในเรื่องการบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ในบ้านเรายังไม่ได้รับการพัฒนาไปเท่าไรนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชีย และยุโรป ทั้งนี้มีสาเหตุหลักที่สำคัญคือ 1. ผู้ประกอบการไม่กล้าลงทุนในเรื่องของบรรจุภัณฑ์หรือลงทุนก็น้อยมาจนเกิดปัญหาทำให้เกิดความเสียหายกับตัวสินค้าขึ้นภายหลัง 2. การเข้าให้ความช่วยเหลือของ

หน่วยงานภาครัฐที่ซ้ำซ้อนกัน จนทำให้เกิดความเบี่ยงเบน การเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ หรือช่องทางในเรื่องของ บรรจุภัณฑ์ที่มากจนเกิดความเสียหายต่อผู้ใช้บรรจุภัณฑ์

ปัญหาสำคัญที่พบในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมชุมชน ของประเทศไทย หรือผลิตภัณฑ์ OTOP คือ คุณภาพ มาตรฐาน รูปลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ ชุมชนจำนวนมาก ยังไม่สามารถเข้าสู่ช่องทางการตลาดใน ปัจจุบันได้ แปรนด์ชัชฎาภรณ์เบเกอร์เป็นสินค้าประเภท อาหาร บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรทำหน้าที่ปกป้องให้สินค้าถึงมือ ผู้บริโภคปลายทางอย่างปลอดภัยไม่บูดเน่าเสีย อยู่ใน สภาพการหุ้มห่อที่สินค้าภายในเป็นปกติ สามารถยืดอายุ การเก็บที่นานขึ้น อีกทั้งยังสามารถปกป้องรักษาใน กระบวนการขนส่ง และจัดจำหน่าย

โดยกระบวนการในการออกแบบและพัฒนา บรรจุภัณฑ์ มีความต่อเนื่องตั้งแต่การศึกษาบริบทของ แปรนด์ เพื่อหาอัตลักษณ์ (Identity) กำหนดช่องว่าง ทางทางการตลาดโดยนำมาหาจุดขายที่แตกต่าง เพื่อนำมา ออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ให้เกิดลักษณะเฉพาะ (Unique) ของแบรนด์ผู้ประกอบการ องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์คือ สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สินค้าดูมีราคาที่เหมาะสมกับ ตำแหน่งทางการตลาด และย่นระยะเวลาในการทำงาน ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการสามารถรับรู้และ เข้าใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สินค้ามีราคา ที่มีสัดส่วนผกผันเหมาะสม ระหว่าง Position และอายุ การจัดเก็บ อีกทั้งราคาต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำ มาเป็นต้นทุนหมุนเวียนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ในวงจร การตลาด อีกทั้งศึกษาช่องทางการตลาดที่เหมาะสม และมีความเป็นไปได้ในทางครั้งนี้

ด้วยเหตุนี้เพื่อเป็นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เบเกอร์ สำรวจความต้องการด้านการพัฒนากระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งบรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ โดยมุ่งเน้นที่จะออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ให้มีความร่วมสมัยแสดงจุดยืน ของอัตลักษณ์ ลักษณะเฉพาะแสดงตัวตน บ่งบอก

อัตลักษณ์ท้องถิ่น เป็นสิ่งที่มีคุณค่า เป็นที่ต้องการของ ทุกผู้คน มีจุดมุ่งหวังให้พัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้า OTOP ไทย ให้เป็นที่ยอมรับ ของตลาด สนองความต้องการลูกค้าเป้าหมายในที่สุด

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกลีบลำดวน ให้กับชัชฎาภรณ์เบเกอร์ โดยนำอัตลักษณ์ท้องถิ่น ประจำจังหวัดตากมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

2.2 เพื่อสร้างเป็นแม่แบบ (บรรจุภัณฑ์) ให้ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้

3. การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบบน บรรจุภัณฑ์ กำหนดจุดขายผลิตภัณฑ์ขนมชัชฎาภรณ์ เบเกอร์ และศึกษาความต้องการเกี่ยวกับออกแบบและ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมชัชฎาภรณ์เบเกอร์ให้เหมาะสมกับ Positioning ของสินค้า คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสวงหา ความรู้ที่จะนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดของ การวิจัย จึงได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นสำคัญแนวคิดเกี่ยวกับตำแหน่งของตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการด้าน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ บรรจุอาหาร (ประเภทขนมอบ)

4. วิธีการวิจัย

อธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจนศึกษาข้อมูลและเอกสารงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทาง ในการสร้างความแตกต่างจากท้องตลาดและคู่แข่ง

ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ ของชุมชนบ้านแม่กั๊ดหลวง อัตลักษณ์ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก แหล่งที่มาของวัตถุดิบและทรัพยากร สถานที่ ท่องเที่ยว ความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่

เกี่ยวข้องกับด้านการตลาดรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม และรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งในท้องถิ่น เพื่อวางตำแหน่งการขายของสินค้า (product positioning) และวางตำแหน่งบรรจุภัณฑ์ (packaging positioning) ให้สนองต่อความต้องการทางการตลาด เช่น จุดเด่น-จุดด้อยของแบรนด์, ระดับทางการตลาด, ช่องทางการตลาดที่จัดจำหน่าย, คุณลักษณะกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคหลักและรอง, จุดเด่นของผลิตภัณฑ์, และต้นทุนหมุนเวียนหรือทรัพยากร เป็นต้น โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยเครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) โดยมีเนื้อหาและจุดมุ่งหมายตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนในการพัฒนา และออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

2.1 ดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ สาเหตุเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อการเลือกใช้วัสดุและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถลำเลียงและขนส่งจากแหล่งผลิตจนถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 กำหนดรูปแบบ รูปทรงและบรรจุภัณฑ์ 3 มิติ

2.3 ศึกษาสมบัติวัสดุบรรจุภัณฑ์และกำหนดวัสดุในแต่ละรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

2.4 เสนอแบบร่าง (sketch) ให้กับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญเพื่อเลือกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2.5 นำแบบร่างที่เลือกมาจัดทำ drawing ที่ระบุมิติที่สำคัญ

2.6 พัฒนาแบบร่างด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator, Adobe Photoshop และโปรแกรม Sketch Up

2.7 จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบด้านโครงสร้างโดยใช้วัสดุที่กำหนดตามแบบร่าง

2.8 ประเมินราคาของบรรจุภัณฑ์ (ต้นทุนหมุนเวียน) และความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนในการพัฒนา และออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

3.1 ดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดรวมไปถึงระดับของสินค้าที่จะวางขาย (product positioning) ภาพลักษณ์ของสินค้าที่จะสื่อถึงผู้บริโภคเป้าหมาย ข้อมูลด้านกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์อาหาร

3.2 ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์คู่แข่งหรือสินค้าจากชุมชนอื่นในจังหวัดตาก เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างด้วยการเลือกใช้โทนสี และองค์ประกอบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

3.3 เสนอแบบร่าง (sketch) ให้กับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญเพื่อเลือกกราฟิกบรรจุภัณฑ์

3.4 พัฒนาแบบร่างด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator, Adobe Photoshop และโปรแกรม Sketch Up

3.5 จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปประเมินและเลือกต้นแบบกราฟิก

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ และเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์

ใช้วิธีการวิเคราะห์และเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อสร้างเป็นต้นแบบให้กลุ่มผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้ โดยรูปแบบการวิจัยสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และในส่วนด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปผล โดยนำแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีกราฟิกทั้ง 2 รูปแบบ ส่วนด้านการเลือกใช้วัสดุโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในแต่ละรูปแบบได้เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียหรือข้อจำกัดของวัสดุบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท โดยอ้างอิงทฤษฎีจากคู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME (มยุรี ภาคลำเลียง, 2560) ซึ่งขึ้นอยู่กับราคาขาย ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ อายุการเก็บของผลิตภัณฑ์ วิธีการบรรจุ ตลาดเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และไปสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยอาจารย์ นักวิชาการ และตัวแทนผู้นำกลุ่มสตรีบ้านแม่กั๊ดหลวง

จำนวนทั้งหมด 6 ท่าน จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสนทนาและแบบสอบถามมาสรุปผลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ แล้วนำมาเรียบเรียงและนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

5. ผลการวิจัย

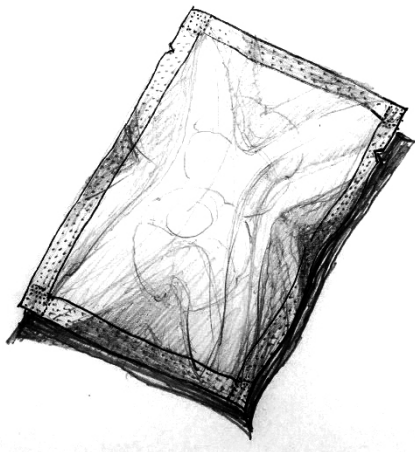
จากการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของ จังหวัดตาก สิ่งที่ชุมชนต่างเห็นไปในทางเดียวกันว่าสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ชัดเจนที่สุด คือ ประเพณีการลอยกระทงสาย ซึ่งเป็นประเพณีที่นำเอาพระพุทธรูปขนาดเล็กมาประดิษฐานบนกระทงและล่องลอยตามลำน้ำปิงที่ไหลผ่านจังหวัดตากจะมีสันทรายตื้นๆ ทำให้เกิดเป็นร่องน้ำที่สวยงามตามธรรมชาติ เมื่อนำกระทงไปลอย กระทงจะไหลไปตามร่องน้ำดังกล่าว เกิดเป็นสายยาวต่อเนื่องของแสงไฟระยิบระยับเป็นสายสวยงามตามความยาวของร่องน้ำ (นิรนาม, 2561) ซึ่งชาวจังหวัดตากภาคภูมิใจกับความสวยงามเชิงศิลปวัฒนธรรมนี้มาก ภาพประเพณีการลอยกระทงสายจึงมักถูกหยิบยกมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตากอยู่เสมอ อีกหนึ่งอัตลักษณ์ประจำจังหวัดตาก ที่ชุมชนกล่าวถึง คือ สะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิง ที่ได้ชื่อว่าเป็น “สะพานแห่งความโรแมนติก” ที่เหมาะแก่การชื่นชมธรรมชาติในยามเย็น และชมความงามของแสงไฟที่ประดับตกแต่งไว้ในยามค่ำคืน นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัด จึงไม่พลาดที่จะแวะเดินชมวิวยามเย็นบนสะพานแห่งนี้ เพื่อเก็บภาพความประทับใจไว้ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงได้นำภาพประเพณีการลอยกระทงสาย และสะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิง มาสร้างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ขนมกลีบลำดวนจัดเป็นผลิตภัณฑ์ขนมอบ ที่มีความชื้นต่ำ มักไม่เกิดปัญหาการเสื่อมเสียคุณภาพจากจุลินทรีย์ แต่มักเสื่อมเสียคุณภาพจากปฏิกิริยาออกซิเดชันของไขมัน ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นหืน และปฏิกิริยาออกซิเดชันของวิตามิน ทำให้คุณค่าทางโภชนาการลดลงและสีซีดจาง (อมรรตน์, 2534) จาก

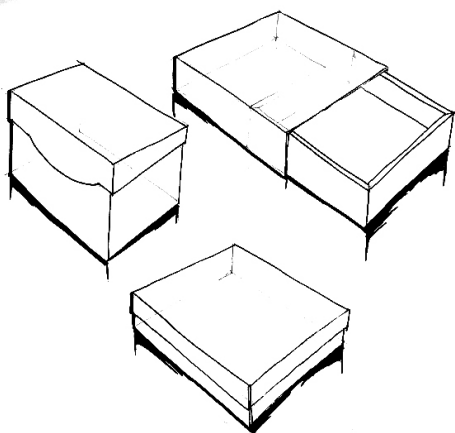
การวิเคราะห์ความต้องการทางการบรรจุของขนมกลีบลำดวนที่ต้องการโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้าไม่ให้แตกหักเสียหาย สามารถป้องกันการซึมผ่านของความชื้นและอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดเชื้อราและการเหม็นหืนได้ดี ประกอบกับความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และตลาดมวลชน (Mass Market) การศึกษานี้จึงกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมกลีบลำดวนไว้ 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การบรรจุผลิตภัณฑ์แยกชิ้นในถุงพอลิเอทิลีนก่อนบรรจุรวมในกล่องกระดาษ สำหรับจำหน่ายที่ตลาดเฉพาะกลุ่ม และ (2) การบรรจุรวมในถ้วยพลาสติกสำเร็จรูปชนิด PP (Polypropylene) สำหรับจำหน่ายที่ตลาดมวลชน และกำหนดให้มีถุงช้อปปิ้ง (Shopping Bag) ไว้สำหรับรวมหน่วย

สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม เลือกใช้ถุงลามิเนตหรือถุงลามิเนตที่มีอะลูมิเนียมชั้นกลางเป็นบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual packaging) โดยบรรจุผลิตภัณฑ์แยกเป็นถุงๆ ละ 2 ชิ้น เพื่อความสะดวกในการรับประทานและการเก็บรักษา กรณีที่รับประทานไม่หมด (รูปที่ 1) จากนั้นรวมหน่วยในกล่องกระดาษที่ทำหน้าที่เป็นบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2 (Secondary packaging) ที่ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการรั่วไหลและการศึกษาได้ลองทำการออกแบบโครงสร้างกล่องขึ้นมาหลากหลายรูปทรง (รูปที่ 2 และรูปที่ 3) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการจัดวางผลิตภัณฑ์ เมื่อลองจัดวางผลิตภัณฑ์ลงกล่องแบบถาด (Tray type) ที่มี partition กัน พบว่าสามารถจัดวางผลิตภัณฑ์ได้จำนวน 12 ช่อ ในขณะที่การจัดวางในกล่องแบบท่อ (Tube type) สามารถจัดวางผลิตภัณฑ์ได้เพียง 10 ช่อ เมื่อพิจารณาตามความเหมาะสมร่วมกับผู้ประกอบการแล้ว ได้ข้อสรุปว่าบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2 ออกแบบโครงสร้างเป็นกล่องแบบถาด ส่วนตลาดมวลชนเลือกบรรจุผลิตภัณฑ์ในถ้วยพลาสติกสำเร็จรูปชนิด PP (Polypropylene) (รูปที่ 4) เนื่องจากสามารถหาซื้อได้ง่ายต้นทุนไม่สูง อีกทั้งยังเป็นบรรจุภัณฑ์คงรูป จึงสามารถป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดการแตกหักเสียหายได้ดี สำหรับถุงช้อปปิ้ง (Shopping Bag) ที่มีวัตถุประสงค์ของการใช้งานเพื่อรวมหน่วยสินค้า เลือกใช้กระดาษอาร์ตน้ำหนัก

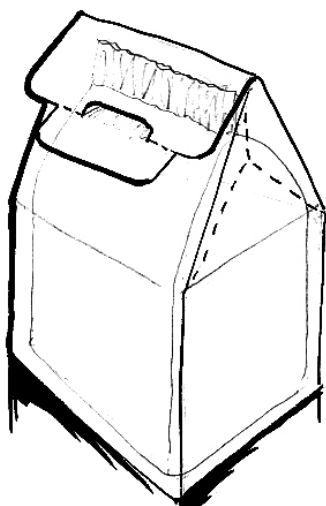
160-190 กรัม/ตร.ม. ส่วนหูหิ้วใช้เชื้อจากวัสดุธรรมชาติ
แทนสัญลักษณ์ของเชือกสะพานแขวน



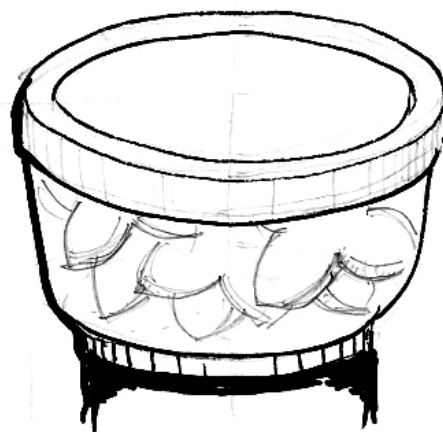
รูปที่ 1 ถุงพลาสติกชนิดลามิเนต



รูปที่ 2 กล่องแบบถาด (Tray type)



รูปที่ 3 กล่องแบบท่อ (Tube type)



รูปที่ 4 ถ้วยพลาสติกสำเร็จรูปชนิด PP

ภาพประเพณีการลอยกระทงสาย ถูกลำนำมาใช้เป็นกราฟิกบนกล่องกระดาษ และฉลากบนถ้วยพลาสติก ส่วนสะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิง นำมาสร้างกราฟิกบนถุงข้อปั้ง ในการออกแบบเลือกใช้ภาพวาดลายเส้นแทนการใช้ภาพถ่าย ภาพลายเส้นมีความคลาสสิก สามารถกระตุ้นจินตนาการ และถ่ายทอดเรื่องราวให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ดี เลือกใช้โทนสีม่วง ซึ่งเป็นโทนสีอัตลักษณ์ของแบรนด์ชัชฎาภรณ์ สำหรับการออกแบบกล่องได้จัดวางองค์ประกอบกราฟิกไว้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 สร้างอารมณ์กราฟิกเพื่อสื่อถึงบรรยากาศความงามยามค่ำคืนที่เต็มไปด้วยแสงไฟจากกระทงสาย โดยเลือกใช้สีม่วงเมื่อดมประวาง Thai Tone Color T6030 (C70 M100 Y20 K0) และสีทองชมพูพูน Thai Tone Color T8030 (C15 M35 Y90 K0) เป็นสีหลัก ส่วนรูปแบบที่ 2 เน้นความอ่อนหวาน โรแมนติก เลือกใช้สีอ่อน เพื่อให้เห็นองค์ประกอบต่างๆ ในภาพได้อย่างชัดเจน จึงเลือกใช้สีม่วงดอกตะแบก Thai Tone Color: T6040 (C30 M60 Y10 K0) ส่วนฉลากติดบนฝาถ้วย ออกแบบกราฟิกไว้ 2 รูปแบบเช่นกัน โดยรูปแบบที่ 1 ออกแบบกราฟิกให้สอดคล้องกับกล่องรูปแบบที่ 2 โดยเลือกใช้สีม่วงดอกตะแบก Thai Tone Color: T6040 (C30 M60 Y10 K0) เช่นเดียวกัน (รูปที่ 7) ในขณะที่รูปแบบที่ 2 มีการลดทอนรายละเอียดบางจุดของภาพ และลดจำนวนสีที่ใช้ลง เพื่อขับข้อความให้เด่นชัดขึ้นมา เลือกใช้สีม่วงดอกอัญชัน Thai Tone Color: T6080 (C70 M80 Y10 K0) (รูปที่ 8)



รูปที่ 5 การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์
รูปแบบที่ 1 ใช้สีม่วงเม็ดมะปราง Thai Tone Color
T6030 (C70 M100 Y20 K0) และสีทองชมพูทุท
Thai Tone Color T8030 (C15 M35 Y90 K0)



รูปที่ 6 การจัดวางองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์
รูปแบบที่ 2 ใช้สีม่วงดอกตะแบก
Thai Tone Color: T6040 (C30 M60 Y10 K0)

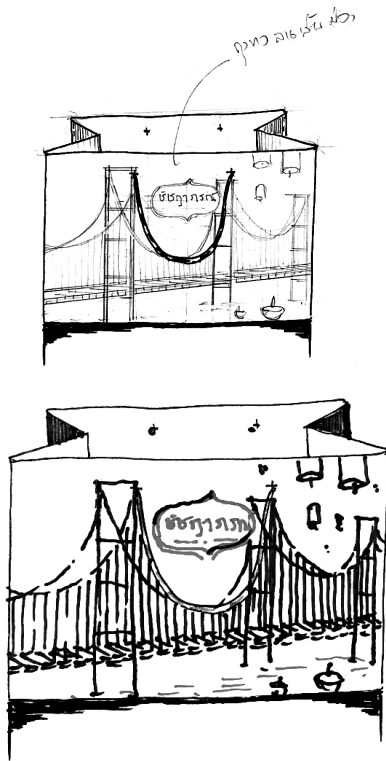


รูปที่ 7 การจัดวางองค์ประกอบกราฟิก
บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ใช้สีม่วงดอกตะแบก
Thai Tone Color: T6040 (C30 M60 Y10 K0)

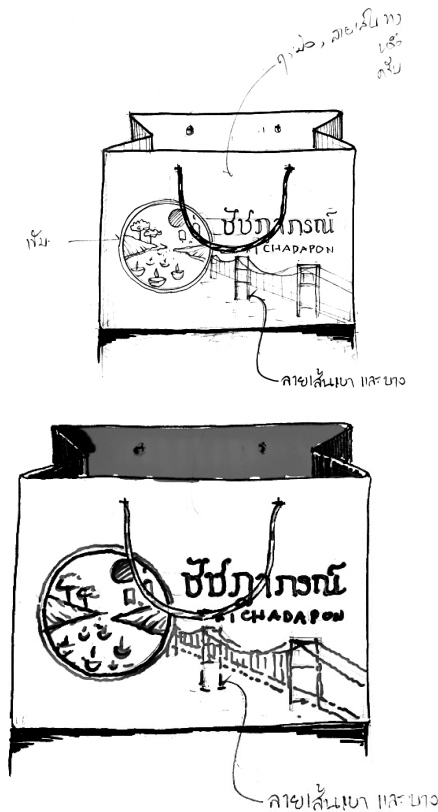


รูปที่ 8 การจัดวางองค์ประกอบกราฟิก
บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ใช้สีม่วงดอกอัญชัน
Thai Tone Color: T6080 (C70 M80 Y10 K0)

สำหรับการออกแบบกราฟิกบนถุงช้อปปิ้งเลือกใช้
ภาพสะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิง โดยจัดวางองค์ประกอบ
กราฟิกได้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 จัดองค์ประกอบ
กราฟิกให้เห็นภาพสะพานแขวนเต็มพื้นที่ออกแบบ
ในขณะที่รูปแบบที่ 2 ใช้มุมมองภาพมุมกว้าง เพิ่ม
ความน่าสนใจด้วยการนำภาพประเพณีกระทงสายมา
ประกอบ เพื่อสร้างเรื่องราว

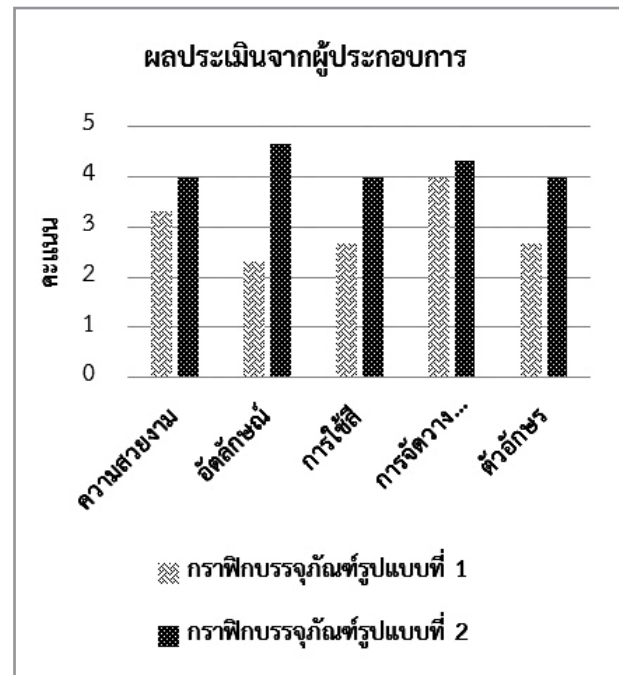


รูปที่ 9 ถุง Shopping bag
จัดวางองค์ประกอบกราฟิกรูปแบบที่ 1



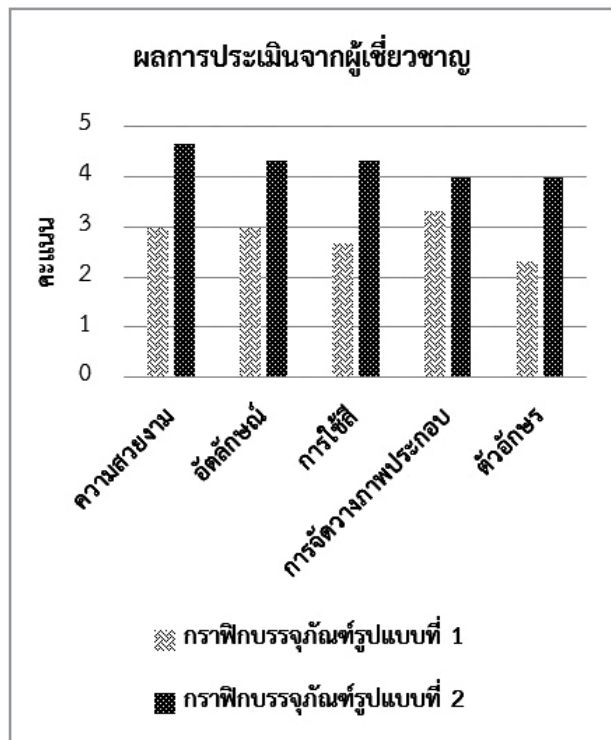
รูปที่ 10 ถุง Shopping bag
จัดวางองค์ประกอบกราฟิกรูปแบบที่ 2

ผลจากการสำรวจความพึงพอใจด้านการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 13 พบว่าผู้ประกอบการให้คะแนนการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบที่ 2 มากกว่ารูปแบบที่ 1 ด้านอัตลักษณ์มากที่สุด (4.67 คะแนน) รองลงมาคือด้านการจัดวางองค์ประกอบ (4.33 คะแนน) ตามลำดับ

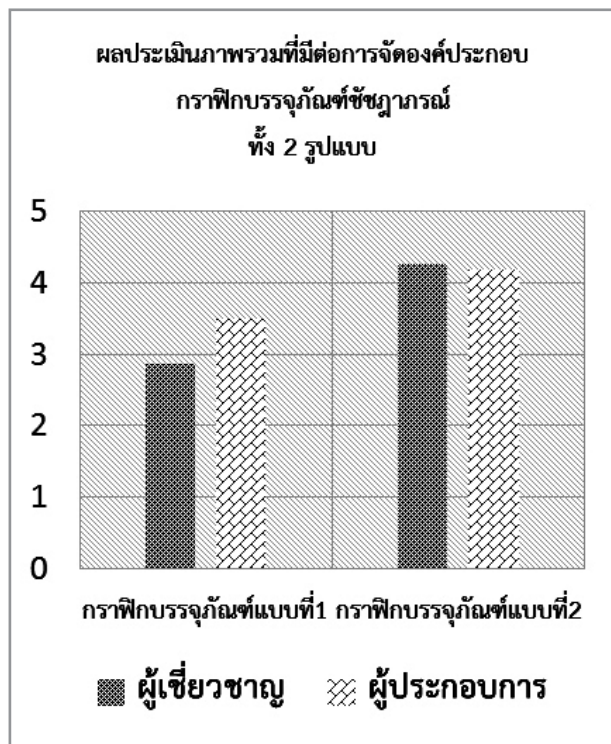


รูปที่ 13 ผลประเมินการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ชัชวาลย์รูปแบบที่ 1-2 จากผู้ประกอบการ

ผลจากการสำรวจความพึงพอใจด้านการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 14 พบว่าผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบที่ 2 มากกว่ารูปแบบที่ 1 เช่นกัน คือด้านความสวยงามมากที่สุด (4.67 คะแนน) รองลงมาคือด้านอัตลักษณ์และการใช้สี (4.33 คะแนน) ตามลำดับ และในรูปที่ 15 เป็นผลประเมินเปรียบเทียบภาพรวมที่มีต่อการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ชัชวาลย์ทั้ง 2 รูปแบบ



รูปที่ 14 ผลประเมินการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1-2 จากผู้เชี่ยวชาญ



รูปที่ 15 ผลประเมินภาพรวมที่มีต่อการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบ

6. อภิปรายผลการวิจัย

ด้านการศึกษาอัตลักษณ์พบว่าใช้การออกแบบแสดงประเพณีท้องถิ่นของจังหวัดตาก และอัตลักษณ์สินค้าของแบรนด์ชัชฎาภรณ์มาจัดวางองค์ประกอบเพื่อกำหนดนิยาม และจุดยืนสินค้า OTOP ดังที่ ปฐวี ศรีโสภา (2553) กล่าวว่าวิสาหกิจชุมชนของไทย ยังขาดการกำหนดนิยามที่ถูกต้องและเหมาะสมตามบริบททางสังคม ส่งผลให้อัตลักษณ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน (OTOP) ถูกกลืนหายไป จึงได้ศึกษาแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาวิเคราะห์จากปัจจัยได้เปรียบทางเศรษฐกิจของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน และสอดคล้องกับผลการศึกษาข้อมูลด้านเอกลักษณ์ประจำชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม ที่ถูกเลือกลำดับแรกมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากร คือ ปลูก (ร้อยละ 26.9) ด้านผลงานหัตถศิลป์ คือ หลวงพ่อบ้านแหลม (ร้อยละ 40.4) และด้านกิจกรรม สถานที่สำคัญ คือ ตลาดน้ำ (ร้อยละ 34.4)

ด้านรูปทรงบรรจุภัณฑ์ของฝากและหรือของที่ระลึก เพื่อให้เกิดการส่งผลกระทบต่อมูลค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ ดังที่ สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์ (2552) พบว่าองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงได้ อีกทั้งผู้ประกอบการสามารถรับรู้และเข้าใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูง องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงได้แก่ เลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ตัวอักษร ภาพประกอบและสี จำนวนชั้นการหีบห่อของบรรจุภัณฑ์, วัสดุ, รูปทรง และส่วนประกอบเพิ่มเติมที่สามารถส่งผลให้สินค้ามีราคาสูง เช่น พื้นที่ของบรรจุภัณฑ์ที่มีมากเป็นพิเศษเมื่อเทียบกับพื้นที่ผลิตภัณฑ์

ด้านการใช้วัสดุใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์อาหาร เดิมปัญหาที่พบของการใช้ถุงพลาสติก โดยเฉพาะอาหารของ OTOP ส่วนใหญ่นิยมใช้ถุงฟิล์มพลาสติกชั้นเดียวที่ทำมาจาก PP ใส มีสมบัติในการป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนได้ต่ำ ส่งผลให้อาหารเสื่อมคุณภาพเร็ว หายกรอบ เหม็นหืน อายุการเก็บสั้นเพียง 3-7 วัน จึงควรแก้ไขปัญหการใช้ถุงพลาสติก ดังที่ มยุรี ภาคลำเจียก (2560) กล่าวว่า แนวทาง

แก้ไขปัญหการใช้ถุงพลาสติกบรรจุอาหาร กล่าวคือ อาหารชนิดเดียวกันสามารถใช้บรรจุภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ราคาขาย ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เช่น เม็ด ผง ก้อน แผ่นบาง แท่ง ของเหลว กึ่งเหลว อายุการเก็บของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ วิธีการบรรจุ ความสะดวกในการใช้ เช่น เปิด ปิด เท เก็บรักษา ความสวยงามเมื่ออยู่บนชั้นวางขาย ขนาดบรรจุ ตลาดเป้าหมาย ช่องทางการจำหน่าย พฤติกรรมผู้บริโภคเป้าหมาย คือ ถุงที่มีการจัดเก็บไม่นานใช้ถุงชนิดฟิล์มชั้นเดียว มีราคาถูกหาซื้อได้ง่าย ถัดไปคือถุงลามิเนต มีหลายโครงสร้างให้เลือกใช้ตั้งแต่ป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนได้ในระดับปานกลางถึงได้ดีมาก จนถึงถุงชนิดทึบที่เห็นสีเงินของอะลูมิเนียม สามารถป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนได้ดีมาก ผลิตจากวัสดุ 3 ชั้นของ PET/AL/LDPE ผนึกกันดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่า WVTR และค่า OTR ระหว่างฟิล์มแก้วกับลามิเนตทั้ง 3 ประเภท เพื่อทำมาตรฐาน

ฟิล์มพลาสติกที่ทำ ถุง	ค่าประมาณ WVTR (ก./ตร.ม.วัน)	ค่าประมาณ OTR (ลบ.ซม./ ตร.ม.วัน)
ฟิล์มแก้ว (CPP)	7	3000
ลามิเนตประเภทที่ 1 PET 12/MPET 12/LLDPE 80	4	70
ลามิเนตประเภทที่ 2 PET 12/MPET 12/LLDPE 60	2	4
ลามิเนตประเภทที่ 3 PET 12/AL 9/PA 15/ CPP 70	0.3	0.3

ส่วนแนวทางการแก้ไขปัญหการใช้กล่องกระดาษอาหาร ชนิดของกล่องกระดาษแข็งต้องสัมพันธ์กับมูลค่าของอาหารและตำแหน่งในการวางขายผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ตลอดจนการพิจารณาว่ากล่อง

ต้องสัมผัสกับอาหารโดยตรงหรือไม่ คือกล่องที่ใช้กับอาหารที่มีราคาไม่สูง ควรใช้กระดาษขาวเทา ถ้าอาหารที่มีราคาขายสูงขึ้นควรใช้กระดาษแข็งหน้าขาว-หลังขาว ส่วนอาหารในระดับสูง ก็ควรใช้กระดาษอาร์ตการ์ด

7. สรุป

สรุปสาระที่สำคัญของผลการวิจัย และการให้ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ประโยชน์

7.1 จากการได้ศึกษาความต้องการดังนี้

- 1) ระดับการตลาด
- 2) อายุการจัดเก็บ shelf life
- 3) ราคาวัสดุ
- 4) รูปร่าง-รูปทรง
- 5) กำหนดอัตลักษณ์รูปทรง กราฟิก และสี

อ้างอิงจาก Thai Tone Color (ดร.ไพโรจน์ พิทยเมธี อาจารย์ประจำภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร)

6) กำหนดธีม (Theme) การจัดองค์ประกอบ Art Work การออกแบบกราฟิก

7) ต้นแบบ Model Study และแม่แบบเพื่อนำไปผลิตจริง

7.2 ข้อเสนอแนะ

1) ศึกษาเรื่องราวผลิตภัณฑ์ Story Telling มาประกอบการออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าและตำนาน การเกิดของสินค้า ให้สอดคล้องกับระดับ Position ทางการตลาดของสินค้า OTOP ที่ต้องการพัฒนาต่อไป

2) ศึกษาอัตลักษณ์ บริบทของจังหวัดผู้ประกอบการ และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เป็นการนำร่องให้กับสินค้า OTOP กลุ่มอื่นๆ เพื่อนำไปพัฒนาสินค้า OTOP ของจังหวัดตาก เป็นการจัดการโซนนิ่งการขายสินค้าและอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้เกิดความชัดเจนของแต่ละท้องถิ่น

3) การคิดต้นทุนหมุนเวียนราคาบรรจุภัณฑ์ โดยวิเคราะห์จากราคาผลิตภัณฑ์ระดับล่าง ระดับกลาง และตลาดบน เพื่อสร้างโอกาสการขายในระดับ Premium ให้กับสินค้า OTOP ไทย เจกเช่นสินค้า OVOP ประเทศญี่ปุ่น

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภายใต้โครงการความร่วมมือในการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการการเรียนรู้ในสถานศึกษากับการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ 6 จังหวัด

เอกสารอ้างอิง

- ชัยรัตน์ อัครวางกูร. (2548). *ออกแบบให้โดนใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนา อุตสาหกรรม สนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- ดวงฤทัย อ่างโชติ. (2550). *เทคโนโลยีภาษาชนบรจุ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ไอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ไอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- ปุ่น คงเกียรติเจริญ. (2541). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์หยี่เฮง.
- มยุรี ภาคลำเจียก. (2556). *บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพิมพ์ หยี่เฮง.
- มยุรี ภาคลำเจียก. (2558). *รอบรู้บรรจุภัณฑ์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัทจินดาสาสน์ การพิมพ์.
- มยุรี ภาคลำเจียก. (2560). *คู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัทจินดาสาสน์การพิมพ์.
- สมพงษ์ เพื่องอารมย์. (2550). *บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์.

ปฐวี ศรีโสภา. (2553). *การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร: กรณีศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์. (2552). *องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า*. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พฤกษชาติ ชีวะโอสถ. (ม.ป.ป.) *หลักการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง กรณีศึกษาหัตถกรรม แก้วเป่ารูปสัตว์*. ส่วนบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

ไพโรจน์ พิชยเมธี. (2561) . *Thai Tone Color* [ออนไลน์] ได้จาก : <https://is.gd/XcvSny>

นิรนาม. (2561). *ประเพณีลอยกระทงสาย ที่จังหวัดตาก*. [ออนไลน์] ได้จาก : <https://sites.google.com/site/jirapa050535/loy-kratong-festival/prapheni-lxy-krathng-say-thi-canghwad-tak>