



การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว

The Project on the Packaging Design Development for Fermented Fish Sauce, Plara Paruay Brand, from Srakaew Province

ภาณุวัฒน์ กาฬลิป¹, จันทนา อินสระ², ชนกนาถ มะยุโซ³

Panuwad Kalip Jantana Insara Chanoknart Mayusoh

⁽¹⁾⁽²⁾สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

⁽³⁾สาขาวิชาการออกแบบเครื่องแต่งกาย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Visual Communication Design, Faculty of Fine and Applied Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

Fashion Design Faculty of Fine and Applied Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

Email : ¹panuwad.ka@ssru.ac.th , ²c_insra@yahoo.com , ³chanoknart.ma@ssru.ac.th

(Received : Sep 2,2021 Revised : Oct 21,2021 Accepted : Nov 4, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของน้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ในการวิเคราะห์ข้อมูลและหาแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย มีอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงสินค้าและองค์กร มีเอกลักษณ์ให้เกิดความน่าสนใจ และสามารถช่วยในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน รวมถึงการส่งเสริมต่อยอดในการขยายตลาดให้มากยิ่งขึ้น

จากการค้นคว้าข้อมูลพบว่า บรรจุภัณฑ์เดิมนั้นไม่สามารถสื่อสารได้ชัดเจนทั้งในเรื่องของตราสัญลักษณ์ที่มีภาพประกอบไม่โดดเด่นคุณภาพที่ไม่คมชัด การจัดวางของฉลากสินค้าไม่ทำให้เกิดความน่าสนใจ ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่แน่ชัดทำให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความสับสนได้ รวมถึงข้อมูลบนฉลากสินค้าไม่ครบถ้วนตามหลักของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ในแนวคิด “ปลาร้าพารวย” ให้มีความทันสมัยและชัดเจนยิ่งขึ้นสร้างจุดเด่นกับสินค้าและองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย การออกแบบตราสัญลักษณ์, ฉลากน้ำปลาร้าปรุงรส, ฉลากน้ำพริกตาแดง, ฉลากปลาร้าผงใส่แกง, ฉลากปลาร้าสับสมุนไพร และ บรรจุภัณฑ์รวมชุด จำนวน 3 ต้นแบบ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้คัดเลือกต้นแบบในการพัฒนาต่อยอด

กลุ่มประชากรในการวิจัยประกอบด้วย กลุ่มสมาชิกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ และกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดสระแก้ว ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 115 คน โดยเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามและประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำผลการประเมินมาสรุป วิเคราะห์ หาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และอภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยพบว่า การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว พบว่าต้นแบบที่ 2 ได้รับคัดเลือก คิดเป็นร้อยละ 67.8 และมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.05

คำสำคัญ : การพัฒนา , บรรจุภัณฑ์ , น้ำปลาร้า

Abstract

This research aimed to develop a packaging design for pickled fish “Plara Pa Rua” in Sa Kao Province. The objective was to redesign the package, improving the brand identity by creating a unique design. The main reason of the recreation was to attract target groups and convey a clear message to customers. This improvement can increase sales and market share. The scope of the design included 3 prototypes.

Problems encountered: The original packaging was not able to communicate clearly in terms of the logo with blurry illustrations, unclear quality. The layout elements of a product label are not memorable. it can cause confusion among consumers. Including the information on the product label is not complete. Therefore, the researcher analyzed the data in order to develop guidelines for solving the problems found. Under the concept of “Pla Ra Pha Ruay” to be more modern and clear.



The population in the study were entrepreneurs, retailers, salesmen ,customers and design specialist. The selection of the sample group was purposive. In total, there were 115 participants in this research. The research tool was a questionnaires asking for participants' satisfaction on the design of the packages. The statistics for the analysis were mean percentage and standard deviation.

In conclusion, the satisfaction rates of the prototypes in were high. The second prototype was the highest, which indicates that the prototypes can develop into full production in the next stage.

Keyword : Development , Package , Fermented fish sauce

บทนำ

ปลาร้า หรือปลาแดก คือ ปลาหมักที่เป็นอาหาร ประเภทเครื่องปรุงรส ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาการถนอมอาหารของคนไทยในทุกภูมิภาคที่มีมาตั้งแต่โบราณ เพื่อที่จะเก็บปลาสดที่หามาได้จากแหล่งน้ำตามธรรมชาติในช่วงต้นฤดูฝน ให้สามารถเก็บไว้รับประทานได้นานหลายเดือนหรือหลายปี ด้วยวิธีการหมักปลา ปลาที่ผ่านกระบวนการหมักอย่างดีแล้วตามภูมิปัญญา จะได้ปลาร้า หรือปลาแดก ที่มีรสชาติหอมพุดิ ไม่มีกลิ่นเหม็นเหมือนปลาเน่า อร่อยพร้อมปรุงอาหาร อาทิ ส้มตำ แกง อ่อม ซึ่งเป็นคือที่มาของ “ปลาร้า หรือปลาแดก” (วอเทอร์ โลบลาลี, 2561)

ปลาร้า หรือปลาแดก ถือเป็นภูมิปัญญาอาหารที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุของคนอีสาน(ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย) ทั้งรูปลักษณ์ รสชาติและกลิ่น ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมของความเป็นชาวอีสานและขยายเป็นวัฒนธรรมร่วมกับชาวลาวในสปป.ลาว ชาวเขมรในกัมพูชา(ซึ่งเรียกปลาอีก) และชาวเวียดนามเวียดนาม(ซึ่งเรียกว่าหม่า) (อานนท์ ภาคมาลี, 2555)

น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำยืน จังหวัดสระแก้ว บริหารโดย คุณประภาศิริ วอล์คเกอร์ ได้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าสู่ตลาดในระดับกลาง ในรูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าในสถานที่ต่างๆ และในรูปแบบของกิจการแบบแฟรนไชส์ ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งในอนาคตจะมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบของสื่อออนไลน์ โดยผลิตภัณฑ์หลักคือ น้ำปลาร้าปรุงรส และผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ปลาร้าผง น้ำพริกปลาร้า เป็นต้น โดยการผลิตนั้นจะเป็นรูปแบบวิถีชาวบ้านและกำลังก้าวสู่รูปแบบอุตสาหกรรม ซึ่งผลิตภัณฑ์ของตราปลาร้าพารวยนี้ จะมีรูปแบบการผลิตที่เป็นออร์แกนิก ไม่มีกลิ่นแรง ไร้สารต่างๆ แต่ยังสามารถเก็บไว้ได้นาน ทำให้มีการขยายตลาดที่รวดเร็ว เพราะได้รับการยกให้เป็นสุดยอด SME ในจังหวัดสระแก้ว จากสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประภาศิริ วอล์คเกอร์, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2561) แต่เนื่องจากปัจจุบันน้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวยได้มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากที่ยังไม่มีความชัดเจนในด้านการสื่อสารและความสวยงาม ยังขาดความทันสมัยจึงทำให้ไม่สามารถสู้กับตราสินค้าอื่นได้

บรรจุภัณฑ์ คือ กระบวนการขั้นตอน ตั้งแต่การบรรจุผลิตภัณฑ์ ห่อหุ้มและรวมผลิตภัณฑ์ให้เป็นหน่วย เพื่อการขนส่งและป้องกัน ผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยจากความเสียหาย (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) โดยบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อผู้ผลิต ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านในเกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และถูกใจผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งสิ่งที่ผู้ออกแบบหรือผู้ผลิตต้องเข้าใจคือ วัตถุประสงค์ของการออกแบบ การออกแบบกราฟิก ขั้นตอนการออกแบบ การวางแผนเพื่อผลิต หรือแม้กระทั่งเทคนิคการออกแบบ (สุกฤตา หิรัณยขวลิต, 2554)

การออกแบบเป็นการวางแผนสร้างรูปแบบ โดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิตสิ่งของที่ต้องการออกแบบนั้น (วิรุฬห์ ตั้งเจริญ, 2539) ซึ่งการออกแบบที่ได้นั้นเป็นการแสดงการสื่อสาร การนำไปใช้ รวมทั้งความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์ต้องไม่พิจารณาเพียงเฉพาะความงาม แต่จะต้องตระหนักถึงประโยชน์และ รสนิยมตามช่วงเวลาที่ต้องการ (วิรุฬห์ ตั้งเจริญ, 2537)

ดังนั้นผู้วิจัย จึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย โดยการศึกษาข้อมูลต่างๆในการนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมให้มีรูปแบบใหม่ที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนมากขึ้น แสดงถึงภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ผ่านกระบวนการวิจัยและการประเมินความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ยังเป็นการส่งเสริมการขายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก และส่งผลให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาคนในพื้นที่ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดกับสื่ออื่นได้ต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของน้ำปลาร้าปรุงรสตราปลาร้าพารวย ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่
2. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว
3. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนมากขึ้น

ขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

1. กลุ่มสมาชิกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว
2. ผู้จัดการจำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่าย ในเขตจังหวัดสระแก้ว
3. กลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดสระแก้ว

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกจากกลุ่มประชากร จำนวนทั้งสิ้น 115 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการกำหนดรูปแบบคำถาม คือ มีการกำหนดคำถามในการใช้สอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของปลาร้าพารวย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยแบบสอบถามนำไปใช้กับ กลุ่มสมาชิกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย และผู้จัดการจำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่าย ในเขตจังหวัดสระแก้ว ซึ่งแบ่งข้อมูลในการสอบถามดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้า
- ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

แบบประเมินความพึงพอใจ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้งเรื่องของโครงสร้าง กราฟิก การใช้งาน โดยแบบประเมินความพึงพอใจนำไปใช้กับกลุ่มสมาชิกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้จัดการจำหน่าย หรือตัวแทนจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ระดับพึงพอใจในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยจะแบ่งออกเป็นด้าน ดังนี้

1) ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2) ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ 3) ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ 4) ด้านการออกแบบ ความสวยงาม 5) ด้านอื่นๆ ข้อเสนอแนะ

โดยการประเมินในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการแปลความหมายข้อมูล ได้กำหนดเกณฑ์โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของจุดตัด ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 100)

- 4.51 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- 2.51 – 3.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.50 หมายถึง ความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆดังนี้

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว จากการลงพื้นที่ การสอบถามจากผู้ประกอบการ ตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่



การรวบรวมการศึกษาค้นคว้าภาคเอกสารข้อมูลเกี่ยวข้อง กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบศิลป์ของการออกแบบและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมการจากทำแบบถามความพึงพอใจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว ในด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ ด้านการออกแบบ ความสวยงาม และด้านอื่นๆ ข้อเสนอแนะ

การออกแบบพัฒนา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นสินค้าชุมชน ในการปรับปรุงรูปแบบภาพลักษณ์ของตัวบรรจุภัณฑ์เดิม และในตัวสินค้ามีเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดความน่าสนใจและยังเป็นการช่วยในการส่งเสริมการขาย การขยายตัวของสินค้าและตลาด โดยการวิจัยในครั้งนี้จะทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ประกอบไปด้วยดังนี้

1. ออกแบบตราสัญลักษณ์ ตราปลาร้าพารวย จำนวน 1 แบบ
2. ออกแบบฉลากน้ำปลาร้าปรุงรส พร้อมฉลาก จำนวน 1 แบบ
3. ออกแบบฉลากน้ำพริกตาแดง จำนวน 1 แบบ
4. ออกแบบฉลากปลาร้าผงใสแกง จำนวน 1 แบบ
5. ออกแบบฉลากปลาร้าสับสมุนไพร จำนวน 1 แบบ
6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมชุด จำนวน 1 แบบ

การประเมินผลการออกแบบ

ในการวิจัยในครั้งนี้จะทำการประเมินผลความพึงพอใจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว โดยการแบ่งหัวข้อการประเมินเป็นแต่ละด้านคือ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้ ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ ด้านการออกแบบ ความสวยงาม และด้านอื่นๆ ข้อเสนอแนะ จากกลุ่มตัวอย่าง 115 คน ซึ่งประกอบด้วย

1. คุณประภาศิริ วอล์คเกอร์ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จำนวน 1 คน
2. ตัวแทนจำหน่ายในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว จำนวน 12 คน
3. ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก
4. ผู้บริโภคในเขตจังหวัดสระแก้ว จำนวน 100 คน

โดยการประเมินจากต้นแบบของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดมาดำเนินการคำนวณด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

ผลการงานวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การลงพื้นที่สอบถามกับผู้ประกอบการ และตัวแทนจำหน่าย ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์นั้น ได้ผลสรุปที่ว่า รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิมนั้นไม่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน ทั้งในเรื่องของตราสัญลักษณ์ที่มีภาพประกอบที่ไม่โดดเด่น ทั้งในเรื่องคุณภาพที่ไม่คมชัด องค์ประกอบการจัดวางของฉลากสินค้าไม่ทำให้เกิดความน่าจดจำ น่าสนใจ รวมถึงรูปแบบขนาดของฉลากสินค้ามีความแตกต่างกันไปในแต่ละผลิตภัณฑ์ และการเลือกใช้ตัวอักษรที่ไม่มีความทันสมัย ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ในรูปแบบที่แน่ชัด ทำให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความสับสน รวมถึงข้อมูลบนฉลากสินค้าองค์ประกอบต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์นั้นไม่ครบถ้วนตามหลักของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ส่งผลอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดความน่าเชื่อถือได้



ภาพที่ 1 : รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรงรส ตราปลาร้าพรวาย (เดิม)
ที่มา : ภาณุวัฒน์ กาหลิบ (2562)

จากการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการการออกแบบชุดบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 ชุด ในการประเมินและคัดเลือกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรงรส ตราปลาร้าพรวาย ต่อความต้องการเพื่อการพัฒนาต่อยอด โดยการนำต้นแบบให้กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มสมาชิกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้จัดจำหน่าย ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้บริโภค ได้ทำการประเมินความพึงพอใจโดยสรุปผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 : ผลการประเมินความพึงพอใจการคัดเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์

ต้นแบบที่ 1	ต้นแบบที่ 2	ต้นแบบที่ 3
22 (ร้อยละ 19.1)	78 (ร้อยละ 67.8)	15 (ร้อยละ 13)

จากตารางที่ 1 ผลการเลือกผลงานต้นแบบจากกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้ ต้นแบบที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 ต้นแบบที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และ ต้นแบบที่ 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13 รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 115 คน โดยสรุปได้ว่า ต้นแบบที่ 2 มีจำนวนระดับความพึงพอใจและได้รับการเลือกจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด



ภาพที่ 2 : รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย (ใหม่) ต้นแบบที่ 2
ที่มา : ภาณุวัฒน์ กาหลิบ (2562)

ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ต้นแบบที่ 2 ที่รับการประเมินคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่างนั้น เป็นการนำรูปแบบเดิมมาทำการปรับปรุงใหม่ให้มีความทันสมัยและชัดเจนยิ่งขึ้น การสร้างจุดเด่นให้กับองค์กร ให้มีภาพลักษณ์ให้เกิดความน่าสนใจได้ง่ายขึ้น ในแนวคิดที่ว่า “ปลาร้าพารวย” โดยการสร้างตราสัญลักษณ์ เป็นลักษณะของโลโก้แบบมาสคอต (Mascots logo) และการใช้สีสันทันโดยการไล่ระดับสีความเข้มอ่อนให้เกิดมิติ ภาพประกอบต่างๆที่เป็นจุดดึงดูด รวมไปถึงการจัดองค์ประกอบข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

โดยทำการพัฒนาต้นแบบของบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วย 1) ออกแบบตราสัญลักษณ์ จำนวน 1 แบบ 2) ออกแบบฉลากน้ำปลาร้าปรุงรส จำนวน 1 แบบ 3) ออกแบบฉลากน้ำพริกตาแดง จำนวน 1 แบบ 4) ออกแบบฉลากปลาร้าผงใสแฉง จำนวน 1 แบบ 5) ออกแบบฉลากปลาร้าสับสมุนไพร จำนวน 1 แบบ และ 6) ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมชุด จำนวน 1 แบบ ซึ่งสรุปรูปแบบการพัฒนาได้ ดังนี้



ภาพที่ 3 : ตราสัญลักษณ์ปลาร้าพารวย
ที่มา : ภาณุวัฒน์ กาหลิบ (2562)

ตราสัญลักษณ์จะเน้นไปที่การสร้างตัวการ์ตูน สร้างคาแรคเตอร์ที่เป็นตัวแทนแบรนด์สินค้าในการช่วยประชาสัมพันธ์ ซึ่งคาแรคเตอร์ที่สร้างมามีรูปแบบเป็น ปลา ที่เป็นวัตถุดิบหลักในการทำผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้า โดยการตัดทอนในลักษณะกราฟิกตัวการ์ตูนให้น่ารักจดจำได้ง่าย รวมถึงสีที่ใช้คือสีส้มให้ดูสดใสทันสมัย สีทองแสดงถึงความหรูหรา ร้ารวย สีเขียว แสดงถึงความเป็นธรรมชาติ และกรอบกราฟิกประกอบที่นำเอารูปแบบของลวดลายผ้าทออีสาน มาตัดทอนให้มีกลิ่นอายของความเป็นพื้นถิ่นให้มากขึ้น



ภาพที่ 4 : ฉลากน้ำปลาร้าปรุงรส
ที่มา : ภาณุวัฒน์ กาหลิบ (2562)

รูปแบบของฉลากน้ำปลาร้าปรุงรส จะเน้นการจัดวางให้มีความสมัยให้มากขึ้นในเรื่องของการจัดสัดส่วนของข้อมูลต่างๆ รวมถึงการใช้ภาพประกอบภาพถ่ายอาหารในการสื่อสาร ให้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปประกอบอาหารได้สร้างความดึงดูดให้แก่ผู้บริโภค โทนสีที่ใช้คือ สีส้มตาล ซึ่งเป็นสีของตัวผลิตภัณฑ์ปลาร้า โดยการไล่โทนสีให้เกิดมิติสร้างความหรูหราจากความเข้มอ่อนของสี



ภาพที่ 5 : ฉลากสำหรับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดง ปลาร้าผงใส่แกง และปลาร้ารสสมุนไพร
ที่มา : ภาณุวัฒน์ กาหลิบ (2562)

ฉลากสำหรับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดง ปลาร้าผงใส่แกง และปลาร้ารสสมุนไพร จะมีรูปแบบที่เหมือนกัน คือการจัดองค์ประกอบข้อมูลให้เป็นสัดส่วน การใช้ภาพประกอบภาพถ่ายที่เป็นผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิด ซึ่งการแบ่งแยกความแตกต่างของแต่ละผลิตภัณฑ์คือการใช้โทนสีที่ต่างกัน คือ น้ำพริกตาแดงใช้โทนสีแดงแสดงถึงเผ็ดร้อน ปลาร้าผงใส่แกงใช้โทนสีส้มแสดงถึงความเป็นเครื่องแกง และปลาร้ารสสมุนไพรใช้โทนสีเขียว แสดงถึงความธรรมชาติ รวมถึงการสร้างลักษณะความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ คือ แท็กสินค้าที่ใช้สำหรับห้อยที่ฝาของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6 : บรรจุภัณฑ์รวมชุด
ที่มา : ภาณุวัฒน์ กาหลิบ (2562)

บรรจุภัณฑ์รวมชุด เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการรวบรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของน้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย ประกอบด้วย 1) น้ำปลาร้าปรุงรส 2) น้ำพริกตาแดง 3) ปลาร้าผงใส่แกง และ 4) ปลาร้าสับสมนุ้ย จำนวนผลิตภัณฑ์ละ 1 ชิ้น โดยรูปแบบเป็นกล่องบรรจุทรงสูงแสดงให้เห็นถึงความมั่งคั่ง หลากหลาย เหมาะกับการเป็นของขวัญ โดยการนำเอาโทนสีทั้งหมดจากตราสัญลักษณ์และฉลากสินค้ามาใช้ให้สร้างความเป็นเอกภาพขององค์กร และสีขาวให้แสดงถึงความเรียบง่ายของวิถีชาวบ้านในการผลิตสินค้าพื้นถิ่น และแสดงถึงความทันสมัย

ตารางที่ 2 : ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจ จากแบบประเมินผลการออกแบบ

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านความคิดสร้างสรรค์	3.78	0.8747	มาก
2. ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการนำไปใช้	4.01	0.4636	มาก
3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้	4.36	0.5683	มาก
4. ด้านการออกแบบ ความสวยงาม	4.11	0.5508	มาก
ผลรวมทั้ง 4 ด้าน	4.05	0.6623	มาก

จากตารางสรุปผลการประเมินผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (แบบที่ 2) โดยกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า 1) ด้านความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ยรวม 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.8747 มีระดับความพึงพอใจในระดับที่ มาก 2) ด้านหน้าที่ ประโยชน์ ความสะดวกในการ



นำไปใช้ ค่าเฉลี่ยรวม 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.4636 มีระดับความพึงพอใจในระดับที่ มาก 3) ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตจริงได้ ค่าเฉลี่ยรวม 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.5683 มีระดับความพึงพอใจในระดับที่ มาก และ 4) ด้านการออกแบบ ความสวยงาม ค่าเฉลี่ยรวม 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.5508 มีระดับความพึงพอใจในระดับที่ มาก โดยผลรวมทั้ง 4 ด้าน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.6623 มีระดับความพึงพอใจในระดับที่ มาก สรุปได้ว่าการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรสตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว (แบบที่ 2) มีระดับค่าความพึงพอใจในระดับที่ มาก

อภิปรายผล

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว นั้นเป็นการวิจัยในการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสินค้าพื้นบ้านของไทยให้เกิดการพัฒนาและการขยายตัวของตลาด โดยผ่านกระบวนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในมิติศักยภาพ ในการตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมของน้ำปลาร้าปรุงรสตราปลาร้าพารวยนำไปพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ให้เกิดความชัดเจนในการสื่อสาร และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น

จากข้อมูลการหาประเด็นแนวความคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย สรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์เดิมนั้นไม่สามารถสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน มีการจัดองค์ประกอบภาพลักษณ์ที่ไม่มีจุดเด่น ไม่สื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรได้ ผู้วิจัยจึงมีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสมัยและเข้ากับยุคสมัยกับกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้นให้เกิดการสื่อสารและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์รวมถึงองค์การด้วย ในแนวคิด “ปลาร้าพารวย” เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจ และความ เป็นไปได้ต่อการนำไปต่อยอดการพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปผลิตได้จริงต่อไป

ซึ่งผลการประเมินที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 115 คน ผลสรุปได้ว่า ต้นแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำปลาร้าปรุงรส ตราปลาร้าพารวย จังหวัดสระแก้ว ที่ได้รับเลือกนั้นอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจในระดับที่มาก ได้ผลคะแนนค่าเฉลี่ยที่ 4.05

ข้อเสนอแนะ

1. ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรมีการคำนึงถึงการป้องกันและการเก็บรักษาของตัวผลิตภัณฑ์
2. ภาพประกอบที่ในงานออกแบบควรมีความหลากหลายหรือมีความแตกต่างและชัดเจน เพื่อให้เกิดการสื่อสารหรือเกิดแรงกระตุ้นต่อการบริโภค
3. ควรมีรูปแบบของสื่อหรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในการขนส่งสินค้า

เอกสารอ้างอิง

- ประภาศิริ วอล์คเกอร์. ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ปลาร้าพารวย. (20 ตุลาคม 2561). สัมภาษณ์
วีรณ ตั้งเจริญ. (2537). *มนุษย์กับความงาม*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
วีรณ ตั้งเจริญ. (2539). *ศิลปศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
วอเตอร์ ไบรลลี่. (2561). *เปิดประวัติ "ปลาร้า" วัตถุดิบหลักของอาหารอีสาน*. สืบค้น 28 ตุลาคม 2561, จาก <https://waterlibrary.com>
สุกฤตา หิรัญขวลิต. (2554). *กว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ Background of Package*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). *Packaging Design ออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : บอสส์การพิมพ์ จำกัด.
อานนท์ ภาคมาลี. (2555). *ปลาร้า*. สืบค้น 28 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/510692>