



# การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์ OTOP

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยนั้น ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น อาจจะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยังมองข้ามความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงส่งผลต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวนี้เสียโอกาสทางการตลาดไปไม่น้อย ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เสียหายและเพิ่มคุณค่าทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ซึ่งจะเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยองค์ประกอบหลักของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ของบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็น ชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปภาพ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับกฎหมาย เช่น วันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ เป็นต้น ประกอบกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ โดยต้องบ่งชี้ถึงคุณลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความจดจำและดึงดูดความสนใจให้เข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และในขั้นต้นนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องมีการวางแผนในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์ด้วยหลัก 5W2H เพื่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดีดังต่อไปนี้

1. ทำไม (Why) ปัจจัยหรือเหตุผลอะไรที่ทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์นั้นๆ
2. ใคร (Who) ผู้ประกอบการต้องทราบว่าจะออกแบบ

และพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้เพื่อใคร ทั้งนี้เพื่อเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำงานให้ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การดำเนินการที่มีคุณภาพ

3. ที่ไหน (Where) สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ที่ใด มีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและครอบคลุมถึงความต้องการของผู้บริโภคในสถานที่ดังกล่าวนี้หรือไม่
4. อะไร (What) ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ตระหนักว่าตนเองกำลังออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อะไร รูปแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่
5. เมื่อไหร่ (When) การออกแบบและพัฒนาต้องเหมาะสมกับช่วงเวลาและกาลเทศะ ว่าเป็นช่วงเวลาใด เทศกาลไหน
6. อย่างไร (How) บรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาตอบสนองการใช้งานอย่างไร และมีวิธีการใช้งานที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ และใช้งานอย่างไร
7. เท่าไหร่ (How much) ผู้ประกอบการต้องรู้ราคาต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนเงินเท่าไร เพื่อให้สามารถประเมินมูลค่าของบรรจุภัณฑ์แล้วนำไปกำหนดราคาในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้

ซึ่งในปัจจุบันนี้กรมวิทยาศาสตร์บริการ โดยสำนักเทคโนโลยีชุมชน ได้เริ่มดำเนินโครงการยกระดับคุณภาพสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ OTOP ในพื้นที่ภาคใต้สู่การรับรองมาตรฐาน (2557) และโครงการพัฒนาคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2557) โดยหลังจากการลงพื้นที่ของนักวิทยาศาสตร์ พบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นไม่เพียงต้องการการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัยและได้มาตรฐานเท่านั้น แต่ยังต้องการให้สนับสนุนในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถยืดอายุเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการความสวยงามเป็นที่สะดุดตาของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีศักยภาพ

สำนักเทคโนโลยีชุมชน โดยกลุ่มวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องการ

ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการใช้งานและความสวยงาม โดยที่สามารถบ่งบอกถึงเรื่องราวและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ OTOP ดังนั้นสำนักเทคโนโลยีชุมชน จึงสนับสนุนโครงการดังกล่าวด้วยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและตลาดในยุคปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นแม่บัวลี จ.อุดรธานี ในโครงการพัฒนาคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2557) โดยที่การดำเนินการนั้นเริ่มจากการวางแผนในการทำงานไม่ว่าจะเป็นการกำหนดระยะเวลาในการทำงาน และการรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยแยกประเด็นปัญหา และแนวทางออกแบบตามหลักการวิเคราะห์ 5W2H ดังนี้



หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นแม่บัวลีให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค โดยต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิต ไม่ว่าจะเป็นชนิดวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องรองรับน้ำหนักและต้องป้องกันไม่ให้เกิดการเสียหายของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น ผู้บริโภคต้องใช้งานได้สะดวกสบายไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีรูปแบบที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์หรือชุมชน โดยที่บรรจุภัณฑ์ข้าวแต่นแม่บัวลีนี้เป็นการผสมผสานกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มาจากลวดลายของบ้านเชียงให้ดูสวยงามและแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์อย่างแท้จริง ซึ่งการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวแต่นแม่บัวลีนี้ ถือว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งที่สำนักเทคโนโลยีชุมชน โดยกลุ่มวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ดำเนิน

การในโครงการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2557) จนสามารถผลักดันผลิตภัณฑ์ OTOP ขนาดเล็กให้สามารถแข่งขันในตลาดยุคปัจจุบันได้อย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนได้เป็นอย่างดีในระยะยาวด้วยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างมีหลักการ รวมไปถึงสามารถสร้างความปลอดภัยและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นที่เกิดการแตกหักดูไม่มีคุณภาพซึ่งเกิดจากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นเพียงของพลาสติกใส และสร้างความแตกต่างในเชิงสร้างสรรค์ให้กับผลิตภัณฑ์ผ่านทางบรรจุภัณฑ์ให้บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นดูน่าสนใจและแฝงไปด้วยอัตลักษณ์แห่งความเป็นเมืองแห่งถิ่นอารยธรรมโบราณมากกว่า 5,000 ปี



บรรจุภัณฑ์เดิมก่อนการพัฒนา



บรรจุภัณฑ์ใหม่หลังจากการพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น ที่ได้รับการพัฒนาออกแบบใหม่ตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวแต๋นแม่บัวดี

**เอกสารอ้างอิง**

สมจิตร ล้วนจำเริญ. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2555.

สุกฤตา หิรัณยขวลิต. กว่าจะมาเป็นบรรจุภัณฑ์ Background of Package. วารสารนักบริหาร [ออนไลน์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, เม.ย.-มิ.ย. 2554, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 [อ้างถึงวันที่ 3 สิงหาคม 2558]. เข้าถึงจาก : [www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/april.../aw32.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/april.../aw32.pdf)

หน่วยที่ 1 ความรู้พื้นฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์. [ออนไลน์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง. [อ้างถึงวันที่ 3 สิงหาคม 2558]. เข้าถึงจาก: [http://netra.lpru.ac.th/~weta/c1/c1\\_print.html](http://netra.lpru.ac.th/~weta/c1/c1_print.html)