

แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูป

บนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน

Models for Packaging Design for Processed Seafood Products Based on Lifestyle and Community's Identity

วัชรภรณ์ ชัยวรรณ^{1*}, เจนจิรา บ.ป.สูงเนิน¹ และอัครนิต บรรเทา¹

Watcharaphon Chaiwan^{1*}, Jenjira B.P. Sungneon¹ and Akanit Bantao¹

Received: December 14, 2022; Revised: June 2, 2023; Accepted: June 12, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากการประยุกต์อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นรหัสศิลป์ ที่มีรูปแบบการผลิตสวยงามตอบสนองต่อการใช้สอยเชิงพาณิชย์ และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล ตำบลบ้านแหลม ตำบลแหลมผักเบี้ย และตำบลปากทะเล อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยทำการศึกษาสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางออกแบบบรรจุภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไปที่เลือกซื้ออาหารทางทะเลแปรรูปบริเวณร้านขายของฝาก อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปทั้ง 3 ตำบล ในอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรีนั้น ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจในบรรจุภัณฑ์ อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ของสินค้าที่มีต่อกระแสการรับรู้ ความทรงจำร่วมของผู้ซื้อสินค้าวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่ไม่เหมาะสมในการขนส่งและไม่ทนเสริมการเป็นของฝาก สลากสินค้าไม่ได้มาตรฐาน ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุกระป๋องพลาสติกใสและถุงพลาสติกใส สติกเกอร์ PVC สร้างตราสัญลักษณ์ของสินค้า สลากสินค้าลดทอนรหัสศิลป์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน จากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการสำรวจความพึงพอใจ/ความเหมาะสม ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมาก

คำสำคัญ: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล วิถีของชุมชน อัตลักษณ์

¹ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, Institute of Research and Development ,Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

*Corresponding author e-mail: Watcharaporn.c@rmutp.ac.th

Abstract

The present study aims to establish a connection between local communities and their distinctive identity by employing visually appealing graphic design techniques, with the intention of producing commercially viable community products. It also aims to evaluate the packaging of processed seafood in Baanlaem, specifically in the regions of Laem Pak - Beai and Pak - Thalay in the Baanlaem District, Phetchaburi Province. To develop a comprehensive design guideline for processed seafood packaging, interviews were conducted with two target groups : travelers and regular customers. The gathered data was analyzed using statistical techniques, including frequency, percentage, mean, and product factor analysis. The findings reveal challenges in the development of processed seafood packaging in Laem Pak - Beai and Pak - Thalay of Baanlaem District. These challenges stem from entrepreneurs' lack of understanding and knowledge regarding package design and local identity, inadequate product labeling, which may negatively impact customer awareness. Another challenge includes inappropriate packaging designs, which hinder the use of products as souvenirs and pose inconveniences during transportation. To address these issues, the researcher has developed packaging solutions such as plastic cans, plastic bags, and PVC stickers, incorporating local identity into product logos and labels through graphic design. Evaluation by travelers and regular customers indicates high satisfaction with the packaging design of dried squid, dried stingray fish, and processed baby clams.

Keywords: Product Packaging, Processed Seafood Product, Community, Identity

บทนำ

ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลของจังหวัดเพชรบุรีเป็นการผลิตเพื่อป้อนตลาดในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้รับการยอมรับทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ทำให้มูลค่ามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลนั้น ก่อให้เกิดผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมากมาย โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยแนวคิดความทันสมัยและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของเจ้าของฟาร์มสัตว์เลี้ยงที่เป็นสัตว์เศรษฐกิจ ซึ่งสำคัญต่ออนาคตของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล จากสภาพปัญหาเชิงพื้นที่อัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน ความต้องการบรรจุภัณฑ์ สุขภาวะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และห่วงโซ่คุณค่าบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลบรรจุภัณฑ์เชิงพื้นที่ ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิมที่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมทานส่วนใหญ่ นั้นจะเป็นของแห้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม ผลิตภัณฑ์ที่ได้ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดการตากแห้งแดดเดียว และเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมทาน จะมีวัตถุดิบบางส่วนที่นำเข้ามาจากแหล่งอื่น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการแปรรูปอาหารทะเลมีวัตถุประสงค์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อำเภอบ้านแหลมที่มีการนำวางจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นของแห้งหลายชนิดด้วยกัน เช่น ปลาฉิ้งฉ้าง ปลาไส้ตัน หอยแมลงภู่ตากแห้ง กุ้งฝอย กุ้งเนื้อ ปลาช่อนทะเล หมึกแห้ง หอยเสียบ หอยปรุงรส หอยเป็ยก เป็นต้น โดยปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ ที่ไม่เอื้อต่อการจำหน่าย ซึ่งในแต่ละร้านค้าจะมีบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป อีกประการสำคัญของปัญหาและอุปสรรคที่ผ่านมาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ส่วนมากคือ ลูกค้าไม่พึงพอใจเรื่องกลิ่น ในส่วนของบรรจุภัณฑ์นั้นต้องการให้ปกป้องผลิตภัณฑ์ให้มีการคงสภาพเดิมได้นานและง่ายต่อการขนส่ง โดยในพื้นที่จะมีกลุ่มลูกค้าที่มารับซื้อสินค้าในพื้นที่ กลุ่มลูกค้าส่งตามร้านอาหารทะเล และกลุ่มลูกค้าตามตลาดนัด ในเขตอำเภอบ้านแหลมนี้มีร้านจำหน่ายของฝากอยู่ประมาณ 8 - 9 ร้านเท่านั้นที่เหมือนกัน ลูกค้าส่วนใหญ่ที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลในอำเภอบ้านแหลม จะประกอบด้วย 2 กลุ่มด้วยกันคือ นักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 80 ได้จากการขายให้กับคนในพื้นที่อีกร้อยละ 10 และขายในตลาดออนไลน์อีกร้อยละ 10 ในส่วนของตลาดออนไลน์นั้น ในปัจจุบันยังไม่มีการขายอย่างต่อเนื่องเพราะบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ตอบสนองต่อการเลือกซื้อและการขนส่งสินค้า

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน โดยสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐานเพื่อนำไปปรับระบบกลไกการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลของอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ทางด้านการจัดจำหน่าย ความต้องการบรรจุภัณฑ์ ควบคู่ไปกับการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บนพื้นฐานการประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ประกอบกับข้อมูลสถานที่จำหน่าย ราคาสินค้า กลุ่มผู้บริโภค จุดอ่อนจุดแข็ง สถานการณ์ที่ได้เปรียบ และโอกาสที่ได้จากการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์ ผลที่ได้จากการวิจัยตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยศึกษาหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชนให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันมากขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างนวัตกรรมชุมชนให้สามารถแก้ปัญหาของชุมชน ผู้ประกอบการโดยนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจะถูกออกแบบและสร้างบนฐานเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถต่อยอดพัฒนาขึ้นได้เองต่อไป และมีการส่งถ่ายชุดความรู้จากการวิจัยทั้งหมดที่ใช้สร้างนวัตกรรม เมื่อชุมชนสามารถสร้างนวัตกรรมและต่อยอดได้เองแล้ว นวัตกรรมก็จะถูกยกระดับ ชุมชนก็จะมีศักยภาพในการสร้างความเข้มแข็งและสร้างเศรษฐกิจที่ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อออกแบบกราฟิกบนและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูป
3. เพื่อทดสอบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์

ทบทวนวรรณกรรม

ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1. บรรจุภัณฑ์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์และประเภทของบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ภาชนะบรรจุ ฉลาก ซอยห่อ เครื่องหมายการค้า ใบบอกวิธีซื้อสินค้า ภาชนะบรรจุ อาจจะเป็นหลอดแก้ว กล่อง ถัง กระจ่าง ขวด อาจจะทำด้วยพลาสติก แก้ว กระดาษ เหล็ก และไม้ เป็นต้น
- 1.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นตัวนำผลผลิตจากกระบวนการผลิตผ่านการขนย้ายการเก็บในคลังสินค้า การขนส่ง การจัดจำหน่าย เปิดโอกาสให้เลือกซื้อและอำนวยความสะดวกในการบริโภค ในอดีตมีการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพจนกว่าจะมีการนำไปใช้ ซึ่งไม่ได้เน้นความสวยงาม สะดุดตา หรือมีเอกลักษณ์โดดเด่นมากมาย แต่ปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเน้นเรื่องความสวยงาม สี สีสันสะดุดตา ตลอดจนการใช้งานง่ายสะดวกในการนำไปใช้สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม นำมาซึ่งการเพิ่มยอดขายกำไรให้กิจการเพิ่มอุปสงค์ของสินค้าให้สูงขึ้น ขยายการตลาดให้ใหญ่ขึ้น และความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้

2. การออกแบบ มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบ องค์ประกอบของการโฆษณาในการออกแบบ ความหมายและลักษณะของการออกแบบสื่อแต่ละชนิด โดยพิจารณาเงื่อนไขปัจจัยการผลิตและการออกแบบ คือ ปัจจัยการผลิตในการออกแบบทุกครั้งต้องคำนึงถึงงบประมาณที่มีอยู่ จำนวนการผลิต และระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ

องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้จัดว่าเป็นเงื่อนไขหลักของการออกแบบทั้งสิ้น ในการวางแผนการออกแบบ แผนการออกแบบที่ดีย่อมมีผลทำให้ส่งเสริมการทำงานเกิดประสิทธิภาพได้อย่างดีเยี่ยม แผนการทำงานออกแบบกราฟิกจะเริ่มตั้งแต่การนำข้อมูลทั้งหมด ที่รวบรวมขึ้นมาทำการวิเคราะห์สรุป เพื่อหาแนวทางการนำเสนอลักษณะข้อมูลจากหลายช่องทางและมีความหลากหลาย เช่น การแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การวิจัย หรือการค้นคว้าจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ หลังจากวิเคราะห์มาใช้กำหนดเป็นแนวคิดในการออกแบบ โดยอาศัยหลักการทางศิลปะซึ่งการออกแบบแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลมีการพิจารณาในทุกด้านที่มีผลกระทบต่อการสร้างสื่อและสัมผัสจากการออกแบบกลยุทธ์การใช้สื่อนั้น ๆ การวิเคราะห์ข้อมูลตัวสินค้า และองค์ประกอบอื่นที่มีผลต่อการออกแบบ และขั้นตอนที่ 2 หลักการออกแบบ นักออกแบบจะทำงานออกแบบเพื่อตอบวัตถุประสงค์หลักในการผลิตงานสร้างสรรค์สื่อแต่ละประเภท เพื่อให้ผลงานต้นแบบมีความสมบูรณ์แบบ สวยงาม สามารถดึงดูดกระตุ้นผู้ดูให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจและเกิดทัศนคติร่วมคล้อยตาม แนวคิดในการออกแบบจึงต้องนำเอาข้อมูลถ้อยคำรูปภาพประกอบมาจัดระเบียบให้มีความกลมกลืนชัดเจนและโดดเด่น โดยอาศัยหลักแนวคิดและวิธีการทางศิลปะเป็นองค์ประกอบโครงสร้าง รูปแบบ จังหวะ สี และพื้นที่ทั้งหมด

3. ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปทรง รูปร่าง ปริมาตร และส่วนปริมาณอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์ ให้มีความเหมาะสมกับหน้าที่การใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการขึ้นรูปผลิต การบรรจุ เก็บรักษาและการขนส่ง การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผู้ออกแบบจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท Individual Package บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ และ Inner Package บรรจุภัณฑ์ภายใน ที่สัมผัสอยู่ชั้นแรกและชั้นที่สองเป็นส่วนใหญ่ มีรูปร่างลักษณะที่ขึ้นอยู่กับการผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบต้องศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จะต้องการบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุที่เหมาะสม โดยกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือมีรูปร่างเหมาะสมการจับถือ หิ้ว และต้องอำนวยความสะดวกการใช้งาน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย การกำหนด Individual Package บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เช่น ครีมเทียมสำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียมฟอยล์ บรรจุลงในกล่องกระดาษแบบพับทรงสี่เหลี่ยมอีกชั้น ด้วยเนื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นผง จึงต้องการวัสดุสำหรับบรรจุที่สามารถป้องกันความชื้นได้ การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟอยล์บรรจุก็เพราะสามารถป้องกันความชื้นได้ดี สามารถพิมพ์สี ลวดลายหรือข้อความต่าง ๆ ได้เหมาะกว่าถุงพลาสติก ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อถือของผู้ผลิตจากนั้นบรรจุ ในกล่องกระดาษแข็งเพิ่มอีกชั้นหนึ่ง เพราะบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกระหว่างการขนส่ง ตลอดจนการวางจำหน่ายหรือวางตั้งโชว์ จะต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เพิ่มเข้ามาช่วยเพื่อทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว (ภูษิต คำชมภู, ยุติ ทองอ่อน, เพียงพิศ ชะโกทอง, จิรทัศน์ ดาวสมบูรณ์, และเพ็ญภามณีนุต, 2550)

4. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นงานที่ต้องทำเป็นประจำ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้ได้ตลอดไป สาเหตุเพราะมีการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด และเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งการจำหน่ายที่พัฒนาขึ้นและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องด้านบรรจุภัณฑ์ ต้องปรับเปลี่ยนต้นตัวอย่างเสมอ และวิจัยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ต้องสอดคล้องกับต้นทุน การตลาด สื่อภาพลักษณ์ กราฟิก การใช้ และการรักษาสีแวดล้อม

4.1 ปัจจัยเพื่อพิจารณาข้อมูลที่ต้องคำนึงถึงการออกแบบสินค้า การออกแบบเริ่มต้นเมื่อมีข้อมูลของสินค้า ได้แก่ ประเภทสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพและเคมี ขนาด รูปร่างทรง ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม คุณค่า

ทางโภชนาการ กระบวนการขั้นตอนการผลิตหรือกรรมวิธีการแปรรูป การตรวจสอบคุณภาพ คำแนะนำในการบริโภค และสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยา เพื่อจะนำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีสีสนลวดลายอย่างเหมาะสม สร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากผู้ซื้อ ที่สำคัญที่สุดคือการสร้างจุดเด่นของสินค้า ด้วยเหตุนี้ คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องพิจารณา จึงมีคุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วย ของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวข้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก/ปริมาตรหรือความหนาแน่นสำหรับสินค้าที่ต้องเป็นของแข็ง คุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ และปฏิกิริยาอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้น คุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น กลิ่น การเกาะตัว เป็นต้น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของสินค้าที่ต้องการเพื่อเริ่มต้นเลือกบรรจุภัณฑ์

4.2 ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคและการวิจัยทางการตลาด สามารถประเมินจุดขายของสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทราบถึงจำนวนการบริโภคแต่ละครั้ง การนำมาปรู้งร่วมกับอาหารชนิดอื่น ๆ และโอกาสในการบริโภคหรือช่วงการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การบรรจุห่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และสีสนลวดลายให้ถูกกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของขวัญ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อและทำให้สินค้ามีความแตกต่างคู่แข่งของคุณค่าอาหาร ความสะดวกในการบริโภค

5. ขั้นตอนในการพัฒนา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 คือ การพัฒนาทั้งระบบ เริ่มจากแนวความคิดจนถึงการจำหน่ายสู่ตลาด และประเภทที่ 2 คือ การพัฒนาบางส่วนของบรรจุภัณฑ์

5.1 กำหนดจุดมุ่งหมายการใช้ประโยชน์บรรจุภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์เริ่มด้วยจุดมุ่งหมาย ผลที่ได้จากการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ จุดมุ่งหมายควรมีจุดมุ่งหมายหลัก หรืออาจมีจุดมุ่งหมายต่อเนื่องก็ได้ จุดมุ่งหมายนี้ต้องเขียนอย่างเด่นชัดและกำกับเป้าหมายเป็นตัวเลข เช่น ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 จากการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ หรืออาจจะเป็นการลดต้นทุนลงอีกร้อยละ 5 เป็นต้น การเขียนจุดมุ่งหมายในรูปของผลกำไรอาจไม่เด่นชัดและเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีหลายองค์ประกอบเข้ามาเกี่ยวข้อง จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้จะต้องเฉพาะเจาะจงและเข้าใจได้ง่าย มีการพัฒนาออกแบบเพื่อสามารถกำหนดขอบเขตรับผิดชอบและกำหนดเวลาที่ต้องทำให้เสร็จ การตั้งจุดมุ่งหมายอาจใช้หลักของมูลเหตุที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวไปแล้วเป็นจุดมุ่งหมายในการพัฒนา

5.2 การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนนี้นับได้ว่าเป็นขั้นตอนที่มักจะได้รับการละเลยมากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่มีการทำงานแบบแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การวางแผนจะทำให้ทราบว่า การพัฒนาจะมุ่งไปทางไหนและพัฒนาอย่างไร ด้วยเวลาและงบประมาณค่าใช้จ่ายที่น้อยที่สุดหรือกล่าวได้ว่าการวางแผน คือ การตั้งกลยุทธ์หรือขั้นตอนพร้อมกรอบในการทำงาน แต่ละขั้นตอนเพื่อบรรลุถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการวางแผนพัฒนาจะเริ่มต้นจากขั้นตอนดังต่อไปนี้

5.2.1 การหาข้อมูลของสินค้าเพื่อพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลทางเทคนิค การตลาด การจัดส่ง และค่าใช้จ่าย

5.2.2 ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ทางด้านเทคนิคและการใช้งาน

5.2.3 รายละเอียดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์

5.2.4 ข้อกำหนดกฎหมาย

5.2.5 รวบรวมรายละเอียดรับบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เหมาะสม

5.2.6 ประเมินงบประมาณใช้ในการพัฒนา

5.2.7 กำหนดมาตรการที่จะดำเนินการวิจัยพัฒนาหรือละทิ้งโครงการ

5.2.8 กำหนดมาตรการที่จะทำการทดสอบตลาดหรือสถานที่จำลอง

6. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันความเสียหายทางกายภาพ ความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างการขนส่งที่เกิดขึ้นมา ระดับความรุนแรงความเสียหายที่เกิดขึ้นประเมินได้ยาก เนื่องจากมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้ตลอดเวลาระหว่างการขนส่ง อย่างไรก็ตามการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ คือ ให้สามารถป้องกันอันตรายในระดับเฉลี่ย แต่ยอมรับได้เกิดความเสียหายบ้างจากอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากความไม่คุ้มทุนในการป้องกันความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งหมด และการขนส่งสินค้าใด ๆ ที่ไม่ประสบความเสียหายเลยในช่วงระยะเวลาเป็นเดือน ๆ เป็นที่ไม่พึงประสงค์ในทางธุรกิจ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ มีระดับการป้องกันมากเกินไป (ประชิด ทิณบุตร, 2531)

7. การออกแบบศิลปะท้องถิ่น เทคนิคการออกแบบวิธีนี้มีจุดมุ่งหมายแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อสนองนักท่องเที่ยวให้ซื้อของฝาก หากสินค้าได้รับความนิยม จะสามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นส่งขายออกยังต่างประเทศได้ หากสามารถควบคุมคุณภาพในการผลิตและมีวัตถุดิบ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติ ที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้ รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ ใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่น ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น บางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อความแปลกใหม่รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ มีคำว่า “ของฝาก” เพื่อเน้นจุดเด่น กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่อ่านเกิดความต้องการที่จะซื้อเป็นของฝาก นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์เพื่อมอบเป็นของขวัญ (ประชิด ทิณบุตร, 2531)

Identity หรือ อัตลักษณ์ มีความสำคัญมาก เพราะด้านหนึ่ง “ความเป็นปัจเจก” ที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์ระหว่างสังคม กำหนดบทบาทหน้าที่และคุณค่าที่ติดมากับความเป็นพ่อ เพื่อน สามิ - ภรรยา ศิษย์ - อาจารย์ ในมิตินี้ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์มีระบบสัญลักษณ์หลายแบบ อีกมิติหนึ่งเกี่ยวข้องกับ “ภายใน” ของความเป็นเรา ทั้งในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ดังนั้นอัตลักษณ์จึงเป็นมุมมองที่รู้ถึงความเป็นไปอย่างแท้จริง ปรากฏการณ์ที่เป็นจริง มากกว่าที่จะแสดงออกมาตามความต้องการที่จะให้เป็นไปโดยกลุ่มคน อัตลักษณ์จะเริ่มจากสัญชาตญาณ ความรู้สึกนึกคิด และความเป็นอิสระ มีการกระทำซ้ำ ๆ จนเป็นลักษณะนิสัยที่แสดงความเป็นตัวตนที่แท้จริงออกมา ซึ่งเป็นไปตามบทบาทหน้าที่จนไปสู่สภาพกว้างและเป็นที่ยอมรับกันในสังคม (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2549)

อัตลักษณ์ที่สัมพันธ์กับสังคม หมายถึงโครงสร้างทางสังคมที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ ความสัมพันธ์ทางสังคมของปัจเจกบุคคลต่อคนอื่น ๆ ในสังคม กับอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความคิดและการตีความของปัจเจกบุคคล ในการนิยามและให้ความหมายของตัวเองเมื่อสัมพันธ์กับสังคมและสิ่งแวดล้อมรอบตัว อัตลักษณ์จึงมีมิติที่ซ้อนทับระหว่างโครงสร้างสังคมที่กำหนดปัจเจก กับการนิยามของปัจเจกในฐานะผู้กระทำ อัตลักษณ์ไม่ใช่ความหมายที่มีอยู่แล้วโดยอัตโนมัติในตัวมันเองหรือกำเนิดขึ้นพร้อม ๆ กับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา ความหมายสำคัญของอัตลักษณ์ก็คือจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับที่เกิดจากการนิยามว่า “ตัวเองคือใคร มีความหมายอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น ในสังคมอย่างไร และใช้อะไรเป็น

เครื่องหมาย" การแสดงออกอัตลักษณ์เป็นการประกอบขึ้นและดำรงอยู่ในการรับรู้เกี่ยวกับตัวเอง และคนอื่นรับรู้เรา โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ซึ่งอยู่ภายใต้บริบทของความสัมพันธ์ที่มีต่อคนและกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม ดังนั้น อัตลักษณ์มีได้ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ในระดับปัจเจกบุคคล บุคคลหนึ่งอาจจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง เช่น เพศชาติ ชวชนทางสังคมอาชีพ เป็นต้น ส่วนอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มนั้น ถูกสร้างขึ้นบนฐานของความเหมือนกันของสมาชิกภายในกลุ่ม ดังนั้นพื้นฐานของความเหมือนกันของกลุ่ม ย่อมมีความแตกต่างกับกลุ่มอื่นมาเป็นตัวกำหนดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตน เมื่อเรากล่าวถึงอัตลักษณ์ของชุมชนจึงหมายถึงตัวตนและอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ผ่านกระบวนการยอมรับซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม และการยอมรับความเหมือนกันภายในกลุ่ม ซึ่งจะส่งผลต่อความสมานฉันท์ภายในกลุ่ม ความพยายาม ความต้องการหรือประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหา ร่วมกันอัตลักษณ์จึงไม่มีลักษณะที่มีเอกภาพและเป็นหนึ่งเดียว แต่เกิดจากการเชื่อมโยงขององค์ประกอบต่าง ๆ ของวาทกรรมอัตลักษณ์ เป็นเพียงชิ้นส่วนหลาย ๆ ชิ้น ที่ถูกประกอบรวมขึ้นมาในบริบทต่าง ๆ นั้นหมายความว่า ในบริบทสถานการณ์อย่างหนึ่ง อาจมีการเชื่อมต่อและแสดงออกในอีกรูปแบบหนึ่ง เราจึงสรุปว่าอัตลักษณ์เป็นผลรวมของวาทกรรมหลากหลายชุดที่อาจขัดแย้งหรือส่งเสริมกัน อัตลักษณ์จึงมีขอบเขตที่เลื่อนไหล ยืดหยุ่น เป็นเวลาของการต่อรอง หยิบยืมตีความและต่อสู้ในกระบวนการของการนิยามและให้ความหมาย อัตลักษณ์จึงเป็นกระบวนการและพื้นที่ทางสังคมที่มีการปฏิบัติกรอย่างหลากหลาย เพื่อช่วงชิงและสร้างตำแหน่งแห่งที่ของกลุ่มตนในประชาสังคม (ณัฐพงศ์ จิตนิรัตน์, 2548)

อัตลักษณ์เป็นการแสดงออกที่มีรูปปลักษณ์ความมีอุดมการณ์ ความภาคภูมิใจ และความเป็นเอกภาพของชุมชน ทั้งค่านิยมที่ปรากฏอยู่รอบ ๆ ชุมชน ซึ่งเมื่อกล่าวโดยรากศัพท์ของคำว่า "อัตลักษณ์" มาจากภาษาละติน คือ Ldentityas เดิมใช้คำว่า Lden ซึ่งมีความหมายว่า "เหมือนกัน" (The same) แต่โดยพื้นฐานภาษาอังกฤษ อัตลักษณ์มีความหมายว่า "เหมือนกัน" และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างออกไป เป็นการตีความหมายเหมือนกันบนพื้นฐานความสัมพันธ์และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนกับปรากฏการณ์รอบตัว เป็นการให้นิยามว่า "ตัวเราคือใคร" และเป็นเรื่องของการค้นหายืนยันท้าทาย หรือตรวจสอบความเป็นตัวตนทั่วไประดับปัจเจกและระดับสังคมการมองในแง่มุมต่าง ๆ ในฐานสมาชิกในสังคม ดังเช่น

1. อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ หมายถึง กลุ่มคนที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ในสังคมด้วยคุณลักษณะทางศาสนา ภาษา เชื้อชาติ ชุมชน และความเป็นมาทางประวัติศาสตร์
2. อัตลักษณ์ร่วม หมายถึง กลุ่มคนหนึ่ง ๆ จะมีอัตลักษณ์ร่วมกัน โดยอัตลักษณ์ร่วมกันที่จะเป็นอะไรก็ได้ เช่น อาชีพ ภาษา ศาสนา และประเพณีเป็นของกลุ่มตนเอง (วิริยา วิฑูรย์สฤทธิศิลป์, 2548)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาวิถีวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า "น้ำพริกแม่เล็ก" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปูลาวาสที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มมูลค่า สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น และ
3. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

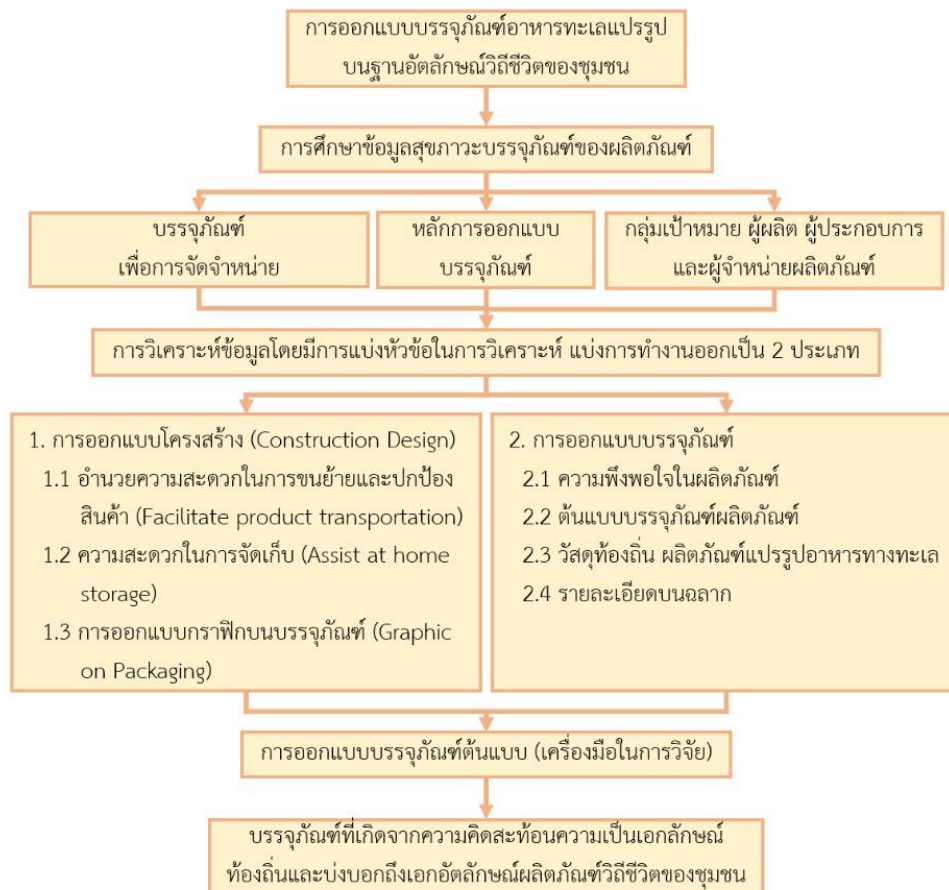
ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปรุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาต่อไป การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธีระหว่างวิจัยเชิงคุณภาพ และวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาในกลุ่มประชากรตัวอย่าง 394 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมตัดสินใจเลือกรูปแบบการให้ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชน การนำเสนอความต้องการการเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมถึงความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูล ทำให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านตราสินค้าได้เป็นอย่างดีชัดเจน ทำให้มีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในอนาคต

จิตราพร ลีละวัฒน์ (2548) ศึกษาเรื่อง บรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ภายใต้สภาวะการแข่งขันอันเข้มข้นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจำเป็นที่ต้องอาศัยปัจจัยหลากหลายเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการสร้างความสนใจของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นความประทับใจครั้งแรกที่ผู้บริโภคมองเห็นสินค้าบรรจุภัณฑ์เป็นตัวกำหนดให้เกิดมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า และยังเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่มีอำนาจต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถยืนหยัดอยู่ในสนามการแข่งขันได้ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืนทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิก อาทิ รูปทรง ขนาดสี ฉลาก ตราสินค้า สัญลักษณ์ที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากล เหมาะกับกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค

ศักดิ์ดา บุญยัต (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านกราฟิกบนซองบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของบะหมี่สำเร็จรูป พบว่า ตัวผลิตภัณฑ์มีผลอย่างสำคัญที่สุดต่อผู้บริโภคในเรื่องความพึงพอใจ และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งก็คือความดึงดูดใจ ความเย้ายวน หรือความสวยงามของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคและต่อเนื่องไปถึงการทำให้ผู้บริโภคหันมาเลือกสินค้าตัวนั้นได้จากภาพลักษณ์ของการออกแบบอาหารกระป๋อง นม เครื่องดื่มต่าง ๆ อาหารสำเร็จรูป และอาหารกึ่งสำเร็จรูป

จักรเศ เมตตะธำรง และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง ความพอใจต่อลักษณะของรสชาติและการบรรจุภัณฑ์ของการแปรรูปเครื่องในโค พบว่า ด้านบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ในการแปรรูปเครื่องในโค โดยบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมาก คือบรรจุภัณฑ์ถุงอลูมิเนียมฟอยล์ และปริมาณควรจะเป็นปริมาณ 50 กรัม ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการแปรรูป โดยหน่วยงานเอกชนสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ เพราะมีความสะดวกต่อการเปิดปิด พกพา และวัสดุของบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพร่วมกันในระยะต่าง ๆ ของการวิจัยทั้งการเก็บรวบรวม การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบโจทย์ปัญหาเชิงพื้นที่วิจัย ดังนี้

วิธีการศึกษา

1. ศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

1.1 ศึกษาข้อมูลสภาวะบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลจากเอกสารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน วารสาร งานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน และความต้องการบรรจุภัณฑ์

1.2 ศึกษาและสังเคราะห์ข้อมูลบรรจุกัญท์ที่ได้จากการสำรวจพื้นที่ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เช่น ข้อมูลสถานที่จำหน่าย ราคาสินค้า กลุ่มผู้บริโภค จุดอ่อนจุดแข็ง สถานการณ์ที่ได้เปรียบ และโอกาสที่ได้สู่การสร้างบรรจุกัญท์ให้มีอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน

2. ออกแบบกราฟิกบนบรรจุกัญท์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชนโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นเรขศิลป์

2.1 ออกแบบพัฒนาบรรจุกัญท์ โดยพื้นฐานการประเมินคุณภาพบรรจุกัญท์ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านความสะดวกและปลอดภัย

2.2 การนำผลงานการออกแบบบรรจุกัญท์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปทดสอบการใช้งานกับผู้ประกอบการอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยพิจารณารูปแบบบรรจุกัญท์ที่เหมาะสมกับบริบทและสภาพแวดล้อมของชุมชน

2.3 เก็บข้อมูลภาคสนาม ประมวลข้อมูล วิเคราะห์ และประเมินและวัดประสิทธิภาพของบรรจุกัญท์ หลังจากการนำไปทดสอบการใช้งานกับผู้ประกอบการอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

2.4 นำผลการวิเคราะห์มาพัฒนาต้นแบบบรรจุกัญท์ ที่ได้จากการทดสอบการใช้งานจริงของบรรจุกัญท์ มาปรับปรุงแก้ไขแบบบรรจุกัญท์ ตามข้อเสนอแนะการใช้งานบรรจุกัญท์ รวมถึงการตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุกัญท์และนำข้อเสนอแนะมาแก้ไขเพิ่มเติม

3. ทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อบรรจุกัญท์ที่ได้พัฒนาแล้วนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์

3.1 นำผลงานต้นแบบบรรจุกัญท์ทดสอบศึกษาความพึงพอใจร่วมกับองค์กรบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ย องค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแหลม และองค์กรบริหารส่วนตำบลปากทะเล และผู้ประกอบการอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ของรูปแบบของบรรจุกัญท์ ที่ได้พัฒนาแล้ว เพื่อหาประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุกัญท์ และนำนวัตกรรมเข้าสู่การทำแผนพัฒนาตำบล/ท้องถิ่น ที่สามารถเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาจังหวัดได้

3.2 ถ่ายทอดเทคโนโลยีความรู้และนวัตกรรม ขั้นตอนการออกแบบพัฒนาบรรจุกัญท์ และผลผลิตที่ได้พัฒนาบรรจุกัญท์ให้กับผู้ประกอบการอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการวิจัย

3.3 จัดทำรายงานและเผยแพร่ข้อมูลการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการชุมชนในเขตอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 3 ตำบล ประกอบด้วย

1. องค์กรบริหารส่วนตำบลบ้านแหลม
2. องค์กรบริหารส่วนตำบลปากทะเล
3. องค์กรบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. โครงสร้างบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้
2. กราฟฟิกบนบรรจุกัญท์ที่สามารถในการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ตำบลบ้านแหลม ตำบลแหลมผักเบี้ย และตำบลปากทะเล อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ได้
3. ความพึงพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลที่มีผลต่อบรรจุกัญท์ที่ได้พัฒนา

แล้ว และเนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 483 คน

กลุ่มคนในท้องถิ่น (จังหวัดเพชรบุรี) จำนวน 361 คน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการชุมชนในเขตอำเภอบ้านแหลม องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหลม องค์การบริหารส่วนตำบลปากทะเล และองค์การบริหารส่วนตำบลแหลมผักเบี้ย และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างถิ่น จำนวน 122 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 483 คน โดยมีวิธีเลือกกลุ่มเป้าหมายงานวิจัย ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยซื้อและเคยบริโภคอาหารทางทะเลแปรรูป และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอาหารทางทะเลแปรรูปในเขตอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
2. ใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) สุ่มเลือกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปอำเภอบ้านแหลม จำนวน 14 ร้าน จากจำนวนทั้งหมด 54 ร้าน
3. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้เข้าไปเก็บข้อมูล บริเวณร้านจำหน่ายอาหารทางทะเลแปรรูปอำเภอบ้านแหลม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไปและความพึงพอใจลักษณะของการออกแบบ สถิติที่ใช้คือ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของคนในท้องถิ่น (จังหวัดเพชรบุรี) และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจลักษณะของการออกแบบ มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ และด้านการบรรจุ เครื่องหมายและฉลาก

ตอนที่ 3 การวัดความพึงพอใจและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูป อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อพัฒนาแล้วนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจรวม ลักษณะจะเป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ ระดับที่ 1 ไม่พึงพอใจมาก ระดับที่ 2 ไม่พอใจ ระดับที่ 3 เฉย ๆ ระดับที่ 4 พึงพอใจ และระดับที่ 5 พึงพอใจมาก
2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสินค้าอาหารทางทะเลแปรรูป ได้แก่ เหตุผลที่ซื้อ ชนิดของผลิตภัณฑ์ เหตุผลที่ซื้อและบริโภค ระยะเวลาที่บริโภค ความบ่อยในการบริโภค
3. คำถามแบบปลายเปิด
 - 1) ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์จากบรรจุภัณฑ์ โดยจัดระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอัตราส่วน (Ratio Scale)
 - 2) แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูป ลักษณะจะเป็นการให้คะแนนแบบ Likert Scale โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ ระดับที่ 1 ไม่ซื้อแน่นอน ระดับที่ 2 อาจจะซื้อ ระดับที่ 3 ยังไม่ตัดสินใจ ระดับที่ 4 อาจจะซื้อ และระดับที่ 5 ซื้อแน่นอน

3) การแนะนำ ผลิตภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปที่กำลังซื้อให้แก่ผู้อื่น

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ความต้องการบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมทานนั่นก็จะเป็นของแห้ง เช่น ปลาแห้ง ปลาไส้ตัน หอยแมลงภู่ ตากแห้ง กุ้งฝอย กุ้งเนื้อ ปลาช่อนทะเล หมึกแห้ง หอยเสียบ หอยปรุงรส และหอยเปียก เป็นต้น ซึ่งในเขตอำเภอบ้านแหลมนี้จะมีร้านขายของฝากอยู่ประมาณ 8 - 9 ร้าน ลูกค้าส่วนใหญ่จะประกอบด้วย 2 กลุ่มด้วยกันคือนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 80 ได้จากการขายให้กับคนในพื้นที่อีกร้อยละ 10 และขายบนตลาดออนไลน์อีกร้อยละ 10 การขายผลิตภัณฑ์ก็จะวางขายเป็นกล่องไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดี เช่น หากลูกค้าต้องการซื้อปลาหมึกจำนวน 100 กรัม ก็จะใส่ถุงแล้วมัดปากให้กับลูกค้าไปไม่มีการบรรจุภัณฑ์ที่พิเศษ ตามรูปที่ 2 โดยผู้ประกอบการเริ่มเจาะจงการขาย ในด้านตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น ซึ่งจะต้องพัฒนาในส่วนของเรื่องบรรจุภัณฑ์ให้มากขึ้น รวมถึงจะต้องมีการปรับปรุงหรือต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้มีความดึงดูดใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ในส่วนของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผู้ประกอบการอยากให้มีเป็นกล่องและและมีการซีลสุญญากาศด้วย ทำให้ในตัวผลิตภัณฑ์ก็จะคงสภาพเดิม และส่งผลให้การส่งของสินค้าออนไลน์จะทำให้ประหยัดเนื้อที่ และรวมไปถึงความสะดวกของการเก็บรักษาการใช้ดูงขึ้น และเมื่อเปิดครั้งแรกถ้าเรารับประทานไม่หมดการเก็บรักษาในครั้งต่อไปค่อนข้างยาก แต่ถ้าเป็นกล่องบรรจุการเก็บรักษาก็จะง่าย และราคาต้นทุนไม่แตกต่างกันมาก



รูปที่ 2 : ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลอำเภอบ้านแหลม ก่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1. อุตสาหกรรมท้องถิ่น อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์บริบทเชิงพื้นที่ ดังนี้

ผลการศึกษาอุตสาหกรรมท้องถิ่น อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้หลักกระบวนการทศน์ ผู้วิจัยได้เริ่มจากการศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมและบริบทของพื้นที่จากเอกสารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมวิถีชีวิตของชุมชน และความต้องการของชุมชน

1.1 ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มและที่ราบชายฝั่งทะเล พื้นดินมีลักษณะเป็นดินเลนและป่าชายเลน พื้นที่ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือติดทะเลอ่าวไทย สภาพภูมิประเทศที่เป็นแหลมยื่นลงไปในทะเล เกิดจากตะกอนดินที่สะสมจากเปลือกหอยนานาชนิดทับถมกันจนกลายเป็นแหลมยื่นออกไป ประชาชนมีอาชีพทำนาเกลือสมุทร รับจ้าง เกษตรกรรม ทำประมงขนาดเล็ก และแปรรูปอาหารทะเล เช่น ปลาแห้ง ปลาหมึก กุ้งตากแห้ง ปลาอินทรี เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อวัตถุดิบกับคนในพื้นที่ได้โดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยผู้ขายจะรับปลาจากชาวประมงในพื้นที่มาขาย ตามขนาดตามความต้องการของพ่อค้าคนกลาง จึงทำให้สามารถบอกได้ว่าวัตถุดิบที่ได้มาค่อนข้างสด โดยชาวประมงแต่ละบ้านจะมาส่ง แต่บางบ้านไม่มีเรือก็จะไปหาซื้อปลามาตากแห้งเอง ซึ่งคนในพื้นที่จะคุ้นเคยกับวิถีชีวิตการทำประมง น้ำขึ้น น้ำลง ช่วงของการจับสัตว์ในน้ำทะเล การนำเกลือในพื้นที่มาแปรรูปอาหารทะเล ผู้ประกอบการจะสามารถคาดการณ์ได้เลยว่าช่วงนี้ควรจำหน่ายปลา หอย หรือประเภทอาหารทะเลแปรรูปชนิดไหนดีที่สุด ประกอบกับชื่อเสียงการแปรรูปอาหารทะเลที่มีมาช้านานและโดดเด่นกว่าที่อื่น ๆ จึงมีความต้องการยกระดับของบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม ซึ่งในตำบลบ้านแหลมเกือบทั้งหมดยังคงแบบเดิม คือเป็นห่อ ถุง บรรจุ ขนาด 100 - 300 กรัม หรือขนาดตามลูกค้าสั่ง หยิบใส่ถุงมัดปากถุงด้วยหนังยาง แล้วติดสติ๊กเกอร์ร้านที่บอกแค่ชื่อร้านและเบอร์โทรเท่านั้น ต้องการสร้างอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ให้กับอาหารแปรรูปทางทะเล และประชาสัมพันธ์ตำบลบ้านแหลม เมื่อลูกค้าซื้อไปทานหรือไปฝากจะได้ทราบว่า เป็นสินค้าที่ซื้อมาจากตำบลบ้านแหลมจริง ๆ และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม จะนำมาซึ่งการเพิ่มกำไรให้กับผู้ประกอบการ ขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น กระจ่ายกว้างขวางขึ้น และความสะดวกของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจูงใจให้ลูกค้าเกิดการซื้อสินค้าและปริมาณเพิ่มขึ้นด้วย เก็บกลิ่น แข็งแรง ได้มาตรฐานขนส่งได้ง่าย สามารถนำไปเป็นของฝากได้ พร้อมทั้งต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์

1.2 ตำบลแหลมผักเบี้ย มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มตามแนวชายฝั่งทะเล มีพื้นที่ป่าชายเลนด้านทิศตะวันออก สามารถใช้ประโยชน์กิจการด้านป่าไม้มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา และนาเกลือ มีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุม มี 3 ฤดู คือ ฤดูร้อนอากาศไม่ร้อนจัด ฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด และฤดูฝนมีฝนตกค่อนข้างชุกระหว่างเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม โดยเฉพาะบริเวณชายฝั่งทะเล แต่เดิมรูปลักษณะของตำบลเป็นหาดทรายขาว มีผักเบี้ยขึ้นเป็นจำนวนมาก ต้นผักเบี้ยและดอกผักเบี้ยที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติตามหาดทรายที่ขึ้นอยู่บริเวณแหลม และหาดทรายขาวนี้ยื่นออกไปในทะเล มีลักษณะแหลมและขาว ชาวบ้านต่างพากันเรียกบริเวณนี้ว่า “แหลมผักเบี้ย” ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ น้ำทะเลได้กัดกร่อนบริเวณพื้นที่ของหมู่บ้านหายไปเป็นจำนวนมาก ประกอบอาชีพทำการประมงเป็นส่วนใหญ่ จึงเรียกชื่อหมู่บ้านแห่งนี้ว่า “บ้านแหลมผักเบี้ย” ดังรูปที่ 5

1.3 ตำบลปากทะเล มีลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มและที่ราบชายฝั่งทะเลมีน้ำท่วมถึงมีความลาดชันน้อยกว่าร้อยละ 1 พื้นที่ทางตอนเหนือและทางทิศตะวันออกจะใช้ทำนาทุ่งและนาเกลือ ส่วนพื้นที่ทางด้านทิศใต้และทิศตะวันตกจะใช้ทำนาข้าว และมีการปลูกมะพร้าวบริเวณตอนใต้ของตำบล คั่นระหว่างพื้นที่นาเกลือกับพื้นที่

นาข้าว และมีโบราณสถานวัดนอกปากทะเล มีสิ่งสำคัญในวัด มีวิหารเรือเกตรานิพพานัง ตั้งโดดเด่นริมถนน ในบริเวณวัดนอกปากทะเลเป็นวิหารรูปทรงเรือสำเภานาขนาดใหญ่ มีความแปลกใหม่และวิจิตรตระการตา วิหารเรือซึ่งมีต้นแบบมาจากสำเภาทองที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่งดงาม ซึ่งหากใครได้มีโอกาสผ่านไปถนนเส้นบ้านแหลม - หาดเจ้าสำราญ ก็จะสะดุดตากับความงดงามของวิหารเรือแห่งนี้ วิหารเรือเกตรานิพพานัง ตามรูปที่ 6 มีความกว้าง 8 เมตร ยาว 32 เมตร สูง 38 เมตร สื่อถึงความหมายประดุจว่าเป็นพาหนะในการนำพาพุทธศาสนิกชนข้ามวัฏสงสารไปสู่นิพพานด้วยการปฏิบัติธรรมตัววิหารเป็นที่รวบรวมศิลปะหลายแขนง ทั้งงานปูนปั้นที่เป็นเลิศของเพชรบุรี โดยใช้ลายตามังกรแบบจีนเข้ามาผสมผสานบานหน้าต่างเป็นงานแกะสลักไม้ตะเคียน รอบวิหารรายล้อมด้วยประติมากรรมปูนปั้นจากวรรณกรรมเรื่องสังข์ทอง ทั้งยังนำพวงมาลัยเรือ ใบพัด และเสากระโดง มาตกแต่ง ให้คล้ายกับเรือสำเภาจริง โดยสามารถขึ้นไปบนชั้นดาดฟ้าของเรือ ซึ่งเป็นหอรบหัง สามารถขึ้นไปชมทิวทัศน์ด้านบนโดยรอบบริเวณวัดได้ด้วยชมทิวทัศน์โดยรอบ

2. ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชนโดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นเรขศิลป์

ผลข้อมูลสุขภาวะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

2.1 ปลาฉลาม เกิดจากการนำปลาทะเล ปลากระเบน หรือปลาฉลามมาแปรรูปเป็นอาหารเป็นอีกหนึ่งกรรมวิธีการของการถนอมของชาวประมงที่ชาวประมงทำขึ้นควบคู่ไปกับการหาปลา วัดดูดิทำปลาฉลามตากแห้ง จากนั้นทำการการแปรรูปโดยวิธีการถนอมอาหาร โดยการนำมาแล่ปีกทั้งสองข้างของปลากระเบน ใช้เฉพาะส่วนปีก นำไปแช่น้ำ ผสมน้ำส้มสายชูกับเกลือ น้ำส้มสายชูจะช่วยล้างเมือกออก ส่วนเกลือเป็นตัวปรุงรส ซึ่งเป็นเกลือที่ได้มาจากท้องถิ่น จากนั้นนำมาหั่นไม่ให้ขาดออกจากกันเรียงต่อกันเป็นแพ เป็นวง ๆ จากนั้นก็นำไปตากแห้ง ประมาณ 1 - 2 วันหรือจะทำให้ผลผลิตที่ได้จากการหาปลานั้น สามารถนำปลาที่ได้เป็นตัวเล็ก ๆ ซึ่งบางชนิดอาจจะไม่ได้มาตรฐานในเรื่องของขนาด ชาวประมงก็จะนำมาตากแห้งเพื่อเข้าสู่กระบวนการ ปลาฉลามตากแห้งพร้อมจำหน่ายแก่แม่ค้าหรือพ่อค้าคนกลางในย่านตลาดที่ขายอาหารทะเล



รูปที่ 3 : ลักษณะของรูปแบบสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของตำบลบ้านแหลม

จากการศึกษาอัตลักษณ์โดยใช้หลักกระบวนการทัศนและข้อมูลสุขภาวะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ได้แบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นเรขศิลป์ ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 : แบบกราฟิก และตราสัญลักษณ์ (LOGO) ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตำบลบ้านแหลม

2.2 ปลาหมึก

2.2.1 ปลาหมึกตากแห้งทั้งหมดทำมาจากปลาหมึกกล้วยทั้งในและนอกพื้นที่

2.2.2 ตำบลแหลมผักเบี้ยเป็นแหล่งผลิตปลาหมึกกล้วยตากแห้งที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเพชรบุรี

2.2.3 ชาวตำบลแหลมผักเบี้ยประกอบอาชีพการทำปลาหมึกตากแห้งมานานกว่า 30 ปี

2.2.4 อาชีพประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพหลักของคนในชุมชนชาวตำบลแหลมผักเบี้ย

2.2.5 จุดเด่นเชิงสัญลักษณ์ของพื้นที่ที่สำคัญคือของตำบลแหลมผักเบี้ย คือ “แหลมที่ยื่นลงไปทะเล เหตุที่เรียกแหลมผักเบี้ยเพราะมีต้นผักเบี้ยขึ้นเป็นจำนวนมากที่แหลมนี้”

2.2.6 จุดเด่นที่สำคัญเชิงพื้นที่แหลมผักเบี้ยคือ “โคลนก้อนสุดท้าย หาดทรายเม็ดแรกเกิดขึ้นที่นี่” แหลมผักเบี้ยเป็นจุดที่แยกระหว่างทะเลโคลนทางด้านซ้ายมือ หาดฝั่งสมุทรสงครามและสมุทรสาครจะเป็นโคลน และหาดจากแหลมผักเบี้ยไปจนถึงภาคใต้จะเป็นหาดทราย ซึ่งเป็นตัวแบ่งแยกโคลนและทะเล



รูปที่ 5 : ลักษณะของรูปแบบสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของตำบลบ้านแหลม

จากการศึกษาอัตลักษณ์โดยใช้หลักกระบวนการทศน์และข้อมูลสขภาวะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ได้แบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นเรขศิลป์ ดังรูปที่ 6

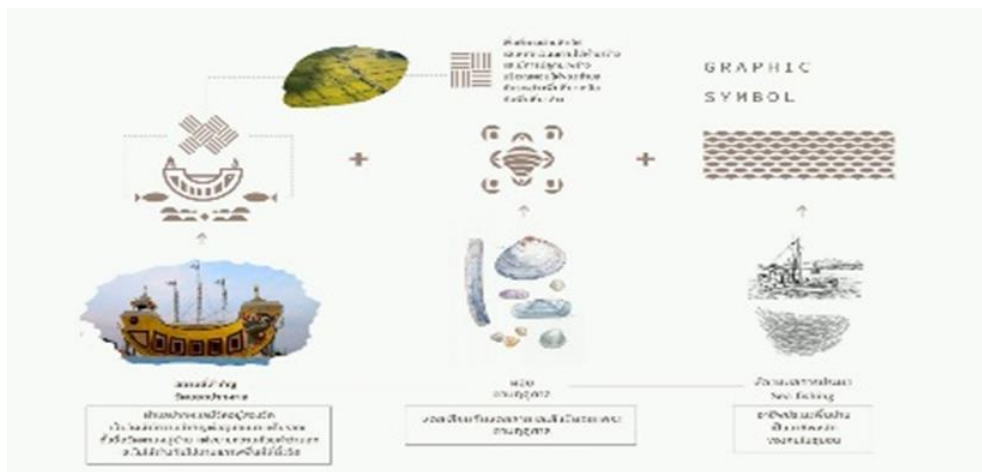


รูปที่ 6 : แบบกราฟิกและตราสัญลักษณ์ (LOGO) ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตำบลแหลมผักเบี้ย

2.3 หอย

2.3.1 เอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์หอยลาย หอยเสียบ และหอยแครง สามารถบอกได้ว่า วัตถุดิบเหล่านี้เกิดขึ้นจากธรรมชาติ

2.3.2 นอกจากจะหอยเสียบกับหอยลายแล้ว ยังมีหอยแครงที่เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หอยแครงไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน หอยแต่ละชนิดจะเกิดในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน หอยเสียบ จะเกิดขึ้นช่วงเดือนเมษายน ส่วนหอยแครงอบเกลือจะสามารถทำได้ประมาณเดือนสิงหาคม ในส่วนของหอยลายจะเกิดเป็นบางช่วงบางปี แต่เนื่องจากปีที่เกิดขึ้นเยอะอาจเกิดมาจากการปรับปรุงของธรรมชาติ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ กลุ่มแปรรูปหอยจัดตั้งมาได้ประมาณ 3 ปี โดยแรกเริ่มจะหาหอย ต้ม แกะ ตาก และปรุงรสกันเองภายในครอบครัว พอสินค้าเริ่มขายได้ ประสบปัญหาสภาวะเศรษฐกิจจากโรคระบาดทำให้ขายสินค้าขายไม่ได้ และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ส่งผลให้หอยไม่ออกตามธรรมชาติ เก็บหอยได้น้อย แต่คนในชุมชนประมาณ 20 ครอบครัวก็ยังยึดเป็นอาชีพหลัก เก็บหอยได้บ้างไม่ได้บ้าง แกะตากกันเองไม่คุ้มกับค่าน้ำมันที่ออกไปหาหอย คนในชุมชนมาช่วยล้าง ต้ม แกะ ตาก โดยจ่ายค่าแรงให้ ทำให้หอยตากแห้งมีอยู่แหล่งเดียวในตำบลปากทะเล ส่งผลให้กลุ่มสามารถเก็บหอยตากแห้งไว้ในโรงเย็น มีสต็อกสินค้าพอขายให้กับลูกค้าได้ในสภาวะที่หอยไม่ออกตามฤดูกาล สามารถต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ วัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า สด ใหม่ ที่มันงานเข้มข้น มีความพร้อมในการทำงาน แหล่งที่ตั้งอยู่จุดศูนย์กลางของชุมชนและวัตถุดิบและสินค้าเป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดผู้ประกอบการต้องการสร้างบรรจุภัณฑ์ในทุก ๆ อย่าง เช่น ภาชนะบรรจุ ฉลาก ซอยหื้อ เครื่องหมายการค้า ใบบอกวิธีซื้อสินค้า เพราะไม่เคยมีเป็นของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่ได้มาตรฐาน ไม่แข็งแรง ขนส่งไม่ได้ เกิดการแตก สินค้ามีความเสียหาย เสื่อมสภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความหลากหลายให้กับบรรจุภัณฑ์ รวมถึงเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและการขยายตลาดด้วย โดยเน้นการจำหน่ายในตลาดนัด ลูกค้าประจำที่ปากต่อปากสั่งปริมาณมาก ๆ ไปเป็นของฝาก จึงจำเป็นต้องบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ได้มาตรฐาน ปรับขนาดให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของการบริโภค มีโลโก้ ฉลาก ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ที่ชัดเจน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เป็นที่จดจำให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น ประกอบกับปริมาณการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทางผู้ประกอบการจึงต้องการขยายตลาดเพิ่มช่องทางการจำหน่าย



รูปที่ 7 : ลักษณะของรูปแบบสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของตำบลบ้านแหลม

จากการศึกษาอัตลักษณ์โดยใช้หลักกระบวนการต้นและข้อมูลสุขภาวะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ได้แบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน โดยประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นเรขศิลป์ ดังรูปที่ 8



รูปที่ 8 : แบบกราฟิกและตราสัญลักษณ์ (LOGO) ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตำบลปากทะเล

จากการศึกษาอัตลักษณ์โดยใช้หลักกระบวนการต้นและข้อมูลสุขภาวะบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ได้แบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปโดยการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างเป็นเรขศิลป์ของทั้ง 3 ตำบลในอำเภอบ้านแหลม เพื่อเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างความเป็นเอกลักษณ์และสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าในอำเภออื่น ๆ ได้แก่ ปลาหมึกตากแห้ง ปลาตากแห้ง และหอยลายปรุงรส จำนวนชนิดละ 2 แบบ จากนั้นร่วมกับ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหลม แหลมผักเบี้ย ปากทะเล และผู้ประกอบการ ร่วมกันพิจารณาพิจารณาแบบบรรจุภัณฑ์ ที่เกิดจากความคิดสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอบ้านแหลม ในด้านลักษณะของกราฟิกที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ด้านลักษณะของรูปแบบสัญลักษณ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ ด้านลักษณะของสีที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ และการออกแบบในส่วนของการตราสัญลักษณ์ (LOGO) เพื่อสร้างความเข้มแข็งตามรูปที่ 9



รูปที่ 9 : การประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์และแบบบรรจุภัณฑ์ของอำเภอบ้านแหลม

3. ทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาแล้วนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 483 คน ได้แก่ คนในท้องถิ่น (จังหวัดเพชรบุรี) และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น ในอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ผล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
คนในท้องถิ่น (จังหวัดเพชรบุรี)	361	74.74
นักท่องเที่ยวต่างถิ่น	122	25.26
เพศ		
ชาย	133	27.54
หญิง	350	72.46
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า	58	12.01
ปวส./อนุปริญญา	29	6.00
ปริญญาตรี	373	77.23
สูงกว่าปริญญาตรี	23	4.76

ตารางที่ 1 การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	111	22.98
ข้าราชการ	17	3.52
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	10.77
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	163	33.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	53	10.97
อื่น ๆ	87	18.01
รายได้ครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	116	24.02
10,001 - 20,000 บาท	226	46.74
20,001 - 30,000 บาท	76	15.73
30,001 - 40,000 บาท	47	9.73
40,001 - 50,000 บาท	6	1.24
50,001 บาท ขึ้นไป	12	2.48
รวม	483	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น (จังหวัดเพชรบุรี) จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 74.74 นักท่องเที่ยวต่างถิ่น จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 25.56

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 72.46 รองลงมา คือ เพศชายจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 27.54

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 77.23 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา/ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 12.01 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 33.57 รองลงมา ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 22.98 อื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 18.01 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 10.97 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 10.77 ข้าราชการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.52 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 46.74 รองลงมา คือ รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 24.02 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 15.73 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 9.73 รายได้ 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.48 และรายได้ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ลักษณะของการส่วนของการออกแบบกราฟิก การประเมินความเหมาะสมประกอบด้วย ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ และด้านการบรรจุ เครื่องหมายและฉลาก ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแจกแจง ระดับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ และด้านการบรรจุ เครื่องหมายและฉลาก

ความพึงพอใจ/ความเหมาะสม	ปลาวง		ปลาหมึก		หอยปรงรส	
	$\bar{X}$	ระดับ	$\bar{X}$	ระดับ	$\bar{X}$	ระดับ
ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์						
1. สอดคล้องกับวัสดุที่ใช้	3.93	มาก	3.80	มาก	4.22	มาก
2. ใช้งานได้สะดวก	3.97	มาก	3.84	มาก	3.75	มาก
3. ขนส่งได้ง่าย	4.59	มากที่สุด	4.79	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด
4. มีขนาดที่เหมาะสม	4.75	มากที่สุด	4.53	มากที่สุด	4.48	มาก
5. สามารถปกป้องสินค้าภายในได้	3.95	มาก	3.81	มาก	4.66	มากที่สุด
6. เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า	4.53	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด	3.98	มาก
ด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์						
7. สีสดใสสวยงาม	4.95	มากที่สุด	4.72	มากที่สุด	4.34	มาก
8. ภาพประกอบสวยงามเหมาะสม	4.83	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.53	มาก
สามารถสื่อความหมายถึงสินค้าได้						
9. ตัวอักษรมีความเป็นเอกลักษณ์	4.80	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด	4.22	มาก
10. ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน	4.56	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด	4.18	มาก
ด้านการบรรจุ เครื่องหมายและฉลาก						
11. บรรจุในภาชนะที่สะอาด	4.82	มากที่สุด	4.55	มากที่สุด	4.58	มากที่สุด
ฉีกเรียบร้อย ไม่รั่วซึม						
12. มีการแสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน	4.66	มากที่สุด	3.95	มาก	4.53	มากที่สุด
ด้านรวม	4.53	มากที่สุด	4.36	มาก	4.35	มาก

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ/ความเหมาะสม ทั้ง 3 บรรจุภัณฑ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์ปลาวงมีความพึงพอใจ/ความเหมาะสม อยู่ระดับมากที่สุด $\bar{X} = 4.53$ รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์ปลาหมึก $\bar{X} = 4.36$ และบรรจุภัณฑ์หอยปรงรส $\bar{X} = 4.35$ ตามลำดับ

แนวทางออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน ที่ตอบสนองต่อการจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ได้ ในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลให้สอดคล้องกับการจำหน่ายที่หลากหลายรูปแบบและเพิ่มจุดดึงดูดการจำหน่ายที่ดีขึ้นบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง (2564) เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน

เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปรณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วมตัดสินใจเลือกรูปแบบ การให้ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชน การนำเสนอความต้องการการเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมถึงความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูล ทำให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านตราสินค้าได้เป็นอย่างดีชัดเจน และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่จำหน่ายในตลาดนัดก็จะเป็นกลุ่มคนในพื้นที่ ร้านจำหน่ายของฝากและของที่ระลึก ศูนย์จำหน่ายสินค้าของจังหวัดเพชรบุรี หรือแม้กระทั่งตลาดออนไลน์ ซึ่งในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีหลักการออกแบบและประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านความสะอาดและปลอดภัย โดยแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา พัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน มาประกอบอีกทางหนึ่งโดยคำนึงถึงรูปแบบการผลิต ความสวยงาม การใช้สอยความเข้ากันได้กับเครื่องจักร และใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตราพร ลีละวัฒน์ (2548) ศึกษาเรื่อง บรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าภายใต้สภาวะการแข่งขันอันเข้มข้นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลากหลายเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืนทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิก อาทิ รูปทรง ขนาดสี ฉลาก ตราสินค้า สัญลักษณ์ที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากล และให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคได้ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนา แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเชื่อมโยงฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน จึงทำให้ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคสินค้าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุดเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัย วัฒน พลอยศร (2562) ที่พบว่า แม่บ้านและผู้บริโภคความต้องการให้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถช่วยยืดอายุและปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหายเมื่ออยู่บนชั้นวาง แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีข้อมูลการติดต่อผู้ผลิตที่แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้อง เมนูแนะนำมีสวยงาม และขนาดกะทัดรัดสามารถถือหิ้วได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี พันธ์อำพน และศรีสุตา ลีลาสุวรรณ (2554) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้บริโภคมีความคิดเห็นในบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด ส่งผลให้เมื่อนำไปวางขายในร้านของฝากมีโอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อ เนื่องจากสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในท้องถิ่นของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช และผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งานสร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะที่เดียวกันสามารถเผยแพร่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีได้เป็นอย่างดี และหากพิจารณาในด้านรูปแบบและการพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนโดยคำนึงถึงรูปแบบ การผลิต ความสวยงาม การใช้สอย และใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัทธา สิมศิริ และคณะ (2560) ที่ผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นมากที่สุด รองลงมาเป็นศิลปะประดิษฐ์ประเภทผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือของที่ระลึก โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าสนใจและการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มีราคาเหมาะสม และเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากหรือของที่ระลึก เป็นต้น ส่วนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ควรเป็นรูปทรงเรขาคณิต เจาะช่องให้เห็นตัวสินค้าผลิตจากวัสดุสังเคราะห์มีพื้นผิวด้าน ใช้คู่สีกลมกลืนที่มีระดับสีเข้มอยู่ในโทนสีเดียว จึงทำให้ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชน มีผลการประเมินต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลทั้ง 5 รูปแบบอยู่ในระดับดีมาก และมีความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับ

มีความเหมาะสมมากเนื่องจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้จากบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถให้ความปลอดภัยและรักษาสินค้าเพิ่มมูลค่าและมีความสะดวกสบายในการใช้งาน สามารถยกระดับการส่งเสริมอาชีพและรายได้แก่กลุ่มเป้าหมายวิจัยให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของชุมชน และเหมาะสมกับทุนทางสังคมที่มี จึงทำให้วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ เติบโตอย่างมีอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ และไม่เปลี่ยนแปลงตามสิ่งแวดล้อมภายนอกมากเกินไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการวิจัยนี้ทำให้ทราบได้ว่า ข้อค้นพบด้านสุขภาวะบรรจุภัณฑ์สำหรับเป็นแนวทางการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อการจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์มีความเป็นไปได้ ทั้งในด้านการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลที่สอดคล้องกับการจำหน่ายที่หลากหลายรูปแบบและเพิ่มจุดดึงดูดการจำหน่ายที่ดีขึ้นและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่จำหน่ายในตลาดนัดซึ่งเป็นกลุ่มคนในพื้นที่ ร้านจำหน่ายของฝากและของที่ระลึก ศูนย์จำหน่ายสินค้าของจังหวัดเพชรบุรี หรือแม้กระทั่งตลาดออนไลน์ ซึ่งในการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์มีหลักการออกแบบและประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย และด้านความสะดวกและปลอดภัย โดยนำแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านกราดพิบบรรจุภัณฑ์และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนมาประกอบ โดยคำนึงถึงรูปแบบการผลิต ความสวยงาม การใช้สอยความเข้ากันได้กับเครื่องจักร และใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงทดสอบความพึงพอใจของผู้ประกอบการ คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาแล้วนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์

ด้านประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และนำนวัตกรรมเข้าสู่การใช้งานจริง พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวต่อบรรจุภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลบนฐานอัตลักษณ์วิถีชีวิตของชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.66) และด้านที่ผู้ประกอบการ คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านกราดพิบบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.66) ในรายข้อ สีสันสวยงาม ผลการประเมินตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลในท้องถิ่นชุมชนพบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.55) จากนวัตกรรมการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ปลาหมึกตากแห้ง บรรจุภัณฑ์ปลาล้าง บรรจุภัณฑ์หอยลายปรุงรส ซึ่งสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้านำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เพิ่มทางเลือกซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลเพิ่มรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชน

การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนำไปใช้ จากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุเป็นกระป๋องพลาสติกใสและถุงพลาสติกใส สติกเกอร์ PVC สร้างตราสัญลักษณ์ของสินค้า สลากสินค้า ลวดลาย เรขศิลป์ ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคด้านกราดพิบบรรจุภัณฑ์ และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ของปลาหมึกตากแห้ง ปลาล้างตากแห้ง หอยลายปรุงรส โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้จะส่งถ่ายทอดผ่านนวัตกรรมจากนั้นจะส่งมอบนวัตกรรมองค์ความรู้สู่หน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลติดตามประเมินผลและการสานต่องานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของโครงการต่อไป การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล ซึ่งสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้านำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์เพิ่มทางเลือกซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลเพิ่มรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การนำผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลประเภทอื่น ๆ มาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใช้ร่วมกับสินค้าที่ได้พัฒนาจากผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เป็นภาพใหญ่ของสินค้าอำเภอบ้านแหลม และหรือการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลที่นำมาจัดวางจำหน่ายที่เป็นชุดรวมสินค้าของฝากอำเภอบ้านแหลม เป็นต้น

1.2 การประเมินผลบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลในรูปแบบต่าง ๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับอาหารกึ่งสำเร็จรูป บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋องที่สามารถยืดอายุการเก็บรักษาไว้ได้นานขึ้น เพื่อเป็นการทดลองตลาดความเป็นไปได้ในการพัฒนาคุณภาพเป็นสินค้าเลือกต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่สนใจสามารถนำนวัตกรรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไป ประยุกต์ใช้กับพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกันเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลในพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่ ที่จะช่วยเสริมสร้างยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีต่อไป

2.2 ศึกษาวิจัยเพื่อต่อยอดการวิจัยครั้งต่อไปควรนำรูปแบบกระบวนการหรืออัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปพัฒนาต่อยอดใช้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเลประเภทอื่น ๆ เช่น อาหารสาหร่ายพวงองุ่น ประมง อาหารพร้อมทาน อาหารกึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนของแหล่งทุนวิจัยและบุคคลที่มีส่วนร่วมจำนวนมาก ทั้งที่เป็นผู้บริหาร คณะกรรมการ ผู้ประกอบการ หน่วยงานในพื้นที่ ชุมชน คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และให้ความเคารพไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณ หน่วยบริหารและจัดการทุนวิจัยและนวัตกรรมด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ที่สนับสนุนทุนวิจัย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่สนับสนุนสถานที่ นักศึกษา และสิ่งอำนวยความสะดวก ช่วยเหลือดำเนินโครงการบริหารจัดการการทำวิจัย การประสานงานต่าง ๆ ที่ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถทำงานวิจัย ได้บรรลุวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

จิตราพร สิละวัฒน์. (2548). *บรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

จักรเรศ เมตตะธำรง, กนกอร นักบุญ, กรรณิการ์ สมบุญ, ศิริพร สารคล่อง, เดือนรุ่ง สุวรรณโสภะ, ชเวง สารคล่อง, และ จุฬาลิณี แมนสถิต. (2564). ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของรสชาติและการบรรจุภัณฑ์การแปรรูปเครื่องในโค.

วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ, 2(1), 43-53.

ณัฐพงศ์ จิตรัตน์. (2548). *อัตลักษณ์ชุมชนภาคใต้ : บทสำรวจเบื้องต้นจากเอกสาร*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

วิริยา วิฑูรย์สถัญญ์ศิลป์. (2548). *การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบนที่กการเดินทาง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

- วัฒน์ พลอยศร. (2562) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(3), 245-254.
- ประชิด ทิถบุตร. (2531). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- ภูษิต คำชมภู, ยุวดี ทองอ่อน, เพียงพิศ ชะโกทอง, จิรทัศน์ ดาวสมบุญรัตน์, และ เพ็ญนภา มณีอุต. (2550). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดสมุนไพรในแนวทางการส่งเสริมการค้าขาย กลุ่มตลาดน้ำบางปะมง หมู่ที่ 5 ตำบลบางปะมง อำเภอไกรภพ จังหวัดนครสวรรค์* (รายงานการวิจัย). นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- ศรัญ สิมศิริ, มานะ เอี่ยมบัว, ชรินทร์ กุลเศรษฐัญญลี, สธนวัชร ประกอบผล, วรณิกา เกิดบาง, นรินทร์ สรวิทย์ศิริกุล, และ รตนนภดล สมิตินันท์. (2560). *ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรณีศึกษาเขื่อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 137-147.
- ศักดิ์ดา บุญยิด. (2545). *ปัจจัยด้านกราฟิกบนซองบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบเกอรี่สำเร็จรูป*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี พันธอำพน และ ศรีสุตา ลีลาสุวัฒน์. (2554). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม. ใน อนาคตไทย: รากฐานที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554* (น. 336-341). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อรรหาวี เจ๊ะสะแม และ ยอดนภา เกษเมือง. (2564). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร*. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 79-90.
- อภิญา เพ็ญพัสกุล. (2549). *อัตลักษณ์ = Identity : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, สาขาสังคมวิทยา.