

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดกับนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ขนมไทย

Marketing Communication Strategies and Packaging Innovation of Thai Desserts

ศศิพรรณ บิลมานิชย์,* และปัญญา ชลพิทักษ์**

วันที่รับบทความ 22 ธันวาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ 22 มกราคม 2565

วันที่ตอบรับบทความ 31 มกราคม 2565

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ขนมไทย ซึ่งในปัจจุบันลักษณะของขนมไทยได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัยสวยงามดูน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ของขนมไทยก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการได้นำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถส่งผลในการดึงดูดผู้บริโภคให้มาสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า บรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยช่วยส่งเสริมยุทธวิธีทางการตลาด ในการที่จะช่วยเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างความเชื่อถือ และการยอมรับของผู้บริโภคอีกด้วย

คำสำคัญ: เอกลักษณ์ของขนมไทย / กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด / นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์

Abstract

This article presents about packaging innovation that helps promote the identity of Thai desserts. Currently, the characteristics of Thai desserts have been modified to be more modern, beautiful, and more appetizing. Including the packaging of Thai desserts, it is an important factor that entrepreneurs have applied marketing communication

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

** นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

strategies in their packaging design. As packaging can have an effect in attracting consumers to be interested and make purchasing decisions. Packaging is therefore a factor that helps promote marketing strategies. In order to help increase sales for each product also it creates more value and can build trust and acceptance of consumers as well.

Keywords: Identity of Thai Desserts / Marketing Communication Strategies / Packaging Innovations

บทนำ

เมื่อพิจารณาถึงสินค้าประเภทขนมไทย จะเห็นได้ว่าขนมไทยแต่ละชนิดล้วนมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์และมีชื่อที่มีความหมายในตัว ขนมไทยจึงมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีคุณค่าในตัวเอง ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมานิยมซื้อขนมไทยเพื่อเป็นของขวัญของฝากในเทศกาลและโอกาสต่างๆ อาทิ วันขึ้นปีใหม่ วันเกิด วันขึ้นบ้านใหม่ งานทำบุญเลี้ยงพระ เป็นของฝากสำหรับบุคคลต่าง ๆ เป็นต้น ขนมไทยนั้นมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตประจำวันของคนไทย ที่แสดงให้เห็นความผูกพันและเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมไทยตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปจากยุคสมัยก่อน เนื่องจากกระบวนการทางการตลาดได้เข้ามามีบทบาทต่อวิธีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการทางการตลาดก็คือเรื่องบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถส่งผลในการดึงดูดผู้บริโภคให้มาสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า บรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยช่วยส่งเสริมยุทธวิธีทางการตลาดในการช่วยเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความเชื่อถือ และการยอมรับของผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง (www.wongnai.com)

ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าขนมไทยชนิดต่าง ๆ จึงเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง เพราะบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและเหมาะสมกับสินค้า ยังสามารถสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับชนิดและแหล่งที่มาหรือจุดหมายอย่างชัดเจน อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้นวัตกรรมทันสมัยและสามารถแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยของขนมเหล่านั้น สามารถสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค และสามารถช่วยในการส่งเสริมการตลาดได้อีกด้วย (www.sc-glory.com)

ประวัติความเป็นมาของขนมไทย

“ขนมไทย” นับเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำชาติอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านาน ตามหลักฐานที่แสดงในภาพยี่หื้อขนมเครื่องหวานของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้ทรงกล่าวถึงอาหารหวานและขนมไทยนับร้อยชนิดที่นิยมทำในสมัยนั้น บางประเภทใช้สำหรับเพื่อรับประทานกันเป็นของว่าง ขณะที่บางประเภททำกันในช่วงงานเทศกาล งานประเพณี งานทาง

ศาสนา หรืองานที่มีการประกอบพิธีกรรมต่างๆ เท่านั้น นอกจากนี้ขนมไทยยังแฝงความหมายอันลึกซึ้งไว้ในชื่อของขนมไทยแต่ละชนิด ซึ่งอุปมาจนได้ถึงลักษณะนิสัยของคนไทยในสมัยนั้นว่านอกจากมีความละเอียดและลึกซึ้งในการตั้งชื่อ ยังมีอุปนิสัยละเอียดลออ เยือกเย็น อุดม และช่างสังเกต มีความพิถีพิถันในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบชั้นดี เครื่องปรุงชั้นเลิศ ขั้นตอนการจัดสำหรับที่ละเอียดลออ จนมาถึงวิธีการรับประทานที่มีละเมียดละไม เพราะเห็นคุณค่าของการทำอาหารและขนมแต่ละชนิด ทั้งนี้ประวัติความเป็นมาของขนมไทยเริ่มตั้งแต่สมัยสุโขทัย การทำขนมไทยมีส่วนประกอบหลักอยู่ 3 อย่างได้แก่ แป้ง น้ำตาล มะพร้าว และพัฒนาเพิ่มส่วนผสมของไข่และน้ำตาลทรายผสมเข้ามาในสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งขนมไทยหลายชนิดที่ยังคงอยู่ในปัจจุบัน เกิดจากการประยุกต์จากสูตรขนมของชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยโดยผ่านความสัมพันธ์ทางการเมือง อาทิเช่น สูตรขนมของชาวโปรตุเกสโดยท้าวทองกีบม้า หรือ มาริ กีมาร์ เดอ ปินา ท่านผู้หญิงภรทยาของเจ้าพระยาวิชาเยนทร์กงสุลประเทศโปรตุเกสประจำประเทศไทย ซึ่งเป็นลูกครึ่งญี่ปุ่นผสมโปรตุเกส ได้ประยุกต์มาจากสูตรขนมของชาวโปรตุเกส ถูกดัดแปลงให้มีรูปลักษณะเป็นแบบไทยๆ จนกลายเป็นความเชื่อว่าขนมดังกล่าวเป็นขนมไทยแท้ดั้งเดิม คือการนำไข่ขาว และไข่แดงมาเป็นส่วนผสมสำคัญ เปรียบเสมือนเดียวกับขนมโปรตุเกส ได้แก่ ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง และขนมหม้อแกง เป็นต้น และจากหลักฐานจดหมายเหตุความทรงจำของกรมหลวงนรินทรเทวีในสมัยรัตนโกสินทร์ได้กล่าวถึงงานสมโภชพระแก้วมรกตและฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดารามสมัยรัตนโกสินทร์ว่า ได้มีเครื่องตั้งสำหรับหวานสำหรับพระสงฆ์อันประกอบไปด้วยขนมไส้ไก่ ขนมฝอยข้าวเหนียวแก้ว ขนมผิง กล้วยฉาบ สังขยา ฝอยทอง และขนมตะไล นอกจากนี้ยังปรากฏหลักฐานในกาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน บทพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้พูดถึงขนมไทยไว้หลากหลายชนิด เช่น ข้าวเหนียวสังขยา ขนมลำเจียก ขนมผิง ขนมรังไร ขนมขอม่วง และขนมบัวลอย เป็นต้น (www.wongnai.com)

เอกลักษณ์และความสำคัญของขนมไทย

ขนมไทยจึงเป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยอย่างหนึ่ง ขนมไทยจึงมีการแบ่งออกเป็นมากมายหลายประเภท เช่น การแบ่งประเภทตามวิธีการทำให้สุก ได้แก่ กวน นึ่ง เชื่อม ทอด นึ่งหรืออบ และการต้ม การแบ่งประเภทตามแหล่งกำเนิดขนม ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคใต้ และการแบ่งประเภทตามการมีส่วนร่วมในประเพณีและวิถีไทย ได้แก่ งานเทศกาล งานบุญ พิธีกรรมและความเชื่อ และการแสดงยศถา เป็นต้น (www.viewsudza.wordpress.com)

ขนมไทยจากภูมิภาคต่าง ๆ มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- ขนมไทยภาคเหนือ มักทำขนมมาจากข้าวเหนียวด้วยวิธีการต้มเป็นส่วนใหญ่ ขนมที่นิยมทำในงานบุญเกือบทุกเทศกาล ได้แก่ ขนมเทียน (ขนมจ็อก) ข้าวอีตู (ข้าวเหนียวแดง) ข้าวแต่น ขนมเกลือ เป็นต้น
- ขนมไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มักเป็นขนมที่ทำกันง่าย ๆ ไม่มีขั้นตอนมาก ได้แก่ ข้าวจี๋ บายมะขาม ข้าวโป่ง ข้าวประดับดิน กระจยาสารท ข้าวทิพย์ ข้าวยาคุ ขนมนาค เป็นต้น

• ขนมภาคกลาง โดยส่วนมากขนมจะทำมาจากข้าวเจ้าและข้าวเหนียว ได้แก่ ข้าวตัง นางเล็ด ข้าวเหนียวมน และยังมีขนมบางชนิดที่ได้รับความนิยมจากในวัง เช่น ขนมกลีบลำดวน ลูกชุบ หม้อข้าวหม้อแกง ฝอยทอง ทองหยิบ เป็นต้น

• ขนมภาคใต้ จะทำขนมที่มีลักษณะเฉพาะในภาคใต้ที่ส่วนใหญ่ทำมาจากแป้งและมะพร้าว ได้แก่ ขนมลา ขนมพอง ข้าวต้มห่อใบกะพ้อ ขนมไข่ปลา ขนมแดง เป็นต้น (www.kanomthaisipak.blogspot.com)

ขนมไทยมงคล 9 ชนิด

แม้ว่าในทุกภูมิภาคจะมีขนมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคแล้วก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่มักนิยมนำขนมไทยมงคล 9 ชนิด ซึ่งได้แก่ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน ขนมทองเอก ขนมหอยนางรม ขนมเสน่ห์จันทร์ ขนมชั้น และขนมถ้วยฟู มาใช้ในการทำบุญ หรือเป็นของขวัญเพื่อมอบให้กับผู้อื่น เนื่องจากขนมดังกล่าวล้วนมีชื่อที่มีความหมายอันเป็นมงคลทั้งสิ้น (www.bkkmenu.com)

1. ทองหยิบ เป็นขนมที่มีลักษณะคล้ายดอกไม้สีทอง เชื่อว่าหากนำขนมทองหยิบไปใช้ประกอบพิธีมงคล หรือให้เป็นของขวัญจะทำให้ หยิบจับ การงาน สิ่งใดก็จะ ร่ำรวย มีเงินมีทอง สมดังชื่อ “ทองหยิบ”

2. ทองหยอด เป็นขนมที่มีลักษณะเป็นก้อนกลม เปรียบเสมือนให้ทองคำแก่กัน แทนคำอวยพรให้ร่ำรวยมีเงินมีทองใช้จ่ายอย่างไม่รู้หมดสิ้น

3. ฝอยทอง เป็นขนมที่มีลักษณะเป็นเส้นยาว ๆ นิยมใช้กันในงานมงคลสมรส เปรียบได้ว่า จะครองชีวิตคู่ได้อย่างยืนยาว

4. เม็ดขนุน เป็นขนมที่รูปร่างคล้ายกับเม็ดขนุน ใส่ด้านในทำด้วยถั่วเขียวบด เปรียบเสมือนมีคนคอยช่วยเหลือหนุนสนับสนุนในการดำเนินชีวิตและในหน้าที่การงานที่ได้กระทำอยู่

5. ขนมทองเอก เป็นขนมที่ใช้ความพิถีพิถันในการทำ มีทองคำเปลวติดไว้ที่ด้านบนของขนม คำว่า เอก หมายถึง การเป็นที่หนึ่ง จึงนิยมใช้มอบเป็นของขวัญในงานฉลองการเลื่อนยศ เลื่อนตำแหน่ง

6. ขนมหอยนางรม หรือขนมทองเอกกระฉัง เป็นขนมที่ทำจากแป้งสาลี ไข่แดง กะทิ และน้ำตาล ปั้นเป็นทรงกลมแป้นเล็กน้อย บากให้เป็นร่อง ๆ คล้ายผลมะยมหรือผลฟักทอง แล้วนำไปวางบนจานแป้งเล็ก ๆ ที่ติดขอบด้วยเมล็ดแตงโมกวาดน้ำเชื่อม และประดับยอดด้วยแผ่นทองคำเปลวที่กินได้



ภาพที่ 1 ขนมมงคล 9 อย่าง ที่มา : <https://kanomthai734.wordpress.com/2016/02/28/ขนมมงคล-9-อย่าง>

7. ขนมหั่นจันทร์ คนโบราณนำความมีเสน่ห์ของผลจันทร์ที่มีผลสุกสีเหลือง สวยงาม และมีกลิ่นหอม มาประยุกต์ทำเป็นขนมให้ชื่อว่า “ขนมหั่นจันทร์”

8. ขนมหั่น เป็นขนมไทยที่ต้องหยอดขนมให้ได้ 9 ชั้น เพราะเชื่อว่าเลข 9 นั้นหมายถึงความเจริญก้าวหน้า นิยมมอบให้เพื่อแสดงความยินดีที่ได้เลื่อนชั้น เลื่อนยศถาบรรดาศักดิ์ให้สูงส่งยิ่ง ๆ ขึ้นไป

9. ขนมห้วยฟู หมายถึง ความเจริญรุ่งเรืองเฟื่องฟู ลักษณะเด่นของขนมห้วยฟู ต้องมีกลิ่นหอมจากการอบรำดอกไม้สด

ขนมไทยที่ใช้ในงานบุญประเพณีต่าง ๆ ของไทย

ขนมไทยมีความสำคัญด้านประเพณีและวัฒนธรรมในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน โดยในงานบุญประเพณีต่าง ๆ จะต้องมีการนำขนมไทยมาใช้ในพิธีและรับประทานกันในงานบุญประเพณีไทยที่สำคัญต่าง ๆ (รุ่งทิพา วงศ์ไพศาลฤทธิ์, 2553) ดังนี้

1. ประเพณีวันสงกรานต์ เป็นเทศกาลเนื่องในวันขึ้นปีใหม่ของไทย ขนมไทยที่ทำขึ้นสำหรับนำไปทำบุญถวายพระ ได้แก่ กะละแม ข้าวเหนียวแดง และข้าวเหนียวแก้ว

2. ประเพณีสารทไทย เป็นเทศกาลทำบุญในวันสิ้นเดือน 10 มีจุดประสงค์เพื่ออุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว โดยขนมที่ใช้สำหรับเทศกาลนี้ ได้แก่ กระจ่างสารท ข้าวยาคุ ข้าวทิพย์ ขนมหลาง ขนมหะรุ ขนมห้า ขนมหง เป็นต้น

3. ประเพณีเข้าพรรษา ตรงกับวันแรม 1 ค่ำ เดือน 8 หรือเดือนกรกฎาคม ขนมที่นิยมนำมาทำบุญถวายพระคือ “ข้าวต้มมัดที่หลาย ๆ คนเชื่อว่าชื่อนั้นมาจากคำว่าปัดรังควาน ลักษณะขนมนี้จะทำจากข้าวเหนียวห่อ” ด้วยใบมะพร้าวอ่อนมัดให้แน่น แล้วนำไปต้มจนสุก นอกจากนี้ยังนำขนมไทยมงคล มาทำบุญร่วมด้วย

4. ประเพณีออกพรรษา ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 หรือวันตักบาตรเทโว ขนมที่นำมาทำบุญในวันนี้ ได้แก่ ข้าวต้มผัด ข้าวต้มมัด และข้าวต้มลูกโยน เป็นต้น

5. ประเพณีทอดกฐิน จะทำขึ้นภายหลังจากออกพรรษาจนถึงกลางเดือน 12 ขนมที่นิยมนำไปถวายพระหรือทำกินในงานทอดกฐิน ได้แก่ ข้าวเม่าทอด กล้วยแขก เป็นต้น

จึงเห็นได้ว่าประวัติความเป็นมาของขนมไทยนั้นมีมาอย่างยาวนานได้เข้ามาอยู่ร่วมกับการใช้ชีวิตของคนไทย และขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมไทยเราต่าง ๆ มากมาย ถ่ายทอดกันมาตั้งแต่รุ่นสู่รุ่น การสืบสานและอนุรักษ์ขนมไทยให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงขอแนะนำประเด็นเกี่ยวกับความรู้ด้านบรรพชนและตัวอย่างของการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรพชนขนมไทยที่มีความทันสมัยและน่าสนใจมานำเสนอในลำดับต่อไป

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดกับนวัตกรรมบรรพชน

บรรพชน หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ รวมถึงภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือแหล่งที่ใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ หีบห่อหรือบรรพชนที่เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิตบรรพชนและหีบห่อ สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการ

ตลาด ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ต่างๆ มีจำนวนมากที่นิยมใช้วิธีการบรรจุในภาชนะที่มีแบบเปิดปิด ง่ายเหมาะสมสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อการจัดงานเลี้ยงต่างๆ ในสไตล์พร้อมเสิร์ฟ หรือบรรจุในภาชนะที่เพียงแค่อุ่นให้ร้อนก็รับประทานได้ บรรจุภัณฑ์เหล่านี้มีหลายขนาดให้เลือก ทั้งสำหรับรับประทานคนเดียว สองคน หรือทั้งครอบครัว และบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุ การมีบรรจุภัณฑ์ที่ง่ายในการอุปโภค บริโภค มีความทันสมัย (<https://cheechongruay.smartsme.co.th>)

นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์สามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาใช้ในการสร้างความสนใจซื้อให้กับผู้บริโภคเป้าหมายได้หลากหลายแนวทาง ซึ่งลักษณะการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ของสินค้านั้นได้ อีกทั้งยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้แบรนด์ช่วยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับใส่อย่างอื่นได้ด้วย บรรจุภัณฑ์สีดำหรือสีเข้มเหมาะสำหรับผู้ชาย สีชมพูสีแดงเหมาะสำหรับผู้หญิง ลักษณะของการออกแบบรูปทรงและขนาดของบรรจุภัณฑ์ยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์และยังช่วยให้เกิดความสะดวกในการใช้และการจัดเรียงสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าสินค้าต่างๆ นิยมใช้ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เล็กลง เพื่อให้มีราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและกำลังซื้อของลูกค้า นอกจากนั้น ประเด็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR -Corporate Social Responsibility) ได้แก่ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ขนาดเล็กลง ซึ่งส่งผลทำให้สามารถลดการใช้วัสดุประเภทพลาสติก ที่สร้างปัญหาให้สิ่งแวดล้อม ได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดลักษณะบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถสร้างภาพลักษณ์และคุณค่าสำหรับแบรนด์สินค้าต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี การสร้างนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจให้ลูกค้าเป้าหมายอยากหยิบชมและพิจารณารายละเอียดอื่นๆ บนบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันนักการตลาดนิยมใช้บรรจุภัณฑ์ในการส่งเสริมการขาย เช่น บรรจุภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาลสำคัญๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันวาเลนไทน์ วันสงกรานต์ เป็นต้น และส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า เช่น ส่วนประกอบ วิธีการใช้ การเก็บรักษา นอกจากนี้ยังสามารถใช้ในการสื่อสารของแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ที่ดี สามารถช่วยกระตุ้นอารมณ์ของลูกค้าให้อยากซื้อ ขนมหอยพิณบ้านก็เช่นกัน ถ้ามีการออกแบบสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย น่ารับประทานก็จะสามารถส่งเสริมด้านการขาย และช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันนั้นกลับมาสนใจบริโภคขนมไทยและถือเป็นการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของขนมไทย ผ่านนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ได้เช่นกัน (<https://cheechongruay.smartsme.co.th>)

ตัวอย่างนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ของขนมไทยในยุคปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับหีบห่อขนมไทย นับว่าเป็นภูมิปัญญาที่สร้างอัตลักษณ์ทั้งในแง่รูปทรงและการนำวัสดุมาใช้ โดยจะเห็นว่าหีบห่อขนมไทยทำมาจากวัสดุที่ส่วนใหญ่เป็นใบไม้ที่หลากหลายชนิดและหาได้ง่าย เช่น ใบเตย ใบมะพร้าว ใบจาก ฯลฯ ซึ่งใบไม้ดังกล่าวมีอยู่ทั่วไปในเกือบทุกภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย จึงทำให้หีบห่อขนมไทยมีอัตลักษณ์ของการใช้วัสดุจากธรรมชาติที่มีรูปทรงมาประดิษฐ์ทำหีบห่อเพื่อห่อหุ้มขนมให้เป็นรูปทรงต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนไทยในสมัยก่อน ที่ช่างคิดช่างประดิษฐ์ ออกแบบรูปทรงและเลือกคุณสมบัติ

ของวัสดุให้สอดคล้องกับการนำไปใช้ห่อขนมแต่ละประเภท ทั้งความเหมาะสมกับเนื้อขนม การให้กลิ่น และกรรมวิธีที่ทำให้ขนมสุก (www.krua.co.th)

เนื่องจากนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญในการสื่อสารและสร้างแบรนด์มากขึ้น ในเรื่องของกลยุทธ์ องค์ความต้องการของลูกค้าเป้าหมายบรรจุภัณฑ์จัดเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ และมีบทบาทมากขึ้นในการสร้างแบรนด์ ลูกค้านิยมเลือกสินค้าด้วยตนเองมากขึ้นกำลังซื้อและความพอใจของลูกค้ามีมากขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าในระดับบน ที่สามารถจ่ายมากขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในบรรจุภัณฑ์ที่โดนใจ เช่น นมชั้นหวาน ตรามณี ในหลอดชนิดบีบ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์สามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ตามหลักการของการสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC-Integrated Marketing Communication) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดียังสามารถช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ (Brand Image) นอกจากนั้น นวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ ยังช่วยให้นักการตลาดสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มยอดขายและส่งผลถึงการเพิ่มผลกำไรให้กับผู้ประกอบการอีกด้วย เพราะ ฉะนั้นบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นทันสมัย ย่อมกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อจาก การให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อของสินค้าประเภทต่าง ๆ

เพื่อส่งผลต่อยอดจำหน่ายดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับขนมไทยก็มีการปรับกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์เช่นเดียวกับธุรกิจประเภทอื่น ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ ขนมไทย จากสมัยก่อนที่ใช้การหีบห่อขนมโดยใช้ใบตอง ซึ่งในปัจจุบันได้มีการใช้นวัตกรรมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ และตัวผลิตภัณฑ์เอง ให้มีการบริโภคได้ง่ายขึ้น มีการออกแบบที่โดดเด่นสวยงาม และดึงดูดใจผู้บริโภคมากขึ้น (<https://taokaemai.com>)



ภาพที่ 2 เปรียบเทียบภาพบรรจุภัณฑ์ขนมหม้อแกงแบบถาดและแบบกระปุก (ภาพบนที่มา : <https://www.matichon.academy.com> - ภาพล่างที่มา : www.smethailandclub.com)

ตัวอย่างนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์และการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของขนมไทย

• การปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ขนมไทย จากถาดสังกะสีเปิดหน้ามาเป็นกระปุกอลูมิเนียมฝาซีล ภาพที่ 2 การปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ขนมหวานจากถาดสังกะสีมาเป็นกระปุกอลูมิเนียมฝาซีล ผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์จากขนมหม้อแกงที่เคยใส่ถาดเหล็กมาใส่กระปุกมีฝาซีลปิดสนิท สามารถเก็บรักษาได้นาน และมีขนาดพอดีสำหรับทาน 1 ครั้ง รวมทั้งมีการปรับรสชาติให้ มีความหวานน้อยลง เพื่อเน้นการดูแลสุขภาพ มีให้เลือกถึง 6 รสชาติ ได้แก่ ทูเรียน เมล่อน ฟักทอง ถั่วทอง กล้วยหอม และเผือกหอม รวมทั้งยังมีตราฮาลาลเพื่อให้ผู้บริโภคทุกคนทานได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่า บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่มีความทันสมัยเหมาะสม



ภาพที่ 3 เปรียบเทียบภาพบรรจุภัณฑ์ข้าวต้มมัดแบบห่อใบตองและแบบซองพลาสติก (ภาพบน ที่มา : <https://shellshuanshim.com> - ภาพล่าง ที่มา : <http://oweera.blogspot.com>)



ภาพที่ 4 เปรียบเทียบภาพข้าวเหนียวมะม่วงและเค้กข้าวเหนียวมะม่วง (ภาพบนที่มา : <https://kinyupen.co.th> - ภาพล่าง ที่มา : <https://mgronline.com>)

กับตัวสินค้า ทำหน้าที่สื่อสารแทนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมด้านการตลาดได้เป็นอย่างดี เนื่องจากรูปลักษณ์ที่สวยงามสะดุดตา เชิญชวนให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นด้วย (<https://mgronline.com>)

- การปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ขนมไทยจากห่อใบตองมัดด้วยตอกมาเป็นซองพลาสติกที่สามารถอุ่นในเตาไมโครเวฟได้ ภาพที่ 3 การปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ขนมไทยจากห่อใบตองมัดตอกมาเป็นซองพลาสติกที่สามารถอุ่นในเตาไมโครเวฟได้ ผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ข้าวต้มมัด โดยการมีแนวคิดของข้าวต้มมัดที่สะดวกพร้อมทานและไม่ให้เปื้อนมือ ซึ่งบรรจุอยู่ในซองพลาสติกที่ทันสมัย เก็บไว้ได้นาน โดยคงรสชาติดั้งเดิม ทำให้สะดวกเพราะสามารถกินได้ทุกที่ทุกเวลา และยังสามารถเก็บรักษาไว้ในตู้เย็นได้นานกว่า 6 เดือนอีกด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีสีคล้ายใบตองและสามารถฉีกซองอุ่นทานได้ทันที จึงเป็นนวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของขนมไทยพื้นบ้านได้เป็นอย่างดี (www.posttoday.com)

- การปรับเปลี่ยนรูปแบบขนมไทยจากการที่ต้องทานคู่กันมาเป็นผสมรวมกันในลักษณะอื่น ภาพที่ 4 การปรับเปลี่ยนรูปแบบขนมไทยจากการที่ต้องทานคู่กันมาเป็นผสมรวมกันในลักษณะอื่น ผู้ประกอบการได้คิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวมะม่วงให้มีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ทำเป็นเค้กข้าวเหนียวมะม่วง และได้ออกแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่เค้กข้าวเหนียวมะม่วงให้มีลักษณะเป็นถ้วยขนาดกะทัดรัดเหมือนคัพเค้ก อีกทั้งยังมีการตกแต่งหน้าเค้กเป็นรูปดอกไม้ที่สวยงามซึ่งเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์ขนมไทยอีกด้วย (<https://mgronline.com>)

บทสรุป

ชนมไทยเป็นหัตถกรรมความอร่อยที่แสดงออกถึงความอ่อนช้อยของความเป็นไทยตั้งแต่ครั้งอดีตกาลที่ก่อกำเนิดภูมิปัญญาไทยหลากหลายอย่าง ให้สืบสานต่อทั้งวิถีชีวิต ประเพณี จัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่บ่งบอกว่าคนไทยมีลักษณะนิสัยอย่างไรเพราะชนมแต่ละชนิดล้วนมีเสน่ห์แสดงให้เห็น ถึงความละเอียดอ่อนประณีตวิจิตรบรรจงในรูปลักษณ์ (www.thailandtourismdirectory.go.th) ชนมไทยจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการ การสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความเป็นไทยทั้งในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ ได้ทั้งหมดทั้งสิ้น บรรจุภัณฑ์ชนมไทย นอกจากฟังก์ชันของการใช้งานในแง่ภาชนะ ความประณีต ในการออกแบบรูปทรงที่สวยงามของบรรจุภัณฑ์ชนมไทยยังแสดงให้เห็นถึงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ช่วยสร้างเสน่ห์ให้แก่ชนมไทย

การออกแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยของผู้ประกอบการกิจการชนมไทยในยุคปัจจุบัน ได้สร้างความน่าสนใจ มีความโดดเด่นและทันสมัย สามารถสร้างเพิ่มมูลค่าให้กับชนมไทยได้เป็นอย่างดี และส่งผลทำให้ผู้บริโภคได้หันมาบริโภคชนมไทยกันมากยิ่งขึ้น สามารถส่งเสริมทางการตลาด การที่บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทมากขึ้น เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยอันดับแรกที่จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้มาสนใจผลิตภัณฑ์นั้นได้ นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ที่จะช่วยส่งเสริมยุทธวิธีทางการตลาดให้กับสินค้าแต่ละชนิด เพราะบรรจุภัณฑ์ชนมไทยที่มีความโดดเด่นและทันสมัยจะช่วยส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ช่วยผู้บริโภคให้หันมาบริโภคชนมไทยกันมากยิ่งขึ้น เพราะชนมไทยนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความหมายและมีเสน่ห์อยู่ในตัวอยู่ นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ของชนมไทยที่มีการออกแบบที่ทันสมัยและมีสีสันที่เป็นศิลปะสวยงาม สามารถส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของชนมไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลทำให้ชนมไทยเป็นที่นิยมและช่วยรักษาเอกลักษณ์ของชนมไทยให้คงอยู่ได้ตลอดไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

รุ่งทิพา วงศ์ไพศาลฤทธิ์. (2553). *ชนมไทยชาววัง*. กรุงเทพฯ: ไทยควอลิตี้บูคส์.

ระบบออนไลน์

วรารณณ์ เทียนเงิน. (2558, 1 พฤษภาคม). ข้าวต้มมัด “แม่นภา” พร้อมบุกอังกฤษ.

Post Today. เข้าถึงได้จาก <https://www.posttoday.com/economy/sme/362479>

ผู้จัดการออนไลน์. (2562, 10 มิถุนายน). แค็กข้าวเหนียวมะม่วง ไอเดียทายาทรุ่น 3 เจ้เตย ข้าวเหนียวมะม่วงชื่อดังเมืองชุมพร. *MGR Online*. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9620000052625>

- _____. (2562, 23 สิงหาคม). หม้อแกงกระปุก “ลุงอเนก” ของดีเมืองเพชร. *MGR Online*. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9620000069591>
- สุริวิสา กล่อมเดช. (2561, 21.กันยายน). หีบห่อขนมไทย อัตลักษณ์ทรงคุณค่า. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก https://krua.co/food_story/หีบห่อขนมไทยอัตลักษณ์ทรงคุณค่า
- Anonymous. (2555, 19 สิงหาคม). ขนมไทย 4 ภาค. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก www.kanomthaisipak.blogspot.com
- BKK.EAT. (2561, 11 กุมภาพันธ์). ๙ ขนมไทย ความหมายมงคล. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.bkkmenu.com/eat/stories/9-good-thai-dessert.html>
- cheechongruay. (2558, 8 ตุลาคม). กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ สร้างแบรนด์ SME. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://cheechongruay.smartsme.co.th/content/4094>
- kanomthai734. (2559, 28 กุมภาพันธ์). ขนมมงคล 9 อย่าง. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก www.kanomthai734.wordpress.com
- kinyupen_admin. (2562, 10 กุมภาพันธ์). ไชยรสลับ “ข้าวเหนียวมะม่วง” ทำไม่ถึงอร่อย โดนใจ จนติดอันดับโลก. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://kinyupen.co/tag/ข้าวเหนียวมะม่วง>
- Matichon Academy. (ม.ป.ป.). เรื่องของ “ขนมหม้อแกง”. เข้าถึงได้จาก <https://www.matichonacademy.com/tag/ขนมหม้อแกง>
- oweera. (2558, 23 มกราคม). ข้าวต้มมัดไส้กล้วย เม่นภา. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <http://oweera.blogspot.com/2015/01/ma-na-apa-steamed-sticky-rice-with.html>
- pimtp. (2562, 24 ตุลาคม). เปิดโลก “ขนมไทย” รสชาติแห่งตำนาน ที่ชาวไทยต้องรู้!. เข้าถึงได้จาก <https://www.wongnai.com/food-tips/thai-dessert-101?ref=ct>
- SC.GLORY LIMITED PARTNERSHIP. (2561). ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์. เข้าถึงได้จาก <https://www.sc-glory.com/content/769/ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์>
- shellshuanshim. (2564). เจ้ตังขนมใบตอง. เข้าถึงได้จาก <https://shellshuanshim.com/whats-new/blog/article/2564/04/01/j-tong-kanomthai-baitong>
- smethailandclub. (2562). บรรจุภัณฑ์สร้างโอกาส! ‘ขนมไทยลุงอเนก’ ขนมเมืองเพชรที่ไม่ได้ขายแค่ในเพชรบุรี. เข้าถึงได้จาก <https://www.smethailandclub.com/entrepreneur-4792-id.html>

- taokaemai. (2560). 4 หลักคิด พิชิตใจลูกค้าให้ยอดขายถล่มทลายด้วยการตลาด 4C เข้าถึงแก่นความต้องการของลูกค้า. [เว็บไซต์]. เข้าถึงได้จาก <https://taokaemai.com/4c-marketing/>
- thailandtourismdirectory. (ม.ป.ป.). พิพิธภัณฑ์ชนมไทย. เข้าถึงได้จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/3936>
- viewsudza. (ม.ป.ป.). กินชนมไทยไม่เชยอย่างที่คิด. เข้าถึงได้จาก <https://viewsudza.wordpress.com/>
-