

การพัฒนาารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าและผ้าห่ม
ลายดอกแก้วกรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า บ้านนาเลา
อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร

3

THE PAKAGING PRODUCT DEVELOPMENT FOR LOINCLOTH AND ORANGE JASMIN
BLANKET FLOWER: A CASE STUDY OF WEAVING FARMER HOUSEWIFE GROUP OF
BAN NALAO TAO NGOI DISTRICT SAKON NAKHON PROVINCE

วัชร ่อักขระ*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล**

ดร.เด่นชัย สมปอง***

ภาคพล ศติวัฒน์****

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร โดยวิธีการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว ประกอบด้วยด้านอัตลักษณ์ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค จำนวน 30 คน ผลการพัฒนาคือ ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อการพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในมากที่สุด และความพึงพอใจต่อการพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ABSTRACT

This study is an action research that aimed to develop packaging for loincloth and orange jasmine blanket flower: a case study of weaving farmer housewife group of Ban Nalao, Tao Ngoi district Sakon Nakhon province. The target group of study focused on a proto type of packaging product for loincloth and orange jasmine blanket flower. The 3 experts and 30 respondents including Ban Nalao' farmer housewives group, entrepreneurs, and consumers evaluated toward identity, design, and utility function of packaging product. The research instrument was questionnaire with rating scale for expert opinion on the whole design of packaging development with an average of 4.58 in most satisfaction level, and an average of 4.80 with in the most satisfaction level of Ban Nalao' farmer housewives group, entrepreneurs, and consumers.

* สาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

** สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

*** สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

**** สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 40,000 ล้านบาทต่อปี และคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (นวดล เพ็ชร์วัฒนา. 2554 : 1) รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันได้แก่ กล่อง แพง กระจ่าง ถ้วย ขวด ถู เป็นต้น บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ได้ผนวกเอาความเฉลียวฉลาดในการออกแบบเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ขณะเดียวกันบรรจุภัณฑ์ยังได้ก่อให้เกิดการจ้างงาน และธุรกิจเกี่ยวเนื่องจำนวนมาก การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย เป็นกลยุทธ์การตลาดอย่างหนึ่งที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม และจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่มากมาย เป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ และความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือ การเรียนรู้ถึงความต้องการรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการเปลี่ยนแปลงมาตรฐาน หรือข้อกำหนดทางด้านสิ่งแวดล้อมที่กำลังเป็นที่สนใจในปัจจุบัน ซึ่งผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์มาเป็นอันดับแรก เนื่องจากสามารถเป็นสื่อโฆษณาไปสู่มือผู้บริโภคได้โดยตรง แสดงถึงชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต ตราสินค้า สรรพคุณ และวิธีการใช้สินค้าและยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าและองค์กรได้ เช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาแก๊สสิ่งแวดล้อมการส่งเสริมกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) (กฤษณา ลิกขมาน. 2551)

การบรรจุภัณฑ์จะเป็นตัวสร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง และไม่เหมือนใคร ผู้บริโภคมีความคิดที่ก้าวล้ำรับรู้ความเข้าใจและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์กันคนละแบบ แต่ถ้ามองในรายบุคคลก็ยังคงมีมุมมองที่แตกต่างกันไม่เหมือนใคร ผู้บริโภคส่วนมากจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่ตรงตัวกับผู้บริโภค และองค์ประกอบบนผลิตภัณฑ์ล้วนมีอิทธิพลกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและเป็นตัวเลือกอันดับต้นของผู้บริโภค ดังนั้นรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างง่ายดาย จากการสื่อข้อมูลข่าวสารที่ต้องการส่งบนบรรจุภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคประทับใจ ซึ่งจะเป็นการทำให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นขึ้นมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่นๆ (Butkeviciene, Stravinskiene, and Rutelione. 2008 : 57–65) ฉะนั้นบรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องมีหน้าที่ในการสื่อสารโดยเป็นตัวส่งผ่านการรับรู้ไปถึงผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทั้งรูปการแบบบรรจุภัณฑ์ทางด้านทัศนศิลป์ต่างๆ เช่น สี กราฟฟิกส์ รูปร่าง ขนาด ตัวอักษร รูปทรง ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและเข้าถึงการสื่อสารทางการตลาด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เกิดความแตกต่างและสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ (DiFranza, Clark, and Pollay. 2002 : 97–109)

การผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรทอผ้าบ้านนาเลา อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร ถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนรู้สึกตื่นตัวและสร้างจุดสนใจให้กับพื้นที่โดยการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนมาใช้เป็นจุดขาย รวมทั้งเกิดจากการผลักดันและส่งเสริมจากรัฐบาล เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและคนในชุมชน อีกทั้งเพื่อดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของสกลนครให้คงอยู่ จากการผลิตภายในครัวเรือนมาสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม และพัฒนาสู่วิสาหกิจชุมชนขนาดกลางต่อไป

สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรทอผ้าบ้านนาเลา อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร มีความสามารถในการทอผ้าฝ้ายหลากหลายลวดลาย ซึ่งเกิดจากการสั่งสมสืบสานผลิตภัณฑ์จากการที่ได้คิดค้นทดลองทำตามวิธีการต่างๆ จนเกิดเป็นความรู้เป็นแบบแผนให้ชนรุ่นหลังได้เรียนรู้สืบทอด และแสวงหาความรู้เทคนิคใหม่ ๆ เพิ่มเติม เป็นการเรียนรู้จากธรรมชาติ จากการได้เห็นได้สัมผัสได้ลงมือทอผ้าด้วยตนเอง การมีเอกลักษณ์ ลวดลายที่สะท้อนความเป็นชุมชนทอผ้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรทอผ้าบ้านนาเลา ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป รวมทั้งชาวบ้านนาเลาได้นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน และพอเพียงสำหรับการดำรงชีพและไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรทอผ้าสะท้อนภูมิปัญญาในการทอผ้า มีการนำเอาลวดลายของสิ่งที่เห็นใกล้ตัวมาประดิษฐ์เป็นลวดลายลงบนเนื้อผ้า เป็นลวดลายที่มองเห็นอยู่ในชีวิตประจำวัน และถูกดัดแปลงประดิษฐ์เป็นลวดลาย

และการนำผ้าพื้นไปดัดแปลงตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ด้วยเหตุดังกล่าว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สกลนครเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ได้เข้าสำรวจความต้องการการรับบริการวิชาการทางสังคมของชุมชน เป้าหมาย โดยสำรวจพื้นที่อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร พบว่ามีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอีกจำนวนมากที่ยังต้องการรับบริการ วิชาการทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพแม่บ้านเกษตรทอผ้าบ้านนาเลา เป็นกลุ่มอาชีพที่มีความสามารถในการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างหลากหลาย โดยอาศัยภูมิปัญญาชาวบ้าน อาทิ ข้าวฮางอก สบู่สมุนไพร ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลาย ดอกแก้ว เป็นต้น อย่างไรก็ตามความสามารถในการแข่งขันด้านรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องได้รับการพัฒนา โดยเฉพาะการพัฒนา รูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว ซึ่งถือว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่รอการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย จากการสัมภาษณ์ หัวหน้ากลุ่ม อาชีพกลุ่มแม่บ้านเกษตรทอผ้าบ้านนาเลา พบว่า กลุ่มอาชีพยังคงต้องการยกระดับคุณภาพมาตรฐานของรูปแบบการบรรจุ ภัณฑ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งสามารถบรรยายถึงความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับคุณภาพ ด้านราคาจัดจำหน่าย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลาย ดอกแก้ว

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์

อินทร์อุดม ชีลาพร (2544 : 4) ได้ให้นิยามการบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมหรือการออกแบบและผลิตสิ่ง ท่อหุ้ม เพื่อการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัย โดยที่การออกแบบการบรรจุภัณฑ์เป็นทั้งวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ ขณะที่ Singh (1998) เน้นการบรรจุภัณฑ์เป็นการแสดงถึงพื้นที่ที่เป็นตัวสื่อสารข้อมูลต่างๆที่ออกไปหาผู้บริโภค เช่น สีล้น รูปทรง คำพูด และยังเป็นสิ่งที่สร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคทั้งก่อนซื้อ และหลังจากซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว กล่าวโดยสรุป การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก เป็นต้น มาประกอบเป็นภาชนะที่ห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความ พึงพอใจจากผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เป็นสิ่งที่องค์กรของภาครัฐ และภาคธุรกิจควรพึงตระหนัก เพื่อการได้มาซึ่งการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยมีผู้ให้คำจำกัดความของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้หลายประการสอดคล้อง กับที่ ประชิด ทิณบุตร (2546) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มรูปแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการ พัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพราะผู้บริโภคมักไม่ชอบความจำเจซ้ำซาก การพัฒนา คุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ละชนิด ย่อมมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น เช่น ผลิตภัณฑ์ ชุมชนที่มีประโยชน์ทางการใช้สอย นอกจากต้องมีรูปแบบใหม่สวยงามแล้ว จะต้องมีความคงทนด้วย แสดงให้เห็นถึง เอกลักษณ์เฉพาะตัว และความประณีตพิถีพิถันในการผลิต นอกจากการพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ แล้ว สิ่งที่ต้องทำอย่างยิ่งคือ การนำเอาเทคนิคการผลิตสมัยใหม่ รวมทั้งเครื่องมือทางบริหาร และการจัดการสมัยใหม่เข้ามา ช่วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพดีและต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันได้ (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. 2553)

ดังนั้นการพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้และมีประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ บรรจุใส่ผลิตภัณฑ์ ปกป้องคุ้มครองไม่ให้ผลิตภัณฑ์เสียหาย รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ช่วย รักษาสิ่งแวดล้อม และยังสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย รวมทั้งใช้เป็นสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง (พัชรี รัตนพันธ์. 2547 : บทนำ)

ปัจจุบันอาจสรุปได้ว่า การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางตลาด โดยเฉพาะการที่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) โดยเน้นบรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) จนกระทั่งคำว่า “บรรจุภัณฑ์” กับ “หีบห่อ” ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. 2537:18) จนกระทั่งมีผู้ให้ความสำคัญเป็น P ตัวที่ 5 เนื่องจากการบรรจุภัณฑ์เป็นที่จูงใจ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภูซงค์ โรจน์แสงรัตน์ (2540) กล่าวว่า การออกแบบปรับปรุงการบรรจุภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดนนทบุรี ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ทั้งในการขายและการขนส่ง รวมทั้งเป็นสัญลักษณ์เป็นเอกภาพ ส่งผลให้จำหน่ายทุเรียนแปรรูปได้มากขึ้น และเป็นการสร้างรายได้สู่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดนนทบุรี

ประชิด ทิณบุตร (2531) แบ่งการออกแบบการบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มตามลักษณะหน้าที่ ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์สำหรับการค้าปลีก บรรจุภัณฑ์ประเภทค้าปลีกต้องออกแบบให้สวยงาม สะดวกสบายในการใช้สอย นักออกแบบจะพยายามคิดและสร้างแบบที่เน้นความสวยงามเป็นพิเศษ จนทำให้มีผู้สนใจเก็บสะสมหรือตั้งโชว์ความสวยงาม ลักษณะของงานกราฟฟิกส์ของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จะบอกรายละเอียดของตัวสินค้าที่ถูกบรรจุอยู่ภายใน ได้แก่ ชื่อสินค้า สรรพคุณ ผู้ผลิตจำหน่าย และขนาดหรือปริมาตรของการบรรจุ เป็นต้น

2. บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นสำหรับสินค้าจำนวนมาก ๆ เช่น เป็นโหล เป็นกล่อง หรือเป็นหีบ การกำหนดรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันออกไป เช่น บอกชื่อสินค้า จำนวนของสินค้า บริษัทผู้ผลิตหรือชื่อแนะนำบางประการ เช่น ข้อควรระวัง การเก็บรักษา หรืออาจเป็นเครื่องหมายสัญลักษณ์ เป็นต้น

3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น เพื่อใช้สำหรับขนส่งโดยเฉพาะ ที่จะต้องเน้นเรื่องของความสะดวกในการขนส่ง การกำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ควรเน้นเรื่องของความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบต้องช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการขนส่งด้วย รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จึงต้องบอกประเภทของสินค้า ทิศทางการจัดวาง ข้อควรระวังต่างๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การบรรจุภัณฑ์มิได้เป็นเพียงภาชนะบรรจุตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เท่านั้น หากแต่จะต้องแสดงหน้าที่ทั้งความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยด้านอื่นๆอีก องค์ประกอบสองส่วนสำคัญของการบรรจุภัณฑ์ คือ ฉลากสินค้า และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ต้องใช้หลักการออกแบบกราฟฟิกส์สร้างสรรค์ให้เกิดภาพลักษณ์ที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภค

สำหรับการออกแบบรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 179) ได้สรุปสมการของการออกแบบรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ หรือ

Design = Words + Symbols + Image สามารถสรุปรายละเอียดสำคัญ ประกอบด้วย

1. มีรูปแบบที่สวยงามโดดเด่นสะดุดตา
2. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าจากแหล่งอื่น
3. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วนและชัดเจน
4. มีเครื่องหมายมาตรฐาน และสัญลักษณ์ต่างระบุไว้บนฉลาก

บุษรา สร้อยระย้า และคณะ (2554 : 17-19) กล่าวว่า การบรรจุภัณฑ์ เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ฉะนั้น รูปทรงของการบรรจุภัณฑ์ เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ ขณะที่สีที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนการบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับคำกล่าวแจ้งแฉ่ง ดังนั้นควรคำนึงถึงหลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 4 ประการ ได้แก่ คำว่า “SAFE” ซึ่งมีความหมายว่า

- 1) S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา
- 2) A = Aesthetic ความสวยงาม ชวนมอง
- 3) F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก
- 4) E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

ขณะที่งานศึกษาของ วชิรินทร์ จรุงจิตสังทร (2548 : 25) ได้สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงได้แก่

1) หน้าที่ใช้สอย (Function) บรรจุภัณฑ์ต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้

2) ความสวยงาม (Aesthetics or Sales Appeal) บรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปทรง ขนาด สี สัน สวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภค เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่มนุษย์สัมผัสได้ก่อน และมักเกิดจากรูปร่างและสีเป็นหลัก

3) ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ของผู้บริโภค

4) ความปลอดภัย (Safety) บรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว ฉะนั้นการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนหรือมีคำอธิบายการใช้งานแนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย

5) ความแข็งแรง (Construction) บรรจุภัณฑ์ต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนด โครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน

6) ราคา (Cost) บรรจุภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพเป็นอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งช่วยในการกำหนดแบบและประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาที่เหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือคุณภาพของวัสดุและวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว

7) วัสดุ (Material) การออกแบบควรเลือกใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมทั้งยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle)

8) กรรมวิธีการผลิต (Production) บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรที่มีอยู่เดิม

9) การขนส่ง (Maintenance) บรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่งระยะทาง การใช้พื้นที่ในการขนส่ง โดยการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย

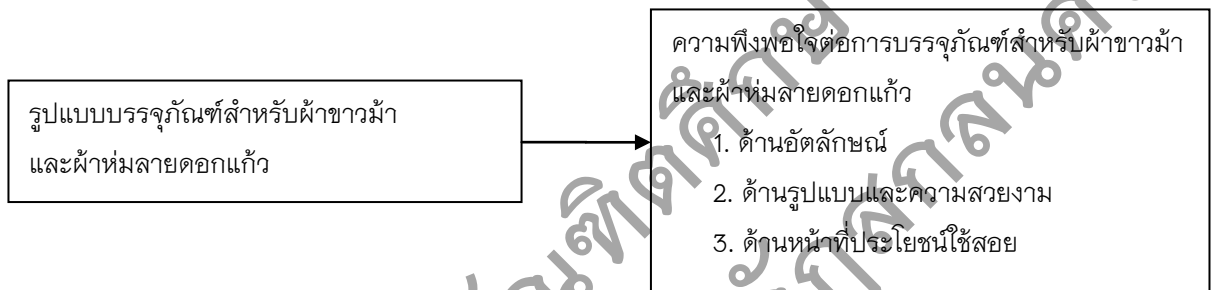
นอกจากนี้ ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ได้สรุปหลักเกณฑ์ที่นักออกแบบการบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงได้แก่ ความโดดเด่น (Stand Out) ภายใต้สภาวะการแข่งขัน การบรรจุภัณฑ์ต้องออกแบบให้เด่นสะดุดตา (Catch the Eye) จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งรายอื่น ตรา ภาพพจน์ และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย เมื่อมีการสังเกตเห็นแล้วจึงให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบตราภาพพจน์ให้มีความแตกต่างนี้ เป็นวิธีการออกแบบที่แพร่หลายและสร้างความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบบรรจุ

ภัณฑ์โดยรวม เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อด้วยความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของ และอยากทดลองผลิตภัณฑ์พร้อมบรรจุภัณฑ์นั้นๆ

ขณะเดียวกันงานวิจัยชัยรัตน์ อัครวางกูร (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าทอพื้นบ้านที่ผ่านการคัดสรรจากโครงการ OTOP จากการสัมภาษณ์กลุ่มและรายบุคคลได้ข้อค้นพบสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอที่เหมาะสม คือ การใช้กล่องทรงเหลี่ยมแบบ 2 ชั้น มีฝาเปิด เพื่อสามารถเปิดดูสินค้า และเก็บใส่สินค้าได้สะดวก ทั้งนี้กล่องต้องแข็งแรง เรียบง่ายและดูดี

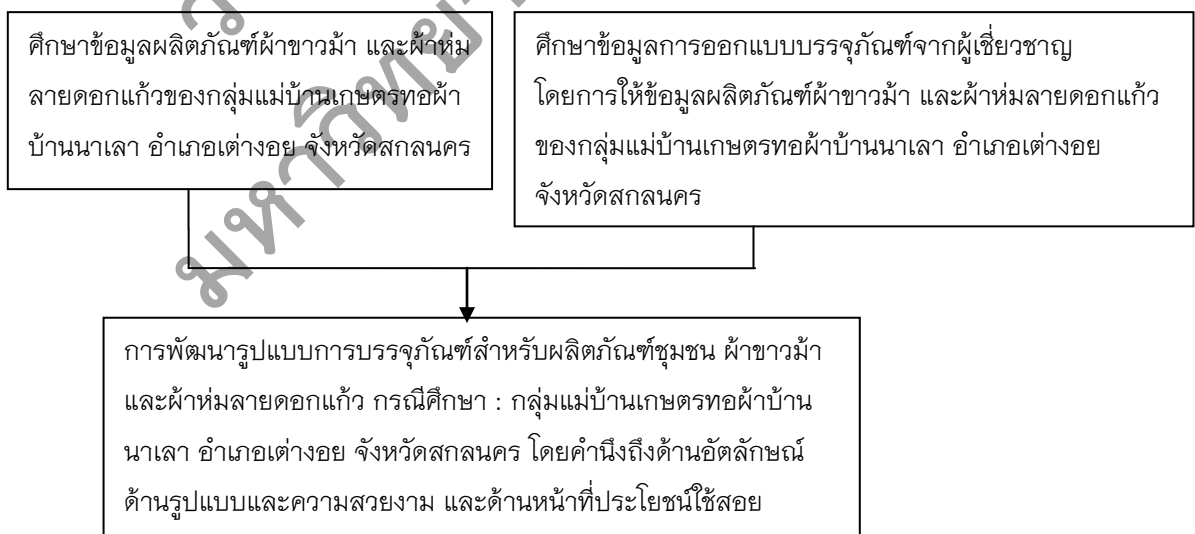
สำหรับการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา อำเภอดงหลวง จังหวัดสุพรรณบุรี คณะผู้วิจัยเน้นการพัฒนาองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านอัตลักษณ์ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านการสื่อความหมาย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพประกอบ 1 ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการบรรจุภัณฑ์ที่คณะผู้วิจัยได้ออกแบบ สำหรับการบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอัตลักษณ์ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยโดยกระบวนการวิจัยเป็นดังนี้



ภาพประกอบ 2 กระบวนการวิจัย

จากภาพประกอบ 2 คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบการบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค เพื่อดำเนินร่างแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว โดยใช้กระบวนการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว จำนวน 3 แบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบการบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน และกลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย กลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค จำนวน 30 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 4 สัปดาห์ (มกราคม-มีนาคม 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร โดยรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ได้คำนึงถึงหลักในการออกแบบ ด้านอัตลักษณ์ ด้านรูปแบบและความสวยงาม และด้านการสื่อความหมาย โดยคณะผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อหาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคอร์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540 : 114) โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจต่อการบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุดต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลางต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว

ช่วงคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว

คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของคำถาม และนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Malhotra, 2004) ซึ่งพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่บ้านนาเลา อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขมาสอบถามกับกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค จำนวน 30 คน



ภาพประกอบ 3 การรวบรวมข้อมูลด้านการออกแบบการบรรจุภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำผลการวิเคราะห์มากำหนดรูปแบบในการออกแบบและพัฒนาารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว (กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา) ทำการออกแบบรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ (Prototypes) พร้อมทั้งให้กลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบการบรรจุภัณฑ์ และ กลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และ ผู้บริโภค ประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์

ผลการวิจัย

สำหรับภาพรวมการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.58 อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านอัตลักษณ์ พบว่าบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.00 อยู่ในระดับมาก และวัสดุที่ใช้สามารถช่วยสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านรูปแบบและความสวยงาม พบว่าการจัดวางองค์ประกอบมีความสวยงามและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนสีที่ใช้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด และความเหมาะสมของวัสดุบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนตัวอักษร และภาพถ่าย สามารถสื่อสารได้ดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย พบว่าบรรจุภัณฑ์ สามารถปกป้องและบรรจุผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี สื่อสารถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด และรูปทรงมีความเหมาะสมในการวางจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับดีมาก



ภาพประกอบ 4 รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้ว กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา

อำเภอเต่างอย จังหวัดสกลนคร

สำหรับภาพรวมต่อรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค จำนวน 30 คน มีค่าเฉลี่ย 4.80 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงถึง 4.97 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านสุดท้าย คือ ด้านรูปแบบและความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 อยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว กรณีศึกษา : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลา อำเภอต่างอย จังหวัดสกลนคร ทำให้ทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตและประวัติความเป็นมาในการผลิต ข้อมูลผลิตภัณฑ์ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิต ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การตลาด วิธีการบรรจุผลิตภัณฑ์ และทำให้พบว่า การบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว เดิมนั้นมีข้อบกพร่อง ได้แก่การบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้วเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติก และใช้ที่เย็บกระดาษ เย็บปิดปากถุง ส่วนฉลากนั้นใช้กระดาษพิมพ์ข้อมูลลงไป แต่รายละเอียดข้อมูลบนฉลากก็ยังไม่ครบถ้วน ซึ่งข้อมูลบางอย่างนั้นก็มีอยู่แล้ว แต่ไม่ได้ใส่ลงไป เช่น เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตราสัญลักษณ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมนั้นไม่สามารถแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคได้ ทำให้คณะผู้วิจัยได้พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผ้าขาวม้าและผ้าห่มลายดอกแก้ว โดยใช้กล่องกระดาษพร้อมระบุตราสัญลักษณ์ตลอดจนรายละเอียด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวซึ่งสอดคล้องกับ พงษ์ชาติ วุฒิการณ์ และยลฤดี วุฒิการณ์ (2541) ซึ่งกล่าวว่า การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น มิได้พิจารณาจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเรียบร้อยและแข็งแรงเท่านั้น การตัดสินใจขั้นสุดท้ายอยู่ที่การได้รับข่าวสารข้อมูลรายละเอียด รวมทั้งสรรพคุณสินค้าที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์นั้นด้วย รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรีชา ตรีเกษตร (2550) ที่กล่าวว่า การใช้วัสดุสัญลักษณ์ หรือสีที่สามารถสื่อลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะสนับสนุนการรับรู้ และช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้

ดังนั้นการสร้างรูปแบบการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเกษตรกรทอผ้าบ้านนาเลาต้องได้รับการช่วยเหลือทั้งจากภาครัฐ และชุมชน การค้นหาแนวคิดการพัฒนาจากการมีส่วนร่วมทำให้ได้แนวคิดที่หลากหลายในการแก้ไขข้อบกพร่อง และทราบถึงสิ่งที่จะต้องพัฒนา แต่การขาดการวิจัยและพัฒนา รวมถึงเงินทุน ทำให้ไม่เกิดผลิตภัณฑ์นวัตกรรม รัฐควรให้การสนับสนุนมากขึ้นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความต่อเนื่องต้องพัฒนาทั้งกระบวนการตั้งแต่ความคิด การปฏิบัติ และการถ่ายทอด

รวมทั้งการพัฒนาแบบการบรรจุภัณฑ์เป็นแนวคิดหลักเพื่อการสื่อความหมาย และก่อให้เกิดการบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง จากการบรรจุภัณฑ์เดิมที่จัดจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ส่งผลให้การบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และผ้าห่มลายดอกแก้วมีความพร้อมในการแข่งขันกับสินค้าภายในประเทศ และจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการพัฒนาตราสินค้าควบคู่ไปกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำให้เกิดแก่ผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุกระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้มากที่สุด ซึ่งกระดาษมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นอากาศได้อย่างเหมาะสม เมื่อทำการพิมพ์จะทำให้สวยงาม และเหมาะกับการใช้เป็นกล่องของขวัญไปในตัวได้ รวมทั้งยังสอดคล้องกับ อมรรัตน์ สวัสดิ์ทิต (2534) บรรจุภัณฑ์นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของสินค้า และขาดไม่ได้ในการดำรงชีวิต ประโยชน์ของการบรรจุภัณฑ์มีมากมายและเป็นส่วนสำคัญของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยในการขนส่งสินค้าให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว ป้องกันสินค้าจากสภาพแวดล้อมต่างๆ

รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบโดยคำนึงถึงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดนวัตกรรมการออกแบบที่สร้างสรรค์ รวมทั้งจำเป็นอย่างยิ่งในการเลือกใช้วัสดุที่มีความเหมาะสมตามหลักการบรรจุและยังตอบสนองแนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสม ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้าควรให้ความสำคัญต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาตราสินค้าซึ่งทำให้ได้มาถึงโอกาสทางการตลาดและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ทั้งยังควร

ตระหนักถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนการยกระดับการพัฒนาวัสดุธรรมชาติที่สามารถนำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และกระจายองค์ความรู้สู่นักวิชาการ นักออกแบบหรือชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความรับผิดชอบโดยรวมต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในส่วนของกระบวนการผลิตและการผลิต ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) อย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Universal Design) เพื่อให้เกิดการให้ประโยชน์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณา ลิกขมาน. “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตากบางกระทุ่ม,” วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1). 2551.
- ชัยรัตน์ อัครวงกูร. ออกแบบให้โดนใจ คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบ. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์วิฑูริย์, 2548.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิและ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: วังอักษร, 2546.
- นวล เพ็ชรวัฒนา. เอกสารประกอบการสอนวิชา ออก316 การบรรจุภัณฑ์. คณะเทคโนโลยีและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเกษตร, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554.
- บุษรา สร้อยระย้า และคณะ. รายงานการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษจากแกนสับปะรด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2551.
- ประชิด ทิณบุตร. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2531.
- _____. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2546.
- ปรีชญา ครูเกษตร. การศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2550.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: แพดเมทส์, 2541.
- พงษ์ชาติดา วุฒิการณ์ และยลฤดี วุฒิการณ์. ศิลปะบรรจุภัณฑ์ในเมืองเกียวโตและเชียงใหม่ : ในมุมมองของสังคมและวัฒนธรรม เชียงใหม่. มูลนิธิชุมชนโตะโมะ, 2541.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- พัชรี รัตนพันธ์. บรรจุภัณฑ์ไทยจากวัสดุธรรมชาติ. สำนักการสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทบวงมหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ., 2547.
- ภูงค์ ไรจน์แสงรัตน์. การออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วัชรินทร์ จรุงจิตสันทร. หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: แอปป้าพรีนติ้งกรุ๊ป, 2548.
- อมรรัตน์ สวัสดิ์ดี. ผลกระทบของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจและสังคม : รายงานการสัมมนาเรื่องบรรจุภัณฑ์กับสิ่งแวดล้อมปัญหาที่น่าจับตามอง. 10 กรกฎาคม 2534.
- อินทร์อุดม ชีลาพร. การขายโดยบุคคล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2544.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (ออนไลน์) 2559. แหล่งที่มา: www.guru.sanook.com. 5 มกราคม 2558.
- Butkeviciene, V., Stravinskiene, J and Rutelione, A. Impact of consumer package communication on consumer decision making process. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* (1), pp. 57-65 2008.
- DiFranza, J. R., Clark, D. M., and Pollay, R. W. Cigarette package design: Opportunities for diseaseprevention. *Tobacco Induced Diseases*, 1, 97-109 2002.
- Malhotra, N.K. *Marketing Research: An Applied Orientation*. (4th ed). New Jersey: Pearson Education, 2004.
- Singh, J. Consumer complaint intentions and behavior: definitional and taxonomical issues. *Journal of Marketing*, 52 (January), 93-107 1988.