

การพัฒนาารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
DEVELOPMENT OF PRODUCT PACKAGING TO CREATE VALUE OF YAI CHA COMMUNITY
PRODUCT, SAMPRAN DISTRICT, NAKHON PATHOM PROVINCE

¹องใบฎีกาณภัทร เพ็ญท้าว (พานิช),
²ภูริวัจน์ ปุณยวุฒิปรีดา และอุบล วุฒิพรโสภณ
¹ Qngbaidika Naphat Phuróchñu (Panich)
Phuriwat Punyawutpreeda and Ubol Wuthiphornsopon
วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
¹naphattm@gmail.com

Received 12 March 2021; Revised 15 May 2021; Accepted 23 March 2021



บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ชุมชนผลิตภัณฑ์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นกรอบการวิจัย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน และการสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 8 รูป/คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคแบบสามเส้า นำเสนอเนื้อหาและเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนยายชา ปัจจุบันชุมชนมีการส่งเสริมอาชีพให้แก่ชาวบ้านในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผักอินทรีย์ ไข่เค็มอินทรีย์ ข้าวอินทรีย์ “กลุ่มส้มมาชีพ” ตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ไม่เหมาะสมกับการบรรจุผลิตภัณฑ์และไม่สะท้อนอัตลักษณ์ของตนเอง
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการออกแบบคำนึงถึงการใช้งานที่แข็งแรงทนทาน และจูงใจต่อผู้บริโภคให้เกิดการต่อยอดทางเศรษฐกิจในชุมชนได้มากยิ่งขึ้น ด้วยการพัฒนา 1) ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ 2) ด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ 3) ด้านการบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์เพื่อความแข็งแรง ยืดอายุผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการขนส่ง
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ควรใช้สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชน คือ รูปคนยาสีหมวกโบราณแต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องราคาของบรรจุภัณฑ์ที่จะส่งผลให้ผลผลิตต้องปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้น อีกทั้งกลุ่มผู้จำหน่ายยังขาดเงินทุน ควรมีหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนงบประมาณในการลงทุนจัดทำ รวมถึงมีการติดตามผล ต่อยอด ออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ ให้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การพัฒนารูปแบบ, บรรจุผลิตภัณฑ์, การสร้างมูลค่าเพิ่ม

Abstract

This research was a qualitative research. Studied the concept of community identity, product and packaging design used for conceptual framework. Data collected to In-depth Interview 15 key informants and focus group discussion 8 persons, and data analysis using a triangle technique and narrative description.

Research results found that:

1) Product packaging style model in Yai Cha community now has a career promotion for the villagers In product processing of organic vegetables, organic salted eggs, organic rice, “livelihood groups”, brand, and packaging in present neither suitable for package nor impact self identity.

2. Development of packaging suitable for the Yai Cha community product. The design thinking of strong, durable and motivate customer to expansion more economic community by developing 1) Development of uniqueness of products 2) Development of quality of packaging 3) Product packaging for durable, Extend product life, convenience of transportation

3. A package style that was suitable for community products. Should use symbols that indicate community identity was a picture of a grandmother wearing an ancient hat but there were still limitations on the price of the packaging that affect to the product prices have to be adjusted higher. Therefore the supplier group was still lacking funds. Public and private should be participation, support budget for investment. Evaluation expand about product design continuous improvement.

Keywords: Development of product packaging, Create Value Product

บทนำ

จากกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันนั้น ได้ให้ความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสาขาการผลิต และในขณะเดียวกันทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่สำคัญประการหนึ่งในการยกระดับประเทศด้วยการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มีการขยายตลาดด้วยการสร้างความเข้มแข็งด้านตราสินค้า และช่องทางการตลาดที่เป็นของตนเองมากขึ้น ในแต่ละจังหวัด ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพ และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น อาจจะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สามารถคุ้มครอง ป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เสียหาย และเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพสามารถช่วย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงชุมชนด้วย (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ในเรื่องของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ซึ่งปัญหาหนึ่งในเกือบทุกชุมชน พบว่ายังมีปัญหาทางด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งกล่าวได้ว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ ชุมชนควรมีการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หรือกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น โดยใช้วัตถุดิบจากชุมชนอย่างคุ้มค่า ความงามเอกลักษณ์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางความรู้สึกและคุณค่า ทางจิตใจแก่ผู้บริโภคได้ ผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นตัวสร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้ซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคจะเลือก สินค้าที่มีความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร ผู้บริโภคจะมีความคิด การรับรู้ ความเข้าใจ และเข้าถึงผลิตภัณฑ์กันคนละแบบ แต่ถ้ามองในรายบุคคลก็ยังคงมี มุมมองที่แต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ผู้บริโภคส่วนมากจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ ที่ตรงตัวกับผู้ซื้อและองค์ประกอบบนผลิตภัณฑ์ ล้วนมีอิทธิพลกับการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค และเป็นตัวเลือกอันดับต้นของผู้บริโภค รูปแบบ ผลิตภัณฑ์สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างง่ายดาย (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560)

ชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชน เพื่อผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ไข่เค็ม ข้าวเกษตรอินทรีย์ ผักผลไม้เกษตรอินทรีย์ เกาลัด จุลินทรีย์EM และสินค้าผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในปัจจุบันยังคงประสบปัญหาในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เนื่องจากขาดประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการในชุมชนควรให้ความสำคัญ เพราะการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นที่สนใจเป็นหนึ่ง ใน ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง สร้างความน่าสนใจในตัวสินค้าและสามารถสร้างผลสำเร็จได้ในอนาคตเพื่อก้าวไปสู่ตลาด ผลิตภัณฑ์นับเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเป็นกลยุทธ์ตลาดอย่างหนึ่งที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ จากการที่กล่าวมาข้างต้นนี้

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของชุมชน เพื่อสามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถต่อยอดไปถึงการสร้างรายได้รูปแบบอื่นภายในชุมชน นอกเหนือจากประโยชน์ที่ได้จากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังถือเป็นการยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมกันในการสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองให้เป็นที่ยอมรับเพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ของไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม เป็นอย่างไร
2. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ทำได้อย่างไร
3. นำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ได้พัฒนาแล้วต่อชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม มีความคิดเห็นอย่างไร

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ได้มีนักวิชาการหลากหลายท่านได้ศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงไว้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ อัตลักษณ์ว่ามีส่วนสัมพันธ์กับ วัฒนธรรม เพราะ วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางคั่นระหว่างธรรมชาติของมนุษย์และการหล่อหลอม บุคลิกภาพ (Personality) ของคนคนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอิทธิพลทางวัฒนธรรม ในเรื่องของ ความเชื่อ ค่านิยม โลกทัศน์ ดังนั้น วัฒนธรรมมีส่วนหล่อหลอมอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลอย่างมาก มากมายทั้งในระดับบุคคลและอัตลักษณ์ของกลุ่ม วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ นอกจากนี้ยังกล่าวสรุปว่า แท้จริงแล้ว อัตลักษณ์ คือเรื่องของภาพลักษณ์ของตัวตนของมนุษย์เรา (Images of oneself) ที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social interaction) และเป็นความเข้าใจ ทั้งในระดับที่เรามีต่อตนเองและในลักษณะที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมตลอดชั่วชีวิตของเรา (จุฑาพรรธ ผดุงชีวิต, 2551)

แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (สมพงษ์ เฟื่องอารมย์, 2550) สรุปได้ว่าความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในสมัยก่อน คือ ความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ ต่อมาตลาดของสินค้ากระจายกว้างมากขึ้นจึงเกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการส่งมอบต่อลูกค้า เพื่อความปลอดภัยในการขนส่งและเมื่อมีการแข่งขันมากขึ้นบรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การเลือกบรรจุภัณฑ์เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา เรียกร้องความสนใจได้ดีกว่า ตลอดจนพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ ซึ่งหน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ 1) การรองรับสินค้า (Contain) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันเป็นกลุ่มและหมวดหมู่หรือตามรูปร่างของภาชนะทำให้สะดวกในการเก็บรักษา ขนส่ง ลำเลียง และการบริโภค 2) การปกป้องผลิตภัณฑ์ (Protection) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่รักษาสภาพสินค้าให้คงอยู่ใน สภาพที่ดี และป้องกันคุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในจากความเสียหายด้วยเหตุต่าง ๆ ทั้งจากสภาพแวดล้อม มนุษย์ สัตว์ การขนส่งโยกย้าย เพื่อให้สินค้าคงสภาพเดิมเหมือนเมื่อออกจากแหล่งผลิตหรือโรงงานได้มากที่สุด มิให้เกิดการขีดข่วน บูดสลาย แตกหัก เสียรูป ร้าวซึม ระเหย หรือแม้แต่มดกัดกิน 3) เคลื่อนย้ายได้ (Handing) บรรจุภัณฑ์ต้องเคลื่อนย้ายได้สะดวก เช่น ถ้าใส่ในกล่องต้องเป็นกล่องที่มีหูหิ้วหรือช่องสำหรับสอดมือเมื่อจับหรือยกได้สะดวก น้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ไม่หนักมากเกินไปจนทำให้ยกหรือขนย้ายไม่สะดวก (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) 4) การรักษา (Preserve) บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงเดิม ตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งในระหว่างการใช้งานของผู้บริโภคด้วย เช่น สินค้าประเภทอาหาร บรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่ถนอมและช่วยรักษาคุณภาพรสชาติ คุณค่าทางอาหารมิให้เน่าเสีย เหม็น หืน ขึ้นรา หรือเสียความสดใหม่ ในขณะที่ผู้บริโภคยังใช้สินค้าไม่หมด บรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณสมบัติในการรักษาสินค้าที่เก็บไว้ในอุณหภูมิห้องปกติหรืออาจมีการใช้ระบบควบคุมอุณหภูมิเข้ามาช่วย 5) การขนส่ง (Transportation) บรรจุภัณฑ์ช่วยทำให้การขนส่งสินค้าไปยังแหล่งตลาดเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย ใช้ต้นทุนที่เหมาะสม เช่น การใช้ตู้บรรจุทุกสำเร็จรูป (Container) ในการขนส่งสินค้าจำนวนมากไปยังระยะทางไกลรวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Packaging) แบบต่าง ๆ เช่น กล่อง ลัง กระบะ (Pallet) ในปัจจุบันนิยมการขนส่งด้วยระบบตู้บรรจุทุกสำเร็จรูป ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ของสินค้าจะต้องออกแบบให้พอดีกับขนาดของตู้ ตู้บรรจุทุกสินค้าต้องให้ความปลอดภัยแก่สินค้าในระหว่างขนส่ง ป้องกันการถูกโจรกรรม แต่ขณะเดียวกันต้องป้องกันการจัดเรียงภายในตู้ให้ถูกต้อง เช่น ไม่ให้มีช่องว่างเมื่อเกิดการกระเทือนหรือเอียงจะต้องไม่ให้เกิดความเสียหายแก่สินค้าภายใน รวมทั้งการเป็นการประหยัดต้นทุนค่าขนส่งด้วย 6) เอกลักษณ์ของตัวเอง (Identification) บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของความเป็นตัวตนในตัวเอง เพื่อให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่เหมือนกัน เช่น บรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์อาบน้ำแต่ละยี่ห้อจะมีเอกลักษณ์ของตัวเอง ทำให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความแตกต่างกันอย่างไร (รัชนิ เจริญ และคณะ, 2559) 7) สร้างความสะดวก (Convenience) การบริโภคอุปโภคสินค้าต่าง ๆ ของผู้บริโภค ล้วนแต่ต้องการความสะดวกในการบริโภค การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เปิดปิดง่าย

เช่น ขวดฝาเกลียวของน้ำอัดลม ฝาขวดน้ำโซดา หรือฝาแบบ Flip Top ขวดน้ำยาล้างจานที่เจาะรูให้ทะลุได้ สะดวก ครอบงำน้ำอัดลมที่มี หุสำหรับดื่มเปิดได้บรรจุภัณฑ์ที่ติดนอกจากเอื้ออำนวยความสะดวกในการใช้ของผู้บริโภคแล้ว ยังสามารถให้ความสะดวกในการนำไปจำหน่ายของร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก เนื่องจากสามารถนำไปตั้งแสดงเพื่อดึงดูด ความสนใจของผู้ซื้อ อีกทั้งบรรจุภัณฑ์นั้น ๆ ยังสามารถส่งมอบต่อลูกค้าได้สะดวก แยกหน่วยขายได้ง่าย หรือเพิ่มยอดขายได้ด้วยหีบห่อรวม (Muti-Packs) 8) ดึงดูดความสนใจ (Attractiveness) หน้าที่หลักที่สำคัญอย่างยิ่งของบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้ม ผลิตภัณฑ์ที่วางขายในร้านค้าซึ่งไม่มีพนักงานขาย บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่แทนพนักงานขาย กล่าวคือ ในร้านค้ารูปแบบเดิมพนักงานขายจะทำหน้าที่ชักจูงผู้บริโภคให้สนใจผลิตภัณฑ์โดยการอธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์นั้น แต่ในร้านค้ารูปแบบใหม่บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ในการเรียกร้องความ สนใจจากผู้ซื้อให้เดินเข้ามาหาผลิตภัณฑ์นั้น จึงกล่าวได้ว่าบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่เหมือนพนักงานขายที่พูดไม่ได้ (Silent Salesman) 9) ช่วยสื่อสารการตลาด (Communication) บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้บรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ย่อมจะมีพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อข้อมูลต่าง ๆ กับผู้ซื้อได้ ด้วยตราสินค้า (Brand) เพื่อจะสื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมาจากที่ใดและมีคุณภาพระดับใด สามารถอธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นั้นได้ บอกวิธีการใช้ บอกส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้ บอกปริมาณบรรจุ อายุการใช้งาน ค่าเตือน รวมทั้งสร้างรูปภาพเพื่ออธิบายถึงตัวผลิตภัณฑ์ด้วยสิ่งที่เรียกว่า ฉลาก (Label) การขายสินค้าในปัจจุบัน นิยมใช้ระบบบริการตนเอง (Self-Service) มากขึ้น ดังนั้น ผู้ซื้อจะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อจากรายละเอียดที่ปรากฏบนฉลาก หรือบนหีบห่อเหล่านั้น 10) ช่วยส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เมื่อนำมาใส่ในภาชนะบรรจุที่ออกแบบแตกต่างกันในด้านคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน เสื้อผ้าที่กองวางขาย เสื้อผ้าที่ใส่ของ เสื้อผ้าที่ใส่กล่อง ให้ความรู้สึกแก่ผู้ซื้อแตกต่างกันในคุณค่าของสินค้านั้น การใส่ขวด ตลับ หลอด หรือซอง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวหรือครีม ให้คุณค่าที่แตกต่างกันเช่นกัน หรือระหว่างขวดแก้วกับขวดพลาสติก อาหารที่ใส่จานกระเบื้อง จานพลาสติกหรือจานสังกะสี ย่อมให้ความรู้สึกถึง คุณค่าของอาหารจานนั้นแตกต่างกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้ 11) ต้นทุนเหมาะสม (Suitable Cost) ต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ต้องเหมาะสมตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ ถ้าเป็นบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ถุงใส่ ปูนซีเมนต์ ไม่จำเป็นต้องออกแบบสวยงามแต่ต้องปกป้อง ปูนซีเมนต์ได้ แต่ในขณะเดียวกัน ขวดใส่น้ำหอมที่ขายให้สุภาพสตรีจำเป็นต้องเลือกวัสดุที่ดี เช่น แก้วเจียรไน ผนวกกับการออกแบบให้ ดูหรูหราซึ่งอาจทำให้ต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์สูงขึ้น

ภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้น จำต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายจดจำได้ง่าย (Recognition) การออกแบบตราสินค้าจึงจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ของตราสินค้าเข้ามาช่วย นอกเหนือจากสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) ยังมีชื่อและรูปภาพด้วย ในกรณีของผงชักฟอก “เปา” ดังกล่าวแล้วคือ รูปของท่านเปาบุ้นจิ้น และชื่อเปา ซึ่งตอนแรกใช้ชื่อเต็มว่า “เปาบุ้นจิ้น” และต่อมาได้ย่อสั้นลงมาเหลือแต่คำว่า “เปา” นอกจากรูปของท่านเปาบุ้นจิ้นก็ไม่ได้ใส่ เนื่องจากผงชักฟอก “เปา” นี้ติดตลาดเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปแล้ว ตราสินค้า (Brand) และสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) จากที่กล่าวมาแล้วจะพบว่าตราสินค้า เป็นการรวมสิ่งที่มีคุณค่า (Set of Values) ของตัวบรรจุภัณฑ์ไว้ในความทรงจำของกลุ่มเป้าหมาย ตราสินค้าที่ดีจะสื่อให้ทราบถึงกลุ่มบริโภคสินค้าช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าและความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ สืบเนื่องจากตราสินค้ามีหน้าที่ทำให้ผู้ซื้อ/กลุ่มเป้าหมายจำสินค้าได้ (Recognition) โดยมีสัญลักษณ์ทางการค้า และการออกแบบกราฟฟิก ผนวกอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เราจึงกล่าวได้ว่าสัญลักษณ์ทางการค้าเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าจริง (สันติวงษ์, 2540)

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Qualitative Research) พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนยายชาอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ประชากร คือ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน/ประชาชนในชุมชนยายชาอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open ended From) โดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐานและปัจจัยต่าง ๆ ของชุมชนยายชาอำเภอสามพราน จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องหนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม ภาพถ่าย เอกสารให้เห็นแนวคิดหลักการ ความเป็นมา และสรุปผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นแนวคิด หลักการ และการพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชาอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

แนวทางการสนทนากลุ่ม ในประเด็นการพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม รวบรวมข้อมูลโดย

1. ขอหนังสือจากหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาการพัฒนาสังคม วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อแจ้งให้ทราบเรื่องการขอสัมภาษณ์บุคลากรในวัดหน่วยงานภาครัฐ และผู้นำชุมชน/ประชาชนที่มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา และกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์

2. ทำการสัมภาษณ์ตามวันและเวลาที่กำหนด โดยการสนทนากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 รูป/คน พร้อมทั้งขออนุญาตบันทึกข้อมูลโดยการถ่ายภาพ จดบันทึกและบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์

3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดเสียงและจดบันทึกเป็นข้อความ จากนั้นจึงจัดหมวดหมู่ข้อมูลแล้วทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์กับเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบถึงการพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา

4. เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ไปสนทนาในพื้นที่เพื่อการพัฒนาแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563 นำข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

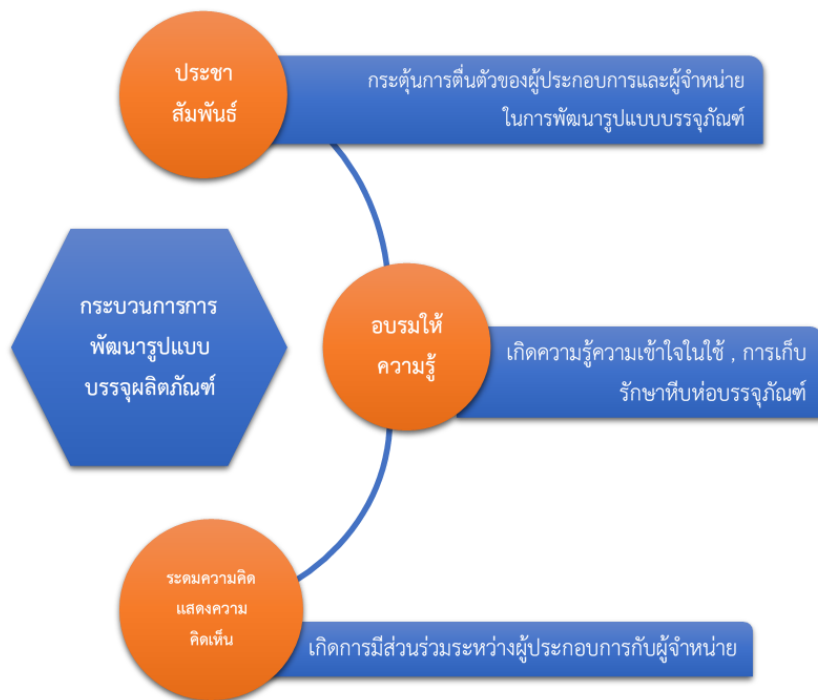
จากการศึกษาการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยได้คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกจากกลุ่มผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค และผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม รวมจำนวน 15 คน เมื่อรวบรวมข้อมูลเสร็จแล้วจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาความตามขั้นตอนวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนยายชา โดยผู้วิจัยได้มีการศึกษาข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชน ให้ทราบถึงปัญหาของบรรจุภัณฑ์สินค้า เห็นว่าบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชน ยังไม่เป็นที่โดดเด่น สะดุดตา ไม่สามารถสร้างการจดจำ ตลอดจนความสามารถในการปกป้องผลิตภัณฑ์ต่ำ เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ขาดการเอาใจใส่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจการใช้เครื่องมือ องค์ความรู้ในการออกแบบพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ให้ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนมีความโดดเด่นไม่น่าสนใจ ไม่สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชน ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไม่

ชัดเจน ไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค คุณภาพของวัสดุบรรจุผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนไม่ได้คุณภาพ บางผลิตภัณฑ์ก็เลือกใช้วัสดุที่ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร ไม่มีวิธีการถนอมอาหาร ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจน บรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุไม่แข็งแรง ทนทาน มิดชิด เกิดความชื้น ซึ่งอาจทำให้เกิดการเน่าเสียได้เร็ว บุป แตก ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ หากบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสินค้าที่บรรจุ การยกเคลื่อนย้าย จัดวาง ก็ทำให้สินค้าเสียหายได้ง่ายในระหว่างการขนส่งสินค้า นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอควบคุมไม่ได้ กลุ่มผู้ผลิตเมื่อความต้องการของตลาดมีจำนวนมาก กลุ่มผู้ผลิตชุมชนก็ไม่สามารถรับภาระสั่งซื้อคราวละจำนวนมาก ๆ ได้ เพราะปัญหาในด้านการขนส่ง และมาตรฐานแต่ละครั้งมีคุณภาพไม่เหมือนกัน ไม่สม่ำเสมอ กรรมวิธีการผลิตไม่ทันสมัยไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยจำเป็นต้องยกระดับความรู้ความสามารถในการเรื่องของผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีให้สูงขึ้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวของคนในชุมชนและประสิทธิภาพของการส่งเสริมอบรมพัฒนาความรู้ ปัญหาด้านแหล่งเงินทุน ด้วยกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้าในชุมชนมีขนาดเล็ก ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุน ต้นทุนต่ำเพื่อการลงทุนด้วยตนเองได้ จึงต้องการอาศัยความช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชน แต่การขอการสนับสนุนจากภาครัฐบางครั้งค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน หลายขั้นตอน ทั้งยังขาดการส่งเสริมสนับสนุนที่จริงจัง และให้ข้อมูลที่ทันสมัยแก่ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตในชุมชน

2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนขยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชนขยายชา กรรมวิธีการผลิตไม่ทันสมัยไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยจำเป็นต้องยกระดับความรู้ความสามารถในการเรื่องของบรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีให้สูงขึ้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวของคนในชุมชนและประสิทธิภาพของการส่งเสริมอบรมพัฒนาความรู้ ปัญหาด้านแหล่งเงินทุน ด้วยกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้ผลิตสินค้าในชุมชนมีขนาดเล็ก ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุน ต้นทุนต่ำเพื่อการลงทุนด้วยตนเองได้ จึงต้องการอาศัยความช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชน แต่การขอการสนับสนุนจากภาครัฐบางครั้งค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน หลายขั้นตอน ทั้งยังขาดการส่งเสริมสนับสนุนที่จริงจัง และให้ข้อมูลที่ทันสมัยแก่ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตในชุมชน ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อนำรายได้เข้าสู่ชุมชน สิ่งที่ชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย จะต้องไม่ ตัวบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด ต้องมีมูลค่าในตัวเอง มีความโดดเด่นน่าจดจำมีเอกลักษณ์ มีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน และสะดวกแก่การขนส่งจัดส่งสินค้า

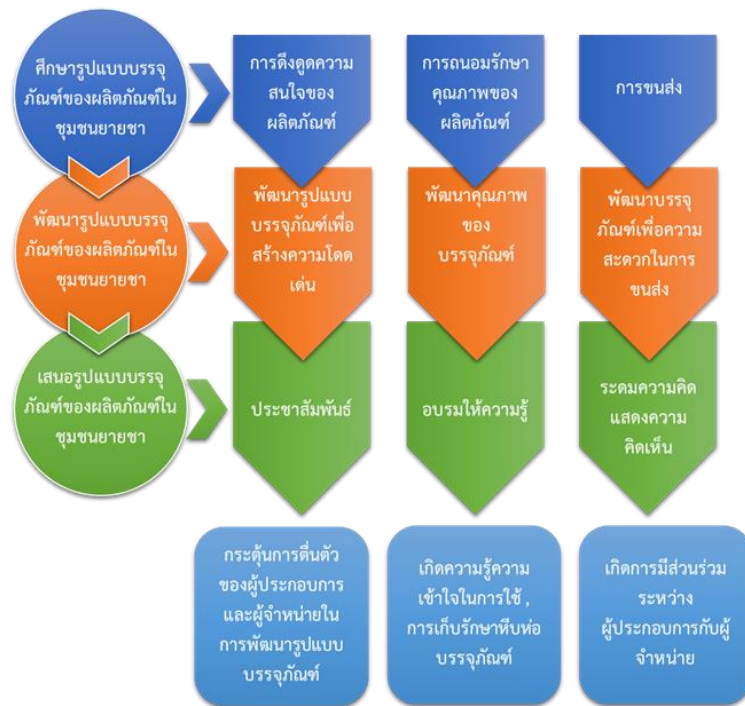
3. นำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนขยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ชุมชนขยายชา การพัฒนาและส่งเสริมรูปแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชนขยายชา ชาวบ้านในชุมชนยังขาดการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นส่วนของภาครัฐ องค์กรชุมชนขาดการส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจัง ทำเพียงแค่สร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีแต่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่วนของชาวบ้านในชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการตกลง หรือตัดสินใจ การวางแผน ดำเนินงาน ตรวจสอบ ประเมินผลอย่างจริงจัง ร่วมกันในชุมชน จึงมักจะเกิดความขัดแย้งกันในกลุ่มชุมชน ซึ่งเกิดจากความคิดเห็นไม่ตรงกัน ขัดแย้งกันในการจัดสรรผลประโยชน์ ยึดติดกับค่านิยมเดิม ๆ มีอคติต่อกัน ทำให้ชุมชนขาดการพัฒนาส่งเสริมจากภาครัฐ เอกชน และผู้ที่ร่วมรับผิดชอบในบทบาทต่าง ๆ



ภาพที่ 1 สรุปผลการวิจัย

สรุปองค์ความรู้

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม” ผู้วิจัยศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ มีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญและการสนทนากลุ่ม โดยเริ่มต้นจากการศึกษารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนยายชา ดังนี้ 1) การดึงดูดความสนใจของผลิตภัณฑ์ 2) การถนอมรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 3) การขนส่ง พัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าชุมชน ดังนี้ 1) การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาคุณภาพของหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ 3) การพัฒนาหีบห่อ บรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดยให้ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการพัฒนา โดยใช้กระบวนการการมีส่วนร่วม และนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนยายชา เพื่อได้ที่จะได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมให้มีความโดดเด่นได้มาตรฐาน ทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน



ภาพที่ 2 องค์ความรู้งานวิจัย

จากแผนภูมิภาพแสดงให้เห็นถึงการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของสินค้าชุมชนขยาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยการศึกษาแบบจำลองผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนขยาย จากการลงพื้นที่ชุมชนขยาย ผู้วิจัยได้สังเกตการณ์และสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย จึงได้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถควบคุมคุณภาพ และมีบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่สะอาดตาเป็นที่นิยมและยังไม่ได้แสดงถึงอัตลักษณ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีปัญหาหลัก ๆ อยู่ 3 ด้าน คือ การดึงดูความสนใจของผลิตภัณฑ์, การถนอมรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์, ด้านการขนส่ง จากสภาพปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้หาแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการหาแนวทาง ความต้องการในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนขยาย ซึ่งจัดให้มีการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) พบประเด็นดังนี้ ด้านการพัฒนาความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันมุ่งเน้นรูปลักษณ์ที่สวยงาม แข็งแรง มีข้อมูลสินค้าที่ชัดเจนได้สัดส่วนที่ถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี จะสามารถดึงดูความสนใจของผู้บริโภค ด้านการพัฒนาคุณภาพของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ เพื่อไม่ให้เกิดการเสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง คน ความชื้นความร้อน แสงแดด และการปลอมปนอื่น ๆ เลือกใช้ภาชนะบรรจุใช้วัสดุที่มีคุณภาพซึ่งสามารถป้องกันความชื้น ด้านการพัฒนาการหีบห่อบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดยหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ จะต้องสะดวกต่อการขนส่ง เคลื่อนย้ายจัดวาง ช่วยป้องกันสินค้าในบรรจุภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย ในระหว่างการขนส่ง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ต้องใช้วัสดุที่แข็งแรงทนทานต่อการกดทับและกระแทกกระทบกระเทือนในระหว่างการขนส่ง ช่วยลดปัญหาสินค้าเสียหายได้รวมทั้งฉลาก และเป็นมิตรสิ่งแวดล้อม ลดปัญหาจากขยะบรรจุภัณฑ์การสิ้นเปลืองทรัพยากร ซึ่งใช้การวางแผน ดำเนินการ ตรวจสอบ ประเมินผล แล้วจึงนำเสนอการดำเนินการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์แก่ชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อทราบ เข้าใจในการพัฒนา และประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของชุมชนขยาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้การสนับสนุนการให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการตกลงตัดสินใจ หาแนวทางแก้ปัญหาเรื่องต่างๆ ในชุมชน เพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชนให้เข้มแข็งกับทุกหน่วยงาน
2. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้การสนับสนุนงบประมาณเงินทุนในการทำกิจกรรมการเรียนรู้ การจัดอบรม และสร้างช่องทางการทำกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ให้กับประชาชน เพื่อได้มีความรู้ความสามารถและพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรร่วมกันกำหนดนโยบายการดำเนินการไปในแนวทางเดียวกันเพื่อให้เกิด “การพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนขยายชาอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม”
4. ในการจัดการส่งเสริมและสนับสนุน “การพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนขยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม” หน่วยงานที่ดำเนินการควรติดตามผลและพัฒนาต่อยอดอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการจัดกิจกรรมอย่างจริงจังเพื่อส่งเสริมการพัฒนาแบบบรรจุผลิตภัณฑ์ในสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชน เพื่อให้ประชาชนได้มีอาชีพและสามารถสร้างรายได้ ให้เกิดขึ้นในชุมชน
2. ควรมีการอบรม เพื่อให้ประชาชนได้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดแนวคิดการแปรรูปพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าอื่นๆ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน
3. ควรมีการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพประชาชนในชุมชนขยายชาทุกคนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลงมือปฏิบัติการอย่างจริงจัง โดยมีผู้เชี่ยวชาญควบคุมดูแล

มีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1. ควรมีการวิจัยการศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีอัตลักษณ์เฉพาะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษา การเรียนรู้กระบวนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนในการผลิตในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ถ้าเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ต้นทุนต่ำ อาจทำให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ไม่สมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบุรี. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุฑาพรรธน์ ผดุงชีวิต. (2551). วัฒนธรรม การสื่อสารและอัตลักษณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2558). การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพรส.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประสิทธิ์ ลิขิต. (2547). การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งในวาทกรรมอัตลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรินติ้งเฮาส์.
- รัชณี เจริญ และคณะ. (2559). การเพิ่มมูลค่าและเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ล้านนาด้วยการออกแบบโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา. รายงานการวิจัย. คณะวิจิตรศิลป์: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สุกฤตา หิรัญยขวลิต. (2552). *กว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ Background of Package*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชยาดา จุลธีระ (2555). *การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของขนมบดิน ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มขนมบดิน แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์: มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ปวีณา ผาแสง และคณะ. (2560). *การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน. รายงานวิจัย. น่าน: วิทยาลัยชุมชนน่าน.*
- สมพงษ์ เฟื่องอารมย์. (2550). *บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก*. กรุงเทพมหานคร: จามจุรี โปรดักท์.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). *ออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: วาดศิลป์.

