การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาเพื่อเพิ่มมูลค่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

Packaging Design for Khanom La to Add Value for Products of Ban Tha Som Community Enterprise in HuaSai District, Nakhon Si Thammarat Province

วันที่รับบทความ: 1 กรกฎาคม 2565
วันที่แก้ไขบทความ: 25 กันยายน 2565
วันที่ตอบรับบทความ: 10 ตุลาคม 2565

ตวงรัก รัตนพันธุ์ [1]
เมธิรา ไกรนที [2]
วชิรวิทย์ บัวขาว [3]

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ขนมลาจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลา เพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และเก็บข้อมูลภาคสนาม และใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและประเมินผลงานการออกแบบด้วยการหาค่าเฉลี่ย สำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการขนมลาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 กลุ่ม พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ไม้กันกระแทกการผนึกไม่ได้ปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในไม่มีฉลากสินค้าและข้อมูลอย่างครบถ้วน ผู้ประกอบการผลิตขนมลาอยู่ 4 ชนิด คือ ลาแผ่น ลาพับ ลากรอบ และลางู ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม จำนวน 10 คน เพื่อประมวลผลความต้องการในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ แล้วจึงกำหนดทิศทางการออกแบบเพื่อออกแบบภาพร่าง ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ 2 รูปแบบ คือ บรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และบรรจุภัณฑ์ขนมลาเกลียวใจ ทำการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภค 100 คน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ทดลองจำหน่ายหลังเข้าร่วมโครงการระยะเวลา 7 เดือน มีรายได้รวม 85,504.80 บาท เฉลี่ยเดือนละ 12,214.97 บาท มีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชคิดเป็นร้อยละ 92.93 ของรายได้รวม และมีการกระจายออกนอกพื้นที่คิดเป็นร้อยละ7.07 ของรายได้รวมทั้งหมด

คำสำคัญ: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ขนมลา เพิ่มมูลค่า

[1] อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
e-mail: tuangrak_vej@nstru.ac.th
[2] อาจารย์ประจำคณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
[3] อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Packaging Design for Khanom La to Add Value for Products of Ban Tha Som Community Enterprise in HuaSai District, Nakhon Si Thammarat Province

Received: July 1, 2022
Revised: September 25, 2022
Accepted: October 10, 2022

Tuangrak Rattanapan [1]
Maytira Krainatee [2]
Washirawit Buakaw [3]

Abstract

This article is part of research titled, "Creative packaging design to value added in Khanom La, Nakhon Si Thammarat Province". It aims to design product packaging for Khanom La of Ban Tha Som Community Enterprise. The research was conducted based on mixed methods. Qualitative data was gathered through document review and field data collection, whereas quantitative data was collected by assessing users' satisfaction with packaging. The data was then analyzed using content analysis, and the evaluation of design was calculated based on percentage. The preliminary surveys on the original packaging style and interviews with four groups of Khanom La entrepreneurs in Nakhon Si Thammarat province revealed that packaging used was not shockproof. It did not protect the product, and there was also a lack of product labels with complete information. There were four types of Khanom La, including LaPhan (circle), La Phab (fold), La Krob (crispy), and La Ngu (long roll).In-depth interviews with 10 people from Ban Tha Som Community Enterprise were carried out to examine the need for packaging design development, which was then used as directions for sketching out the packaging design. Three design experts then evaluated two packaging prototypes for Khanom La Klom Kliaw (Khanom La in a spiral shape) and for Khanom La Kliaw Jai (Kanom La in a twisted shape). Satisfaction assessment from a group of 100 consumers was high with an average of 4.62. Income distribution of Khanom La, Ban Tha Som Community Enterprise, after participating in the project (7 months) was 85,504.80 baht, which was calculated as 12,214.97 baht per month. The project led to income distribution in Nakhon Si Thammarat province at 92.93 percent of total income and distributed income to communities outside Nakhon Si Thammarat province at 7.07 percent of total income.

Keywords: Packaging design, Khanom La, Add value

[1] Lecturer, Faculty of Education, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
e-mail: tuangrak_vej@nstru.ac.th
[2] Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
[3] Lecturer, Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

บทนำ

การทำขนมลาของจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นที่นิยมทำกันสืบมาช้านาน ทุกครัวเรือนจะนิยมทำกันเพื่อนำไปทำบุญ และเพื่อแจกให้ลูกหลานที่มาเยี่ยมในช่วงเทศกาลทำบุญเดือนสิบ (ชื่นธิวา อุปการ, 2555, หน้า 1) เทศกาลทำบุญเดือนสิบของประเทศไทยถือเป็นประเพณีที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ครั้งสมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี “ขนมลา” เป็นขนมไทยทางภาคใต้ ชื่อของขนมลาอาจจะไม่ค่อยคุ้นหูกับบุคคลโดยทั่วไป รู้จักกันเพียงคนภาคใต้ โดยเฉพาะในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นแหล่งที่ทำขนมลากันมากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่ได้มีการบันทึกเอาไว้ถือเป็นเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย (ภริมา วนิธาสถิตกุลและพระมหาจิรฉันท์ จิระเมธี, 2558, หน้า 38) มีความเชื่อว่าเป็นการทำบุญให้บรรพบุรุษอันได้แก่ พ่อแม่ญาติพี่น้อง ปู่ย่าตายาย ซึ่งได้ถึงแก่กรรมล่วงลับไปแล้ว กลับมาเยี่ยมเยือนญาติและลูกหลานตั้งแต่วันแรม 1 ค่ำเดือน 10 จนถึง วันแรม 15 ค่ำเดือน 10 ลูกหลานที่เมืองมนุษย์จัดเตรียมอาหารคาวหวานไปทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้รับที่วัด (สุดาวรรณ์ มีบัว, 2560, หน้า 220) “ขนมลา” จึงเป็นขนมหวานชนิดหนึ่งที่ลูกหลานจัดทำขึ้น โดยบางท้องถิ่นมีความเชื่อว่า เปรตมีปากเล็กเท่ารูเข็มรับประทานอาหารที่โต ๆ ไม่ได้ จึงต้องทำขนมที่มีลักษณะเป็นเส้นเล็กเท่าเส้นด้าย จึงจะรับประทานได้ หรือในบางท้องถิ่นเชื่อว่าในโอกาสที่ได้ขึ้นมาเยี่ยมลูกหลาน ควรได้กลับไปด้วยเสื้อผ้าแพรพรรณใหม่ ๆ แต่เนื่องจากขนมลามีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก และใช้เวลานานหลายวัน และเมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงพัฒนาไป ผู้คนที่ทำขนมลาในอดีตเริ่มชราลง คนรุ่นใหม่หันไปทำงานนอกท้องถิ่น ไม่ได้สืบสานการทำขนมลาทำให้ภูมิปัญญาการทำขนมลาลดน้อยลงไป

ปัจจุบันการทำขนมลาส่วนใหญ่จะเป็นการทำขนมลาเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ทำให้คนในชุมชนรวมกลุ่มเป็นผู้ผลิตรายเดียว หรือจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยแหล่งผลิตขนมลาที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คือ ชุมชนหอยราก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ชื่นธิวา อุปการ, 2555, หน้า 2) ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคมตามหลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาประเทศฯ ฉบับที่ 12 โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืนและคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ การส่งเสริมให้ชุมชนหมู่บ้านนำทุนทางวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดจนผลผลิตที่ได้จากชุมชนและครัวเรือนมาจัดทำเป็นสินค้าหรือเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ โดยมีเจตนารมณ์ให้ชุมชนนั้นพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงให้มีความเข้มแข็ง รวมไปถึงส่งเสริมการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการส่งเสริมให้องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ชุมชนเกิดรายได้และช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันในชุมชน (เกศแก้ว ประดิษฐ์, 2551, หน้า 128)

ปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีหลายประการ มีนักวิจัย นักวิชาการหลายท่าน ได้เสนอวิธีแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนว่า ควรส่งเสริมแนวทางกลยุทธ์เชิงรุกโดยพัฒนาศักยภาพการผลิต และยกระดับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่ระดับประเทศหรือระดับสากล

(วงศ์ธีรา สุวรรณิน, 2563, หน้า 109) ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและการพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ กระจายสินค้า แม้ว่าวิสาหกิจชุมชนบางรายจะสามารถดำเนินการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดแต่ไม่สามารถมีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เช่น ลักษณะของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ยังไม่โดดเด่นหรือดึงดูดใจผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค นอกจากนั้นวัสดุที่ใช้ไม่แข็งแรงก่อให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บและการขนส่ง

วิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง มีเครือข่ายความร่วมมือและประสานประโยชน์ร่วมกันในการผลิตสินค้าชุมชน ซึ่งทางกลุ่มจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทขนมลาหลากหลายรูปแบบ เช่น ลาแผ่น ลาพับ ลากรอบ ลางู รวมไปถึงมีผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่ภายใต้แนวคิดการถนอมอาหาร คือ ลาม้วนสอดไส้ แต่เนื่องจากการรวมตัวกันของกลุ่มเกิดจากคนในชุมชน ชาวบ้านที่มีความรู้ทางภูมิปัญญาการทำขนมลา แต่ไม่มีความรู้เรื่องกระบวนการผลิต ทำให้ประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เช่น ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมไปถึงปัญหาด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า ทั้งผู้ประกอบการและนักออกแบบจะนำทักษะทางศิลปะ โดยดึงเอาความเป็นวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนสังคมมาใช้ เพื่อเป็นภาพประกอบหรือลวดลายกราฟิกต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเมื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในลักษณะนี้ จะได้รับความนิยมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเชิงพาณิชย์มากขึ้น

ผู้วิจัยสำรวจและวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมพบว่า บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกที่ไม่มีความแข็งแรง และลักษณะของฉลากตลอดจนถึงคำอธิบายบนฉลากยังไม่น่าสนใจไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค มีลักษณะเรียบง่าย ฉีกขาดง่าย ดังนั้นเพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ขนมลา ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งคาดการณ์ว่า สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคและเป็นการช่วยให้สินค้าได้รับการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งทั้งในด้านลักษณะ ขนาด สีสัน ชนิดวัสดุ ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช มีรายได้เพิ่มขึ้น สร้างความมั่นคงให้กับชุมชน เป็นการตอบสนองยุทธศาสตร์และนโยบายของประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลา เพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหาและประเมินผลงานการออกแบบด้วยการหาค่าร้อยละและเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ประกอบการขนมลา ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการขนมลาในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแปรรูปขนมลา กลุ่มน้องกี้ขนมลา และกลุ่มภิรมย์ขนมลา โดยสัมภาษณ์ในเรื่องภูมิปัญญาการทำขนมลาแต่ละประเภท

1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน และสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 10 คน โดยสัมภาษณ์เรื่องความต้องการในการพัฒนารูปแบบของขนมลาและรูปแบบบรรจุภัณฑ์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

2.1 แบบสำรวจ สำหรับสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของขนมลาแต่ละประเภทในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบการผนึกบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า รวมไปถึงรูปแบบขนมลา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อขนมลา เพื่อให้ได้ข้อมูลและนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งเป็น 2 ชุด

2.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนมลา จำนวน 4 กลุ่ม ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 10 คน

2.3 แบบสอบถามประเมินความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน คัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ พิจารณาประเมินผลงานการออกแบบ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง และสร้างต้นแบบ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บรวมรวบข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจและวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสำรวจรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม และสัมภาษณ์ความต้องการในการพัฒนารูปแบบของขนมลา และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวมรวบข้อมูลด้วยแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และเก็บรวมรวบข้อมูลด้วยแบบประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภค

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของขนมลาแต่ละประเภทในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช วิเคราะห์รูปแบบขนมลาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ภายในและวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อขนมลา

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกความต้องการในการพัฒนารูปแบบของขนมลาและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบหาค่าเฉลี่ย

5. ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลา เพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช มี 8 ขั้นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมและกลุ่มผู้บริโภคขนมลา

ผลการสำรวจพบว่า ผลิตภัณฑ์ขนมลาที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอมผลิตอยู่ คือ ลาแผ่น ลาพับ ลากรอบ ลางู ทางกลุ่มบรรจุขนมลาแผ่น และขนมลาพับลงในถุงพลาสติกสำเร็จรูปขนาดใหญ่ เนื่องจากขายส่งเป็นกิโลกรัมให้พ่อค้าคนกลาง และไม่มีฉลากสินค้า ขนมลากรอบบรรจุในถุงพลาสติกสำเร็จรูปแบบก้นตั้งและจะผลิตตามออเดอร์เท่านั้น และขนมลางูเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เนื่องจากทานง่าย กรอบ หอม อร่อย ราคาไม่แพง บรรจุในถุงพลาสติกสำเร็จรูปแบบไม่มีก้น ผนึกด้วยสก็อตเทปที่ขายทั่วไปตามท้องตลาด มีฉลากสินค้าบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ แต่ไม่ได้บอกข้อมูลของกลุ่มและส่วนประกอบ

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการขนมลาเกี่ยวกับภูมิปัญญาการทำขนมลาและความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการขนมลาเกี่ยวกับภูมิปัญญาการทำขนมลา จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแปรรูปขนมลา กลุ่มน้องกี้ขนมลา และกลุ่มภิรมย์ขนมลา มีดังนี้

1.1) ที่มาของชื่อขนมลามาจากวิธีการทอดขนมลา ซึ่งสมัยก่อนใช้กะลามะพร้าวเจาะรูขนาดเล็กหลายรู ใส่แป้งที่เตรียมทำขนมลาแล้วจึงแกว่งหรือส่ายแป้งลงบนกระทะที่ร้อนให้เป็นวงกลมตามรูปของกระทะ ภาษาพื้นถิ่นเรียกว่า ลาแป้ง แป้งที่ดีเส้นต้องไม่ขาด เส้นต้องเล็กเท่าเส้นด้าย สีแป้งสะท้อนแววววาวเป็นประกาย

1.2) ขนมลาทำขึ้นเพื่อเทศกาลบุญเดือนสิบ โดยมีความเชื่อว่าบรรพบุรุษอันได้แก่ พ่อแม่ญาติพี่น้อง ปู่ย่าตายาย ซึ่งได้ถึงแก่กรรมล่วงลับไปแล้วจะกลับมาเยี่ยมลูกหลานในช่วงเดือนสิบ

1.3) ขนมลาเป็น 1 ใน 5 ชนิดของขนมในพิธีกรรมบุญเดือนสิบ ประกอบด้วย ขนมลา ขนมพอง ขนมกง หรือขนมไข่ปลา ขนมดีซำ และขนมบ้า

1.4) สูตรการทำขนมลามีด้วยกัน 3 สูตร ประกอบด้วย สูตรน้ำตาลจาก สูตรน้ำตาลโตนด และสูตรน้ำตาลทราย หรือน้ำผึ้ง

1.5) ไม่ว่าจะแปรรูปขนมลาเป็นชนิดใดต้องเริ่มต้นวิธีการทำด้วยการแกว่งหรือส่ายแป้งลงบนกระทะให้เป็นวงกลมตามรูปของกระทะก่อน ถึงจะแปรรูปขนมลาตามชนิดต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันขนมลาที่ผลิตกันในปัจจุบันมี 4 ชนิด คือ ลาแผ่น ลาพับ ลากรอบ และลางู

2) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน และสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 10 คน ถึงความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่าทางกลุ่มมีความต้องการในการพัฒนารูปลักษณ์ของขนมลางูให้แตกต่างไปจากเดิม เปลี่ยนชื่อเรียกเดิมเพื่อลบภาพจำของลางูซึ่งชื่อฟังดูไม่น่าทาน โดยใช้ชื่อขนมลากลมเกลียว และขนมลาเกลียวใจ เนื่องจากขนมลางูได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทนทานปกป้องผลิตภัณฑ์ขนมลาภายใน ป้องกันการกระแทกในเรื่องของการขนส่ง (บุญส่ง ช่วยแก้ว, วรรณี ช่วยแก้ว, อกนิฏฐา ช่วยแก้ว, กิตติศักดิ์ ช่วยแก้ว, สงบ เกลี้ยงเกิด, ปุณณภา เพชรทอง, อารีย์ มูลแสงทอง, ปราณี วราภรณ์, พเยาว์ หนูทอง และวิโรจน์ เดชชู, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 12 มกราคม 2564)

ขนมลางูแบบเดิม

ขนมลาเกลียวใจ

ขนมลากลมเกลียว

ภาพที่ 1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ขนมลางู
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดทิศทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลจากการสำรวจ และสัมภาษณ์เชิงลึกข้างต้น ผู้วิจัยนำมาสู่การกำหนดทิศทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาเพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช (concept design) ดึงความเป็นภูมิปัญญาการทำขนมลามาสร้างสรรค์เป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ลวดลายกราฟิกที่ได้ ผู้วิจัยถอดมาจากวิธีการทอดขนมลาด้วยการแกว่งแป้งเป็นวงกลมบนกระทะให้มีลักษณะเป็นลาแผ่น สื่อถึงความสร้างสรรค์ให้ดูร่วมสมัยเน้นความอิสระของเส้นขนมลาเพิ่มกราฟิกใบคณฑี ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประกอบของแป้งขนมลา ช่วยลดกลิ่นหืน กราฟิกลายใบตาลอันเป็นสูตรน้ำตาลจากที่ทางกลุ่มใช้จนเป็นเอกลักษณ์ เน้นสีโทนเย็น เพื่อต้องการสื่อถึงงานประเพณีงานบุญ เหมาะที่จะนำไปเป็นของขวัญของฝาก ส่วนโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถ เปิด-ปิด สะดวก และปกป้องผลิตภัณฑ์ภายใน สามารถเรียงซ้อนกันได้ง่าย เหมาะสมกับการขนส่ง ขนย้าย

ภาพที่ 2 การกำหนดทิศทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากการกำหนดทิศทางในการออกแบบ ผู้วิจัยออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว 3 รูปแบบ และขนมลาเกลียวใจ 3 รูปแบบรวม 6 รูปแบบ สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่ให้ความสนใจแบบที่ 3 เป็นลำดับ 1 สอดคล้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอมให้ความสนใจแบบที่ 3 เป็นลำดับ 1 โดยเสนอแนะให้ปรับโทนสีเป็นน้ำตาลครีมใกล้เคียงกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้ง 3 ท่านให้ความสนใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 3 และเสนอแนะเพิ่มเติมให้นำตราสินค้าของแบบที่ 2 มาจัดวางในแบบที่ 3 จะดูลงตัวและเหมาะสม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงปรับปรุงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะ

ภาพร่างขนมลากลมเกลียวแบบที่ 1

ภาพร่างขนมลาเกลียวใจแบบที่ 1

ภาพร่างขนมลากลมเกลียวแบบที่ 2

ภาพร่างขนมลาเกลียวใจแบบที่ 2

ภาพร่างขนมลากลมเกลียวแบบที่ 3

ภาพร่างขนมลาเกลียวใจแบบที่ 3

ภาพที่ 3 การออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และขนมลาเกลียวใจ
ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพที่ 4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และขนมลาเกลียวใจ ตามข้อเสนอแนะ
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 5 ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลงานการออกแบบและสร้างต้นแบบ

ประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ และ3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ สรุปการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและข้อเสนอแนะที่มีต่อผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และบรรจุภัณฑ์ขนมลาเกลียวใจรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมและลงตัวที่สุด ส่วนโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ รูปแบบบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ขนมลาด้านในและสามารถใช้งานได้จริง กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน นำไปสู่การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียวและบรรจุภัณฑ์ขนมลาเกลียวใจ

ภาพที่ 5 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และขนมลาเกลียวใจ
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 6 ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สู่ชุมชนและการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สู่ชุมชนเป็นเสมือนการคืนความรู้สู่ชุมชนถึงที่มาของแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม โดยดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สู่ชุมชน กิจกรรมดังกล่าวประกอบไปด้วย การให้ความรู้เรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ และเรื่องการจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จากวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และกิจกรรมการทดลองขึ้นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และขนมลาเกลียวใจ ณ วิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม

การนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สามารถนำบรรจุภัณฑ์ขนมลาไปจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์เพื่อเพิ่มมูลค่า ทางกลุ่มใช้ใบคณฑีอันเป็นวัตถุดิบในชุมชนมาเป็นส่วนผสมเพื่อลดการหืนของขนมลา ทางกลุ่มมีเครือข่ายสมาชิกในชุมชนที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตสินค้า บริการ และเป็นการกระจายรายได้ในชุมชน

การนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ด้านสังคม สามารถนำไปใช้ในการปรับระบบคิด และรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคทุกภาคส่วน อาทิ กลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้จะนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างยั่งยืน

การนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาบูรณาการการเรียนการสอนในรายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และรายวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมรวมไปถึงการบริการวิชาการ และงานวิจัย เพื่อให้เกิดการเผยแพร่ และต่อยอดองค์ความรู้ในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุมชน

ภาพที่ 6 ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สู่ชุมชน
ที่มา: ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 7 ประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภค

ผลวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อ.หัวไทร จ.นครศรีธรรมราชจำนวน 100 คน ผู้วิจัยใช้แนวคิดการประเมินความพึงพอใจของ (กัญญารัตน์ แห้วเพ็ชร์, สุทธิดา ถิตย์ไชย และพิมพงา เพ็งนาเรนทร์, 2561) หน้า 15) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมลากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ด้านกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ขนมลาและการตลาดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 และด้านโครงสร้างและการปกป้องผลิตภัณฑ์ขนมลากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ขั้นตอนที่ 8 ทดลองตลาด

ต้นทุนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม รายการต้นทุนบรรจุภัณฑ์ 11.5 บาท วัตถุดิบ 17.31 บาท ค่าแรงงาน 0.04 บาท ต้นทุนอื่น ๆ 0.02 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิต 0.02 บาท รวมต้นทุนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม 28.89 บาท ทางกลุ่มตั้งราคาขายปลีกกล่องละ 80 บาท ขายส่งกล่องละ 55 บาท ราคาขายส่งต้องซื้อในปริมาณ 30 กล่องขึ้นไป

ต้นทุนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ รายการต้นทุนบรรจุภัณฑ์ 18.0 บาท วัตถุดิบ 17.31 บาท ค่าแรงงาน 0.04 บาท ต้นทุนอื่น ๆ 0.02 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิต 0.02 บาท รวมต้นทุนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม 35.39 บาท ทางกลุ่มตั้งราคาขายปลีก กล่องละ 120 บาท ขายส่งกล่องละ 100 บาท ราคาขายส่งต้องซื้อในปริมาณ 30 กล่องขึ้นไป

ตารางที่ 1 การกระจายรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอมอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

รายการ	จำนวนขายได้	หน่วย	กระจายในพื้นที่	กระจายนอกพื้นที่	รวมรายได้
การกระจายรายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการ					
ขนมลากลมเกลียวและขนมลาเกลียวใจ (ปลีก) แพ็คกล่อง	120	กล่อง	8,325.60	1,274.40	9,600.00
ขนมลากลมเกลียวและขนมลาเกลียวใจ (ส่ง) แพ็คกล่อง	120	กล่อง	5,325.60	194.40	5,520.00
การกระจายรายได้หลังเข้าร่วมโครงการ					
ขนมลากลมเกลียวและขนมลาเกลียวใจ (ปลีก) แพ็คกล่อง	37	กล่อง	2,567.06	392.94	2,960.00
ขนมลากลมเกลียวและขนมลาเกลียวใจ (ส่ง) แพ็คกล่อง	184	กล่อง	8,165.92	298.08	8,464.00

หลังดำเนินโครงการวิจัย ชุมชนมีรายได้รวม 85,504.80 บาท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,214.97 บาท (เก็บข้อมูล ณ เดือนมกราคม-กรกฎาคม 2564) โดยเป็นรายได้จากการวิจัยทั้งหมด ไม่มีรายได้อื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบรายได้ในช่วงนอกเทศกาลก่อนเข้าร่วมโครงการและหลังเข้าร่วมโครงการ พบว่ามีรายได้ลดลงจากเดิมคิดเป็นร้อยละ 72.78 จะเห็นได้ว่ารายได้ลดลง เนื่องจากหลังดำเนินโครงการวิจัยเกิดสถานการณ์โควิด และทางกลุ่มอยู่ในพื้นที่สีแดงไม่สามารถเดินทางไปขายผลิตภัณฑ์ขนมลาในตลาดชุมชนได้

ผู้วิจัยและคณะทีมวิจัยทางการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ร่วมกันประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์หลากหลายช่องทางเพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ เฟซบุ๊ก โดยให้กลุ่มจัดทำเพจเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง ร่วมไปถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการโทรทัศน์ รายการเรื่องเด็ดเอ็ดตะโร ทางอัมรินทร์ทีวี ช่อง 34 ออกอากาศเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2565 หลังออกอากาศทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคอีสาน ให้ความสนใจและสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งยังสั่งจองล่วงหน้าเพื่อจะรับสินค้าในช่วงเทศกาลบุญเดือนสิบ

ภาพที่ 7 การประชาสัมพันธ์ผ่านรายการโทรทัศน์
ที่มา: ผู้วิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาเพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

1. ขนมลาทำขึ้นเพื่อใช้ในเทศกาลบุญเดือนสิบ และขนมลายังเป็น 1 ใน 5 ชนิดของขนมในพิธีกรรมบุญเดือนสิบ สูตรการทำขนมลามีด้วยกัน 3 สูตร ประกอบด้วย สูตรน้ำตาลจาก สูตรน้ำตาลโตนด และสูตรน้ำตาลทราย หรือน้ำผึ้ง การเริ่มต้นวิธีการทำขนมลาจะต้องเริ่มด้วยการแกว่งหรือส่ายแป้งลงบนกระทะให้เป็นวงกลมตามรูปของกระทะ เพื่อเป็นลาแผ่นก่อนถึงจะแปรรูปขนมลาตามชนิดต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันขนมลาที่ผลิตกันในปัจจุบันมี 4 ชนิด คือ ลาแผ่น ลาพับ ลากรอบ และลางู

2. ขนมลางูเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เนื่องจากทานง่าย กรอบหอม อร่อย ราคาไม่แพง ดังนั้น การพัฒนารูปลักษณ์ของขนมลางูให้แตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ชื่อขนมลากลมเกลียว และขนมลาเกลียวใจสามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม ผู้บริโภค และผู้เชี่ยวชาญ สนใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาในรูปแบบที่ 3 มากที่สุด เนื่องจากมีความเหมาะสมและลงตัวที่สุด ส่วนโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตรงตามความต้องการของกลุ่ม บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ขนมลาด้านใน และสามารถใช้งานได้จริง กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน นำไปสู่การสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลากลมเกลียว และบรรจุภัณฑ์ขนมลาเกลียวใจ

4. ผู้บริโภคจำนวน 100 คน มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อ.หัวไทร จ.นครศรีธรรมราช อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62

5. ทดลองตลาด จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมลาหลังเข้าร่วมโครงการระยะเวลา 7 เดือน มีรายได้รวม 85,504.80 บาท เฉลี่ยเดือนละ 12,214.97 บาท มีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 92.93 ของรายได้รวม และมีการกระจายออกนอกพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 7.07 ของรายได้ รวมทั้งหมด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมลาเพื่อเพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช สะท้อนให้เห็นว่า บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนานอกเหนือไปจากหน้าที่ การปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในอันเป็นหน้าที่หลัก ยังรองรับในเรื่องของการขนส่งสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และที่สำคัญไปกว่านั้นบรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่ด้านการสื่อสารการตลาดในการแนะนำข้อมูล กระตุ้นและจูงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Svanes, Vold, Moller, Pettersen, Lorsen, & Hanssen (2010) กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการสร้างแนวคิด การสนับสนุนการตัดสินใจจำเป็นมากที่ต้องออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม อันมีผลต่อสถิติการเลือกซื้อของผู้บริโภค เช่นเดียวกับ Rundh, (2009) พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีส่วนทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการทำการตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค ความสำคัญของการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในการวางแผน และดำเนินการออกแบบอย่างมี

ส่วนร่วม สามารถกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารที่มีการแข่งขันสูง สอดคล้องกับ ประชิด ทิณบุตร และนรรชนภ ทาสุวรรณ (2561) ที่กล่าวว่า หลักการเบื้องต้นสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย 1) การสร้างชื่อตราสินค้า สามารถนำเอาลักษณะของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมาเป็นแนวคิดในการออกแบบ ทั้งวัฒนธรรมด้านภาษา ภาษาถิ่นกับการบ่งบอกคุณลักษณะตัวสินค้า 2) การเลือกใช้ภาพและเนื้อหาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น วัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญ สถานที่ท่องเที่ยว หัตถกรรมพื้นถิ่น กรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ และ 3) แนวคิดด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โครงสร้างที่คำนึงถึงลักษณะทางกายภาพของตัวผลิตภัณฑ์หรือโครงสร้างธรรมดาแต่แสดงถึงความแข็งแรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชนาถ ทิวะสิงห์ (2560) พบว่า การประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านกรรมวิธีการบรรจุ การตลาด และด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เช่นเดียวกับ เกศแก้ว ประดิษฐ์ (2561) กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการเปรียบเทียบยอดขายบรรจุภัณฑ์เดิมและบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำให้ทราบแนวโน้มการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถมียอดขายเพิ่มขึ้นหลังการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1. บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรนำไปใช้งานอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการขยายตลาดในการจำหน่ายขนมลาไปยังต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย จีน

2. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถนำไปพัฒนาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมลาประเภทอื่นที่ทางกลุ่มได้พัฒนาอยู่ เช่น ขนมลาม้วนสอดไส้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัญหาด้านการบริหารจัดการการเงิน การตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอมนั้นเป็นกลุ่มที่มีความรู้ภูมิปัญญาและการแปรรูปขนมลา แต่ยังขาดความรู้ในเรื่องการทำบัญชีการเงิน การตลาด ไม่สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้อย่างถูกต้อง มีช่องทางการตลาดน้อย ส่วนใหญ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งเรื่องเงินทุน การจัดแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ จังหวัดนครศรีธรรมราชมีกลุ่มอาชีพและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำขนมลาเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูงในทุกด้าน หากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่แตกต่างไปจากเดิมจะทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด

ดังนั้น การให้ความรู้ในเรื่องของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ตั้งแต่การคำนวณต้นทุน กำไร กำหนดราคาขาย การสั่งซื้อสินค้า ชำระเงิน การจัดการขนส่ง จัดเก็บฐานข้อมูลกลุ่มลูกค้า การเพิ่มช่องทางการตลาด จะนำไปสู่การสร้างงานและสร้างรายได้ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม และชุมชนอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

เกศแก้ว ประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องพันธุ์ข้าวหอมกระดังงาที่มีผลต่อการตอบรับในเชิงพาณิชย์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านบอฆอ อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส. **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์,** 10(2), หน้า 127-138.

กัญญารัตน์ แห้วเพ็ชร์, สุทธิดา ถิตย์ไชย และพิมพงา เพ็งนาเรนทร์. (2561). ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการ ของตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี,** 1(2), หน้า 9-19.

ชื่นธิวา อุปการ. (2555). **การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำขนมลาบ้านศรีสมบูรณ์ ตำบลหูร่อง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ประชิด ทิณบุตร และนรรชนภ ทาสุวรรณ. (2561). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทสมุนไพร สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2. **จันทรเกษมสาร,** 24(47), หน้า 126-141.

ภริมา วนิธาสถิตกุล และพระมหาจิรฉันท์ จิระเมธี. (2558). คติชนวิทยา : ความเชื่อกับสังคมไทย. **วารสาร มรจ. มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์.** 1(1), หน้า 31-44.

วงศ์ธีรา สุวรรณิน. (2563). แนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนบนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนต้นแบบในจังหวัดหนองคาย. **Bu Acdemic Review**, 19(1), หน้า 109-127.

วิชนาถ ทิวะสิงห์. (2560). การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศูนย์นวัตกรรมไหม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. **วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร,** 8(2), หน้า 10-22.

สุดาวรรณ์ มีบัว. (2560). ประเพณีบุญสารทเดือนสิบเมืองนคร. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช,** 9(2), หน้า 220-229.

อมรินทร์ ทีวี. (2565, มกราคม 3). **วิสาหกิจชุมชนบ้านท่าซอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช | ของเด็ดเอ็ดตะโร.** [Video File]. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=M-b0fogjqsU

Rundh, B., (2009). Packaging design: creating competitive advantage with product packaging. **British Food Journal,** 111(9), pp. 988-1002.

Svanes, E., Vold, M., Moller, H., Pettersen, M.K., Lorsen, H., & Hanssen, O.J., (2010). Sustainable packaging design: a holistic methodology for packaging design. **Packaging Technology and Science an International journal,** 23(3), pp. 161-175.