



สำนักหอสมุด

อภิธานนาการ

การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์
เพื่อส่งเสริมอาชีพอิสระ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน... 23 ส.ย. 2554
เลขทะเบียน... 1.5523990
เลขเรียกหนังสือ... ป TT

828
ก ๖๘๓
๖๖๔

กันต์กมล วันเขียว

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

มีนาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

PRODUCT AND PACKAGING DESIGN FOR CROCHET DOLLS



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR BACHELOR OF FINE AND APPLY ART**

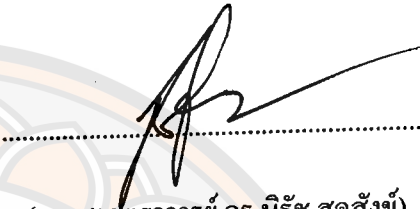
IN PACKAGING DESIGN

MARCH 2011

COPYRIGHT 2011 BY NARESUAN UNIVERSITY

1

อาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบได้พิจารณาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
เรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาลักโครเชต์เพื่อส่งเสริมอาชีพสตรี” แล้วเห็นสมควรรับ
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา ศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



(รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ / อาจารย์ที่ปรึกษา



ประกาศคุณูปการ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เพราะได้รับการอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายท่าน จนศึกษากันคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุตสังข์ อาจารย์ที่ให้คำปรึกษาที่ติดต่อมา ทั้งให้คำแนะนำและถ่ายทอดความรู้ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ที่ให้กำลังใจและแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัยในครั้งนี้ให้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจให้ความรัก เอาใจใส่ สนับสนุนและส่งเสริมแก่ผู้วิจัยในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งการศึกษาวิจัยได้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งอย่างหาที่เปรียบมิได้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมี ผู้วิจัยขอบอบและอุทิศแก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางสาว กันต์กมล วันเขียว

15 มีนาคม 2554

ชื่อเรื่อง	การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เพื่อส่งเสริมอาชีพอิสระ
ผู้เขียน	นางสาวกนกต์กมล วันเขียว
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุกสังข์
ประเภทบทนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ศป.บ. (การออกแบบบรรจุภัณฑ์) มหาวิทยาลัยนเรศวร , 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป การจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์และการบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ จากการศึกษาดังกล่าวจะนำไปสู่แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ โดยใช้วิธีวิจัยแล้วสร้างเป็นกรอบแนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ พบว่า

- 1.พีโอนี่ เป็นผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ในรูปแบบอาชีพอิสระ
- 2.พีโอนี่ ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
- 3.พีโอนี่ ทำการผลิตผลิตภัณฑ์จำหน่าย โดยผลิตในช่วงที่มีเวลาว่างจากการเรียนของผู้ผลิต เพื่อเป็น อาชีพอิสระระหว่างเรียน โดยใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต
- 4.ปัญหาและความต้องการของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์คือ ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้บรรจุหีบห่อ เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นและเป็นที่สะดุดตาและประทับใจจากผู้ซื้อ ด้วยผลิตภัณฑ์เป็นงานฝีมือ ควร อย่างยิ่งที่จะมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

สารบัญ

บทที่

หน้า

1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
แผนการดำเนินการ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ และชุมชนงานวิจัย.....	7
สภาพทั่วไปของพื้นที่อินทิดักโครเซต.....	7
ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาอินทิดักโครเซต ของพื้นที่อินทิดักโครเซต	7
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกรรมวิธี.....	9
ตุ๊กตาอินทิดักโครเซต.....	9
การดักโครเซต.....	16
การตลาดและจัดจำหน่าย	21
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบ	31
ทฤษฎีการออกแบบ.....	31
การออกแบบบรรจุภัณฑ์	44
ความหมาย ประวัติและประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	44
นักออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	57
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	65
สรุปผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	65
3. วิธีดำเนินงานวิจัย	
ขั้นตอนดำเนินงานวิจัย.....	66

สารบัญ(ต่อ)

บทที่

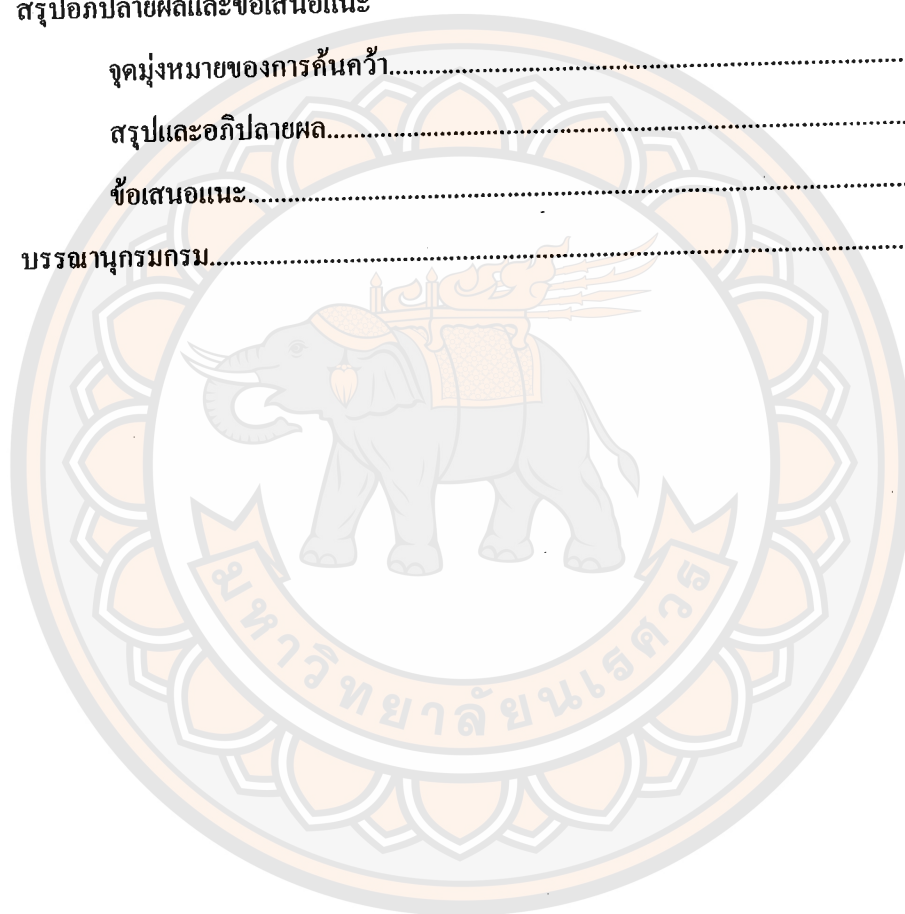
หน้า

4. ผลการวิจัย

บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ.....	68
ขั้นตอนแบบร่าง.....	73
ผลงานที่สร้างสรรค์.....	84

5. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จุดมุ่งหมายของการค้นคว้า.....	87
สรุปและอภิปรายผล.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	91
บรรณานุกรม.....	92



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ตักตักโครเซต.....	8
2.2 ไหมพรมและอุปกรณ์.....	9
2.3 ตัวอย่างการตักโครเซต.....	10
2.4 ผลิตภัณฑ์จากไหมพรม.....	11
2.5 เข็มตักโครเซต.....	12
2.6 การตักโดยใช้ไหมพรม 2 เส้น.....	12
2.7 ไหมพรม.....	13
2.8 ไหมพรมสีพื้นกับไหมพรมสีเหลือบ.....	13
2.9 โยสังเคราะห์.....	13
2.10 เข็มเย็บ.....	14
2.11 ไหมปักจุ่ม.....	14
2.12 ลูกตาตุ๊กตา.....	15
2.13 ผ้าสักหลาด.....	15
2.14 วิธีจับไหมพรม 1.....	16
2.15 วิธีจับไหมพรม 2.....	16
2.16 วิธีจับเข็มโครเซต.....	17
2.17 การเริ่มต้นชิ้นงานแบบกันหอย 1.....	17
2.18 การเริ่มต้นชิ้นงานแบบกันหอย 2.....	18
2.19 การเริ่มต้นชิ้นงานแบบกันหอย 3.....	18
2.20 การตัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 1.....	19
2.21 การตัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 2.....	19
2.22 การตัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 3.....	19
2.23 การตัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 4.....	20
2.24 การตัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 5.....	20
2.25 การตัก X ในแถวต่อไป.....	20
2.26 การตัก V ใช้ในการขยายวงของชิ้นงาน.....	21
2.27 การตัก A ใช้ในการลดขนาดวงของชิ้นงาน.....	21
2.28 ตัวอย่างการใช้จุด.....	37

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.29 ตัวอย่างการใช้เส้น.....	37
2.30 ตัวอย่างเนื้อสี.....	39
2.31 การผสมสีแบบบวก.....	40
2.32 การผสมสีแบบลบ.....	40
2.33 สีปฐมภูมิ Primary Colors.....	41
2.34 สีทุติยภูมิ Secondary Colors.....	41
2.35 สีตติยภูมิ Tertiary Colors.....	41
2.36 ใช้น้ำหนักแสดงแสงเงา.....	42
2.37 น้ำหนักสีต่างๆ.....	42
2.38 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์.....	48
2.39 ตัวอย่างการใช้บรรจุภัณฑ์ในยุคแรกเริ่ม.....	52
2.40 การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืชในท้องถิ่น.....	53
2.41 บรรจุภัณฑ์โลหะ.....	57
2.42 ภาชนะบรรจุ สำหรับผลิตภัณฑ์.....	61
4.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	72
4.2 การออกแบบตราสินค้า.....	73
4.3 ตราสินค้า.....	74
4.4 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์แบบเปลี่ยนชุดได้.....	74
4.5 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ ของมือถือน.....	75
4.6 ฝาปิดด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ ของมือถือน.....	75
4.7 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ ชุดเครื่องเขียน.....	76
4.8 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ หมอนอิง.....	76
4.9 ฝาปิดด้านหน้า บรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ หมอนอิง.....	77
4.10 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ ที่ครอบกล่องทิชชูแบบกลม.....	77
4.11 ฝาปิดด้านหน้า บรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเชต์ ที่ครอบกล่องทิชชูแบบกลม.....	77

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.12 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ กระเป๋าสีเขียว.....	78
4.13 ฝาปิดด้านหน้า บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ กระเป๋าสีเขียว.....	78
4.14 การออกแบบกราฟิกแบบแรก.....	78
4.15 การออกแบบกราฟิกแบบที่ 2	79
4.16 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์แบบมีหูเปลี่ยน.....	79
4.17 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ชุดเครื่องเขียน.....	80
4.18 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของใส่มือถือ.....	80
4.19 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ที่ครอบกล่องทิชชูแบบกลม.....	81
4.20 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์กระเป๋าสีเขียว.....	81
4.21 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมอนอิง.....	82
4.22 สุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว แบบอื่น.....	83
4.23 สุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว แบบนอน.....	83
4.24 สุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว เพศเมีย.....	83
4.25 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมอนอิง.....	84
4.26 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ แบบมีหูเปลี่ยน.....	84
4.27 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ที่ครอบทิชชูแบบกลม.....	85
4.28 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ชุดเครื่องเขียน.....	85
4.29 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของมือถือและกระเป๋าสีเขียว.....	86
4.30 การจัดนิทรรศการ.....	86

สารบัญแผนผังและ ตาราง

แผนผังและตารางที่	หน้า
2.1 ตารางการเทียบการถักไหมพรมกับหัวเข็ม.....	12
2.2 แสดงวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา.....	26
2.3 แสดงขบวนการทำงานออกแบบ.....	33
4.1 แสดงลักษณะของคู่แข่งทางการตลาด.....	70
4.2 แสดง mood & tone.....	72



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงชีวิตของคนเรามีช่วงเวลาที่เราสามารถหาประสบการณ์ดีงามให้กับชีวิตได้มาก เพราะสำหรับเด็กวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ยังไม่มีภาระงานที่ต้องหารายได้เองส่วนใหญ่ยังอยู่กับพ่อแม่จะมีอยู่บ้างที่ทำงานและหาเลี้ยงตนเอง ดังนั้นวัยรุ่นจำนวนมากมีเวลาว่างจากการเรียน การทำงาน ถ้าวัยรุ่นไม่ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในทางที่สร้างสรรค์ ก็จะทำให้เป็นคนขี้เบื่อ ขี้เซียง่าย ๆ เพราะการอยู่เฉย ๆ จะทำให้เราไม่มีความสุขและอาจใช้ความคิดฟุ้งซ่านถูกชักนำไปในทางที่ไม่เหมาะสมได้ง่าย เช่น เสพยาเสพติด เทียวเตร่ใช้จ่ายเงินทองไปในการแต่งตัวเกินความจำเป็นวัยรุ่นจึงควรฝึกฝนตนเองที่จะใช้เวลาว่างทำกิจกรรมต่างที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และผู้อื่นประโยชน์ที่วัยรุ่นจะได้รับจากการทำกิจกรรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ทำให้เรามีความสุข เพราะในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เราได้พัฒนาอารมณ์ เป็นการเสริมสร้างให้เกิดความสุขความสนุกสนาน เพลิดเพลินช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ชีวิต เช่น การไปทัศนศึกษาการท่องเที่ยว การอยู่ค่ายพักแรม การอ่านหนังสือ ศึกษาวรรณกรรมต่างๆการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เสริมคุณค่าของบุคคลและเป็นการฝึกทักษะในการทำงานหรืออยู่ร่วมกับบุคคลอื่นเช่นการทำงานกลุ่มสัมพันธ์ การเล่นเกม ดนตรีลดความเครียด ความวิตกกังวล เสริมความเป็นพลเมืองดี

นอกจากนั้นสำหรับวัยรุ่นแล้วการทำกิจกรรมต่างๆโดยใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ยังเป็นการช่วยตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นซึ่งต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆการยอมรับการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น การพักผ่อนหย่อนใจคลายเครียดช่วยให้วัยรุ่นเติบโตขึ้นพร้อมกันทั้งด้านสติปัญญา ด้านอารมณ์และสังคมช่วยให้มีความรับผิดชอบรู้จักการปรับตัวกิจกรรมยามารู้สึกห่อเหี่ยววัยรุ่นจำนวนมากมักไม่รู้จะทำอะไรในยามว่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาที่เกิดความรู้สึกเซ็ง เบื่อ ซึ่งอาจเกิดจากความผิดหวังบ่อย ๆทำอะไรไม่สำเร็จซึ่งเป็นภาวะที่ทำให้วัยรุ่นไม่อยากทำอะไรในยามนี้วัยรุ่นไม่ควรปล่อยให้ตนเองอยู่ว่าง เพราะจะยิ่งทำให้เกิดความรู้สึกห่อเหี่ยวมากขึ้น ดังนั้น วัยรุ่นควรลงมือทำอะไรก็ได้ที่จะช่วยให้ตนเองเกิดกำลังใจ

กิจกรรมต่อไปนี้เป็นข้อเสนอที่วัยรุ่นสามารถนำไปปฏิบัติได้ตามความพอใจของแต่ละคน แล้วจะพบว่าเวลาว่างที่เคยซึมเศร้ากลับเปลี่ยนเป็นเวลาแห่งความสุขกับกิจกรรมต่าง ๆ เลยทีเดียว

-ฟังเพลงดัง ๆ จะเปิดจากวิทยุหรือเทปบันทึกเสียงก็เลือกตามความพอใจ ถ้าร้องเพลงได้ แกรมเสียงก็ดี ร้องเองหรือจะแค้มป์คลอตามก็ไม่ผิดกติกา ขยับตัวขยับขาตามใจชอบใน สถานการณ์ที่เหมาะสม

-หาวิธีทำอะไรก็ได้ที่ต้องออกแรงขยับตัว แขน ขา เช่นออกไปเดินเล่น วิ่งเหยาะ ถ้ามี ความสามารถทางการเล่นกีฬาอยู่แล้ว ออกไปฝึกฝนให้ความสามารถด้านนี้เพิ่มขึ้น ว่ายน้ำตี แบดมินตัน ปิงปอง ฯลฯ

-หางานอดิเรกทำ ลองสำรวจตนเองว่าเราทำอะไรเป็นบ้างเราชอบทำอะไร เช่น เล่นดนตรี เย็บปักถักร้อย ประดิษฐ์เศษวัสดุการทำอาหาร ขนม เขียนโคลงกลอน เขียนนิยาย

-อ่านหนังสือที่ชอบ อาจจะซื้อมา ยืมมา จากที่เคยสะสมไว้หรือไปที่ห้องสมุดใกล้บ้าน

-ปรับปรุงสภาพแวดล้อม จัดห้องใหม่ เลื่อนโต๊ะ ตู้ ย้ายเก้าอี้จัดตู้เสื้อผ้าให้สะอาด นำสิ่งที่ไม่ได้ใช้ไปทิ้งบ้าง เปลี่ยนบรรยากาศสิ่งแวดล้อมเราเสียใหม่

-ปรับปรุงตัวให้สดชื่น ทำอะไรก็ได้ที่จะทำให้ตนเองดูสวยขึ้นหรือดูดีขึ้น เช่นตัดผม ดูแล รักษาใบหน้าให้สะอาด ล้างมือเล็บเท้าของตนเอง

-ทำความสะอาด ซ่อมแซมสิ่งของเครื่องใช้ให้อยู่ในสภาพที่น่าใช้ซ่อมเสื้อผ้า สอย ข่ายกระโปรง ชัดล้างรองเท้า ปิดฝุ่นกระเป๋ ฯลฯ

-ย้อนรอยอดีต นึกถึงอดีตที่ทำให้เรามีความสุข เช่นนำอัลบั้มที่เคยไปเที่ยวสนุกสนานมา ขึ้นชม คิดถึงความสามารถที่น่าภาคภูมิใจ เคยสอบได้ที่ 1 ร้องเพลงได้ไพเราะ เคยเป็น ดรัมเมเยอร์ของโรงเรียน เคยให้ความช่วยเหลือเพื่อนในการแก้ปัญหา ฯลฯ

-เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม ไปหาเพื่อนเพื่อเล่นเกมสนุก ๆ คลายเครียดติดต่อเพื่อนฝูงที่ ไม่ค่อยได้พบปะ ไปทำบุญที่วัด

-เข้าหาธรรมชาติให้มาก ปลูกต้นไม้ จัดแจกันดอกไม้ซื้อปลาตู้มาเลี้ยง หาลูกสุนัขมา เลี้ยง

-อยู่อย่างสงบบ้าง ถ้าลองทำกิจกรรมต่าง ๆ แล้วยังไม่ได้ผลก็จงนั่งนิ่ง ๆ สงบสติอารมณ์ ใช้ปัญญาไตร่ตรองข้อเท็จจริงอย่าปล่อยให้ตัวเองตกเป็นทาสของอารมณ์ที่ไม่เกิดผลดี ลูกขึ้นแล้ว บอกกับตนเองว่าเราจะไม่ไขคนจมอยู่กับความทุกข์เราจะเป็นคนที่มีความสุขบอกตนเองย้าลงไป ให้จิตได้สำนึกได้รับรู้ด้วย

ดังนั้นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จึงมีแต่ข้อดี แต่ละคนล้วนมีความสนใจในสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป การใช้เวลาว่างของแต่ละคนจึงแตกต่างกันออกไปเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น ดิฉันมีความสนใจในด้าน งานประดิษฐ์ เย็บ ปัก ถัก ร้อย ต่างๆ ดิฉันจึงสนใจที่จะใช้เวลาว่างจาก การเรียนเพื่อศึกษาวิธีการ เคล็ดลับของการประดิษฐ์และสร้างสรรค์งานฝีมือต่างๆรวมทั้งฝึก ทักษะในแต่ละแขนงให้ชำนาญและเกิดเป็นผลงานที่น่าภาคภูมิใจ เพราะเราได้ทำขึ้นเองด้วยฝีมือ

ของเราอีกทั้งยังสามารถ จำหน่ายเพื่อหารายได้เสริมระหว่างเรียน เป็นการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายจากที่บ้านได้อีกส่วนหนึ่ง

งานฝีมือที่ฉันถนัดคือ โครเซต จึงได้ฝึกฝนจนชำนาญและถักออกมาในรูปแบบต่างๆแต่ที่เป็นที่นิยมสำหรับลูกค้ามากที่สุดก็คือตุ๊กตาถักโครเซต ที่มีรูปร่างหน้าตาน่ารัก สีสดใสสวยงาม สามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ เช่น ตุ๊กตาโครเซตสัตว์เลี้ยงเป็นการถักตุ๊กตาที่มาจากรูปร่างหน้าตาของสัตว์เลี้ยงของลูกค้าจริงๆตามที่ลูกค้าต้องการ จึงเป็นที่นิยมและขึ้นชอปปในหมู่บรรดาคนรักสัตว์ และเลี้ยงสัตว์จึงมีผู้สั่งทำเป็นจำนวนมากสิ่งที่เป็นปัญหาคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นขาดบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ไม่เป็นที่สะดุดตา และจดจำต่อลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเซต เพื่อออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะดุดตา เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มรายได้ให้กับ พี่โณนี่ตุ๊กตาถักโครเซต ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และอีกทั้งเป็นการสร้างเอกลักษณ์พี่โณนี่ตุ๊กตาถักโครเซต อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของพี่โณนี่ตุ๊กตาถักโครเซต
2. เพื่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ตุ๊กตาถักโครเซต ของ พี่โณนี่ ผู้ผลิตและจำหน่ายตุ๊กตา

ถักโครเซต

3. กรอบแนวคิดของการวิจัย

ส่วนที่ 1 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบต่างๆ
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
3. ออกแบบกราฟฟิค
4. แกะไขส่วนที่ปักพร้อง
5. ได้บรรจุภัณฑ์สำหรับตุ๊กตาถักโครเซต

ส่วนที่ 2 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. ศึกษาแบบของสุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว
2. กำหนดลักษณะเฉพาะของผลงาน
3. ลงมือปฏิบัติงานในแบบที่กำหนด
4. ได้ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเซต

4.ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโครงการนี้ เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและพัฒนাবรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับตุ๊กตาดักโครเซต ของพีโอเน็ตูกตาดักโครเซต

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตในพื้นที่ของโครงการหมายถึง พีโอเน็ตูกตาดักโครเซต อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

- ประวัติความเป็นมาของพีโอเน็ตูกตาดักโครเซต

- นโยบายทางการตลาดตุ๊กตาดักโครเซต ของพีโอเน็ตูกตาดักโครเซต

2. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดักโครเซตของพีโอเน็ตูกตาดักโครเซตที่

ทำการศึกษาประกอบไปด้วย

หมอนอิงดักบางแก้ว เพศผู้/เมีย

ตุ๊กตาดักบางแก้วแบบยืน มีชุดเปลี่ยน เพศผู้/เมีย

เซตเครื่องเขียนบางแก้วดัก

กระตังใส่เหรียญ บางแก้วดัก

กระเป๋าใส่มือถือบางแก้วดัก

กล่องกระดาษทิชชูแบบกลม

3.ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์

หมอนอิงดักบางแก้ว เพศผู้/เมีย

ตุ๊กตาดักบางแก้วแบบยืน มีชุดเปลี่ยน เพศผู้/เมีย

เซตเครื่องเขียนบางแก้วดัก

กระตังใส่เหรียญ บางแก้วดัก

กระเป๋าใส่มือถือบางแก้วดัก

กล่องกระดาษทิชชูแบบกลม

1 โครงสร้าง 2 กราฟิก

1โครงสร้าง 2 กราฟิก

1โครงสร้าง 1 กราฟิก

1โครงสร้าง 1 กราฟิก

1โครงสร้าง 1 กราฟิก

1 โครงสร้าง 1 กราฟิก

5.แผนการดำเนินการ

โครงการนี้มีกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 เดือน ตั้งแต่ ตุลาคม 2553 – มีนาคม 2554 โดยมีโครงการจะดำเนินงานดังนี้

1. ศึกษาประวัติของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์
2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์
3. ศึกษาตัวผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์
4. ศึกษาตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาพัฒนาโครงการ
5. วางแผนและร่างแผนการดำเนินงาน
6. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
7. ทดสอบและแก้ไขข้อผิดพลาด
8. จัดทำรายงาน

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไป ของสภาพทั่วไปของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์
2. ทำให้ได้ บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์จำนวน 7 โครงสร้าง

10 กราฟิก

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง

วัสดุที่นำมาห่อหุ้มป้องกันตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ให้อยู่ในสภาพดี และเป็นอีกหนึ่งวิธีการที่ใช้จำแนกประเภทของตุ๊กตาถักโครเชต์ พร้อมทั้งเป็นการจัดจำหน่าย และขนส่งเมล็ดกาแฟสดได้ด้วย

2. กราฟิก (Graphic) หมายถึง

การสื่อความหมาย ถึงผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ให้ออกมาในรูปแบบของลวดลาย เส้น สี หรือรูปภาพ ที่ต้องแสดงออกมาและสื่อความหมายให้เข้ากับตัวผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ให้เข้าใจง่าย มองแล้วสามารถรับรู้ได้

3. การออกแบบ (Design) หมายถึง

3.1 การออกแบบด้าน โครงสร้าง ซึ่งต้องใช้เทคนิคในการเลือกใช้ชนิดของวัสดุ การกำหนดขนาด รูปแบบ วิธีการบรรจุ และส่วนประกอบต่างๆ เพื่อให้ภาชนะบรรจุนั้นสามารถทำหน้าที่ในการปกป้องผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอน์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ได้

3.2 การออกแบบด้านกราฟิก คือ การออกแบบที่ให้ผลต่อการส่งเสริมการขาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณภาพของการพิมพ์ การตกแต่งด้านสี สัน รูปภาพ รูปร่าง เพื่อให้ภาชนะบรรจุนั้นมีความสวยงาม ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ นั้นได้เป็นอย่างดี

4. ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมายถึง

ตุ๊กตาที่ถักจากไหมพรมในรูปแบบของการถักโครเชต์ แล้วนำมาประกอบกันเป็นตุ๊กตาชนิดต่างๆตามต้องการ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการค้นคว้าของโครงการพัฒนามรรฐภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ของพีไอนี้ตุ๊กตาถักโครเชต์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ และชุมชนงานวิจัย

1.1 สภาพทั่วไปของพีไอนี้ตุ๊กตาถักโครเชต์

1.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอนี้ตุ๊กตาถักโครเชต์

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกรรมวิธี

2.1 ตุ๊กตาถักโครเชต์

2.2 การถักโครเชต์

2.3 การตลาดและจัดจำหน่าย

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรรฐภัณฑ์ และการออกแบบ

3.1 ทฤษฎีการออกแบบ

3.2 การออกแบบบรรรฐภัณฑ์

3.2.1 ความหมาย ประวัติและประเภทของบรรรฐภัณฑ์

3.2.2 นักออกแบบบรรรฐภัณฑ์

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ และชุมชนงานวิจัย

1.1 สภาพทั่วไปของพีไอนี้ตุ๊กตาถักโครเชต์ ที่ผลิตตุ๊กตาถักโครเชต์ อำเภอเมือง จังหวัด

กำแพงเพชร

ชื่อ นางสาว กันต์กมล วันเขียว

ที่อยู่ 34 หมู่ 4 ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000

ประวัติความเห็นมาพอส่งเขปของพีไอนี้ตุ๊กตาถักโครเชต์

พีไอนี้ตุ๊กตาถักโครเชต์ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความชอบส่วนตัวของผู้ผลิตในด้าน การประดิษฐ์งานฝีมือ จึงได้ลองประดิษฐ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ขึ้นมาโดยทำตามความต้องการของ

ตัวเองคือการถักเป็นของขวัญวันเกิดให้เพื่อน แล้วเห็นว่าหากนำมาจำหน่ายก็น่าจะพอที่จะจำหน่ายได้ จึงเริ่มถักเป็นแบบอื่นๆ แล้วถ่ายรูปเพื่อตรวจสอบความต้องการแล้วความพอใจต่อผู้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ลงบน face book เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ร่วมแสดงความคิดเห็น หรือผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ปรากฏว่าผู้ที่พบเห็นเกิดความประทับใจและชื่นชมในผลงานตุ๊กตาถักโครเซตต่างๆ นั้น

หลังจากนั้นจึงเกิดเป็นความคิดที่จะผลิตเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยเริ่มจากการทำตามสั่งของลูกค้าที่ต้องการ เช่น หากต้องการตุ๊กตาถักโครเซตให้มีรูปร่างหน้าตาคล้ายสัตว์เลี้ยงของตัวเอง ทางลูกค้าก็จะส่งรูปสัตว์เลี้ยงมาให้ ผู้ผลิตก็ก็จะมองถึงความโดดเด่นของสัตว์ตัวนั้น แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นงานถักโครเซตตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น จึงได้คิดชื่อของตราสินค้าขึ้นมา ว่า ฟิโอนี มีความหมายเป็นดอกไม้มงคล (ดอกโบตั๋น) หมายถึงความเจริญงอกงามด้วยทรัพย์และเจริญก้าวหน้า

ดังนั้นผู้ผลิตจึงมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายนั้นมาทำเป็นวิทยานิพนธ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเซต เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าเพื่อเป็นที่จดจำของลูกค้าให้มากขึ้น

1.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเซต ของฟิโอนีตุ๊กตาถักโครเซต (พอสังเขป)

1. ตุ๊กตาถักโครเซต ขนาด 3 นิ้ว (พวงกุญแจ)

70 บาท / 1 ตัว

2. ตุ๊กตาถักโครเซต ขนาด 5 นิ้ว

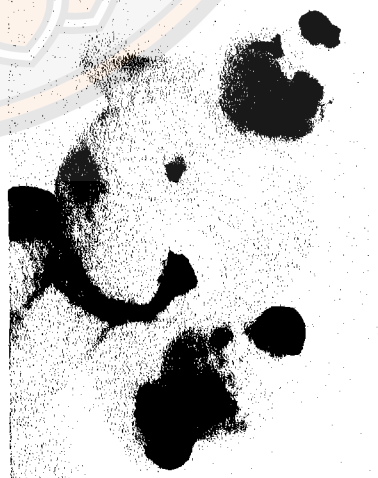
150 บาท / 1 ตัว

3. ตุ๊กตาถักโครเซต ขนาด 8 นิ้ว

200 บาท / 1 ตัว

4. ตุ๊กตาถักโครเซต ขนาด 12 นิ้ว

250 บาท / 1 ตัว



ภาพที่ 2.1 ตุ๊กตาถักโครเซต

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และกรรมวิธี

ข้อมูลทั่วไปโครเซต

การถักโครเซตนับว่าเป็นศาสตร์และศิลป์อย่างหนึ่งที่เกิดจากความประณีตพิถีพิถัน เรียงร้อยเส้นด้ายจนเป็นผลงานที่สวยงามน่าใช้

ประเภทของงานไหมพรม

การเย็บปักถักร้อยเป็นเรื่องที่สาว ๆ หลายคนสนใจกันมากนะคะ ไม่ว่าจะเป็นการถักไหมพรม การเย็บผ้า ประดิษฐ์ของ D.I.Y น่ารักๆต่างไว้ใช้เอง ซึ่งการทำของด้วยตัวของเราเองแบบนี้จะทำให้เรารู้สึกภูมิใจกับของที่เรากำ นอกจากนั้นยังถูกใจเราด้วยเพราะเราออกแบบเองทำเองค่ะ ก่อนอื่นเราจะพาคุณสาว ๆ ไปทำความรู้จักกับประเภทของการถักไหมพรมต่างๆกันก่อนค่ะ แล้วเราค่อยไปออกไอเดียด้วยกันว่าเราจะดัดแปลงไปทำอะไรต่อ....



ภาพที่ 2.2 ไหมพรมและอุปกรณ์

ถักนิตติ้ง

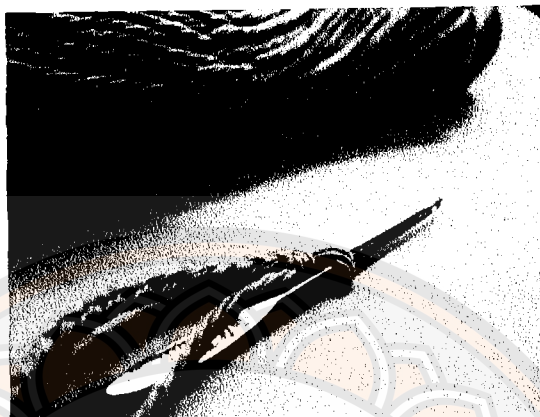
เป็นการถักเส้นไหมด้วยอุปกรณ์ที่เป็นไม้ตรงยาว เรียกว่า ไม้ไนต ปลายด้านหนึ่งแหลม ปลายอีกด้านเป็นตุ้มกลมเพื่อป้องกันห่วงหลุด เวลาถักจะใช้ไม้ไนต 2 อันเกี่ยวไหมไปมา ปัจจุบันมีไม้ไนตวงกลม เป็นไม้ไนตปลายแหลม 2 อัน ขนาดสั้นกว่า และมีเส้นเอ็นเชื่อมระหว่างปลายไม้ไนตทั้งสองเข้าด้วยกัน สามารถถักรอบวงได้ ใช้กับชิ้นงานที่ต้องการให้เป็นวงกลม

เช่น หมวก มีอุปกรณ์อีกชนิดคือ ไม้เซท จำนวน 4 หรือ 5 อัน เป็นไม้ไนตที่มีปลายแหลมทั้งสองด้าน งานถักแต่ละแถวจะได้ระยะความสูงเท่ากับขนาดของไม้ เมื่อถักจบแต่ละแถวต้องพลิกกลับชิ้นงาน งานถักนิตติ้งเหมาะกับเส้นไหมพรม งานถักที่เกิดจากการถักนิตติ้ง สามารถทำเป็นชิ้นงานได้ทุกชนิด เช่น เสื้อ กระโปรง กางเกง กระเป๋า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น

ถักโครเซท

เป็นการถักด้วยอุปกรณ์ที่ด้านหนึ่งเป็นเข็มที่มีหัวเป็นตะขอ เรียกว่า เข็มโครเซท ปัจจุบันทำจากวัสดุหลายชนิด เช่น โลหะ พลาสติก ไม้ การถักเริ่มจากการคล้องด้ายเข้ากับมือข้างหนึ่ง แล้วใช้มืออีกข้างหนึ่งถักด้ายเป็นลวดลาย ความสูงของลายขึ้นอยู่กับจำนวนโตะที่เริ่มต้น เมื่อถักเสร็จแต่ละแถวต้องพลิกกลับ

งานถักโครเชต์ทำได้ทั้งเส้นด้ายขนาดเล็กไปจนถึงเส้นไหมพรมขนาดใหญ่ งานถักที่เกิดจากการถักโครเชต์จะมีความละเอียดอ่อนสวยงาม งานถักที่เกิดจากการถักโครเชต์ สามารถทำเป็นชิ้นงานได้ทุกชนิดมากกว่า เช่น เสื้อ กระโปรง กางเกง กระเป๋า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมเตียง ผ้าคลุมโต๊ะ เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างการถักโครเชต์

อัฟกันนิตติ้ง

เป็นการถักด้วยอุปกรณ์ที่เป็นด้ายยาวเท่าไม้ขีด ปลายด้านหนึ่งเป็นเข็มโครเชต์ ปลายอีกด้านเป็นตุ้ม เรียกว่าไม้อัฟกัน เป็นการถักที่ผสมผสานระหว่างการถักนิตติ้งและการถักโครเชต์ มีลักษณะพิเศษคือเมื่อถักจบแถวไม่จำเป็นต้องพลิกกลับชิ้นงาน สามารถถักถอยหลังขึ้นแถวต่อไปได้ ระยะความสูงของแถวขึ้นอยู่กับไม้ที่ใช้ งานถักอัฟกันนิตติ้งทำได้ทั้งเส้นด้ายและเส้นไหมพรม งานถักที่เกิดจากการถักอัฟกันนิตติ้งจะคล้ายคลึงกับถักนิตติ้ง สามารถทำเป็นชิ้นงานได้ทุกชนิด เช่น เสื้อ กระโปรง กางเกง กระเป๋า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น

ถักแฮร์핀

เป็นการถักด้วยอุปกรณ์ 2 ชิ้น ชิ้นหนึ่งเป็นเหล็กรูปร่างเหมือนตัว U หรือหลักคู่ ใช้เข็มโครเชต์ถักเส้นไหมบนหลักคู่ ขนาดความสูงของแถวขึ้นอยู่กับความห่างของหลัก งานถักที่ได้จะเป็นแถบเส้นตรง แล้วจึงนำมาต่อกันเป็นชิ้นงานที่ต้องการ ต่อกันด้วยการถักโครเชต์ ถักนิตติ้ง หรือใช้เข็มเย็บไหมพรมเย็บต่อกัน เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องการเป็นแถบเส้นตรงจึงมักจะมีการถักโครเชต์หรือถักนิตติ้งเชื่อมต่อหรือถักผสมผสานให้เป็นชิ้นงานที่ต้องการ เช่น เสื้อ กระโปรง ผ้าพันคอ เป็นต้น



ภาพที่ 2.4 ผลิตภัณฑ์จากไหมพรม

มัดมาคราเม่

เป็นการมัดเส้นด้ายวิธีหนึ่ง โดยใช้แผ่นกระดานที่มีตารางเพื่อให้งานมัดมีระยะที่เท่ากันและหลัก
หมุดที่ใช้ปักชิ้นงานเป็นระยะเพื่อตรึงให้งานมัดสะดวกขึ้น เริ่มต้นจากตรึงเส้นนอนบนแผ่น
กระดาน แล้วจึงใช้เส้นยืนมัดต่อลงมาที่ละแถว สามารถมัดจากซ้ายไปขวา หรือจากขวาไปซ้ายก็
ได้

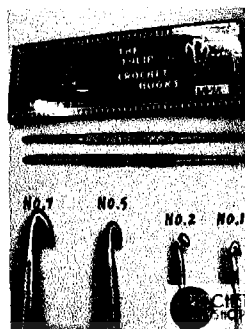
ความสวยงามของมาคราเม่อยู่ที่การมัดแต่ละช่วง งานมัดมาคราเม่ทำได้ทุกวัสดุ ทั้งเส้นด้าย เส้น
ไหมพรม แต่ที่นิยมมากคือเส้นเชือก เนื่องจากเมื่อมัดแล้วจะมีความแข็งแรง รับน้ำหนักได้มาก ใช้
งานได้นาน สามารถทำเป็นชิ้นงานได้หลายรูปแบบ เช่น เสื้อ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เข็มขัด
กระเป๋าสร้อยคอ งานแขวนต้นไม้ เป็นต้น

ดอกเดซี่

เป็นการพันไหมให้เป็นดอกไม้โดยใช้อุปกรณ์ โดยพันเส้นไหมเข้ากับแป้นวงกลมที่มีหลักหมุด
โดยรอบ พันหลายๆ รอบ แล้วจึงใช้เข็มร้อยไหมปักลงที่กึ่งกลางกลีบหรือสานขัดที่โคนกลีบแต่ละ
กลีบ เพื่อตรึงให้แน่นและเป็นการทำลวดลาย จะได้ชิ้นงานที่เป็นเหมือนดอกไม้มีกลีบถี่ๆ โดยรอบ
แล้วจึงนำแต่ละกลีบมาเชื่อมต่อกันเป็นชิ้นงาน ต่อกันด้วยการถักโครเชต์หรือใช้เข็มเย็บไหมพรม
เย็บต่อกัน

งานทำดอกเดซี่ทำได้ทั้งเส้นด้ายและเส้นไหมพรม สามารถทำเป็นชิ้นงานได้หลายรูปแบบ เช่น
ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋า พวงกุญแจ หรือนำดอกเดซี่มาตกแต่งชิ้นงานอื่นๆ เป็นต้น

แนะนำอุปกรณ์สำหรับทำตุ๊กตาถักโครเชต์



ภาพที่ 2.5 เข็มถักโครเชต์

เข็มควัก หรือเข็มถักโครเชต์

เบอร์ที่นิยมใช้กันคือ เบอร์ 1 5 7 สำหรับเบอร์ 5 กับ 7 จะอยู่ในเล่มเดียวกัน เป็นเข็มทอง 2 ด้าน
การเลือกจะใช้เข็มเบอร์ไหนขึ้นอยู่กับขนาดของตุ๊กตาที่จะถัก

เข็มเบอร์จำนวนไหมพรมขนาดตุ๊กตา

- | | | |
|---|--------|--|
| 1 | 1 เส้น | ขนาดเล็ก เช่น พวงกุญแจ ห้อยมือถือ หัวดินสอ |
| 5 | 1 เส้น | ขนาดกลาง เช่น ตุ๊กตาห้อยกระเป๋า หรือตั้งโชว์ สูงประมาณ 8-15 cm |
| 7 | 2 เส้น | ขนาดใหญ่ เช่น ตุ๊กตาดังโชว์ หรือเอาไว้กอด สูงประมาณ 15 cm ขึ้นไป |

ตารางที่ 2.1 ตารางการเทียบการถักไหมพรมกับหัวเข็ม

สำหรับตุ๊กตาแพทเทิร์นเดียวกัน เราสามารถถักให้ได้ขนาดต่างๆกันได้ โดยเลือกใช้เข็มและจำนวนไหมพรมต่างๆกัน



ภาพที่ 2.6 การถักโดยใช้ไหมพรม 2 เส้น

การใช้ไหมพรม 2 เส้น ก็เพียงแค่ดึงปลายอีกด้านออกมาจากกลางม้วน แล้วถักควบ 2 เส้น



ภาพที่ 2.7 ไหมพรม

ไหมพรม

ไหมพรมที่จำหน่ายในไทยมีหลายยี่ห้อ แต่ละยี่ห้อจะมีรหัสสีกำกับ ที่นิยมใช้กันคือ ยี่ห้อvenus eagle ดาหลา นานาว่า ฯลฯ

เปรียบเทียบ venus จะแข็งแรง eagle และ venus จะเส้นเล็กกว่า

ไหมพรมที่ควรใช้ในการถักตุ๊กตาคือแบบ 4ply (เวลาขยี้ออกมาจะมี 4 เส้นเล็ก)



ภาพที่ 2.8 ไหมพรมสีพื้นกับไหมพรมสีเลื้อย

ไหมพรมอาจจำแนกได้อีกแบบตามลักษณะของสีคือ สีพื้น กับ สีเลื้อย



ภาพที่ 2.9 โยสังเคราะห์

โยสังเคราะห์ หรือ โยโพลีเอสเตอร์

ใช้สำหรับยัดตุ๊กตา โยสังเคราะห์ที่ดีจะต้องมีสีขาว สะอาดไม่มีสิ่งสกปรกปะปนสำหรับตุ๊กตาถัก เราจะยัดมากหรือน้อยแล้วแต่ความเหมาะสมส่วนที่ต้องการให้มีความแข็ง เช่น ลำตัว หัว ก็ยัด

มากน้อยส่วนที่ต้องการให้อ่อนหรือตัดได้ก็จะยัดน้อยหน่อย เช่น แขน เราจะยัดใยมามากตรงปลายแขนเพื่อให้ดูป่องๆส่วนที่ติดกับลำตัวจะยัดน้อยๆ เพื่อไม่ให้แขนกางเวลาเย็บประกอบหรือบางส่วนก็ไม่จำเป็นต้องยัดใย เช่น ห หรือ หาง



ภาพที่ 2.10 เข็มเย็บ

เข็มเย็บ ในการทำตุ๊กตาถ้าเราจะถักส่วนประกอบต่างๆแยกจากกัน เช่น หัว ลำตัว แขน ขา จากนั้นจึงนำมาเย็บประกอบกันด้วยเข็มเย็บ โดยใช้ไหมพรมสีเดียวกับส่วนประกอบที่เราจะเย็บ

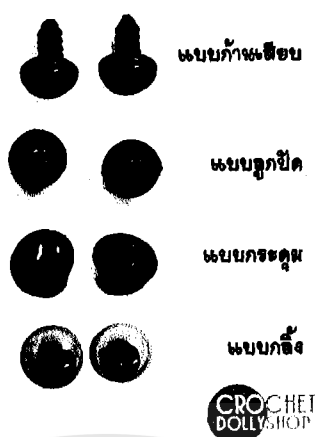
ติด



ภาพที่ 2.11 ไหมปักจุก

ไหมปักจุก

เป็นด้ายมุกมันเส้นเล็กใช้ปักจุกและปากสำหรับตุ๊กตาขนาดเล็ก และกลางจะมีความละเอียด ประณีตการปักใช้เข็มเย็บหรือเข็มสอยก็ได้คะส่วนตัวใหญ่อาจใช้ไหมพรมที่เราถักตุ๊กตาปักแทน โดยใช้เข็มเย็บในการปัก



ภาพที่ 2.12 ลูกตาตุ๊กตา

มีมากมายหลายแบบ และหลายขนาด สามารถเลือกใช้ได้ตามความชอบสำหรับตุ๊กตาตัวเล็ก ที่นิยมใช้กันคือแบบลูกบิด เวลาเย็บประกอบก็ใช้ไหมพรมสีเดียวกับหัวเย็บติดส่วนตุ๊กตาตัวใหญ่ มักใช้แบบกระดุมหรือก้นเหยียบเพราะหากใช้แบบลูกบิดจะดูตาโปนถลนออกมา และเห็นไหมพรมที่ใช้เย็บชัดเจนส่วนแบบกลิ้งใช้กาว UHU แบบหลอดติดค่ะสำหรับตุ๊กตาตัวใหญ่มากๆอาจใช้ไหมพรมถัก หรือผ้ากำมะหยี่แทน



ภาพที่ 2.13 ผ้าสักหลาด

ผ้าสักหลาด

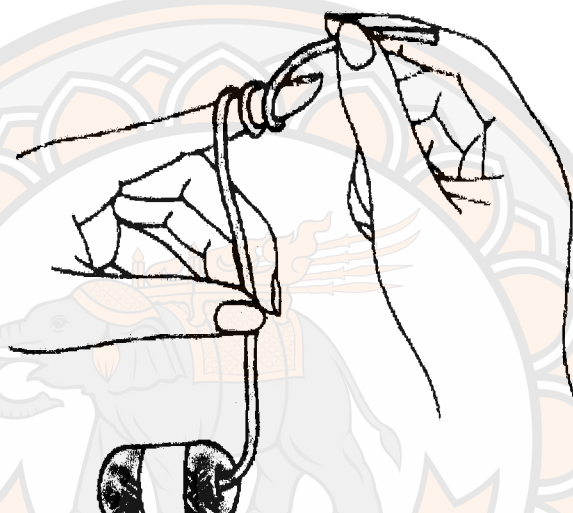
ใช้ตกแต่ง หรือใช้ประดิษฐ์แทนส่วนประกอบต่าง เช่น ตา หมวก ชุดตุ๊กตาผ้าสักหลาดนั้นเป็นคนละชนิดกับผ้ากำมะหยี่ค่ะโดยเนื้อผ้าจะแตกต่างกันผ้ากำมะหยี่จะเงา และนิ่มกว่าผ้าสักหลาด โดยทั่วไปนิยมใช้ผ้าสักหลาดมาประดิษฐ์เป็นตุ๊กตาการประกอบก็ใช้กาว UHU แบบหลอดติดกับไหมพรมได้เลย

*เครดิตภาพจาก crochet dollyshop

พื้นฐานการถักโครเชต์

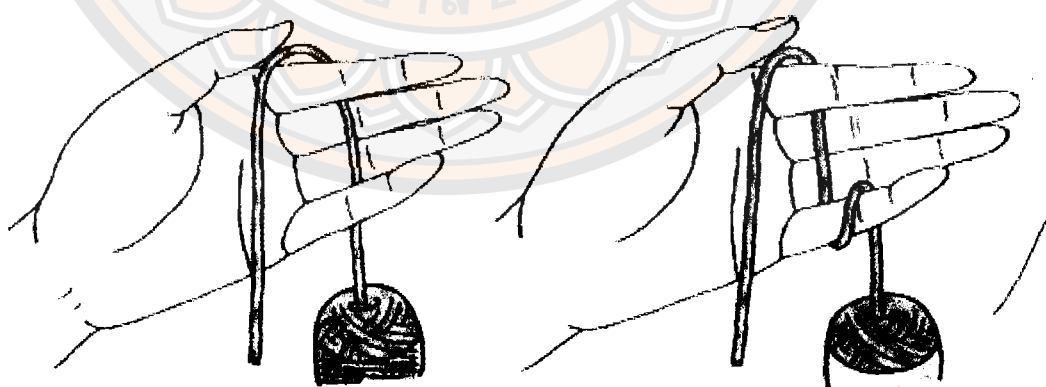
พื้นฐานและสัญลักษณ์การถักตุ๊กตาโครเชต์เบื้องต้น

การถักตุ๊กตา 1 ตัวเราจะถักแยกชิ้นส่วน เช่น หัว ลำตัว แขน ขา หู แล้วค่อยนำมาเย็บประกอบ
ติดกันค่ะ
มาเริ่มตั้งแต่การจับไหมพรมและเริ่มถักกันเลยนะคะ



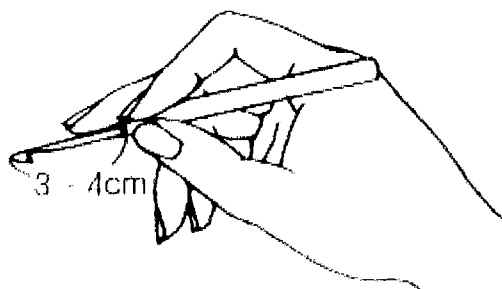
ภาพที่ 2.14 วิธีจับไหมพรม 1

จับไหมพรมแบบนี้มือข้างที่ไม่ถนัด ไม่ต้องพันแน่นจนเลือดคั่ง

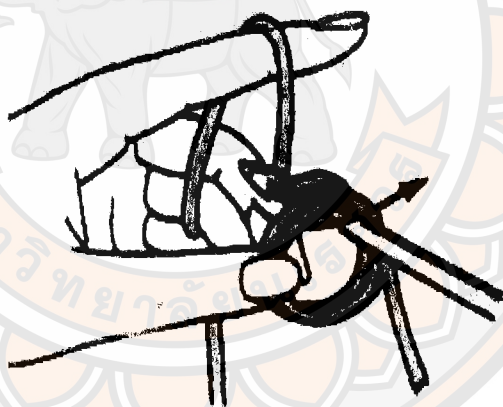


ภาพที่ 2.15 วิธีจับไหมพรม 2

บางคนก็ชอบจับแบบนี้ค่ะ เพราะจะปล่อยไหมได้เร็ว เขาเป็นว่าจับตามถนัดก็แล้วกันค่ะ

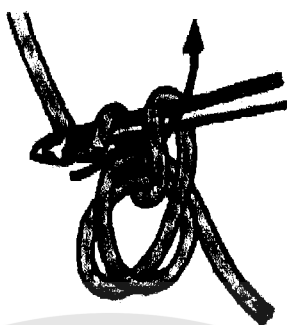


ภาพที่ 2.16 วิธีจับเข็มโครเซต
จับเข็มถักโครเซตด้วยมือข้างที่ถนัด



ภาพที่ 2.17 การเริ่มต้นขึ้นงานแบบกันหอย 1

(การเริ่มต้นขึ้นงานมี 2 แบบ คือ แบบกันหอย และแบบโซ ส่วนใหญ่จะใช้แบบกันหอยค่ะ)
จับไหมพรมเป็นห่วง 1 หรือ 2 ห่วง สอดเข็มเข้าไปในห่วงแล้วเกี่ยวไหมพรมขึ้นมา



ภาพที่ 2.18 การเริ่มต้นขึ้นงานแบบกันหอย 2
เกี่ยวไหมพรมดึงผ่านห่วงที่คล้องเข็มอีกครั้ง



ภาพที่ 2.19 การเริ่มต้นขึ้นงานแบบกันหอย 3
เสร็จสิ้นการเริ่มต้นขึ้นงาน

ต่อมาเราจะถัดตามสัญลักษณ์ในแพทเทิร์น

สัญลักษณ์ที่คนไทยนิยมใช้กันมี 3 ตัวคือ X V A

ไม่น่าเชื่อว่าสัญลักษณ์แค่ 3 ตัวนี้แหละค่ะ จะสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดงานถักน่ารักๆ

มากมาย

เริ่มแถวแรกด้วยการถัก X เสมอ



ภาพที่ 2.20 การถัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 1



ภาพที่ 2.21 การถัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 2

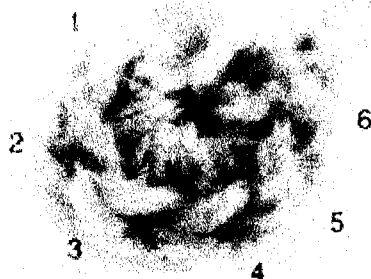
เกี่ยวไหมพรมตึงผ่านห่วงทั้ง 2 นับเป็น 1X

ถัก X ซ้ำไปเรื่อยๆตามจำนวนที่บอกในแพทเทิร์น ปกติแถวแรกจะถัก 6X ค่ะ
 แต่ถ้าเป็นชิ้นส่วนเล็กๆอาจถัก 4X หรือ 5X



ภาพที่ 2.22 การถัก X ให้สอดเข็มเข้าไปในห่วง 3

เมื่อถักแถวแรกครบแล้ว ให้ดึงปลายไหมพรมที่เราเริ่มต้นถัก เพื่อให้ห่วงรัดติดกัน
 ดึงให้ห่วงปิดสนิทเลยนะค่ะ มิฉะนั้นหัวตุ๊กตาจะมีรูข้างบน = =! (ถ้าดึงไม่ได้แสดงว่าถักผิดค่ะ)



ภาพที่ 2.23 การฉีก X ให้สอดเข็มเข้าไปในช่อง 4

ลองเช็คว่าฉีกครบตามแพทเทิร์นหรือไม่ เช่นฉีก 6X จะต้องมี 6 ไช

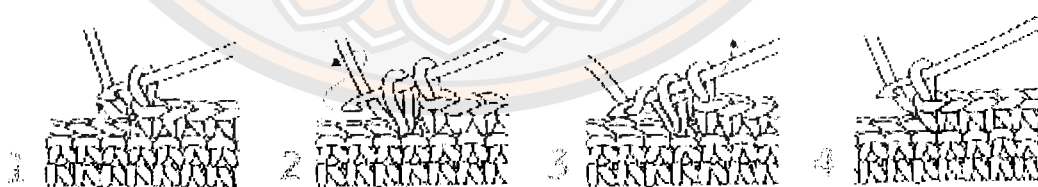


ภาพที่ 2.24 การฉีก X ให้สอดเข็มเข้าไปในช่อง 5

หลังจากฉีกแถวแรกเสร็จทุกครั้งจะต้องมีการปิดงาน (ปิดงานเฉพาะแถวแรกกับแถวสุดท้าย)

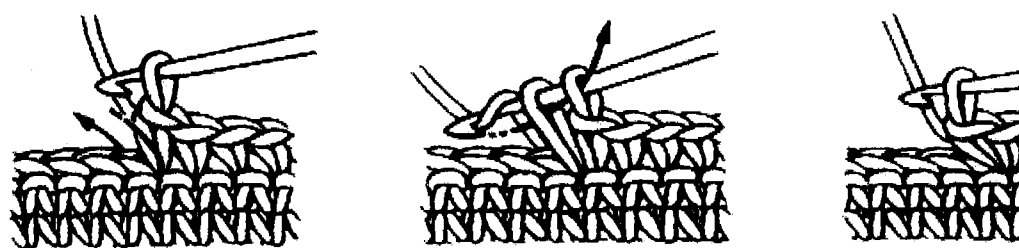
โดยสอดเข็มเข้าไปในไชแรกเกี่ยวไหมพรมดึงผ่านห่วงบนเข็ม

เท่านี้ก็เสร็จเรียบร้อยสำหรับแถวแรก

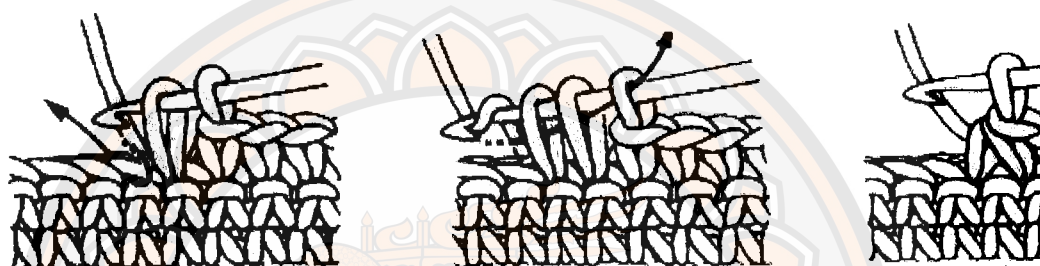


ภาพที่ 2.25 การฉีก X ในแถวต่อไป

ฉีกเหมือนแถวแรก แต่สอดเข็มเข้าไปในไชของแถวก่อนหน้าแทนการสอดเข้าไปในช่อง



ภาพที่ 2.26 การถัก V ใช้ในการขยายวงของชิ้นงาน
การถัก V ก็คือการถัก X ในไซเดียวกัน 2 ครั้งนั่นเอง



ภาพที่ 2.27 การถัก A ใช้ในการลดขนาดวงของชิ้นงาน
ให้สอดเข็มเข้าไปในไซ เกี่ยวไหมพรมขึ้นมา เหมือนการถัก X
จากนั้นก็สอดเข็มในไซถัดไปเกี่ยวไหมพรมขึ้นมาอีก ตอนนี้มี 3 ห่วงอยู่บนเข็ม
เกี่ยวไหมพรมอีกครั้ง แล้วดึงผ่านห่วงทั้ง 3

TIP ในการถักไม่จำเป็นต้องดึงแน่นจนเกินไป มิฉะนั้นเวลาถักแถวต่อไปจะสอดเข็มลำบาก

2.3 การตลาดและจัดจำหน่าย

1. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ หรือ product life cycle แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์และตลาดมีวิวัฒนาการอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่หนึ่งเคลื่อนไปตามวงจร ความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์นั้นก็จะเปลี่ยนไปด้วย ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นที่จะต้องบริหารกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตช่วงต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องทำเงินให้คุ้มกับต้นทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

นั้นๆ และยังคงเพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ซึ่งจะออกมาทดแทนผลิตภัณฑ์เก่านั้น ด้วย ความท้าทายอยู่ที่ว่าจะทำอย่างไร จึงจะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด โดยใช้ต้นทุน น้อยที่สุดภายใต้วงจรชีวิตที่ผันแปรไปของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

ทุกผลิตภัณฑ์มีวงจรชีวิตของตัวเองวงจรชีวิตดังกล่าวอาจแบ่งได้เป็น 4 ช่วงคือ

1. ช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการแนะนำสู่ตลาด
2. ช่วงเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นช่วงที่มีผลิตภัณฑ์ออกมาในตลาดมาก ทั้งจากบริษัทและจากคู่แข่ง
3. ช่วงอิ่มตัว เป็นช่วงที่ปริมาณผลิตภัณฑ์ในตลาดเริ่มอิ่มตัว การพัฒนาและการปรุงแต่ง ผลิตภัณฑ์เริ่มถึงทางตัน และเกิดขึ้นน้อยครั้งลง และ
4. ช่วงถดถอย เป็นช่วงที่ปริมาณของผลิตภัณฑ์ในตลาดลดลง ซึ่งอาจเป็นเพราะมีผลิตภัณฑ์ ใหม่ และทันสมัยกว่าออกมาแย่งลูกค้าหรือมีสินค้าทดแทนที่ทำให้ลูกค้าไม่สนใจใช้ผลิตภัณฑ์นั้น อีกต่อไป

เป็นที่ชัดเจนว่า วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์เป็น สิ่งที่จะต้องนำมาพิจารณา ในการวางแผน ยุทธศาสตร์และแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ แนวคิดดั้งเดิมมีอยู่ว่า ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทมีวงจร ชีวิตที่จำกัด ซึ่งหมายความว่า ในที่สุดผลิตภัณฑ์ตัวนั้นจะต้องถูกแทนที่และหายไปจากตลาด แต่ ยังมีแนวคิดอีกแนวคิดหนึ่งซึ่งเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์ที่สามารถจะอยู่ยั่งยืนและไม่หายไป แต่จะกลาย ตัวไปเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นที่ทันสมัยมากขึ้น เช่นวิวัฒนาการของเครื่องพิมพ์ดีดมาเป็นเครื่อง คอมพิวเตอร์ จุดสำคัญอยู่ที่ว่า ต้องสามารถคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะยืดอายุวงจรของ ผลิตภัณฑ์และตลาดไว้ให้นานที่สุด

2. แผนภูมิการเติบโต จะทำให้เราสามารถแยกแยะสินค้าหลายๆ ชนิดของบริษัท โดย เปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าแต่ละชนิด สินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงในตลาดที่มีอัตราการเติบโตช้า จะทำรายได้จากการผลิต ได้มาก ในทางกลับกัน การผลิตสินค้าที่เรามีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อย ควรที่จะได้รับการ พิจารณาอย่างรอบคอบว่า ควรจะผลิตต่อไปหรือไม่ สำหรับบริษัทที่มีสินค้าหลากหลาย การนำ แผนภูมิการเติบโต-ส่วนแบ่งการตลาดไปใช้ จะช่วยให้บริษัทสามารถประเมิน และพิจารณาการ ถ่วงดุลสินค้าแต่ละชนิดของบริษัท เพื่อดูว่าสินค้าตัวใดควรจะเน้นในการพัฒนา ลงทุนเพิ่มเติม หรือสินค้าตัวใดควรจะตัดจากสายการผลิต เพื่อที่จะกำหนดกลยุทธ์ในกลุ่มสินค้าที่เรามีอยู่ เรา ต้องทราบว่าการตลาดที่เราทำธุรกิจอยู่ หรือตลาดที่เราต้องการทำธุรกิจมีความน่าสนใจเพียงไร มี ความเป็นไปได้น้อยมากที่เราจะโชคดีเจอตลาดที่เพียบพร้อม มีคู่แข่งน้อย มีอัตราการเติบโตสูง และผลกำไรตอบแทนสูงพร้อมๆ กัน อย่างไรก็ตาม เราจะเน้นตลาดที่น่าสนใจ ที่สามารถให้ ทรัพยากรที่เรา มีอยู่และความพยายามให้คุ้มค่าที่สุด การแบ่งเขตการตลาดไม่ใช่สิ่งที่ย่าง เพราะ

ขึ้นอยู่กับขอบเขตการพิจารณาหลายอย่าง อย่างไรก็ตาม ตามหลักการแล้วเราต้องการที่จะเป็นผู้นำในตลาดสินค้าของเราเสมอ โดยที่ตลาดควรจะมีขนาดใหญ่พอ มีการเติบโตสูง และมีอัตราผลตอบแทนที่ดี เพราะถ้าตลาดมีการแข่งขันสูง การตั้งราคาเพื่อให้มีผลตอบแทนที่เหมาะสมก็อาจจะเป็นสิ่งที่ยาก แผนภูมิการเติบโต-ส่วนแบ่งการตลาด เป็นหลักความคิดที่แบ่งสินค้าในกลุ่มสินค้าออกเป็น 4 ประเภทคือ 1. ดวงดาว 2. วัวนม 3. เด็กมีปัญหา และ 4. สุนัข หลักการจัดแบ่งสินค้านี้ขึ้นอยู่กับ อัตราการเติบโตของตลาดและส่วนแบ่งการตลาดของสินค้านั้นๆ แผนภูมิการเติบโต-ส่วนแบ่งการตลาด จะทำให้เราสามารถวิเคราะห์ได้ว่า สินค้าชนิดใดทำเงินให้แก่บริษัท และสินค้าชนิดใดที่ควรที่จะเลิกผลิต

3. แรงกระทบทั้ง 5 สภาวะแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัท การวางแผนกลยุทธ์จะไม่ประสบความสำเร็จหากปราศจากการวิเคราะห์ สภาวะแวดล้อม ความรุนแรงของการแข่งขัน และอุตสาหกรรมหรือตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์แรงกระทบทั้ง 5 จะช่วยให้เข้าใจถึงโครงสร้าง แนวโน้มหลัก และแรงกระทำต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในอุตสาหกรรมหรือตลาดเป้าหมาย ช่วยให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและคู่แข่ง เห็นภาพแนวโน้มและภัยคุกคามในอุตสาหกรรม และทราบว่าอุตสาหกรรมกำลังจะโตขึ้นหรือถดถอยลง แรงกระทบทั้ง 5 ที่กล่าวถึงคือ 1. ผู้ขายวัตถุดิบ 2. ผู้ซื้อสินค้า 3. ผู้แข่งขันรายใหม่ 4. สินค้าทดแทน และ 5. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยปกติถ้าแรงกระทบทั้ง 5 มีค่าต่ำ แสดงว่าอุตสาหกรรมนั้นน่าสนใจลงทุน ในทางกลับกัน ถ้าแรงทั้ง 5 มีค่าสูง แสดงว่าอุตสาหกรรมนั้นมีการแข่งขันสูงมีความเสี่ยงสูงไม่น่าลงทุน

4. ผลិតภัณฑ์ ส่วนผสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ หมายถึง แนวคิดที่ว่าผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้อย่างไร การตลาดไม่ได้หมายถึงการขายสินค้าที่ผลิต แต่หมายถึงการทราบว่า จะผลิตสินค้าอะไร ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา บริษัทควรมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือขยายชนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้บริษัทคู่แข่งเข้าทำในตลาดส่วนนี้ได้ ด้วยวิธีการปรับปรุงหรือขยายสินค้าชนิดนี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการและเกิดการซื้อซ้ำ และมีความจงรักภักดีในยี่ห้อของสินค้านั้นๆ เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่า ลูกค้าจะซื้อสินค้าจากบริษัทแทนที่จะซื้อจากคู่แข่ง จะต้องทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่ง และดีกว่าคู่แข่ง โดยการประชาสัมพันธ์ถึงลักษณะเด่นที่ชัดเจนของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจต่อสินค้าของบริษัท และเกิดการยอมรับถึงความแตกต่างของสินค้าเมื่อเทียบกับของคู่แข่ง ประโยชน์ของสินค้าที่แตกต่างนี้ ควรจะสามารถสื่อสารได้ และควรจะต้องสนองต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของลูกค้าคือ การมองเห็น การได้ยิน กลิ่น รสชาติ และสามารถจับต้องได้ หรือ

สามารถอธิบายและจดจำได้ง่ายซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะต้องสามารถก่อให้เกิดรายได้และป้องกัน การเลียนแบบจากคู่แข่งได้เป็นอย่างดีด้วย

5. กลยุทธ์ราคา การกำหนดราคาขายที่ถูกต้องสำหรับสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ ที่มี ผลกระทบโดยตรงต่อรายได้และผลกำไรของบริษัท ผลกำไรคือ ผลต่างระหว่างต้นทุนในการผลิต สินค้า (ซึ่งได้รวมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องไว้ทั้งหมด) กับราคาขายของสินค้า (ราคาขายของสินค้า- ต้นทุนการผลิต) หลายบริษัทใช้ต้นทุนกลยุทธ์ทางราคาในแบบต้นทุนบวก (ต้นทุน + กำไรที่ ต้องการ) แต่อย่างไรก็ตาม การใช้ระบบการคิดเช่นนี้จะเกิดความผิดพลาดได้ เนื่องจากในความเป็นจริงแล้ว ราคามีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงมากกว่าที่จะหยุดนิ่งอยู่กับที่ การเปลี่ยนแปลง ของราคาสินค้าจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในยอดขายแทบจะทุกครั้งไป ปกติครั้งราคาสินค้า แพงขึ้น มักเป็นสาเหตุให้ความต้องการซื้อสินค้าลดน้อยลง ในขณะที่ราคาสินค้าลดลงสามารถ ช่วยให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นได้ การตอบสนองของลักษณะนี้จะช่วยให้สามารถนำกฎการเคลื่อนไหวของ ราคามาเป็นประโยชน์ และจะช่วยอธิบายว่า จะนำความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ส่วนผสมทาง การตลาดด้านราคามาช่วยในการสร้างผลกำไรสูงสุดจากการขายได้อย่างไร

6. ช่องทางการจำหน่าย ในเรื่องของช่องทางการจำหน่าย ยังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ อย่างหนึ่งในส่วนผสมทางการตลาด ยังมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องยอดขายและการกระจาย สินค้าออกสู่ตลาด การเลือกสถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม เป็นหนึ่งในหลักการ แข่งขันที่จะทำให้บริษัทสามารถเอาชนะคู่แข่งที่ไม่สามารถบริหารช่องทางการจำหน่ายที่ดีได้ ใน การที่จะทำความเข้าใจในเรื่องของการเลือกช่องทางการจำหน่าย แบ่งเป็น 3 หัวข้อหลักที่เกี่ยวข้อง คือ 1). การขายและช่องทางการตลาด ทุกบริษัทจะต้องมีแผนการจำหน่ายซึ่งระบุถึงยอดหรือเป้า ของสินค้าที่จะถูกจำหน่ายออกไปในแต่ละช่องทางการจำหน่าย 2). การกระจายสินค้า เป็น กระบวนการในการนำสินค้าออกสู่ตลาดไปสู่ผู้บริโภค และยังรวมการไหลของข้อมูลที่เป็นในการ บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 3). การบริการลูกค้าคือ ทุกๆ ด้านของ ความสัมพันธ์ที่บริษัทมีต่อลูกค้า รวมไปถึงความสม่ำเสมอของช่วงเวลาในการส่งสินค้า การ สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และการมีสินค้าส่งมอบได้อย่างตรงเวลาและสม่ำเสมอ

7. การส่งเสริมการขายและบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมทางการขายคือ การติดต่อสื่อสาร ระหว่างบริษัทกับลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายที่อาจจะเป็นลูกค้าในอนาคต ถึงความต้องการใน สินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนี้เอง จะทำให้ ภาพลักษณ์ของสินค้า ตราสินค้า หรือแม้แต่ตัวบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้า และ นำไปสู่การเพิ่มยอดขายและการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่สินค้า ความคิดริเริ่มใน ด้านสินค้า ราคา และสถานที่จัดจำหน่าย ซึ่งเป็นส่วนประกอบอื่น ในส่วนผสมทางการตลาด นอกเหนือจากการส่งเสริมทางการตลาด ก็จำเป็นจะต้องส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อให้สอดคล้อง



กับจุดหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัท ช่องทางการส่งเสริมการขาย มี 3 ช่องทางคือ การโฆษณาทาง
ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมในการขาย

15523990

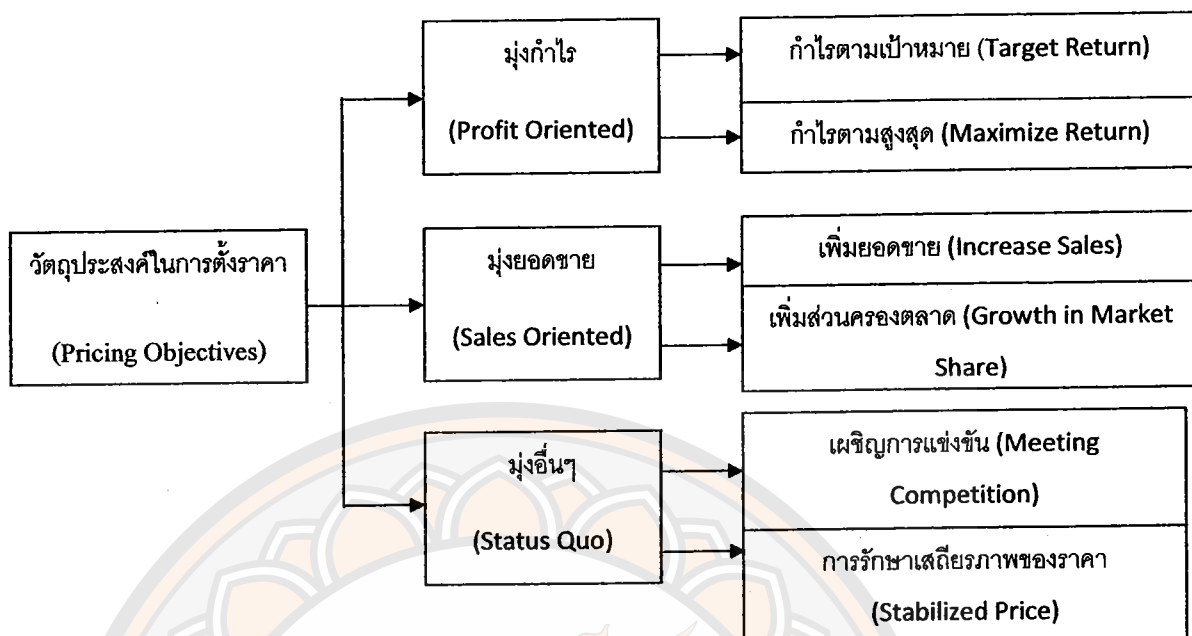
8. การวิเคราะห์งบกระแสเงินสด กระแสเงินสดมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง **สำนักหอสมุด**
หลายคนคงสงสัยว่า เพราะเหตุใดธุรกิจมีกำไรแต่ไม่มีสภาพคล่องเลย เป็นเพราะกำไรเป็นเพียง **ป**
ตัวเลขทางบัญชี แต่ในความเป็นจริง บริษัทต้องใช้เงินสดในการชำระค่าสินค้าแม้กระทั่งเงินเดือน **TT**
พนักงาน การวิเคราะห์งบกระแสเงินสด ทำให้ทราบถึงการได้มาและใช้ไปของเงินสด และยังช่วย **82๐**
อธิบายให้เห็นภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับธุรกิจ โดยจะมีการนำปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระแสเงินสด **กข๙๙ ก**
 อาทิเช่น ค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้จ่ายออกไปในรูปของเงินสดจริง ค่าเสื่อมราคา และการเปลี่ยนแปลงใน **25๙4.**
เงินทุนหมุนเวียนของบริษัทเข้ามาพิจารณา ปัจจัยสำคัญที่ใช้วัดความเข้มแข็งทางการเงิน ได้แก่
ยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร และกระแสเงินสด ซึ่งตัวกระแสเงินสดนี้จะส่งผลทันทีต่อ
กิจการ เมื่อกิจการเริ่มมีปัญหาทางการเงิน ในฐานะเจ้าของกิจการ หากพบว่าเริ่มมีการผิดเคื่อง
ของกระแสเงินสดอาจเป็นสัญญาณเตือนว่าธุรกิจกำลังมีปัญหา

9. การลดต้นทุน การลดต้นทุนยังคงเป็นสิ่งสำคัญของทุกองค์กร นักธุรกิจจำนวนมาก
มักกล่าวว่า "ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ คือการทำให้ต้นทุนลดลงอย่างต่อเนื่อง" นั่นเป็น
เพราะว่า การเพิ่มรายได้ด้วยการเพิ่มยอดขายเป็นเรื่องยาก ต้องใช้เวลานาน และเป็นสิ่งที่เราไม่
สามารถจะควบคุมได้ ในขณะที่การลดต้นทุนอาจช่วยทำให้องค์กรที่ไม่มีผลกำไรกลับมามีกำไร
อีกครั้ง ถึงแม้ว่ารายได้จะคงเดิมก็ตาม ซึ่งสามารถทำได้โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่แล้วใน
องค์กรมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และการลดต้นทุนก็เป็นรากฐานที่สำคัญของทุกธุรกิจ
การกำหนดราคา ราคา คือ

สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา มี 2 ลักษณะคือ

ราคาเป็นมูลค่า (Value) ของสินค้าและบริการต้องนำมาเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ
จำนวนเงินและ (หรือ) สิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ

วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Pricing Objectives)



แผนผังที่ 2.2 แสดงวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา

หลักการตลาด P-4 (Marketing Mix)

การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4P กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จักและเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P (Product Price Place Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยน ทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้นก็ไม่ใช่เพราะ กลุ่มผู้ผลิต สามารถ ค่อยๆปรับกลยุทธ์จนได้ ส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมที่สุด (4P อาจจะเรียกว่า marketing mix) มีดังนี้

1. Product

ก็คือสินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว Product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เช่นต้องการน้ำผลไม้ที่ สะอาด สด ในบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด โดยไม่สนรสชาติ เราก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่เราชอบหวานก็จะพยายามใส่น้ำตาลเข้าไป แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

1.1 สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้า

สามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและ ลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติ

พิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะ เป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

1.2 สินค้าที่มีราคาต่ำนั้นคือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่นสินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพไม่ดี นักพอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆ หรือ สินค้าที่เลียนแบบแบบ รนด์ต่างๆ ในซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ จริงๆ แล้วสำหรับนักธุรกิจมือ ใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่างมากกว่า การเป็นสินค้าราคาถูกเพราะ หากเป็นด้านการผลิตแล้วราย ใหญ่ จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ ราคาถูกก่อน แล้วค่อยๆ หาดตลาดที่ราย ใหญ่ไม่สนใจ

2. Price

ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่าง เดียวเพราะการลดราคาสินค้า อาจจะได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่นยังไม่ได้รับการ แก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่นหากเราขายน้ำผลไม้ที่จตุจักร ราคาอาจจะต้องถูกหน่อย แต่หากขายที่สยาม หากตั้ง ราคาถูก ไปเช่น 10 บาท กลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้อาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่ง มีน้อยกว่า และไม่คุ้ม ที่จะขายแบบนี้ในสยาม ยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณ์สินค้าไม่เข้า กัน ลูกค้าก็จะเกิดความข้องใจและอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาเป็นตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของ สินค้าที่สำคัญที่สุด อย่างไรก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้ว ราคาที่เราต้องการ อาจ ไม่ได้คิดอะไรลึกซึ้งขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลข ซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาง่ายต่างๆ ดังนี้

2.1 กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่ง อาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม

2.2 กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจน เราจะมีกำไรน้อยดังนั้นหาก เรา คิด ที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราจะต้องมานั่งคิด คำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควร เป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำไร ตามที่ตั้งเป้า แล้วมา หาทางลดต้นทุนลง

2.3 กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ ให้เข้ากับราคาดังนั้น

3. Place

คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆแห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคือ อะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่นของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้สิ่งที่เราควรคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่นการขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะกระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ท่าเล ซึ่งก็ควรเลือกที่ ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน อย่าง มานูญครองกับ สยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไปและลักษณะสินค้าและ ราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทั้งที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ท่านควรขายที่ใดก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า

4. Promotion

คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่นโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่นการทำการลดราคาประจำปี หากจะพูดในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงิน จะมากหรือน้อยก็ ขึ้นกับ ช่องทางที่เราจะใช้ ที่จะดีและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี สื่ออื่นๆที่ถูกๆ ก็จะเป็นพวก ใบปลิว ไปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็จะมีรถแห่ วิทย์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีในการเลือกสื่อนอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่าย แล้วควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่นหากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่ โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต (เพราะฟรี) ก็อาจจะเลือก เว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่น ไม่ใช่เว็บที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ของแผนการตลาด

กลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับองค์กรเพราะองค์กรใช้กลยุทธ์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตน โดยกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรจะถูกกำหนดตามธรรมชาติและลักษณะขององค์กรนั้น ๆ ทั้งนี้องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นต้องรู้สถานภาพหรือสภาวะขององค์กรของตนเสียก่อน

นอกจากนี้ยังต้องมีกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับตนเอง วิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์สภาวะขององค์กรและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์มีหลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้ คือกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย SWOT เป็นคำย่อมาจากคำว่า Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats โดย

Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นปัญหาต่อองค์กร บางครั้งการจำแนกโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

จุดแข็งและจุดอ่อน เป็นสิ่งที่ปรากฏในกิจการของเราเป็นปัจจัยภายในกิจการเราเอง เราสามารถควบคุมได้ การเปลี่ยนไปของปัจจัยภายในเราสามารถควบคุมได้ เช่น ชื่อเสียงของธุรกิจ ทำเลที่ตั้ง สถานภาพทางการเงิน ความสามารถของผู้บริหาร ถ้าเป็นข้อดีคือจุดแข็งข้อเสียคืออุปสรรค ซึ่งเวลาเขียนจะต้องแสดงจุดแข็งให้เห็นเด่นชัดจุดอ่อนที่มีแนวทางป้องกันได้ โดยไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายกับกิจการมากนักแต่ถ้าเป็น ปัจจัยภายนอก เราไม่สามารถควบคุมได้ เช่น คู่แข่ง การเมืองและกฎหมาย กระแสแฟชั่นสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ข้อดีเราเรียกว่าโอกาส ส่วนข้อเสียเราเรียกว่า อุปสรรค

สำหรับ สภาพแวดล้อมภายนอกนั้นผู้ประกอบการ สามารถตรวจสอบก่อนลงมือเขียนแผนธุรกิจได้โดยตรวจสอบสภาพแวดล้อมโดยรวมทั่วไปก่อนกล่าวคือ สิ่งที่กระทบโดยตรงต่อกิจการ เช่นรัฐบาล ชุมชนผู้ส่งวัตถุดิบให้กิจการ, คู่แข่งขัน, ลูกค้า, เจ้าหนี้, ลูกจ้าง, สมาคมการค้า

สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ประกอบด้วย ฝ่ายต่าง ๆ ในสังคมที่มีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมตนและองค์การ ถ้าสิ่งแวดล้อมเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปก็จะมีผลทำให้คนและองค์การเปลี่ยนแปลงไปด้วย เป็นสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่องค์การธุรกิจจะต้องติดตามและปรับตัวให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อการอยู่รอด และเจริญก้าวหน้าขององค์การต่อไป สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ ได้แก่

1.1 สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย สำหรับกฎหมายจะมีบทบาทต่อธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมนั้น เริ่มตั้งแต่เราได้มีการตัดสินใจว่า จะประกอบธุรกิจอะไร ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม ต้องศึกษารายละเอียดของกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ซึ่งสำนักงานกฎหมาย จะมีนักกฎหมายสามารถให้คำแนะนำชี้แนะให้ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดย่อมทราบถึงรายละเอียดในการที่จะประกอบธุรกิจประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขออนุญาตจัดตั้งและการดำเนินการรวมทั้ง การวางแผนทางด้านภาษีอากรตลอดจน การขอสิทธิและประโยชน์ตามกฎหมาย เป็นต้นว่า การขอเครื่องหมายการค้า (Trademark) ลิขสิทธิ์ (Copyright) สิทธิบัตร (Patent) การทำธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องนั้นก็จะต้องมีการทำสัญญาโดยทั่วไปแล้วจะมีพระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับกับการทำธุรกรรมธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมเช่น

- พระราชบัญญัติกำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522
- พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2533

สรุปได้ว่าบทบาทของกฎหมายนั้น มีต่อธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมนั้น ได้เริ่มต้นตั้งแต่ก่อนการจัดตั้งธุรกิจ ระหว่างธุรกิจกำลังดำเนินอยู่จนกระทั่งธุรกิจนั้นปิดกิจการลง

1.2 สภาพแวดล้อมทางการเมือง เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ไม่ว่าจะเปลี่ยนรัฐบาลหรือการเปลี่ยนแปลงระบบการเมืองใหม่ ย่อมมีผลกระทบต่อธุรกิจ รัฐบาลแต่ละรัฐบาลย่อมกำหนดนโยบายที่แตกต่างกันไป บางรัฐบาลอาจนโยบายสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อม ผลกระทบย่อมเกิดกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล ยิ่งถ้ามีการเปลี่ยนระบบการเมือง การปกครอง จากระบบประชาธิปไตยมาเป็นเผด็จการ ธุรกิจเอกชนอาจถึงกับถูกยึดเป็นของรัฐหรือต้องล้มเลิกกิจการไป

3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบ

3.1 ทฤษฎีการออกแบบ

การออกแบบ (Design) คือศาสตร์แห่งความคิด การแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้งานได้อย่างน่าพึงพอใจ คราวนี้ประเด็นอยู่ที่คำว่า " พึงพอใจ " ความพึงพอใจนั้นมองหลัก ๆ มีอยู่ทั้งหมด 3 ประเด็นสำคัญคือ

1. ความสวยงาม (Aesthetics)

เป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อน มนุษย์เราแต่ละคนต่างมีการรับรู้เรื่องความสวยงามและความพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน ความงามจึงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมาก และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใด ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความแน่ชัดลงไป แต่เชื่อว่างานที่มีการจัดองค์ประกอบที่ดี คนส่วนใหญ่ก็จะมองว่าสวยงามได้เหมือน ๆ กัน

2. มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function)

การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดีนั้นเป็นเรื่องสำคัญมากในงานออกแบบทุกประเภท เช่น ถ้าเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เก้าอี้ เก้าอี้มันจะต้องนั่งสบาย ถ้าเป็นบ้าน บ้านนั้นจะต้องอยู่แล้วไม่รู้สึกอึดอัด ถ้าเป็นงานกราฟิกสื่อสิ่งพิมพ์ ตัวหนังสือที่อยู่ในงาน จะต้องอ่านง่าย ไม่ต้องถึงขั้นเพ่งสายตาถึงจะเรียกได้ว่าเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้ เป็นต้น

3. มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดี (Concept)

แนวความคิดในการออกแบบที่ดีนั้นคือ หนทางความคิดที่ทำให้งานออกแบบที่ได้ ตอบสนองต่อความรู้สึกพอใจ ชื่นชม เรื่องนี้บางคนให้ความสำคัญมาก บางคนให้ความสำคัญน้อย บางคน

ไม่ให้ความสำคัญ ให้แค่ 2 ข้อแรกก็พอ แต่เชื่อใหม่ว่างานออกแบบ บางครั้งจะมีคุณค่า (Value) มากขึ้น ถ้าได้ออกแบบงานจากแนวความคิดที่ดี

ความคิดสร้างสรรค์

โดยแท้จริงแล้ว ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่หาคำนิยามที่สมบูรณ์ ร้อยเปอร์เซ็นต์แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย เพราะแต่ละคนก็มีความคิดแต่ละแบบ แต่ละสไตล์หลากหลายกันไป แต่มีนิยามที่พอจะใช้อธิบายความหมายได้ครอบคลุมก็คือ "การผนวกส่วนของความคิดเล็ก ๆ ภายในใจประยุกต์ใช้แก้ไขปัญหา แก้ไขโจทย์และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีอยู่โดยมีรูปแบบค่อนข้างใหม่ไม่ซ้ำกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว และมีคุณค่าในการตอบโจทย์เป้าหมาย หรือสิ่งที่เราต้องการได้เป็นอย่างดี ความคิดสร้างสรรค์พอจะแบ่งเป็นเกณฑ์ เป็นระดับได้ ดังนี้

1. คิดแบบค้นพบ (Discovery)

เป็นการคิดที่ได้ไอเดียใหม่ (Original Idea) หรือทฤษฎีใหม่ เช่น การค้นพบทฤษฎีแรงดึงดูดของโลกของ เซอร์ไอแซค นิวตัน หรือทฤษฎีสมมูลยภาพของ จอห์น แนช ซึ่งเป็นเรื่องยากที่คนทั่วไปจะคิดได้

2. คิดเชิงนวัตกรรม (Innovative)

เป็นการคิดประยุกต์ที่นำหลักการทางวิทยาศาสตร์มาผนวกให้เกินคุณค่าในการแก้ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น การประดิษฐ์ทีวีขึ้นมา โดยนำหลักการเดินทางของคลื่นมาประยุกต์เป็นสิ่งประดิษฐ์

3. คิดเชิงสังเคราะห์ใหม่ (Synthesis)

เป็นความคิดที่นำสิ่งที่มีอยู่เดิมมารวบรวม หรือ "ยำ" ให้เกิดความคิดที่สร้างเป็นสิ่งใหม่ขึ้นมา

4. คิดแบบดัดแปลง (Mutation)

เป็นการนำปัญหาที่มีอยู่มาผนวกกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน แล้วเกิดการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติของสิ่งที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปร่าง รูปทรง เช่น ความคิดที่จะนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้านมาพกติดตัว เลยปรับขนาดกลายมาเป็นพ็อกเก็ตพีซี (Pocket PC) ในปัจจุบัน

ในการออกแบบนั้น เราจะใช้ความคิดในข้อที่ 3 และข้อที่ 4 มากที่สุด โดยความคิดที่ว่านี้ เราจะใช้ในการคิดและผลิตงานออกแบบออกมาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เราจึงต้องมีเกณฑ์หรือบรรทัดฐาน (Criteria) ในงานออกแบบขึ้นมาเพื่อเป็นตัววัด ตัวตัดสินใจได้ว่า งานไหนเป็นงานที่ไม่ดี งานไหนเป็นงานที่ดี บรรทัดฐานในงานออกแบบมีหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่

1. การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

เป็นข้อสำคัญมากในการออกแบบทั้งหมด ในงานออกแบบกราฟิกนั้น ประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลกับงานที่เราออกแบบ เช่น งานออกแบบหนังสือ ต้องอ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ไม่ว้าง เกะกะกันไปหมด หรืองานออกแบบเว็บไซต์ ก็จะสวยอย่างไร แต่ถ้าโหลตั่ว ทำให้ผู้ใช้งานต้องรอนาน ก็ไม่นับว่าเป็นงานออกแบบเว็บไซต์ที่ดีหรืองานออกแบบซีดีรอม ถ้าปุ่มที่มีไว้สำหรับกดไปยังส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหา นั้นวางเรียงอย่างกระจัดกระจาย ทุกครั้งที่ผู้ใช้งานจะใช้ก็ต้องกวาดตามองหาอยู่ตลอด อย่างนี้ก็เรียกว่า เป็นการออกแบบที่ไม่สนองต่อประโยชน์ใช้สอยเป็นงานออกแบบไม่ดี ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกในการออกแบบเสมอ

2. ความสวยงามพึงพอใจ Aesthetic

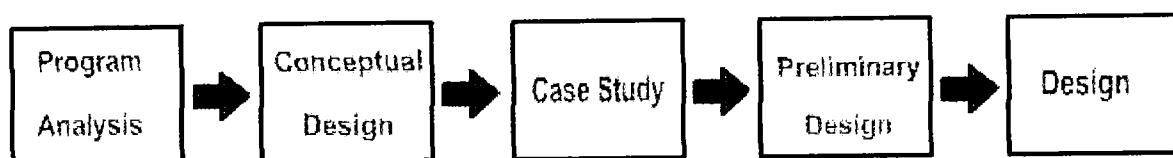
ในงานที่มีประโยชน์ใช้สอยดีพอ ๆ กัน ความงามจะเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของงานโดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก ซึ่งถือเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่น อย่างงานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ฯลฯ ความสวยงามจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีอิทธิพลในงานออกแบบกราฟิกอย่างมาก ส่วนจะอย่างไรให้ออกมาสวยงามเป็นที่น่าพึงพอใจ บทเรียนนี้จะมีคำตอบให้คุณ โปรดติดตามต่อไป

3. การสื่อความหมาย Meaning

อย่างที่ได้อธิบายมาแล้วในบทนำว่า งานศิลปะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อมันสื่อความหมายออกมาได้ งานกราฟิกก็คืองานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบหรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป

ขอบนการทำงานออกแบบ

ขอบนการทำงานในการออกแบบนั้นครอบคลุมตั้งแต่เริ่มมีโจทย์ มีปัญหาเข้ามาให้เราได้รับรู้ ให้เราได้แก้ไข จนไปถึงสิ้นสุดตอนส่งงาน



แผนผังที่ 2.3 แสดงขอบนการทำงานออกแบบ

1. วิเคราะห์โจทย์ ที่มีมาให้แก้ไข (Program Analysis)

จุดเริ่มต้นของงานออกแบบคือ ปัญหา ... มีปัญหา มีโจทย์ จึงมีการออกแบบแก้ไขโจทย์ที่ว่่านั้นมีความยากง่ายต่างกันแล้วแต่ชนิดของงาน แต่โจทย์ไม่มีทางออกแบบได้ ถ้าปราศจากการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง การวิเคราะห์หลัก ๆ สำหรับโจทย์งานกราฟิกมักจะเป็นดังนี้

what เราจะทำงานอะไร ? กำหนดเป้าหมายของงานที่จะทำ ซึ่งเป็นเรื่องเบื้องต้นในการออกแบบที่เราจะต้องรู้ก่อนว่า จะกำหนดให้งานของเราบอกอะไร (Inform) เช่น เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ บอกทฤษฎี หรือหลักการเพื่อความบันเทิง เป็นต้น

where งานของเราจะนำไปใช้ที่ไหน ? เช่น งานออกแบบผนังร้านหนังสือที่สยามสแควร์ที่เต็มไปด้วยร้านค้าแหล่งวัยรุ่น คงต้องมีสีสันดูโดดเด่นมากกว่าร้านแถวสีลม ซึ่งสถานที่ในเขตคนทำงาน ซึ่งมีอายุมากขึ้น

who ใครคือคนที่มาใช้งาน ? หรือกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมาย (User Target Group) เป็นเรื่องสำคัญที่สุดในการวิเคราะห์โจทย์เพื่อการออกแบบ เพราะผู้ใช้งานเป้าหมายอาจเป็นตัวกำหนดแนวความคิดและรูปลักษณะของงานออกแบบได้ เช่น งานออกแบบโปสเตอร์สำหรับผู้ใหญ่ เราต้องออกแบบโดยใช้สีจำนวนไม่มากไม่ดูฉูด และต้องใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ รวมถึงจัดวางอย่างเรียบง่ายมากกว่าผู้ใช้ในวัยอื่น ๆ

How แล้วจะทำงานชิ้นนี้อย่างไร ? การคิดวิเคราะห์ในขั้นสุดท้ายนี้อาจจะยากสักหน่อย แต่เป็นการคิดที่รวบรวมการวิเคราะห์ที่มีมาทั้งหมดกลั่นออกมาเป็นแนวทาง

2. สร้างแนวคิดหลักในการออกแบบให้ได้ (Conceptual Design)

งานที่ดีต้องมีแนวความคิด (Concept) แต่ไม่ได้หมายความว่างานที่ไม่มีแนวความคิดจะเป็นงานที่ไม่ดีเสมอไป งานบางงานไม่ได้มีแนวความคิด แต่เป็นงานออกแบบที่ตอบสนองต่อกฎเกณฑ์การออกแบบ (Design Criteria) ที่มีอยู่ก็เป็นงานที่ดีได้เช่นกัน เพียงแต่ถ้าเราลองเอางานที่ดีมาวางเทียบกัน 2 ชิ้น เราอาจจะไม่รู้ลึกถึงความแตกต่างอะไรมากมายนักในตอนแรก แต่เมื่อเรารู้ว่า งานชิ้นที่หนึ่งมีแนวความคิดที่ดี ในขณะที่อีกชิ้นหนึ่งไม่มี งานชิ้นที่มีแนวความคิดจะดูมีคุณค่าสูงขึ้นจนเราเกิดความรู้สึกแตกต่าง

3. ศึกษากรณีตัวอย่างที่มีอยู่แล้ว (Case Study)

การศึกษากรณีตัวอย่างเป็นการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบในงานของเรา สำหรับผมการทำกรณีศึกษานับเป็นเรื่องสำคัญมากทีเดียวใน

งานออกแบบ เพราะเปรียบเสมือนตัวชี้แนะหนทางในการออกแบบหรือแก้ไขปัญหามาของเราได้ แต่จรรยาวัธว่าอย่าไปติดกับรูปแบบที่ชื่นชอบมากเพราะ อาจจะทำให้เราติดกับกรอบความคิด ติดกับภาพที่เห็นจนบางครั้งไม่สามารถสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ออกมาได้ ซึ่งการติดรูปแบบหรือภาพมากเกินไปนี้เอง มันจะขึ้นซ้ำมาสู่งานของเรา จนกลายเป็นการตบแบบหรือลอกแบบชาวบ้านมานั่นเอง

4. ออกแบบร่าง (Preliminary Design)

การออกแบบร่างเป็นเรื่องสำคัญที่หลายคนมักมองข้าม การออกแบบร่างคือ การออกแบบร่างเอาแนวความคิดที่เราคิดออกมาตีความเป็นแบบ ซึ่งส่วนใหญ่เวลาทำงานเรามักจะสเก็ตงานด้วยมือออกมาเป็นแบบร่างก่อน (สเก็ตด้วยมือไม่ได้สวยอะไรมาก ให้เราเข้าใจคนเดียวหรือเพื่อนที่ร่วมงานกับเราเข้าใจก็พอ) เพราะการสเก็ตจากมือคือการถ่ายทอดสิ่งที่อยู่ในสมองของเรา สิ่งที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรม ความคิดออกมาจากสมองกลายเป็นสิ่งที่เห็นได้จับต้องได้บนกระดาษ แล้วจับไอ้ที่เราสเก็ต หรือแบบร่างนั้นแหละ ไปทำต่อ โดยนำไปออกแบบในโปรแกรมที่ตนถนัด ไม่ว่าจะเป็น Photoshop, Illustrator หรือ Freehand ฯลฯ ซึ่งก็แล้วแต่คนออกแบบแต่ละคน

5. ออกแบบจริง (Design)

ออกแบบจริงจากแบบร่างที่มีอยู่ จากแบบร่างทั้งหมดที่เราคัดเลือกแล้ว คราวนี้แหละที่เราต้องเลือกเอามาออกแบบในโปรแกรมที่เราถนัด ซึ่งขั้นตอนนี้คงจะไม่บอกว่าทำอะไรเพราะเป็นเรื่องต่อไปที่ได้ศึกษากัน

สิ่งสำคัญที่สุดของงานศิลปะ โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิกคือ การสื่อความหมายสื่อสิ่งที่นักออกแบบคิดหรือพยายามถ่ายทอดออกมาได้ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์หรือเจตนาที่ตั้งขึ้นมา ใครก็ตามที่ตัดสินคุณค่าของงานออกแบบเพียงแค่ว่า "สวย" และ "ไม่สวย" เป็นตัวกำหนดงานว่า "ดี" และ "ไม่ดี" ใครคนนั้นกำลังคิดผิด เพราะคุณค่าของงานออกแบบที่ดี ไม่ได้มองกันที่ความสวยงาม (Aesthetic) เพียงอย่างเดียว ความสวยงามเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานเท่านั้น (ซึ่งเป็นส่วนที่ไม่มีเกณฑ์การตัดสินที่แน่นอนด้วยซ้ำ เพราะเกณฑ์การตัดสินเรื่องความสวยงามขึ้นอยู่กับความรู้สึกของแต่ละคน)

ในการสื่อความหมายนี้เองที่ผู้สร้างงานถือว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้เจตนาว่าคืออะไร อาจจะไม่ต้องรู้สึก (แต่การรู้สึกจะทำให้ออกแบบได้ตรงตามเจตนามากขึ้น) แต่แค่รู้จักก็พอ

เพราะการรู้จักโจทย์ของตัวงานทำให้เรามีเกณฑ์ในการตัดสินใจงานออกแบบในด้านการสื่อความหมายขึ้นในใจ ยกตัวอย่าง เช่น รู้ว่าร้านซักผ้าที่ดีควรมีภาพลักษณ์ของความสะอาด คราวนี้เราลองมาอยู่ในฐานะ ผู้ออกแบบกันดูบ้าง เพื่อเรียนรู้ หลักในการออกแบบงานกราฟิก เพื่อให้งานสื่อความหมาย ตามที่โจทย์ต้องการ

หลักสำคัญในการออกแบบภาพให้สื่อความหมายนั้นเราจะต้องจับประเด็นสำคัญของโจทย์ หรือตีโจทย์ที่เราให้ออกมาให้ได้ก่อน อาจจะใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นจุดกำเนิดในการคิดก่อน ลองพูดออกมาเรื่อยๆ และเขียนเก็บไว้จากนั้นค่อยเอาที่เขียนเก็บไว้มาลองพิจารณาสร้างความคิด เชื่อมโยงแบบอุปมาอุปไมย (Metaphor) ซึ่งอาจทำให้เราเห็นภาพคร่าว ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไปได้

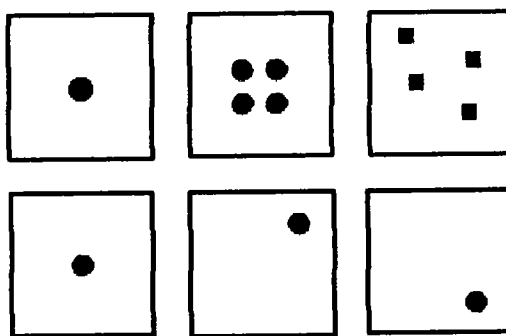
ในการออกแบบ การสื่อความหมายเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรข้ามไป การสื่อความหมายที่ดีต้องตอบสนองแนวความคิดที่เราวางกันไว้แต่ต้นในการออกแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Art) การสื่อความหมายเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เช่น โปสเตอร์ร้านอาหารญี่ปุ่น ถ้าออกแบบให้คนเห็นแล้วนึกถึงและอยากทานอาหารญี่ปุ่นในร้านได้ รับรองว่างานออกแบบชิ้นนั้นประสบความสำเร็จไปกว่าครึ่งแล้ว ถึงอาจจะไม่สวยเท่าไรนักก็ตาม งานออกแบบจึงเป็นศิลปะที่สื่อสารกันระหว่างมนุษย์ (Commercial Art) เช่น สื่อสารระหว่างเจ้าของร้านที่ต้องการให้คนเข้ามาทานอาหารกัน คนทั่วไปที่อยากทานอาหาร หรือจะเป็นระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับลูกค้า เป็นต้น

องค์ประกอบพื้นฐานของการออกแบบ : Basic Design Elements

ภาพใด ๆ ล้วนแต่มีองค์ประกอบอยู่ภายในทั้งสิ้น โดยองค์ประกอบที่อยู่รวมกันเป็นภาพ จะมี องค์ประกอบพื้นฐาน ซึ่งได้แก่ จุด เส้น และ ระนาบ ดังนั้นต่อไปนี้จะเรามองภาพวิเคราะห์ องค์ประกอบที่อยู่ข้างใน

จุด (Dot)

จุดเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดเล็ก โดยมีขนาดความกว้าง และความยาวใกล้เคียงกัน จุดมีคุณสมบัติเด่นในการจัดวางทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจได้ดี



ภาพที่ 2.28 ตัวอย่างการใช้จุด

คุณสมบัติของจุด

เรียกร้องความสนใจของสายตาได้ดี

บอกและกำหนดตำแหน่งในภาพ

การวางจุด 2 จุด เราจะได้พื้นที่ระหว่างจุดที่ให้ความรู้สึกดึงดูดระหว่างกัน
เส้น line

เส้นเป็นองค์ประกอบที่มีขนาดยาว เกิดจากการนำจุดมาเคลื่อนที่หรือนำมาวางเรียงต่อกัน
กัน เส้นมีคุณสมบัติเด่นในการนำสายตา เป็นแนวแบ่งภาพ

คุณสมบัติของเส้น

เส้นมีความยาวมากกว่าความกว้างและความหนาอย่างเห็นได้ชัดจึงทำให้เกิดความรู้สึกไปทางด้านยาวด้านเดียว

นำสายตากำหนดทิศทางและความต่อเนื่อง

แบ่งซอยภาพ



ภาพที่ 2.29 ตัวอย่างการใช้เส้น

ความรู้สึก อารมณ์ของเส้นต่าง ๆ ในภาพ

เส้นตรง ให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นระเบียบ

เส้นนอน ให้ความสงบ นิ่ง เรียบร้อย

เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว ความไม่หยุดนิ่ง พลังขับเคลื่อน

เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกถึงความไม่เป็นระเบียบ การไม่อยู่ในกรอบ

ความอิสระ หรือความสับสนวุ่นวายได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเส้นจะหักมากน้อยแค่ไหน

เส้นเล็กและบาง ให้ความรู้สึกเบาและเฉียบคม ในขณะที่เส้นหนาให้

ความหนักแน่นในการนำเสนอ

ระนาบ

ระนาบ เป็นองค์ประกอบที่เกิดจากเส้นที่ขยายตัว หรือกลุ่มของจุดเกิดความกว้าง ความยาว เป็นองค์ประกอบที่เป็น 2 มิติ ระนาบมีอิทธิพลในภาพเป็นอย่างมาก เพราะมักจะครองพื้นที่โดยรวมของภาพเอาไว้

เมื่ออยู่ในภาพตัวระนาบที่เราเมื่อมีอยู่จะมีรูปร่าง (Shape) ต่างกันออกไปรูปร่างแต่ละชนิดก็มีความหมายและให้ความรู้สึกต่าง ๆ กัน ยกตัวอย่างระนาบรูปร่างต่าง ๆ ที่เรามักพบเห็นได้แก่

สี color

สีเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการออกแบบ สีมีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมายที่เด่นชัด และกระตุ้นต่อการรับรู้ของคนเราได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้เรื่องของสียังเป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบ เพื่อความสวยงาม สื่อความหมาย งานบางชิ้นที่ออกแบบมาดี แต่ถ้าใช้สีไม่เป็น อาจทำให้งานทั้งหมดที่ทำมาพังได้ง่าย ๆ ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องรู้จักสี และเลือกใช้สีให้เป็น

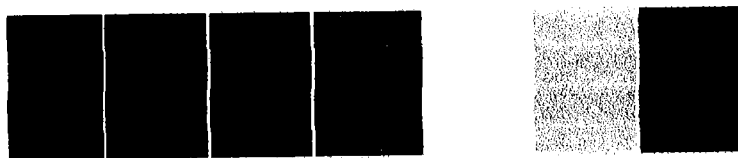
องค์ประกอบของสี

องค์ประกอบของสีในงานออกแบบนั้น มีคุณสมบัติอยู่ 3 ประการคือ

1. สี,เนื้อสี (Hue)
2. น้ำหนักสี (Value / Brightness)
3. ความสดของสี (Intensity / Saturation)

สี, เนื้อสี hue

เนื้อสี หรือ Hue คือความแตกต่างของสีบริสุทธิ์แต่ละสี ซึ่งเราจะเรียกเป็นชื่อสี เช่น สีแดง สีนํ้าตาล สีม่วง เป็นต้น โดยแบ่งเนื้อสีออกเป็น 2 ชนิด



ภาพที่ 2.30 ตัวอย่างเนื้อสี

1. สีของแสง (colored light)

สีของแสง คือความแตกต่างสั้นยาวของคลื่นแสงที่เรามองเห็น เริ่มจากสีม่วงไปสีแดง (เหมือนรุ้งกินน้ำที่เรามองเห็นหลังฝนตก)

2. สีของสาร (colored pigment)

สีของสาร คือสีที่เรามองเห็นบนวัตถุต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการดูดซึมและสะท้อนของความยาวคลื่นแสง

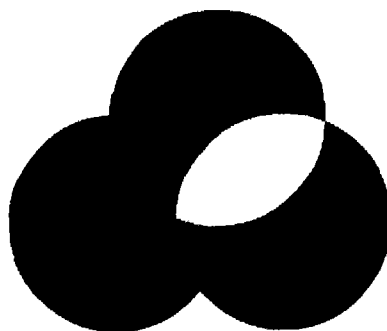
จากการที่เรามองเห็นสีของสารต่าง ๆ นี้เองจึงค้นพบว่า มีสีอยู่ 3 สี ที่เป็นต้นกำเนิดของสีอื่น ๆ ที่ไม่สามารถสร้างหรือผสมให้เกิดจากสีอื่นได้ หรือที่เรียกกันว่า "แม่สี" ได้แก่ แดง, เหลือง, น้ำเงิน

การผสมสี

จริง ๆ แล้วสีต่าง ๆ ที่เรามองเห็นเกิดจากการผสมสีใน 2 รูปแบบ คือ

การผสมสีแบบบวก (Additive Color Mixing)

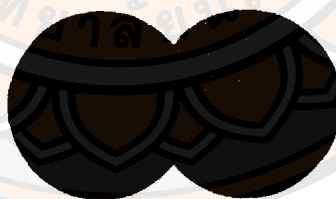
เป็นการผสมสีของ "แสง" ซึ่งอาจเข้าใจยากสักหน่อย เพราะแตกต่าง จากความคุ้นเคยที่เราเคยรู้กันมา แสงสีขาวที่เห็นทั่วไปนั้นประกอบด้วยแสงที่มีความยาวคลื่น ต่าง ๆ กันซ้อนทับรวมตัวกันเกิดเป็นสีล้วนต่าง ๆ จึงเรียกว่า "สีแบบบวก" โดยมีแม่สีพื้นฐานคือ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน (Red Green and Blue) เมื่อสามสีนี้ผสมกันจะได้สีขาว (สังเกต ว่าจะต่างจากที่เคยเรียนมาตอนเด็ก ๆ ที่มีแม่สีคือ สีแดง เหลือง น้ำเงิน ผสมกันได้สีดำ) หลักการนี้นำไปใช้กับการมองเห็นสีที่เกิดจากการผสมกันของแสง เช่น จอมอนิเตอร์ จอโทรทัศน์ ที่เรียกว่า RGB Mode



ภาพที่ 2.31 การผสมสีแบบบวก

การผสมสีแบบลบ (Subtractive Color Mixing)

เป็นสีที่เกิดจากการดูดกลืนแสงสะท้อนจากวัตถุ คือเมื่อมีลำแสงสีขาวตกกระทบวัตถุสีต่าง ๆ คลื่นแสงบางส่วนจะถูกดูดกลืนไว้ และสะท้อนเพียงบางส่วนออกมา จึงเป็นที่มาของชื่อ "สีแบบลบ" มีแม่สีคือ สีฟ้าแกมเขียว (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) และสีเหลือง (Yellow) เมื่อสามสีผสมกันจะเป็นสีดำเพราะแสงถูกดูดกลืนไว้หมด ไม่มีสีแสงสะท้อนมาเข้าตา จึงไม่เกิดสีอะไร ตาจึงเห็นเป็นสีดำ หลักการนี้ได้นำไปใช้กับการผสมสี เพื่อใช้ในการพิมพ์ โดยใช้แม่สี แต่เพิ่มสีดำขึ้นมาอีกสีหนึ่งผสมกันเป็นโทนต่าง ๆ ด้วยใช้เม็ดสกรีน ทำให้ได้ภาพสีสันทันจริงดังนั้นหากต้องทำงานเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ต้องเตรียมภาพด้วยระบบสีนี้ ในโปรแกรมเรียกว่า CMYK Mode

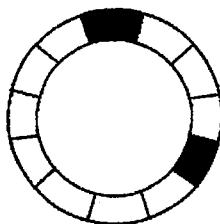


ภาพที่ 2.32 การผสมสีแบบลบ

วงจรสี Color Wheel

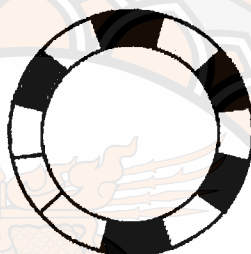
วงจรสีก็คือ การวางเนื้อสี เรียงกันตามการผสมสีของสารที่เรามองเห็นโดยตัวอย่างของแบบจำลอง เป็นแบบ 12 สี มาตรฐานที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

1. แรกเริ่มมี 3 สีเป็นต้นกำเนิด คือแม่สี หรือ สีปฐมภูมิ Primary Colors



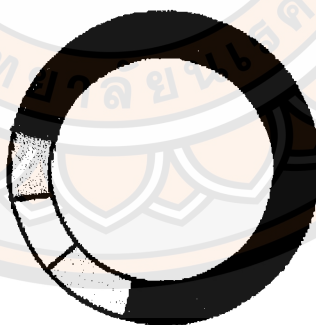
ภาพที่ 2.33 สีปฐมภูมิ Primary Colors

2. สีที่ได้จากการผสมแม่สีทั้ง 3 เข้าด้วยกัน เรียกว่า สีขั้นที่ 2 หรือ สีทุติยภูมิ Secondary Colors



ภาพที่ 2.34 สีทุติยภูมิ Secondary Colors

3. สีที่ได้จากการผสมแม่สี และสีขั้นที่ 2 ออกมากลายเป็นสีขั้นที่ 3 หรือ สีตติยภูมิ Tertiary Colors



ภาพที่ 2.35 สีตติยภูมิ Tertiary Colors

น้ำหนักสี Value

จะว่าไปแล้วน้ำหนักก็คือเรื่องของความสว่างของสี หรือการเพิ่มขาว เดิมดำลงในเนื้อสีที่เรามี อยู่และการปรับเปลี่ยนน้ำหนักสีนี้เองที่ทำให้ภาพดูมีมิติ ดูมีความลึก หรือที่เราเรียกกันว่า โทน Tone ซึ่งบางครั้งสร้างความน่าสนใจ ดึงดูดและความสมจริงให้กับงานที่เราออกแบบได้

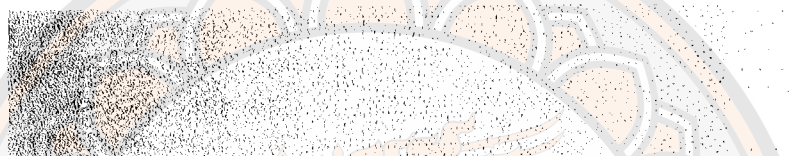


ภาพที่ 2.36 ใช้น้ำหนักแสดงแสงเงา

ค่าความสว่างสีต่ำ

ค่าความสว่างสีปานกลาง

ค่าความสว่างสีสูง



ภาพที่ 2.37 น้ำหนักสีต่างๆ

ความสดของสี Intensity / Saturation

ความสดของสีหรือบางคนอาจเรียกว่า ความอิ่มตัวของสี เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งในการออกแบบ การใช้สีบางครั้งเราอาจจะต้องลดหรือเพิ่ม ความสดของสีใดสีหนึ่ง หรือ ทั้ง 2 สีเลยก็ได้

ในการลดความสดของสีก็เพื่อให้ภาพงานที่ออกมาดูนุ่มนวลดูสบายตาเกินไป ลดความสดของสีจะเรียกอีกอย่างว่า เป็นการเบรกสีก็ได้ ในการเบรกสีของงานศิลปะ ศิลปินมักจะใช้สีน้ำตาล สีเขียวมาเติมลงในสีที่เขาต้องการเพื่อให้สีที่ได้ออกมาดูมีเนื้อสีเดิมแต่ดูหม่นลง

สีและความหมาย Cooler Meaning

องค์ประกอบสียังมีความสัมพันธ์ที่เด่นอีกอย่างหนึ่งก็คือ การมีความหมายในตัวเองซึ่งความหมายเหล่านี้ใช้การอ้างอิงจากประสบการณ์ในการเห็นสีสันของสิ่งของต่าง ๆ เช่น สีเงินจากอะลูมิเนียม เป็นต้น หรือบางสีที่ถือกันว่ามีความหมายอย่างนั้นอย่างนี้โดยหาหลักฐานอ้างอิงไม่ได้ก็มี ความหมายของสีนั้นจึงไม่ใช่หลักตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงความหมายได้ตาม

กาลเวลาที่ผ่านไปแต่ก็ควรที่จะรู้ความหมายของสีหลัก ๆ ซึ่งเป็นความหมายที่คนทั่วไปเข้าใจตรงกัน เพื่อประโยชน์ ในการออกแบบ ให้สื่อความหมายได้ในระดับหนึ่ง

สีแดง อ้างอิงมาจากดวงอาทิตย์ และไฟ ซึ่งให้ความสว่าง ความร้อน ทำให้เมื่อเห็นสีแดง เราจะรับรู้ได้ว่าสีแดงคือ ความร้อน พลัง พลังงาน ความแรงที่มีอยู่ อีกทั้งในความเชื่อของชาวจีน สีแดงยังเป็นสิริมงคล นักออกแบบไม่น้อยเลยก็หยิบจุดนี้มาออกแบบเอาใจลูกค้า

สีน้ำเงิน ให้ความหมายของความสงบเยียบ ความสุขุม ความมีราคา ให้อารมณ์หรูหรา มีระดับ บางครั้งก็สื่อถึงความสุภาพ ความหนักแน่น ผู้ชาย

สีเหลือง ให้อารมณ์ของความสดใส ปลอดภัย สีสเหลืองดึงดูดสายตาได้ดีและมองเห็นได้แต่ไกล ดังนั้นเราจะเป็นได้ว่าป้ายร้านอาหาร จึงมักมีสีเหลืองไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือหรือแผ่นพื้น เพื่อดึงดูดสายตาลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมา

สีส้ม ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง

สีเขียว สื่อความมาจากสีของต้นไม้ ซึ่งมาหลากหลายโทนสี แต่ด้วยความที่เรารับรู้ว่าต้นไม้ ให้ความสดชื่น เราเลยอนุมานความหมายสีเขียวว่าเป็นสีที่หมายถึงธรรมชาติความเย็นสบาย ความชุ่มชื้น ความสบายตา

สีม่วง เป็นสีที่ให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด

สีชมพู ให้ความรู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก วัยรุ่น ผู้หญิง

สีน้ำตาล ให้ความหมายถึงความสงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่ โบราณ บางครั้งเราก็มักสื่อถึงไม้ แผ่นไม้

สีฟ้า ให้ความรู้สึกโปร่งโล่งสบายตา สืบเนื่องมาจากท้องฟ้าที่เราเห็นกันอยู่ทุกวัน ในบางครั้งก็หมายถึงความนุ่มนวล ความสุขสบาย

สีเงิน สีเงินนั้นมาจากวัสดุประเภทมันวาว เช่นอะลูมิเนียม ซึ่งเป็นวัสดุใหม่ที่นิยมนำมาใช้ในช่วงหลัง ๆ มีราคาแพง ดังนั้นมันจึงแทนความรู้สึก ทันสมัย และมีคุณค่า

สีทอง อ้างอิงมาจากแร่ทองคำ จึงเป็นตัวแทนของความหมายว่าความมีคุณค่าความมีราคาแพง ความหรูหรา

สีขาว สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความไม่มี

สีเทา ให้อารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา บางครั้งสื่อถึงความเป็นกลาง

สีดำ มาจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัวเอาไว้

การออกแบบ จึงหมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงาน ที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกัน ความสำคัญของการออกแบบ มีอยู่หลายประการกล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอน อย่างเหมาะสมและประหยัดเวลาดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบคือการวางแผนการทำงานก็ได้

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้นความสำคัญในด้านนี้คือเป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบคือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่ นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิต เป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน หรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง

แบบ เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และมีมือของนักออกแบบแบบมีอยู่หลายลักษณะดังนี้คือ

1. เป็นภาพวาดลายเส้น (drawing) ภาพระบายสี (Painting) ภาพถ่าย (Pictures) หรือแบบร่าง (Sketch) แบบที่มีรายละเอียด (Draft) เช่น แบบก่อสร้าง ภาพพิมพ์ (Printing) ฯลฯ ภาพต่าง ๆ ใช้แสดงรูปลักษณะของงานหรือแสดงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับงานที่เป็น 2 มิติ

2. เป็นแบบจำลอง (Model) หรือของจริง เป็นแบบอีกประเภทหนึ่งที่ใช้แสดง รายละเอียดของงานได้ชัดเจนกว่าภาพต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะเป็น 3 มิติ ทำให้ สามารถเข้าใจในผลงานได้ดีกว่า นอกจากนี้ แบบจำลองบางประเภทยังใช้งานได้ เหมือนของจริงอีกด้วยจึงสมารถใช้ในการทดลอง และทดสอบการทำงาน เพื่อหา ข้อบกพร่องได้

ประเภทของการออกแบบ

1. **การออกแบบทางสถาปัตยกรรม (Architecture Design)** เป็นการออกแบบเพื่อ การก่อสร้าง สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ นักออกแบบสาขานี้ เรียกว่า สถาปนิก (Architect) ซึ่ง โดยทั่วไปจะต้องทำงานร่วมกับ วิศวกรและมัณฑนากร โดยสถาปนิก รับผิดชอบเกี่ยว กับประโยชน์ใช้สอย

และความงามของสิ่งก่อสร้าง งานทางสถาปัตยกรรมได้แก่

- สถาปัตยกรรมทั่วไป เป็นการออกแบบสิ่งก่อสร้างทั่วไป เช่น อาคาร บ้านเรือน ร้านค้า โบสถ์ วิหาร ฯลฯ

- สถาปัตยกรรมโครงสร้าง เป็นการออกแบบเฉพาะโครงสร้างหลักของอาคาร

- สถาปัตยกรรมภายใน เป็นการออกแบบที่ต่อเนื่องจากงานโครงสร้าง ที่เป็น

ส่วนประกอบของอาคาร

- งานออกแบบภูมิทัศน์ เป็นการออกแบบที่มีบริเวณกว้างขวาง เป็นการจับบริเวณพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม

- งานออกแบบผังเมือง เป็นการออกแบบที่มีขนาดใหญ่ และมีองค์ประกอบซับซ้อน ซึ่งประกอบ

ไปด้วยกลุ่มอาคารจำนวนมาก ระบบภูมิทัศน์ ระบบสาธารณูปโภค ฯลฯ

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ ชนิดต่าง ๆ งานออกแบบสาขานี้ มีขอบเขตกว้างขวางมากที่สุด และแบ่งออกได้มากมาย หลาย ๆ ลักษณะ นักออกแบบรับผิดชอบเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามของ ผลิตภัณฑ์ งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์
- งานออกแบบครุภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์
- งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่างๆ
- งานออกแบบเครื่องประดับ อัญมณี
- งานออกแบบเครื่องแต่งกาย
- งานออกแบบภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์
- งานออกแบบผลิตเครื่องมือต่าง ๆ ฯลฯ

3. การออกแบบทางวิศวกรรม (Engineering Design) เป็นการออกแบบเพื่อการผลิต ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ เช่นเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกัน ต้องใช้ ความรู้ ความสามารถและเทคโนโลยีในการผลิตสูง ผู้ออกแบบคือ วิศวกร ซึ่งจะรับผิดชอบ ในเรื่องของ ประโยชน์ใช้สอย ความปลอดภัยและ กรรมวิธีในการผลิต บางอย่างต้องทำงาน ร่วมกันกับนัก

ออกแบบสาขาต่าง ๆ ด้วย งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้า
- งานออกแบบเครื่องยนต์
- งานออกแบบเครื่องจักรกล
- งานออกแบบเครื่องมือสื่อสาร
- งานออกแบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ฯลฯ

4. การออกแบบตกแต่ง (Decorative Design) เป็นการออกแบบเพื่อการตกแต่งสิ่งต่าง ๆ ให้สวยงามและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น นักออกแบบเรียนว่า มัณฑนากร (Decorator) ซึ่งมักทำงานร่วมกับสถาปนิก งานออกแบบประเภทนี้ได้แก่

- งานตกแต่งภายใน (Interior Design)
- งานตกแต่งภายนอก (Exterior Design)
- งานจัดสวนและบริเวณ (Landscape Design)
- งานตกแต่งมุมแสดงสินค้า (Display)
- การจัดนิทรรศการ (Exhibition)
- การจัดบอร์ด
- การตกแต่งบนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ฯลฯ

5. การออกแบบสิ่งพิมพ์ (Graphic Design) เป็นการออกแบบเพื่อทางผลิตงานสิ่งพิมพ์ ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ นามบัตร บัตรต่าง ๆ งานพิมพ์ลวดลายผ้า งานพิมพ์ภาพลงบนสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ งานออกแบบรูปสัญลักษณ์ เครื่องหมายการค้า ฯลฯ

3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ความรู้พื้นฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในโลกธุรกิจยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางการค้าสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งด้านการจัดการตลาด หรือการพัฒนารูปแบบคงจึงยังไม่เพียงพอ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจส่งเสริม เพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดเล็ก ให้มีความเข้มแข็งในการทำธุรกิจและขยายตลาด เบื้องต้นควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความเป็นมาตลอดจนความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวคิดในการเรียนรู้อดีต ศึกษาปัจจุบัน เพื่อก้าวไปในอนาคต ความเข้าใจเรื่องราวของบรรจุภัณฑ์ในบท

นี้จะช่วยให้การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเป็นทางเลือกของผู้ประกอบการ เล็งเห็นความสำคัญในการเลือกพัฒนารรจกัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ได้อย่างโดดเด่นน่าสนใจ

ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ความหมายของการออกแบบ

มีผู้เชี่ยวชาญได้ นิยามความหมายของการออกแบบ (Design) ไว้ ดังนี้

Good (2516 หน้า 165) กล่าวว่า การออกแบบ เป็นการวางแผนหรือกำหนดรูปแบบรวมทั้งการตกแต่งในโครงสร้างรูปทรงของงานศิลปะ ทัศนศิลป์ดนตรี ตลอดจนวรรณกรรม

Gove (2499 หน้า 611) กล่าวว่า เป็นการจัดตั้งองค์ประกอบมูลฐานในการสร้างงานศิลปกรรม เครื่องจักร หรือประดิษฐ์กรรม

ศิริพงศ์ พยอมแย้ม(2537 หน้า 22) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง กระบวนการทางความคิดในอันที่จะวางแผนรวบรวมองค์ประกอบทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างสรรค์ หรือปรับปรุงประดิษฐ์กรรมต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความงาม

วิรุณ ตั้งเจริญ (2539 หน้า 20) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยการวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิต

มาโนช กงกะนันท์ (2538 หน้า 27) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์หนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะธาตุเป็นองค์ประกอบ

สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ (2540 หน้า 1) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง เป็นการสร้างสรรค์ที่มีผลปรากฏเป็นรูปธรรม คือ มีรูปร่างหรือรูปทรง ซึ่งต้องใช้พื้นที่ในการดำรงรูปร่างหรือรูปทรงนั้นๆ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ (2530 หน้า 596) การออกแบบ คือ การทำเป็นต้นแบบทำเป็นแผนผัง

2. ความหมายของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.38 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์

นิยามของคำว่าบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ได้กล่าวไว้ ดังนี้

กองส่งเสริมอุตสาหกรรม(2517 หน้า 19) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย

นิโกโด เคล็คเจอร์(Nikaido Clecture) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง

ในพจนานุกรมใหม่ของ เว็บสเตอร์ (Webster's new collegiate Dictionary:1956) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ คือ กล่องหรือหีบห่อที่ทำขึ้นเพื่อเก็บรักษาหรือเพื่อการขนส่ง

สุดาตวง เรืองรุจิระ(2529 หน้า 128) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดขบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

ประชิด ทิถบุตร(2531 หน้า 20) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบของวัตถุภายนอกของผลิตภัณฑ์ ที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายใน ไม่ให้เกิดความเสียหาย สะดวกในการขนส่ง และเอื้อประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค

บริสตันและนีลล์(Briston And Neill,1972 หน้า 1) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ 2 ประการกว้างๆ คือ

1) การบรรจุภัณฑ์ คือ ศิลปะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่งและการขาย

2) การบรรจุภัณฑ์ คือวิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์และมีราคาที่เหมาะสม

दारणी पानथ (2524 หน้า 29) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งบริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดนอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในกระบวนการผลิตและหีบห่ออาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น

จรูญ โกสีย์โกนิรมล (2528 หน้า 109) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ คือการนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

นอกจากนี้ยังมีผู้นิยามความหมายของบรรจุภัณฑ์ในอีกหลายความหมาย ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำวัสดุ (เช่น กระดาษ แก้ว โลหะ) มาประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ด้านความแข็งแรง สวยงาม สร้างความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้านั้น

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้ม หรือบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมถึงภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผลิต ไปยังแหล่งผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ในการป้องกันรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ไม่ให้ชำรุดเสียหาย

3. ความหมายการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความ

ปลอดภัย ประหยัดและมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยใช้

ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะ เช่น มีเอกลักษณ์มีลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและ

สร้างการจดจำตลอดจนเข้าใจความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

3. เพื่อปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า

4. เป็นตัวชี้บ่งและสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภค แสดงถึงภาพลักษณ์

5. เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้า เมื่อบรรจุภัณฑ์ดีย่อมมีส่วนช่วยให้มูลค่าสินค้าสูงขึ้น

ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การแบ่งบรรจุภัณฑ์แบ่งได้หลายวิธี เช่น แบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการผลิตและวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ การแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ อาจแตกต่างกันออกไป แต่มีวัตถุประสงค์หลักที่คล้ายกัน คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ แบ่งออกได้ ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย

บรรจุภัณฑ์จะห่อหุ้มและสัมผัสกับผลิตภัณฑ์โดยตรง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้จะทำหน้าที่หลักในการป้องกันสินค้าจากความชื้นและอากาศ ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสียคุณภาพ คุณลักษณะมีรูปร่างลักษณะต่าง ๆ เช่น เป็นขวด กระป๋อง หลอด ถุง กล่อง การออกแบบสามารถทำให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรง

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน

ทำหน้าที่ในการห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นในไม่ได้รับแรงกระแทกจากภายนอก บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองมีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกไว้ด้วยกัน หรือเป็นชุดในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ ป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระทบกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เพื่อความสะดวกในการป้องกันและขนส่ง และทำหน้าที่ขายด้วยจึงต้องทำการออกแบบให้สวยงามดึงดูดใจผู้บริโภค เช่น กล่องบรรจุเครื่องดื่มกระป๋องชนิด 6 กระป๋อง กล่องกาแฟชนิด 50 ซองหรือกล่องบรรจุหลอดยาสีฟัน

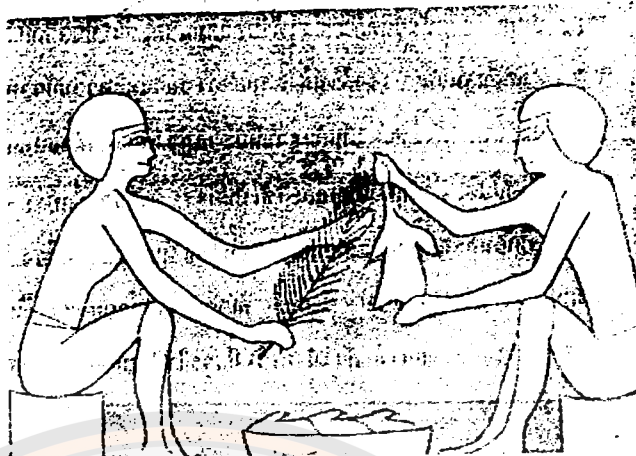
3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ ทำหน้าที่ในการป้องกันผลิตภัณฑ์ การขนถ่ายสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วในระหว่างการขนส่ง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์นี้ ได้แก่ หีบ ไม้ลัง กล่องกระดาษค่อนข้างขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน

ความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์

ความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์ได้จากการสังเกตธรรมชาติสิ่งแวดล้อมรอบตัว แรงแบนดาลใจของมนุษย์ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เริ่มแรก จากการสังเกตธรรมชาติ ได้แก่ รูปทรงของไข่ รูปทรงโค้งของเปลือกไข่ทำหน้าที่คอยปกป้องแรงกระแทกของไข่ไม่ให้ส่งผลรุนแรงต่อเนื้อไข่ภายใน ลักษณะที่ของเปลือกไข่ทำให้ไข่กลิ้งได้ไม่สะดวก พื้นผิวของเปลือกไข่มีรูพรุนทำให้มีอากาศภายในอย่างเหมาะสม รูปโค้งของเปลือกไข่ทำให้ความอบอุ่นจากการกักเก็บไปอย่างทั่วถึง เนื้อไข่ขาวภายในมีความเหนียวเหนียวทำหน้าที่ปกป้องไข่แดง

สิ่งที่ปรากฏในธรรมชาติอีกอย่างหนึ่ง ได้แก่ ฝักถั่วลิสงเตาที่นับว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ เม็ดถั่วภายในเรียงตัวเป็นแถวตัวฝักมีลักษณะเปรียบเหมือนเคลือบฟิล์ม 2 ชั้น โดยมีชั้นนอกที่แข็งและชั้นในที่อ่อนนุ่ม ภายในฝักถั่วมีการปรับสภาพอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของเมล็ดถั่ว



ภาพที่ 2.39 ตัวอย่างการใช้บรรจุกัณฑ์ในยุคแรกเริ่ม

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์มีความจำเป็นต้องบริโภคอาหาร ทำให้มนุษย์เรียนรู้การแก้ปัญหาและพัฒนาสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการบริโภค โดยการดัดแปลงสิ่งของที่ถูกรอบตัวด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การใช้ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์ มาผูกมัดเพื่อ

ประกอบารรับประทานอาหาร และพัฒนาดกแต่ง ประดิษฐ์ เปลี่ยนแปลง ให้เหมาะสมกับการใช้สอยมากขึ้นรวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาและเคลื่อนย้ายอาหาร ได้แก่ การนำเอาส่วนต่างๆของพืชหรือสัตว์ มาขัดสาน เย็บ มัด ห่อหุ้ม เป็นกระเจาดชะลอม สิ่งห่อหุ้ม ซึ่งถือเป็นบรรจุกัณฑ์ในยุคแรกๆ

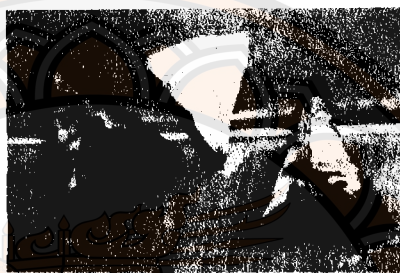
บรรจุกัณฑ์ยุคแรก เกี่ยวพันกับมนุษย์โครมันยอง (Cro-Magnon) ที่รู้จักการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นพวกแรก ซึ่งมีอายุประมาณ 10,000-20,000 ปีก่อนคริสตกาล เมื่อมีการผลิตก็สืบเนื่องต่อการแลกเปลี่ยนและค้าขายผลผลิต อันส่งผลต่อการคิดค้นบรรจุกัณฑ์เพื่อใช้สอย

จากหลักฐานที่ปรากฏในสมัยประวัติศาสตร์ พบว่า เรื่องราวของภาพเขียนภายในพีระมิดในสมัยอียิปต์โบราณ มีภาพเขียนแสดงเรื่องราวการใช้ใบปาล์มห่อมัดไก่สด เพื่อป้องกันการเน่าเสียปรากฏอยู่ด้วย

ได้มีการค้นพบหลักฐานหลายอย่างใน สมัยกรีกและโรมัน จากซากเรือที่จมในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน อันเป็นเส้นทางค้าขายสินค้าในยุคนั้น พบสิ่งของต่างๆที่คาดว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ถังไม้ ถังไม้ ภาชนะเครื่องแก้ว เป็นต้น

การแบ่งยุคสมัยของบรรจุภัณฑ์ จากการใช้วัสดุทำบรรจุภัณฑ์ จำแนกออก ได้ดังนี้

ยุคโบราณมนุษย์ยุคแรกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ได้จากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบไม้ เปลือกหอย หนังสัตว์ เปลือกผลไม้ ไม้ที่กลวง ในอดีตมนุษย์ยังไม่รู้จักการเพาะปลูก จึงต้องออกหาอาหารในป่า จึงได้คิดหาสิ่งรอบตัวมาช่วยในการขนของเพื่อให้ได้ของคราวละมาก ๆ



ภาพที่ 2.40 การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากพืชในท้องถิ่น

ประมาณ 5,000 ปี ก่อนพุทธกาล นำวัสดุจากพืชและสัตว์ มาทำ ตะกร้า ถัง กระสอบ มนุษย์เริ่มประยุกต์สิ่งรอบตัวเดิมให้สะดวกต่อการใช้งานและ มีการใช้ดินเผา เพื่อทำภาชนะบรรจุภัณฑ์ เพื่อความทนทานมากขึ้น ปรากฏหลักฐานการใช้เครื่องปั้นดินเผาในประเทศกรีซ

ประมาณ 2,000 ปี ก่อนพุทธกาล เริ่มใช้บรรจุภัณฑ์แก้ว ในอารยธรรมแถบดินแดนเมโสโปเตเมียค้นพบเม็ดแก้วแต่ใช้ทำเป็นเครื่องประดับ ประมาณ 500 ปี ก่อนคริสตกาล เริ่มผลิตแก้วด้วยการเป่าแก้วประมาณ 600 ปี ก่อนคริสตกาล เริ่มมีการผลิตกระดาษ ครั้งแรก ในดินแดนอียิปต์โบราณ และ ประเทศจีนโบราณ

ยุคเริ่มแรก

ค.ศ. 1702 เริ่มมีการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษขึ้นใช้

ค.ศ. 1809 ใช้บรรจุภัณฑ์กระป๋อง สนองการค้นพบวิธีการถนอมอาหารด้วยความร้อน

ค.ศ. 1871 มีการจดลิขสิทธิ์ในการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก

ค.ศ. 1892 นายวิลเลียม เพ้นเทอร์ ชาวสหรัฐอเมริกา คิดค้นฝาจับใช้กับขวดแก้วสำเร็จ

ค.ศ. 1894 มีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูก เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งทางรถไฟ

ค.ศ. 1898 ใช้บรรจุภัณฑ์ระบบสุญญากาศ สำหรับยาสูบ ในประเทศอังกฤษ

ยุคปัจจุบัน

ค.ศ.1960 ผลิตถุงพลาสติกที่สามารถต้มในน้ำร้อนได้ ค.ศ. 1963 เริ่มผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม สำหรับเครื่องต้มและกระป๋องสเปรย์

ยุคคลาสสิก

ระหว่างช่วง ค.ศ.1960 - 1989 เริ่มมีการแบ่งบรรจุสินค้า มีการบ่งบอกยี่ห้อและสรรพคุณบนบรรจุภัณฑ์ พัฒนากะป๋องบรรจุ ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับบุหรี และขนมปังกรอบ เกิดหลอดบีบ (collapsible tube) ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับยาสีฟัน เริ่มมีการขึ้นรูปของกระดาษ โดยเริ่มแรกมีลักษณะเป็นกล่อง

ยุคนูนโว

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1900 - 1919 ใช้ศิลปะอาร์ตนูโว ซึ่งมีลักษณะวิจิตรบรรจงนิยมใช้เส้นโค้งเลียนแบบธรรมชาติ เกิดบรรจุภัณฑ์ชนิดใหม่คือ อลูมิเนียม ฟอยล์ (aluminium foil) และ เซลโลเฟรน ฟิล์ม (cellophane film)

ยุคเคคโค

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1920 - 1929 ฟิล์มบางใส นิยมใช้ในห่อขนมหรือหุ้มรอบของและกล่อง ใช้อะลูมิเนียมทำหลอดยาสีฟัน ออกแบบกล่องกระดาษแข็งเคลือบไขสำหรับสินค้าที่ต้องการเก็บไว้ได้นาน ใช้ถ้วยกระดาษบรรจุไอศกรีม นม

ยุคเทคโนโลยีและนักออกแบบสร้างสรรค์

ระหว่างช่วง ค.ศ. 1960-1989 นิยมบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก กล่องกระดาษเคลือบไข กระป๋องโลหะนำมา บรรจุเครื่องดื่ม มีการใช้อลูมิเนียมฟอยล์ แพร่หลายยิ่งขึ้น เริ่มมีการใช้ฝาขวดที่เป็นอะลูมิเนียม และฝาขวดชนิดฝาเกลียว ขวดพลาสติก เพทบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องดื่ม น้ำอัดลม บรรจุภัณฑ์พลาสติกระบบบรรจุภัณฑ์สุญญากาศ ค.ศ. 1981 เริ่มมีการนำกล่องกระดาษประกบกับฟิล์มพลาสติก เพื่อทำบรรจุภัณฑ์นมและเครื่องดื่ม

ยุคปัจจุบัน

ระหว่างช่วง ค.ศ.1990-1999 ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ปลอดภัย คำนึงความปลอดภัยของผู้บริโภค นิยมใช้บรรจุภัณฑ์น้ำหนักเบา แบ่งการบรรจุออกเป็นหน่วยย่อย คำนึงถึงความสะดวกสบาย ความสวยงามมากขึ้น อีกทั้ง ยังคำนึงถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์ และการนำบรรจุ

ภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ใช้หลัก 3 R (Recycle - Reuse - Reduce) เน้นสุขภาพของผู้บริโภค รูปแบบดึงดูดความสนใจ ใช้กราฟิกและรูปร่างแปลกใหม่ สิ่งแวดล้อม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จุดเด่นของบรรจุภัณฑ์ปี ค.ศ. 2003 บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรง สี สันแปลกใหม่ เล่นลวดลาย และกราฟิก พกพาง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ขนาดเล็กลงมีการใช้วัสดุร่วม บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีหลากหลายเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค

จากอดีตถึงปัจจุบัน พัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก จากสังคมเกษตรกรรมสู่สังคมอุตสาหกรรม และกำลังก้าวสู่สังคมวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์รูปแบบ และการใช้วัสดุแปลกใหม่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเดิมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อความจำเป็นในการดำรงชีวิต เปลี่ยนแปลงเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการค้า การขนส่ง การป้องกันตัวสินค้า มีระบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาวัสดุและเทคโนโลยีในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ถ้าหากจะสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น ความก้าวหน้าของกรรมวิธีการผลิตกระดาษและ ศิลปะการพิมพ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างเป็นระบบ มีมานานกว่าสองศตวรรษแล้ว โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิตสินค้าต้องการ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการทำงานของบรรจุภัณฑ์นั้น จะมีไว้เพียงเพื่อบรรจุ และเก็บรักษาสินภัณฑ์ ปัจจุบันได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคยมีมา ความก้าวหน้า ของเครือข่ายการคมนาคมขนส่งในโลกทุกวันนี้ รวมไปถึงความซับซ้อน ของการค้าปลีก สมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ในการเก็บรักษาและป้องกัน ไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย ระหว่างการขนส่งจากโรงงานผลิต ไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภค

นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ ยังถูกใช้ให้เป็น สื่อโฆษณา ที่สามารถเคลื่อนที่ได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียด การใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เอง

ต้นกำเนิดของการบรรจุภัณฑ์ จากวันที่ย้อนกลับไปในอดีต ช่วงปลายศตวรรษที่สิบแปดในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมการผลิต ขณะที่ก่อนหน้านี้ กระบวนการผลิตส่วนใหญ่ที่เป็นงานหนัก ต้องอาศัย

แรงงานของกรรมกร และผลผลิตที่ได้ ก็มีจำนวนน้อย เครื่องจักรที่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมาก จึงได้ถูกนำไปใช้ เพื่อเพิ่มจำนวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ไม่เพียงแต่ผลิตสินค้า อย่างเดียวเท่านั้นยังรวมไปถึงการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วย

ในช่วงแรกอาหารจะนำไปบรรจุ ในภาชนะโลหะที่ปิดผนึกและถูกห่อหุ้มด้วย คือ กระป๋องบรรจุอาหารที่ทำจากดินบุกหรือกล่องกระดาษแข็ง ได้มีการนำไปใช้กันอย่างกว้างขวาง เพราะมีน้ำหนักเบาและสามารถพิมพ์ข้อมูลหรือภาพที่บนลงบนกระดาษ บนแผ่นกระดาษได้ง่าย และ

เป็นการประหยัดพื้นที่อีกด้วย กล่องโลหะก็ได้รับการพัฒนากันอย่างกว้างขวาง เช่น เดียวกันในเวลานั้น เพราะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีกว่าการใช้กล่องกระดาษแข็ง โดยเฉพาะ สินค้าที่บูดเน่าได้ เช่น ขนมหิงคอบ หรือ ขนมหวาน ส่งผลให้ระดับความต้องการที่จะเก็บรักษา สินค้าเพิ่มจำนวนมากขึ้น

ปัจจุบันนี้เทคนิค ในการผลิตได้ก้าวไกล ทำให้บรรจุภัณฑ์โลหะเหล่านี้ มีรูปแบบ หรือรูปทรงต่างๆได้ตามต้องการ ด้วยการนำเทคนิคคอมพิวเตอร์มาช่วยในการผลิต รวมถึง พลาสติกที่ได้ รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จนสามารถนำมาใช้สอยในทุกวันนี้

เทคนิคการพิมพ์ที่เจริญก้าวหน้ามาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 19 ต้องการพัฒนาในเรื่อง เทคนิคการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความรวดเร็ว ตราผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อที่ติดอยู่บนภาชนะบรรจุ ภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นวัสดุ ประเภท ขวดแก้ว หม้อดินเผา กล่อง กระป๋องโลหะ กล่องกระดาษแข็ง หรือกระดาษห่อ

ธรรมดาๆ ต้องมีฉลากที่จะบอกยี่ห้อของผลิตภัณฑ์นั้น ส่งผลในเรื่องของการเพิ่ม คุณ ค่ามูลค่าและความสนใจให้กับสินค้าทั่วไป

การพิมพ์รูปภาพและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการรับรู้ตรา สัญลักษณ์ ยี่ห้อ และรายละเอียดของสินค้าให้เหมาะสมพอดี การพัฒนาของการพิมพ์ทำให้ ผู้ออกแบบ ได้สร้างสรรค์รูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

ปัจจุบันเครื่องหมายการค้าหรือตราของผลิตภัณฑ์ ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญ เท่ากับตัวของผลิตภัณฑ์ และเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค รูปแบบที่ประสบความสำเร็จที่มีอยู่มากมาย มิติใหม่ของบรรจุภัณฑ์ คือการนำหลักการทางศิลปะและการ

ออกแบบมาพัฒนากาแฟบรรจุภัณฑ์ให้ได้รูปแบบมาตรฐาน ให้เป็นที่ยอมรับกันในปัจจุบัน พร้อมไปกับความใหญ่โตและความสลับซับซ้อนของระบบธุรกิจอุตสาหกรรม สื่อโฆษณา การแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาด



ภาพที่ 2.41 บรรจุภัณฑ์โลหะ

นักออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผู้ปฏิบัติงานอาชีพนี้ทำหน้าที่ออกแบบสร้างสรรค์รูปทรงบรรจุภัณฑ์ ภาชนะหีบห่อ สำหรับสินค้า โดยคำนึงถึงความสวยงาม วัสดุที่นำมาใช้ ตลอดจนขั้นตอนการผลิต ให้ถูกต้องตามวัสดุโครงสร้างการผลิตและประโยชน์ในการใช้สอย และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษณะงานผู้ปฏิบัติงานอาชีพนี้จะต้องทำการศึกษารออกแบบและวิวัฒนาการของภาชนะ หีบห่อ หรือบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ศึกษาลักษณะวัสดุต่างๆที่นำมาใช้ผลิต นำเทคโนโลยีในการผลิตกับการออกแบบมาผสมผสานกันในการออกแบบที่ต้องสอดคล้องกับกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรม นอกจากการออกแบบที่สวยงามแล้วยังต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆดังนี้

1. สินค้าที่จะบรรจุในภาชนะ
2. แนวโน้มทางการตลาด และคู่แข่งของสินค้า
3. กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ตลอดจนความสัมพันธ์ สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมและพฤติกรรมของมนุษย์
4. วัสดุและคุณภาพของวัสดุที่จะนำมาใช้ แหล่งวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ จากนั้นนำข้อมูล

มาวิเคราะห์ แล้วจึงนำไปออกแบบ ประมาณราคาต้นทุนในการผลิตและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทำแบบจำลอง และทดลองผลิตต้นแบบเพื่อให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาแก้ไข นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาแก้ไขตรวจสอบความถูกต้องตามเงื่อนไขที่ตกลงกับ ผู้ว่าจ้าง นอกจากนั้น ยังต้องตรวจสอบความปลอดภัย ความแข็งแรง และความทนทานอีกด้วย ควบคุมดูแลงานรายละเอียดในขั้นตอนการผลิตจนชิ้นงาน ส่งถึงมือลูกค้า

สำหรับนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จะได้รับอัตราค่าจ้างเป็น เงินเดือนขั้นต้นประมาณ 7,000-9,000 บาท ซึ่งขึ้นอยู่กับผลงานการออกแบบ และผลงานการฝึกงาน ที่นำเสนอ อาจได้ค่าตอบแทนสูงใจเมื่อทำงานเสร็จแต่ละโครงการโดยได้รับเป็น 2 - 3 เท่าของ เงินเดือน ส่วนโบนัส ขึ้นอยู่กับผลประกอบการของสถานประกอบการกิจการ และได้รับผลประโยชน์อย่างอื่นตามกฎหมายแรงงาน

ผู้ประกอบการอาชีพนี้ ในสถานประกอบการดังกล่าว จะมีกรอบกำหนดในการทำงานรวมทั้งชั่วโมงการทำงาน คือวันละ 8 ชั่วโมง หรือสัปดาห์ละ 40 - 48 ชั่วโมง และอาจต้องทำงานล่วงเวลา ทำงานใน วันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุด แต่ถ้าเปลี่ยนไปประกอบอาชีพส่วนตัวโดยเปิดสำนักงานหรือใช้บ้านเป็น ที่ทำงาน รับจ้างทำงานให้สถานประกอบการเดิม หรือผู้ว่าจ้างอื่นๆ เป็นโครงการ ไป ค่าตอบแทนจะคิดเป็นงานเหมา หรืออาจได้รับเงินค่าตอบแทนมากกว่าเดิม กำหนดเวลาทำงานก็จะไม่แน่นอน

สภาพการทำงานบรรยากาศในการทำงานสำหรับผู้ประกอบอาชีพนี้ จะเหมือนกับฝ่ายศิลปกรรมอื่นๆ ที่มีพื้นที่ปฏิบัติงานเป็น สัดส่วนมีอุปกรณ์เครื่องมือ ในการออกแบบครบถ้วน ถ้าประกอบธุรกิจที่บ้านจะมีลักษณะเป็นสตูดิโอ การทำงานที่มีอุปกรณ์ครบถ้วนเช่นกัน เมื่อปฏิบัติงานตามที่มีผู้ว่าจ้างแล้วเสร็จ ผู้ประกอบอาชีพนี้ อาจจะออกแบบผลงานของตนเองอันไม่จำกัดความคิด และรูปแบบ อาจเป็นทั้งบรรจุภัณฑ์อเนกประสงค์ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อนำไปจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ด้วยตนเอง

คุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพ ผู้ปฏิบัติงานอาชีพนี้ ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะสถาปัตยกรรม, ศิลปกรรม และสาขาพาณิชย์ศิลป์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือนิเทศศิลป์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีไหวพริบและความสนใจความเคลื่อนไหวของธุรกิจและ

การตลาด เท่าๆ กับนักการตลาด

3. มีความรู้ในเรื่องวัสดุและวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์
4. มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัยสูง มีความอดทน
5. มีความสามารถในการประมาณราคาวัสดุ แบบหีบห่อ ภาชนะ และบรรจุภัณฑ์ได้
6. มีความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีในการผลิตเข้ามา

ประยุกต์ใช้ในการออกแบบ และในการผลิต

7. สามารถทำงานเป็นทีมได้ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
8. ใจกว้างสามารถรับฟังคำแนะนำ และติชมได้

ปัจจุบัน อาชีพนี้มีการจ้างแรงงานอยู่ในระดับปานกลาง ถึงมาก ส่วนมากบริษัทผู้ว่าจ้าง นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ บริษัทตัวแทนรับจ้างรับจัดโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัทออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริษัทที่ผู้ผลิตสินค้าเป็นจำนวนหลายประเภทและยี่ห้อ

นอกเหนือจากผู้ปฏิบัติอาชีพนี้ จะมีทางเลือกในการทำงานแบบอุตสาหกรรมแล้ว ปัจจุบันชุมชน ทั่วประเทศต่างหันมาทำการค้ากันระหว่างชุมชนทั่วประเทศโดยมีการส่งเสริมจากภาครัฐในการให้ ความช่วยเหลือให้ผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นบ้าน เพื่อการพาณิชย์และการส่งออก ดังนั้นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เหล่านั้นต่างต้องการภาชนะ และหีบห่อที่ร่วมสมัย และทันสมัยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า และดึงดูด เรียกร้องความสนใจจากผู้ซื้อหรือผู้บริโภค เป็นโอกาสอีกช่องทางหนึ่ง ที่ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถ มีทางเลือกในการประกอบอาชีพ นอกเหนือจากการทำงานในสถานประกอบการ และประกอบอาชีพอิสระในการผลิตสินค้าที่ระลึกและของขวัญ และส่วนมากผู้ประกอบการอาชีพนี้สามารถสร้างสร้งงานได้หลากหลายโดยไม่ยึดติดกับรูปแบบของงาน

โอกาสก้าวหน้า ผู้ที่ปฏิบัติงานอาชีพ นี้ในสถานประกอบการผลิต อาจได้รับการเลื่อนตำแหน่งไปจนถึงตำแหน่งสูงสุดตาม โครงสร้างขององค์กร เช่น ผู้จัดการฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์ ถ้าประกอบอาชีพอิสระ อาจทำหน้าที่เป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นเองหรือของผู้อื่นด้วย

อาชีพที่เกี่ยวข้องกับนักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบตรา และงานศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ที่สำเร็จรูปแล้ว ศิลปินที่ทำงานด้านศิลป์ เปิดบริษัทโปรดักชั่นเฮาส์ ที่รับออกแบบงานทุกประเภท ผู้ประสานงานการผลิต ผู้ส่งออกสินค้า

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องต้องศึกษาก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1. การสร้างและประดิษฐ์บรรจุภัณฑ์
2. การบรรจุและปิดผนึก
3. เครื่องจักรกลบรรจุภัณฑ์
4. การทดสอบบรรจุภัณฑ์
5. กระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์
6. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
7. เศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
8. การตลาด
9. กฎและข้อบังคับทางกฎหมาย
10. การโฆษณาประชาสัมพันธ์
11. การออกแบบพาณิชย์ศิลป์

ความแตกต่างระหว่างคำว่า ภาชนะบรรจุ กับ บรรจุภัณฑ์

ยกตัวอย่างถ้าซื้อของฟริกหนึ่งขวดเป็นบรรจุภัณฑ์ แต่เมื่อจะบริโภคโดยเทของฟริกลงในถ้วยเล็ก ถือเป็นภาชนะบรรจุ เมื่อใดที่ภาชนะบรรจุมีการผนึกและนำส่ง ภาชนะบรรจุนั้นก็จะเป็นบรรจุภัณฑ์ แม้ว่าจะไม่มีการพิมพ์ห่อหรือฉลากก็ตาม

สำหรับคำศัพท์ภาษาอังกฤษ คำว่า Packing (อ่านว่าแพ็คกิง) และคำว่า packaging (อ่านว่าแพ็คเกตจิง) โดยปกติคำว่า packing มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่าบรรจุหีบห่อ packing สื่อความหมายถึงการบรรจุห่อเพื่อการขนส่ง คำว่าpackaging มีความหมายกว้างกว่าตรงกับคำว่าบรรจุภัณฑ์ในภาษาไทย (บุญ คงเจริญเกียรติ, 2531 หน้า 7)



ภาพที่ 2.42 ภาพโฆษณาบรรจุภัณฑ์

หน้าที่และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

ทำหน้าที่ทั้งต่อตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง และหน้าที่สื่อข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์

1. การทำหน้าที่บรรจุใส่สินค้า เช่น ใส่ห่อสินค้า ด้วยการขึงตวงวัดหรือนับ
2. การทำหน้าที่คุ้มครองป้องกันตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ให้สินค้าเสียรูปแตกหักไหลซึม
3. ทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น ป้องกันอากาศซึมผ่าน ป้องกันแสง ป้องกัน

ความชื้น เป็นต้น

4. ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลรายละเอียดของสินค้า เช่น เครื่องหมายการค้า ข้อมูล

ส่วน ผสม แหล่งผลิต เป็นต้น

5. ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้น เนื่องจากความสวยงามของบรรจุภัณฑ์จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า

6. เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดวางขนส่งและจัดแสดง

7. สร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมการขายและเพิ่มยอดขาย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์

ในกระบวนการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ มีองค์ประกอบ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อราคาของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้งต่อราคารวมและราคาต่อหน่วย ดังนี้

1. ราคาต้นทุนของวัสดุบรรจุภัณฑ์
2. ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์
3. ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง
4. ราคาของเครื่องมือเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตและบรรจุภัณฑ์
5. ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง

สรุป

จากนิยามของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แสดงให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของ บรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเพิ่มมูลค่า การส่งเสริมการขาย จึงควรเรียนรู้การนำองค์ความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตอบสนองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่อไปในอนาคต

กาลเวลาที่ผ่านมามีผลต่อการเลือกใช้วัสดุ พร้อมกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ได้อย่างน่าสนใจ โดยเริ่มต้นจากช่วงแรกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ รูปแบบเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน วัสดุยุคต่อมาเริ่มมีการพัฒนาเทคนิคการผลิตที่มีกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการผลิตกระดาษ กระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น และล่วงเลยจนถึงยุคปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์เป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูล วัตถุประสงค์ดั้งเดิม เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ก็เปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ และสร้างเจตคติที่ดีระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคได้ชัดเจนมากขึ้น

และด้วยเนื่องจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์เมสิดกาฟสดคั่วนั้น เป็นการออกแบบ เพื่อพาณิชย์ศิลป์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ก็อาศัยหลักการทางการออกแบบ และเพื่อช่วยเป็นการส่งเสริมทางชุมชนให้ดีขึ้น รวมถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ดูดีขึ้น ในบางครั้งรู้ทางที่ดีที่สุดสำหรับเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจจะต้องนำเอาจำนวนที่ใช้จ่ายไปเข้ามากล่าวอ้าง เช่น ในปี ค.ศ. 1980 สหรัฐอเมริกา ใช้เงินมากกว่า 50 พันล้านเหรียญไป

ในการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนนี้เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มากกว่าการโฆษณา โดยมีเหตุผลว่าการบรรจุภัณฑ์เป็นแนวโน้มต่อไปในการที่จะเข้าถึงการบริการตนเอง (trend toward self service) ที่ต้องการให้บรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อมๆ กันคือ ทั้งโฆษณาและ การขาย (advertising and selling) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ซึ่งรูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุ (container) และการออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตรวจจับข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ใด ๆ ก็ตามควรที่จะ มีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการอย่างกว้างๆ ต่อไปนี้คือ

1. ทำอย่างไรบรรจุภัณฑ์ จึงจะสื่อสารได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ (How it communicates verbally and nonverbally) เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปัง ด้วยพลาสติก ที่นอกจากจะแสดงให้เห็นถึง ความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่งแล้วยังสร้าง ความรู้สึกใหม่สดจากเตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย

2. บรรจุภัณฑ์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติ และศักดิ์ศรีสำหรับผู้บริโภค (the prestige desired) แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมีได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ (point of purchase) เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่อง ในการนำมาใช้และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ที่ใดก็ตาม หรือ จนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด ยกตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทบุหรี่ยี่ห้อและ ของ บุหรี่จะต้องถูกนำออกมาใช้จนกว่าบุหรี่จะหมดถึง 20 ครั้งด้วยกัน และการนำบุหรี่มาสูบแต่ละครั้งก็มักอยู่ในสายตาของเพื่อน ผู้ร่วมงานหรือผู้ใกล้ชิดตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้เอง การออกแบบบรรจุภัณฑ์บุหรี่ยี่ห้อจึงต้องออกแบบให้สามารถสร้างความพอใจ มั่นใจ และเกิดความรู้สึกว่าเหมาะสมกับศักดิ์ศรีของผู้ใช้ที่นำออกมา ถึงแม้ว่าบุหรี่ยี่ห้อจะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็น ต่อชีวิต (irrational product) ก็ตามแต่ถ้าได้รับการออกแบบที่ดีก็สามารถจะนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลเป็นส่วนตัวตามอำเภอใจและสามารถส่งเสริมการขายได้อีกด้วย

3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมา (its stand out appeal) ให้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ สามารถจดจำได้ง่าย หรือหยิบฉวยได้ไว้ในร้านค้า เป็นที่ติดตาตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

วัตถุประสงค์ของการออกแบบ ส่วนใหญ่มี 2 ประการอย่างกว้างๆคือ

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเชื่อมอำนวยความสะดวกประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยจากการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่

2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางแขนงศิลปะเข้าเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ

- ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์

- ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และ

บริษัทผู้ผลิต

- ความมี ลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตลอดจนให้เข้าใจ ถึง

ความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ $5W + 2H$ ดังนี้

why ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน

who ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

whereที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

what อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

when เมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร

how อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ

how much ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไร คำตอบที่ได้รับจากคำถาม $5W + H$ นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุตินาพร ศรีปิ่น(2553)ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาไม้ไผ่โยโด วัดถูประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาไม้ไผ่โยโด เพื่อศึกษาเรียนรู้หาความสำคัญ ระหว่าง ความรู้สึกรักจากธรรมชาติมาสู่การพัฒนาและการออกแบบเพื่อส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ให้ บรรจุภัณฑ์ในเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติอีกทั้งยังเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาไม้ไผ่โยโดให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์มากขึ้น วิธีการนำหลักการมาใช้ การนำหลักการออกแบบโดยคำนึงถึงความเกี่ยวข้อง ระหว่างผลิตภัณฑ์ตั้งแต่การผลิตมาเป็นบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นความคิดที่ดีเช่น ศึกษาเรียนรู้หา ความสำคัญ ระหว่างความรู้สึกรักจากธรรมชาติมาสู่การพัฒนาและการออกแบบเพื่อส่งเสริมและ สร้างภาพลักษณ์ให้บรรจุภัณฑ์ในเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

ยุวธิดา จิตจักร (2550) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาทำมือจากกระดาดเขาเปเปอร์มาเช่ วัดถูประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของตุ๊กตาทำมือจากกระดาดเขาเปเปอร์ มาเช่ เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ และเพื่อการออกแบบและ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาทำมือจากกระดาดเขาเปเปอร์มาเช่ วิธีการนำหลักมาใช้ หลักการที่ได้จาก การศึกษาวิจัยนี้คือ การมองเห็นปัญหาและความต้องการของผลิตภัณฑ์ ในแง่ของความต้องการ บรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์

สรุปผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องช่วยให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นการวางแผนการทำงานอย่าเป็น ระบบและเห็นถึงปัญหาในการวิจัย จึงสามารถนำมาปรับใช้และแก้ไขส่วนที่บกพร่องในการวิจัย ของตนเองได้อย่างถูกต้อง

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป กระบวนการผลิต และการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ เพื่อศึกษาถึงปัญหาและความต้องการในการบรรจุ และจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ โดยที่บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ มาใช้ในการดำเนินงานวิจัยเป็นหลัก

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
ขั้นตอนที่1 ศึกษาเอกสาร เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ สำหรับ Peony ตุ๊กตาถักโครเชต์

ขั้นตอนที่2 เครื่องมือในการวิจัย

- ความรู้เรื่องพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์

พีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความชอบส่วนตัวของผู้ผลิตในด้านการประดิษฐ์งานฝีมือ จึงได้ลงประดิษฐ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ขึ้นมาโดยทำตามความต้องการของตัวเองคือการถักเป็นของขวัญวันเกิดให้เพื่อน แล้วเห็นว่าหากนำมาจำหน่ายก็น่าจะพอที่จะจำหน่ายได้ จึงเริ่มถักเป็นแบบอื่นๆแล้วถ่ายรูปเพื่อตรวจสอบความต้องการแล้วความพอใจต่อผู้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์รูปลงบน face book เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ปรากฏว่าผู้ที่พบเห็นเกิดความประทับใจและชื่นชมในผลงานตุ๊กตาถักโครเชต์ต่างๆนั้น

หลังจากนั้นจึงเกิดเป็นความคิดที่จะผลิตเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยเริ่มจากการทำตามสั่งของลูกค้าที่ต้องการ เช่นหากต้องการตุ๊กตาถักโครเชต์ให้มีรูปร่างหน้าตาคล้ายสัตว์เลี้ยงของตัวเอง ทางลูกค้าก็จะส่งรูปสัตว์เลี้ยงมาให้ ผู้ผลิตก็จะมองถึงความโดดเด่นของสัตว์ตัวนั้น แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นงานถักโครเชต์ตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น จึงได้คิดชื่อของตราสินค้าขึ้นมา ว่า พีโอนี มีความหมายเป็นดอกไม้ไม่มั่งคด (ดอกโบตั๋น) หมายถึงความเจริญงอกงามด้วยทรัพย์และเจริญก้าวหน้า

ดังนั้นผู้ผลิตจึงมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายนั้นมาทำเป็นวิทยานิพนธ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าเพื่อเป็นที่จดจำของลูกค้าให้มากขึ้น

-การจัดการด้านการตลาด

ด้านการตลาด ของพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ จะจัดวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ทางร้านส่งจ่องทางอินเทอร์เน็ต

ขั้นตอนที่3 การออกแบบและสร้างสรรค์ ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า Peony ตุ๊กตาถักโครเชต์

การวิจัยพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ของพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะพิจารณาถึงการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์โดยเน้นความงามทางด้านศิลปกรรมเป็นหลัก ผู้วิจัยจะร่วมกันวิเคราะห์ถึงศักยภาพผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ถึงลักษณะเฉพาะ ลักษณะเด่นทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิตด้านวัตถุดิบ เชื่อมโยงกับฐานความรู้ที่ได้จากการวิจัยขั้นที่ 1 แล้ววิเคราะห์ผลจากความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะระหว่างลักษณะรูปแบบและผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังกล่าว แปรรูปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์และสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ อย่างมีเหตุผลด้านวิชาการรองรับ

พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ของพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ ผู้วิจัยจะสร้างสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ 8 ชิ้นประกอบด้วย

หมอนอิงถักบางแก้ว เพศผู้/เมีย	1 โครงสร้าง 2 กราฟิก
ตุ๊กตาถักบางแก้วแบบยืน มีชุดเปลี่ยน เพศผู้/เมีย	1โครงสร้าง 2 กราฟิก
เซตเครื่องเขียนบางแก้วถัก	1โครงสร้าง 1 กราฟิก
กระดิ่งใส่เหรียญ บางแก้วถัก	1โครงสร้าง 1 กราฟิก
กระเป๋าใส่มือถือบางแก้วถัก	1โครงสร้าง 1 กราฟิก
กล่องกระดาษทิชชูแบบกลม	1 โครงสร้าง 1 กราฟิก

ขั้นตอนที่4 สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลและประเมินผลโครงการวิจัย แล้วนำเสนอรายงานการวิจัยด้วยเอกสาร และการวิเคราะห์ประกอบข้อมูล ภาพถ่าย ตารางต่างๆ และนำเสนอ

หมายเหตุ ระยะเวลาและการดำเนินกิจกรรม อาจยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้บ้าง ตามสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยน เพื่อให้วัตถุประสงค์การวิจัยบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอในบทนี้เพื่อการออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตา
ถักโครเชต์ ของพีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ ด้วยการศึกษาข้อมูลทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์และบรรจุ
ภัณฑ์ อันเป็นข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย มี
รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ

1. ชื่อโครงการ

การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เพื่อส่งเสริมอาชีพอิสระ

2. ข้อมูลผู้ประกอบการ

ชื่อผู้ประกอบการ : นางสาวกนต์กมล วันเขียว

ที่อยู่ : เลขที่ 34 หมู่ที่ 4 ตำบลนาบ่อคำ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
62000

โทรศัพท์ : 0885017790

3. รายละเอียดผู้ประกอบการ

พีโอนีตุ๊กตาถักโครเชต์ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความชอบส่วนตัวของผู้ผลิตในด้าน
การประดิษฐ์งานฝีมือ จึงได้ลงประดิษฐ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ขึ้นมาโดยทำตามความต้องการของ
ตัวเองคือการถักเป็นของขวัญวันเกิดให้เพื่อน แล้วเห็นว่าหากนำมาจำหน่ายก็น่าจะพอที่จะ
จำหน่ายได้ จึงเริ่มถักเป็นแบบอื่นๆแล้วถ่ายรูปเพื่อตรวจสอบความต้องการแล้วความพอใจต่อผู้
พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์รูปลงบน face book เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้ร่วมแสดงความคิดเห็น
หรือผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ปรากฏว่าผู้ที่พบเห็นเกิดความประทับใจและชื่นชมในผลงานตุ๊กตาถักโคร
เชต์ต่าง ๆ นั้น

หลังจากนั้นจึงเกิดเป็นความคิดที่จะผลิตเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย โดยเริ่มจากการทำตาม
สั่งของลูกค้าที่ต้องการ เช่นหากต้องการตุ๊กตาถักโครเชต์ให้มีรูปร่างหน้าตาคล้ายสัตว์เลี้ยงของ
ตัวเอง ทางลูกค้าก็จะส่งรูปสัตว์เลี้ยงมาให้ ผู้ผลิตก็ก็จะมองถึงความโดดเด่นของสัตว์ตัวนั้น
แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นงานถักโครเชต์ตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น จึงได้คิดชื่อของตรา

สินค้าขึ้นมา ว่า พีโอนี่ มีความหมายเป็นดอกไม้มงคล (ดอกโบตั๋น) หมายถึงความเจริญงอกงาม ด้วยทรัพย์และเจริญก้าวหน้า

ดังนั้นผู้ผลิตจึงมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายนั้นมาทำเป็นวิทยานิพนธ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เพื่อส่งเสริมการขายและสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าเพื่อเป็นที่จดจำของลูกค้าให้มากขึ้น

4. ข้อมูลผลิตภัณฑ์

1. ตุ๊กตาถักโครเชต์ ขนาด 3 นิ้ว (พวงกุญแจ)

70 บาท / 1 ตัว

2. ตุ๊กตาถักโครเชต์ ขนาด 5 นิ้ว

150 บาท / 1 ตัว

3. ตุ๊กตาถักโครเชต์ ขนาด 8 นิ้ว

200 บาท / 1 ตัว

4. ตุ๊กตาถักโครเชต์ ขนาด 12 นิ้ว

250 บาท / 1 ตัว

ชื่อผลิตภัณฑ์ : ตุ๊กตาถักโครเชต์ Bangkeaw collection

ตราสินค้า : Peony (พีโอนี่)

[วิเคราะห์ เป็นตราสินค้าที่ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร]

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

[วิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เคยมีบรรจุภัณฑ์มาก่อน จึงเป็นการดีที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์นี้เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์อีกทั้งยังสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ทั้งเป็นตัวช่วยส่งเสริมการขายอีกด้วย]

การผลิตเพื่อตลาดในประเทศ

[เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานฝีมือผลิตได้ที่ละจำนวนมาก จึงมีการผลิตเป็นการทำตามความต้องการของลูกค้า แล้วก็กำหนดเวลาส่งของ ให้กับลูกค้า]

การใช้งานของสินค้า ใช้ตกแต่งบ้าน

ลักษณะของสินค้าที่จำเป็นต้องได้รับการปกป้อง เก็บหลีกเลี่ยงความชื้น ของมีคม เปลวไฟ

Marketing Data

Brand name	Product Image	Comments
dollypius		- ราคาสูง -ผลิตภัณฑ์มีความละเอียดสวยงาม -ส่วนใหญ่มักเป็นตุ๊กตาคู่ ในชุดแต่งงาน
dollykiku		-ขาดรูปแบบที่แปลกใหม่ -ราคาปานกลาง
cupidstory		-มีให้เลือกน้อย -ราคาถูก

ตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะของคู่แข่งทางการตลาด

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายกายภาพ	กลุ่มเป้าหมายจิตภาพ
-ชาย-หญิง	- ชอบงานฝีมือ
- อายุ 20-30 ปี	- หลงใหลของก๊ากกิก
- รายได้ 10000 บ. ขึ้นไป	- ชื่นชอบสุนัข

Product/ SWOT(strength ,weakness ,opportunity ,threat)

จุดแข็ง(strength)

- 1.ไม่ซ้ำแบบตามท้องตลาด เพราะเป็นแบบที่ออกแบบเอง คิดแพทเทินขึ้นเองทั้งหมด
- 2.ราคาไม่สูงมาก
- 3.สามารถทำงานตามสั่งได้ เช่น การถักสัตว์เลี้ยงของลูกค้าท่านที่สั่ง

จุดอ่อน (weakness)

- 1.ประสบการณ์ทางการตลาดยังมีไม่มาก
- 2.การผลิตเป็นไปด้วยความล่าช้า
- 3.มีคู่แข่งทางการตลาดมาก

โอกาส(opportunity)

- 1.มีโอกาสได้รับความนิยมสูงเพราะ เป็นงานฝีมือ ที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก
- 2.คู่แข่งทางการตลาดยังไม่ค่อยมีการนำเอาบรรจุภัณฑ์เข้ามาช่วยในการเพื่อมูลค่าสินค้า จึงเป็นโอกาสดีที่เราจะมีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า เพื่อแรงจูงใจในการซื้อ

อุปสรรค(threat)

- 1.กำลังการผลิตน้อย
2. เป็นแบรนด์ใหม่ที่ผู้บริโภคยังไม่เคยได้ยิน

Objective :

ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่ารัก เพื่อเหมาะที่จะเป็นของขวัญของขวัญ อีกทั้งออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

Design concept : ความฝันของเส้นใย

Support :

ด้วยความถนัดในงานปักโครเชต์ จึงต้องการที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวกับโครเชต์ เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพอิสระอีกทั้งใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

Mood & tone / personality :

Mood & tone	ความฝัน ของเส้นใย	
mood	Dreamy & Sweet	Cute & Merry
Graphic element	color	line

ตารางที่ 4.2 แสดง mood & tone

Desired response : (การตอบสนองที่ต้องการ)

- เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนที่ชื่นชอบงานฝีมือ
- มีบรรจุภัณฑ์ที่เด่นสะดุดตา
- ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของท้องตลาด

main target



ภาพที่ 4.1 กลุ่ม

ลูกค้าเป้าหมาย

5. ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ด้านกายภาพ และการมองเห็น

เนื่องจากตัวบรรจุภัณฑ์ยังดูไม่สมบูรณ์และขาดการเป็นเอกลักษณ์ที่จะช่วยสร้างกลุ่มลูกค้าให้ได้รับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ หากมีการออกแบบเปลี่ยนแปลงให้มีความดึงดูดต่อกลุ่มลูกค้าได้ ก็จะได้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเป็นการขยายกลุ่มลูกค้า และเพิ่มยอดขายจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ และยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพีโอนี่ตุ๊กตาถักโครเชต์ให้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ที่เคยมีมาอีกด้วย

ส่วนวิเคราะห์ : เนื่องจากผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ของพีโอนี่ตุ๊กตาถักโครเชต์ มีการผลิตตามใจลูกค้าได้ดังนั้นจึงเป็นที่ต้องการของลูกค้าที่ชื่นชอบงานประเภทโครเชต์เป็นอย่างมาก

ขั้นตอนแบบร่าง

การออกแบบตราสินค้า Peony



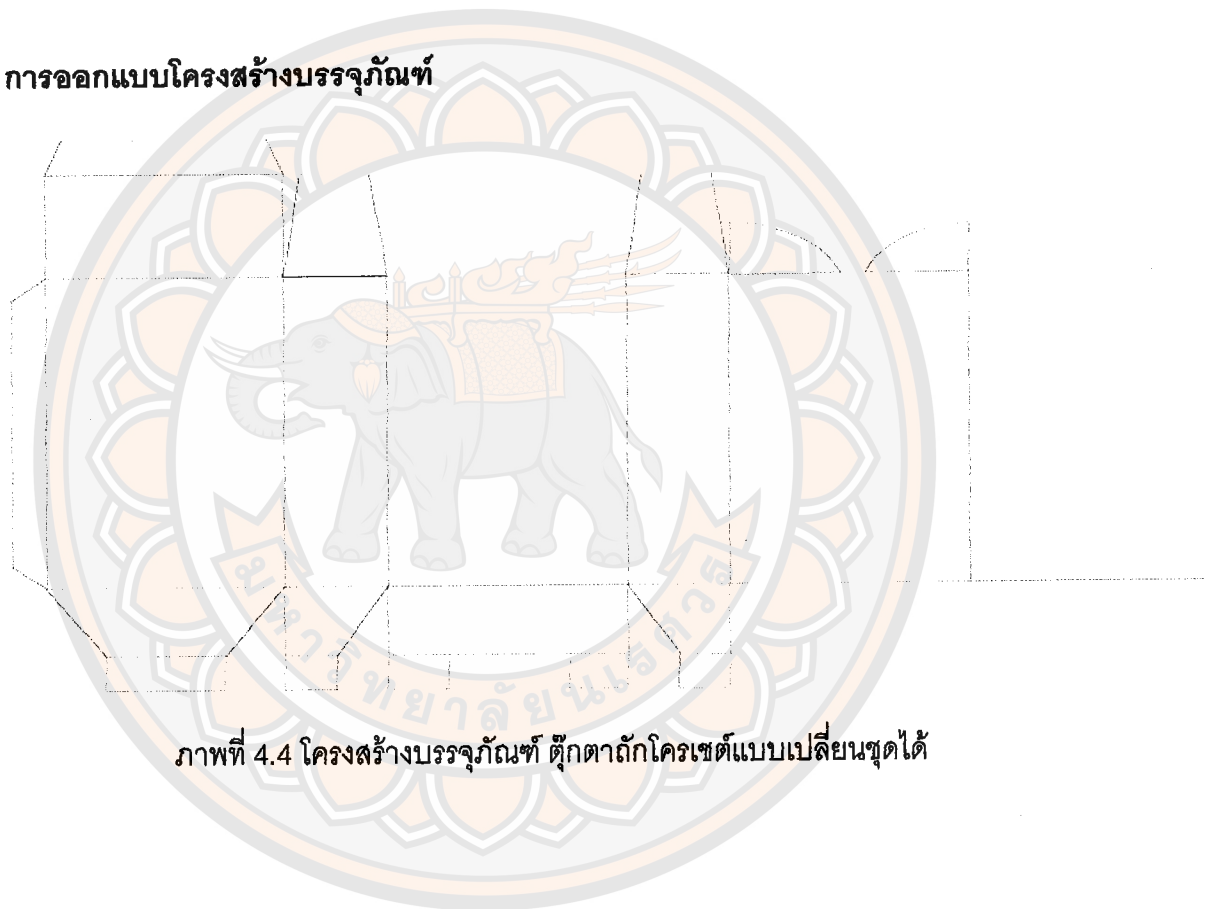
ภาพที่ 4.2 การออกแบบตราสินค้า



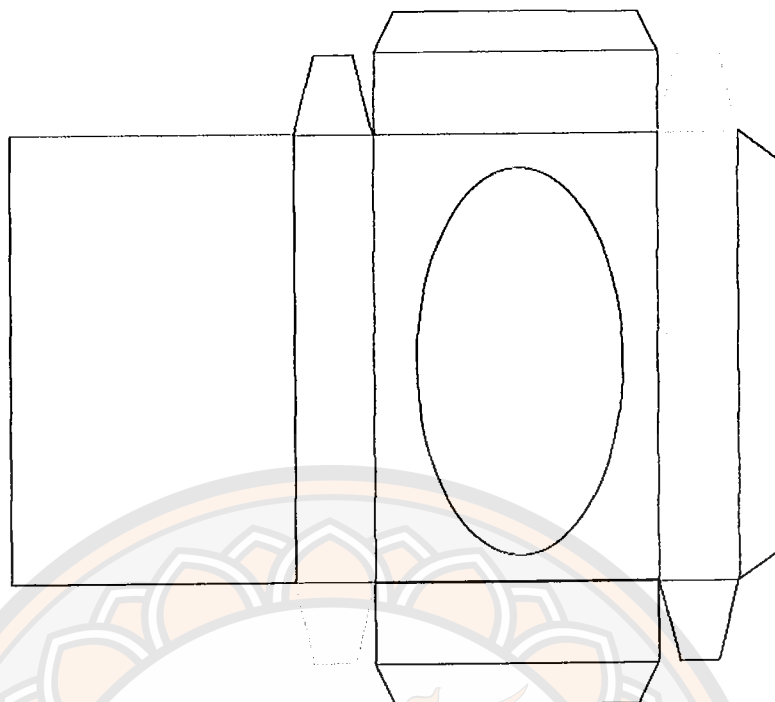
ภาพที่ 4.3 ตราสินค้า

ตราสินค้าที่เลือกใช้

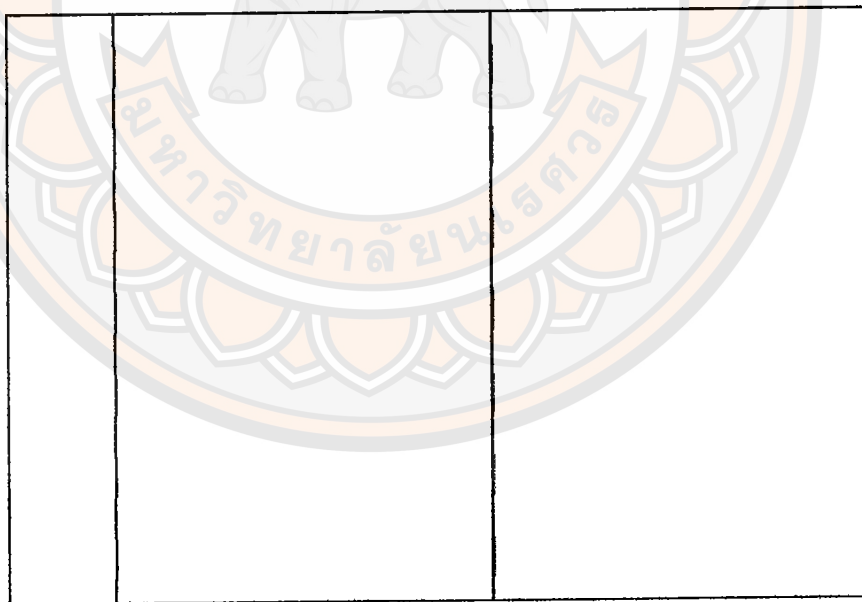
การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์



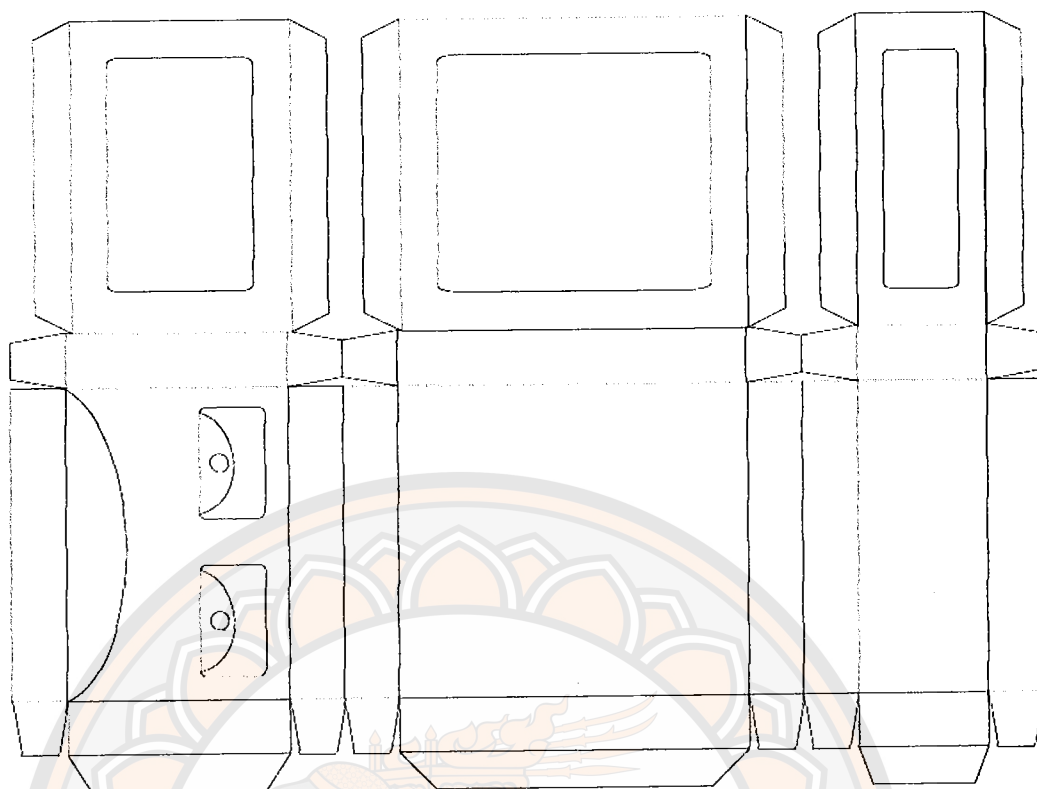
ภาพที่ 4.4 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตึกตาถักโครเซตแบบเปลี่ยนชุดได้



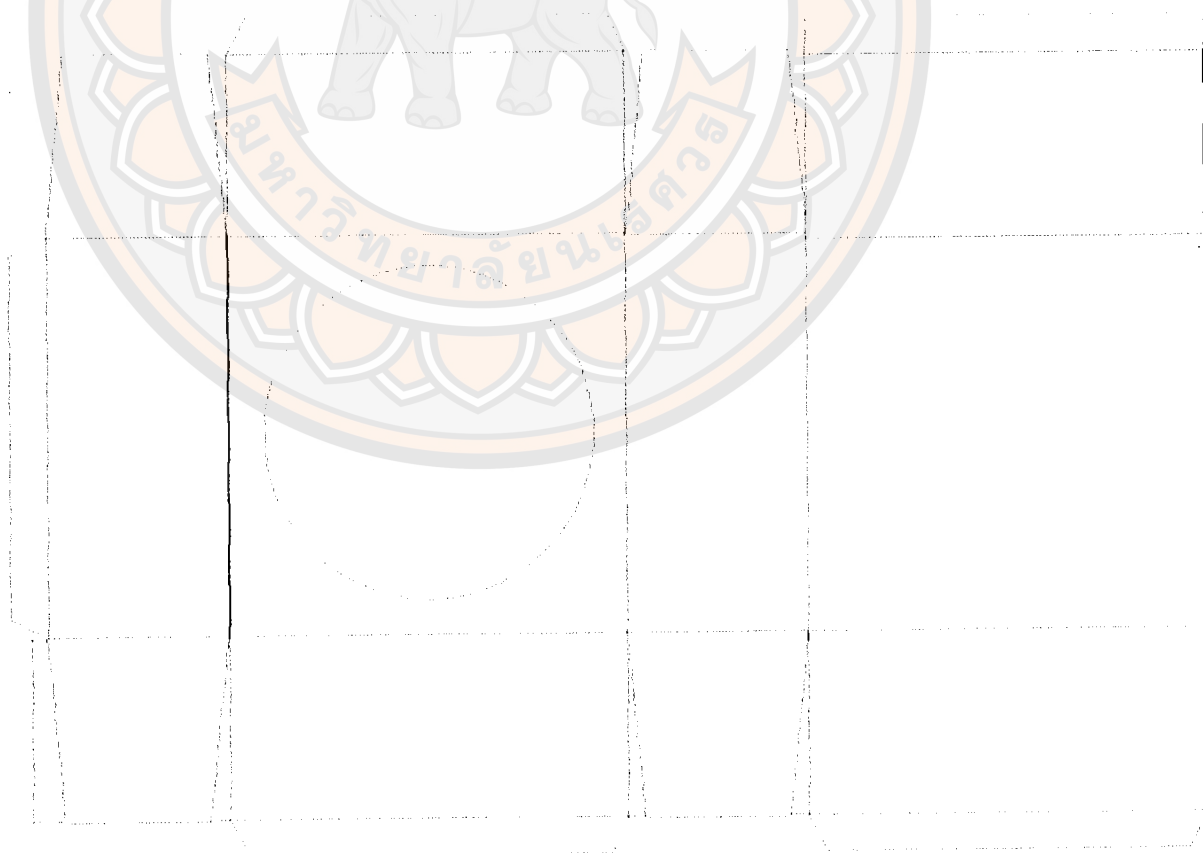
ภาพที่ 4.5 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของมือถือน



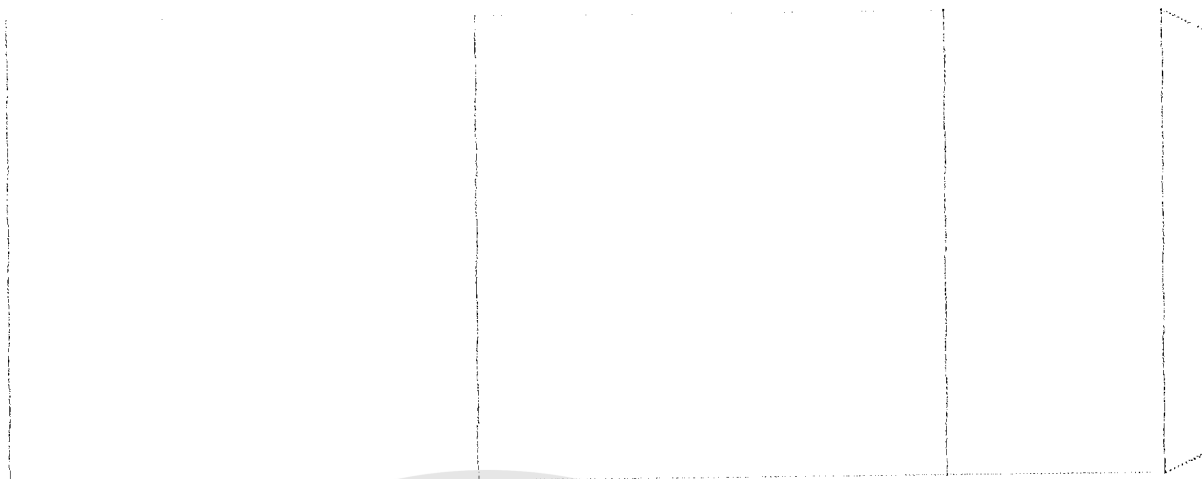
ภาพที่ 4.6 ฝาปิดด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของมือถือน



ภาพที่ 4.7 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เขตเครื่องเขียน



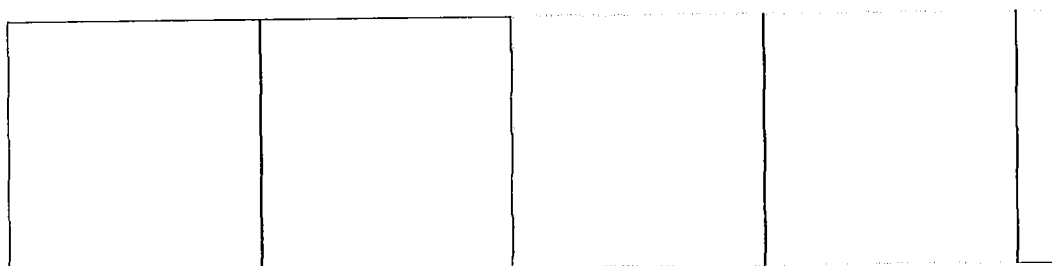
ภาพที่ 4.8 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมอนอิง



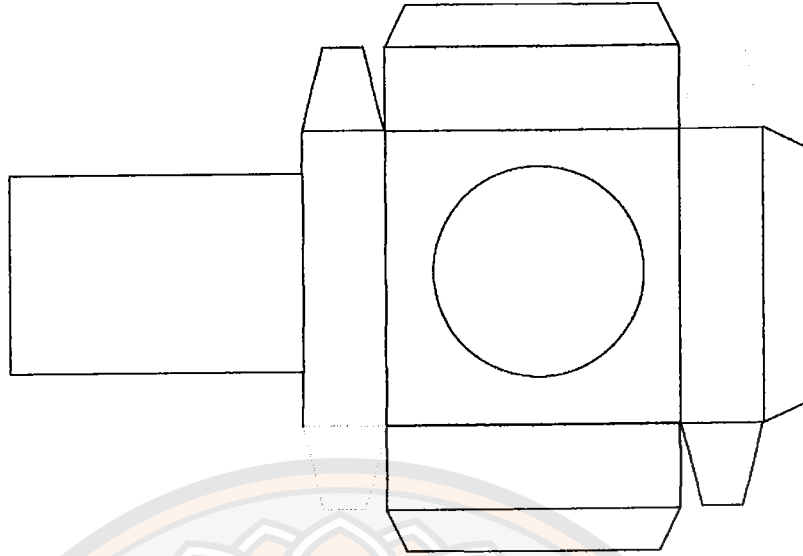
ภาพที่ 4.9 ฝาปิดด้านหน้า บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมอนอิง



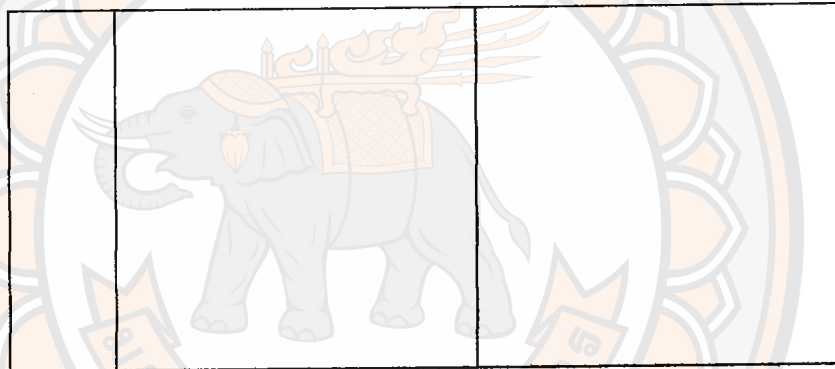
ภาพที่ 4.10 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ที่ครอบกล่องทิชชูแบบกลม



ภาพที่ 4.11 ฝาปิดด้านหน้า บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ที่ครอบกล่องทิชชูแบบกลม



ภาพที่ 4.12 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ กระเป๋าใส่เหรียญ

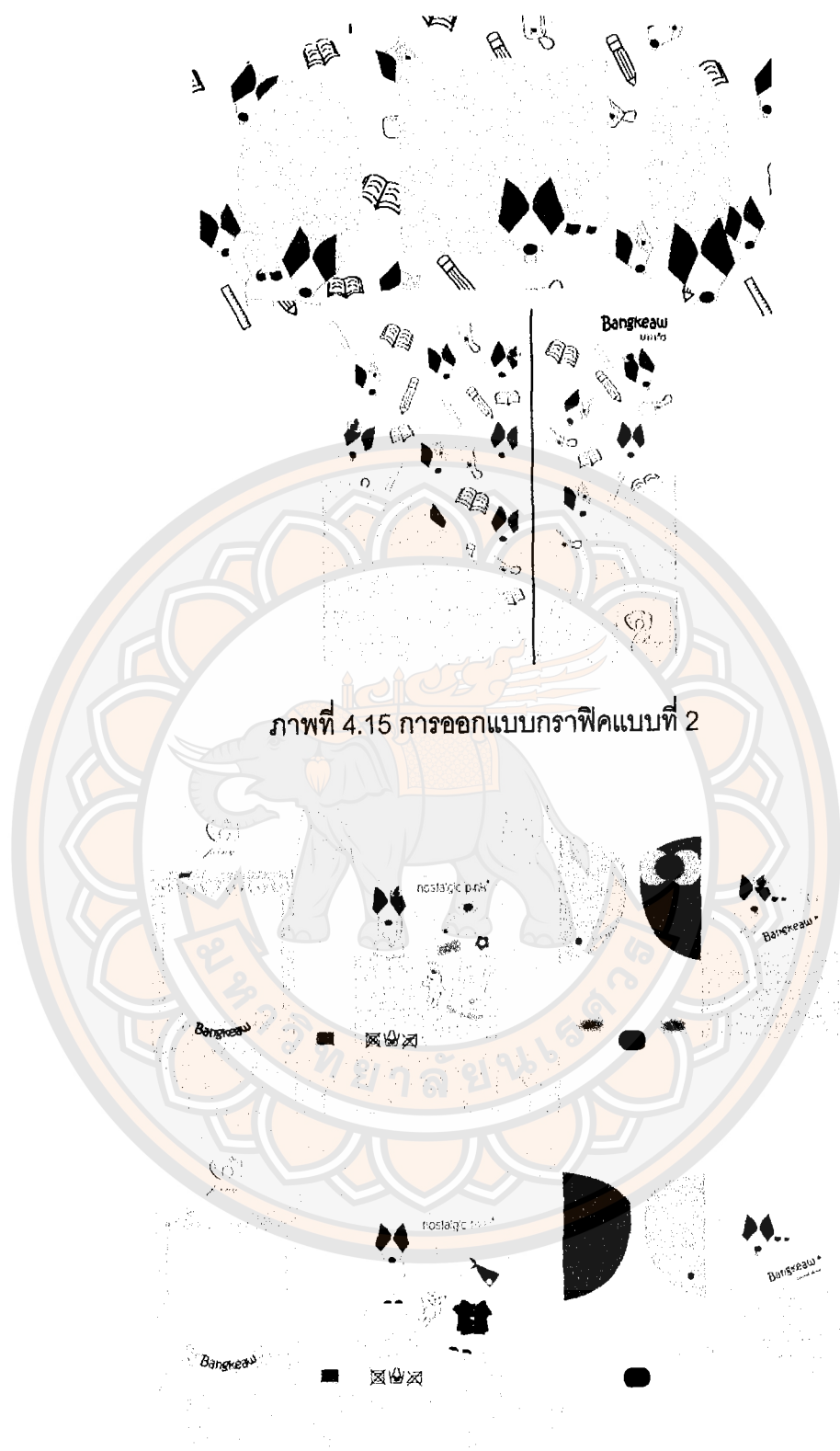


ภาพที่ 4.13 ฝาปิดด้านหน้า บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ กระเป๋าใส่เหรียญ

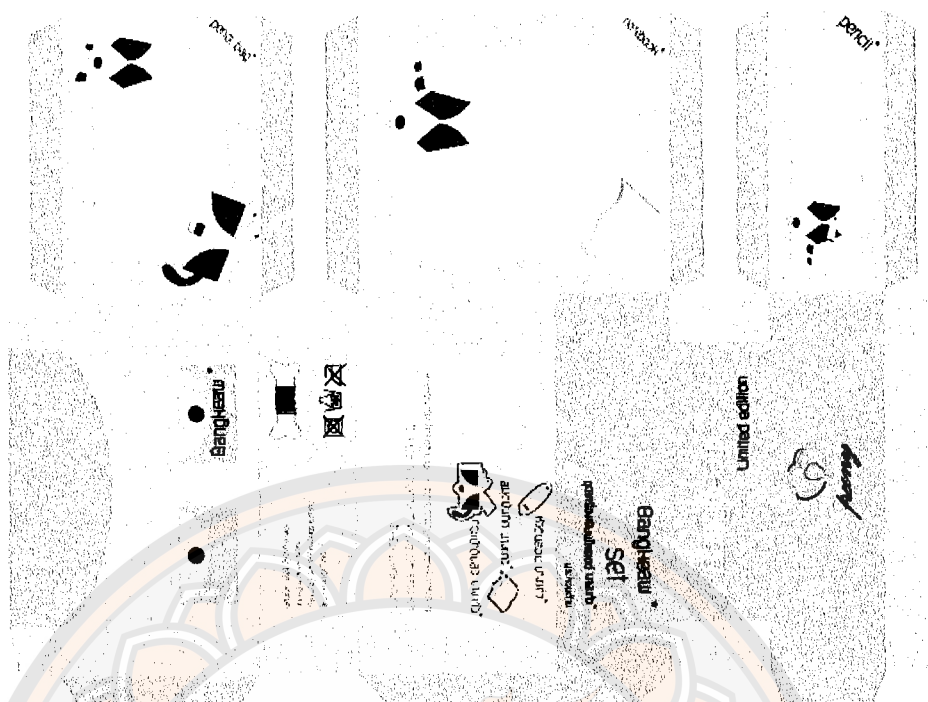
การออกแบบกราฟิก



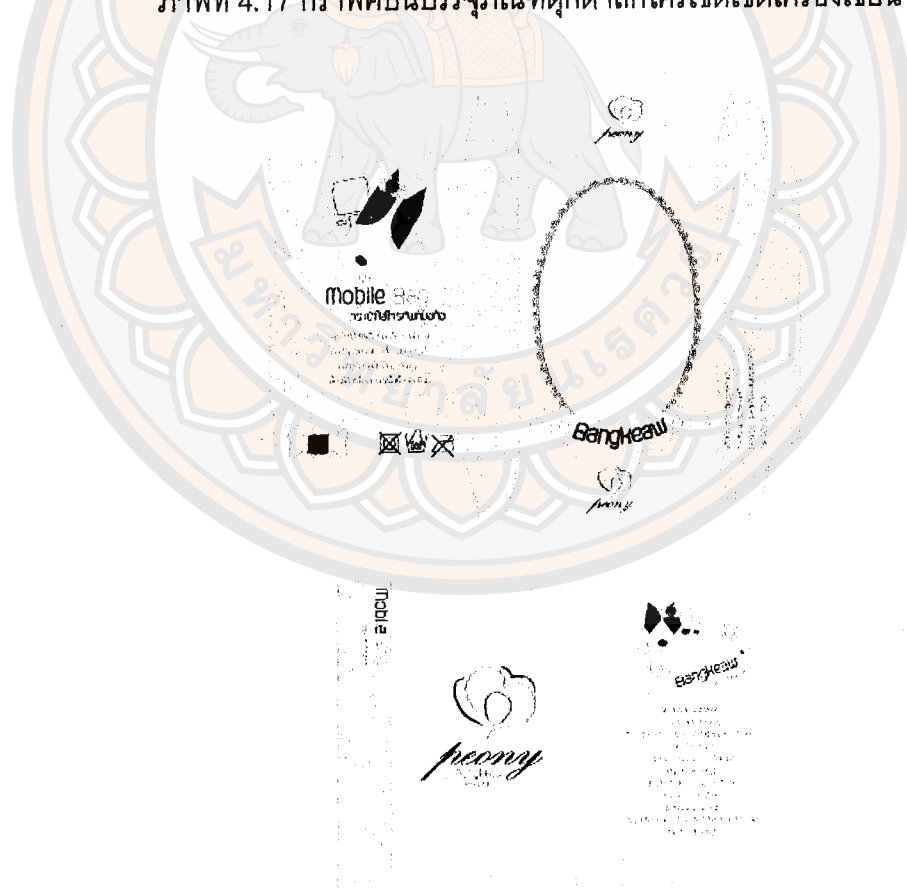
ภาพที่ 4.14 การออกแบบกราฟิกแบบแรก



ภาพที่ 4.16 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์แบบมีชุดเปลี่ยน



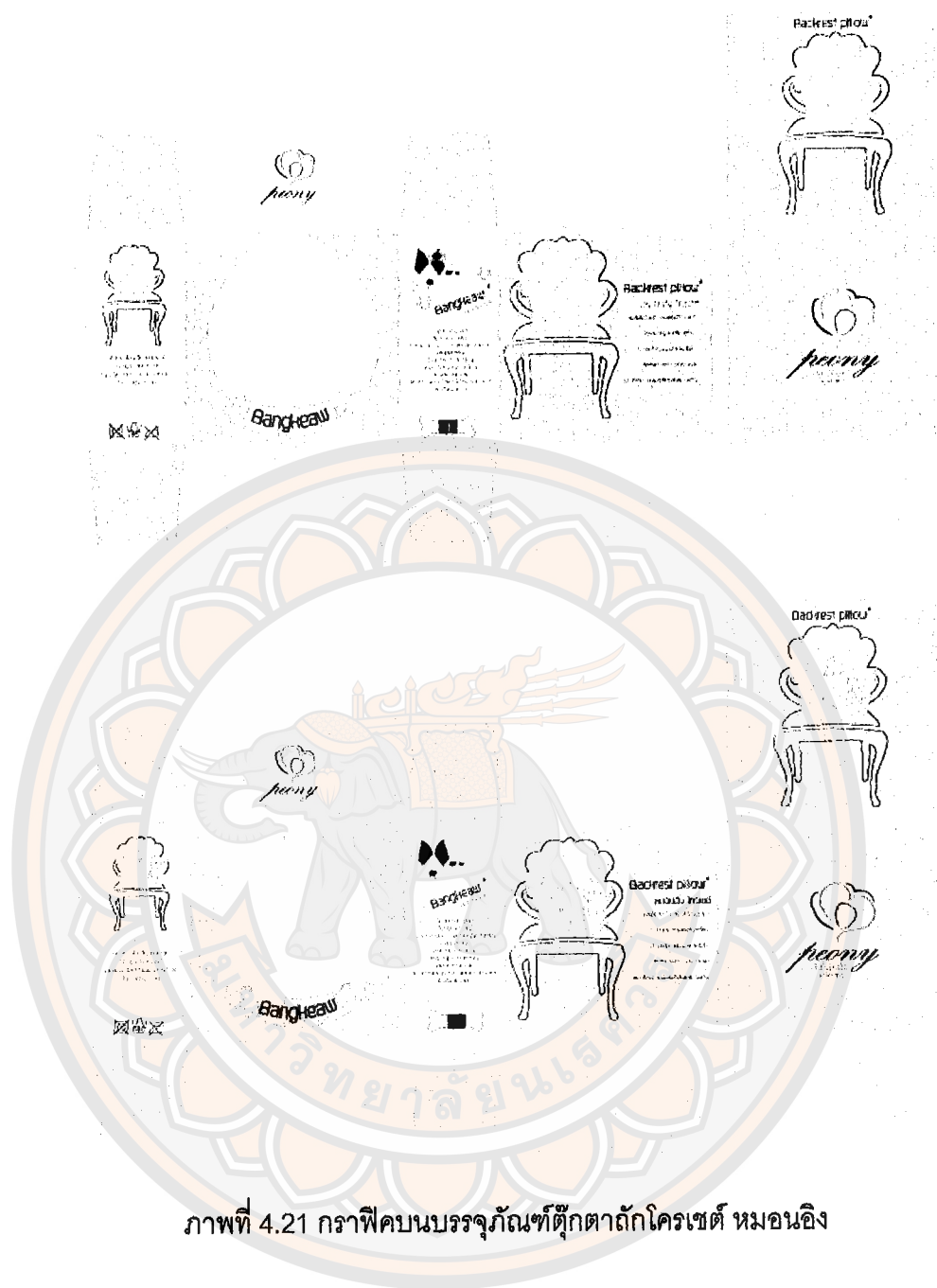
ภาพที่ 4.17 กราฟิคบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์เซตเครื่องเขียน



ภาพที่ 4.18 กราฟิคบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของใส่มือถือ



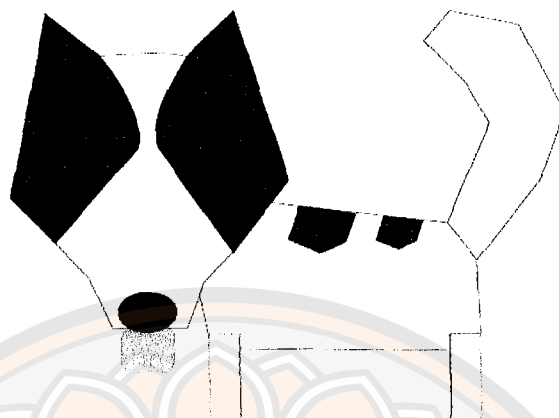
ภาพที่ 4.20 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์กระเป๋าสไลเหรียญ



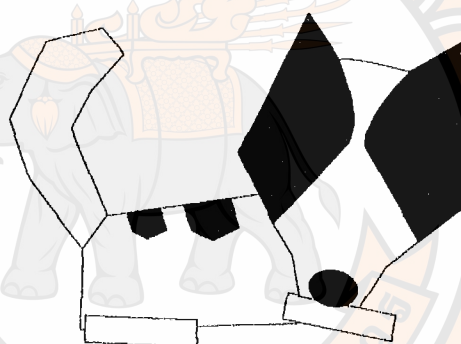
ภาพที่ 4.21 กราฟิคบนบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมอนอิง

การออกแบบผลิตภัณฑ์

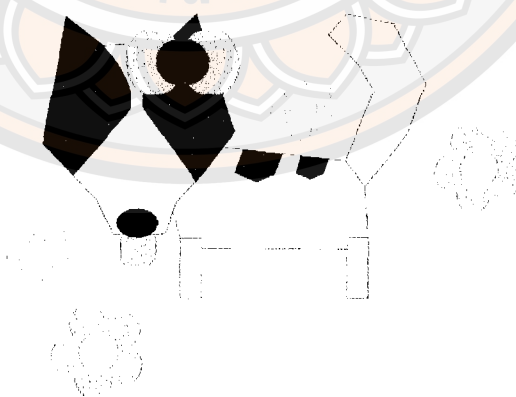
character design



ภาพที่ 4.22 สุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว แบบยีน



ภาพที่ 4.23 สุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว แบบนอน

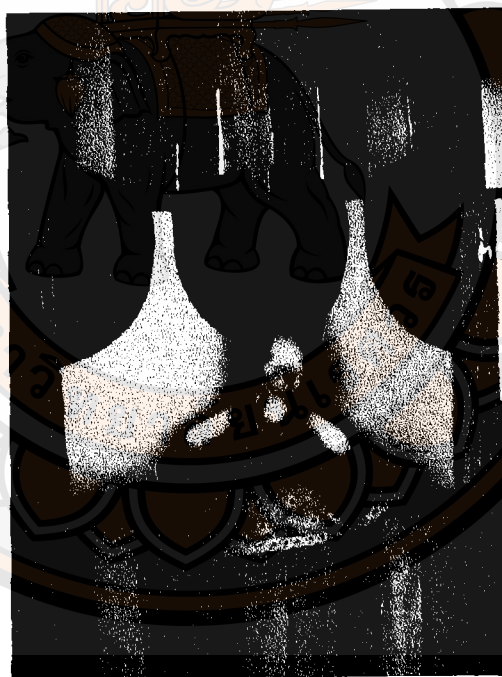


ภาพที่ 4.24 สุนัขพันธุ์ไทยบางแก้ว เพศเมีย

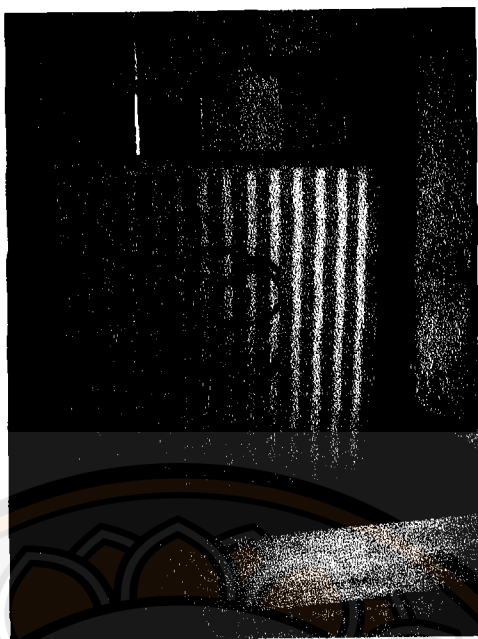
ผลงานที่สร้างสรรค์



ภาพที่ 4.25 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ หมอนอิง



ภาพที่ 4.26 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ แบบมีชุดเปลี่ยน



ภาพที่ 4.27 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ที่ครอบปิซซูแบบกลม



ภาพที่ 4.28 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เซตเครื่องเขียน



ภาพที่ 4.29 บรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของมือถือและกระเป๋าสีเหรียญ

ภาพการจัดนิทรรศการ



ภาพที่ 4.30 การจัดนิทรรศการ

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอเน็ตูกตาถักโครเชต์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ผู้วิจัยได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยสามารถสรุปและดำเนินการตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. จุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ต้องการที่จะศึกษาเพื่อที่จะพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอเน็ตูกตาถักโครเชต์

1 ศึกษาสภาพทั่วไปของพีไอเน็ตูกตาถักโครเชต์

2 เพื่อศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมสนับสนุน สร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอเน็ตูกตาถักโครเชต์

3 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีไอเน็ตูกตาถักโครเชต์

2. ความสำคัญของการวิจัย

กิจกรรมต่อไปนี้เป็นข้อเสนอที่วัยรุ่นสามารถนำไปปฏิบัติได้ตามความพอใจของแต่ละคนแล้วจะพบว่าเวลาว่างที่เคยซึมเศร้ากลับเปลี่ยนเป็นเวลาแห่งความสุขกับกิจกรรมต่าง ๆ เลยทีเดียว

1. ฟังเพลงดัง ๆ จะเปิดจากวิทยุหรือเทปบันทึกเสียงก็เลือกตามความพอใจ ถ้าร้องเพลงได้ แกรมเสียงก็ดี ร้องเองหรือจะแค่อิมฮัมคลอตามก็ไม่ผิดกติกา ขยับตัวขยับขาตามใจชอบในสถานการณ์ที่เหมาะสม

2. หาวิธีทำอะไรก็ได้ที่ต้องออกแรงขยับตัว แขน ขา เช่นออกไปเดินเล่น วิ่งเหยาะ ถ้ามีความสามารถทางการเล่นกีฬาอยู่แล้ว ออกไปฝึกฝนให้ความสามารถด้านนี้เพิ่มขึ้น ว่ายน้ำตีแบดมินตัน ปิงปอง ฯลฯ

3. หางานอดิเรกทำ ลองสำรวจตนเองว่าเราทำอะไรเป็นบ้างเราชอบทำอะไร เช่น เล่นดนตรี เย็บปักถักร้อย ประดิษฐ์เศษวัสดุการทำอาหาร ขนม เขียนโคลงกลอน เขียนนิยาย

4. อ่านหนังสือที่ชอบ อาจจะซื้อมา ยืมมา จากที่เคยสะสมไว้หรือไปที่ห้องสมุดใกล้บ้าน

5. ปรับปรุงสภาพแวดล้อม จัดห้องใหม่ เลื่อนโต๊ะ ตู้ ย้ายเก้าอี้จัดตู้เสื้อผ้าให้สะอาด นำสิ่งที่ไม่ได้ใช้ไปทิ้งบ้าง เปลี่ยนบรรยากาศสิ่งแวดล้อมเราเสียใหม่

6. ปรับปรุงตัวให้สดชื่น ทำอะไรก็ได้ที่จะทำให้ตนเองดูสวยขึ้นหรือดูดีขึ้น เช่น ตัดผม ดูแลรักษาใบหน้าให้สะอาด ล้างมือล้างเท้าของตนเอง
7. ทำความสะอาด ซ่อมแซมสิ่งของเครื่องใช้ให้อยู่ในสภาพที่น่าใช้ซ่อมเสื้อผ้า สอยชายกระโปรง ขัดล้างรองเท้า ปิดฝุ่นกระเป๋า ฯลฯ
8. ย้อนรอยอดีต นึกถึงอดีตที่ทำให้เรามีความสุข เช่น นำอัลบั้มที่เคยไปเที่ยวสนุกสนานมาชื่นชม คิดถึงความสามารถที่น่าภาคภูมิใจ เคยสอบได้ที่ 1 ร้องเพลงได้ไพเราะ เคยเป็นดรัมเมเยอร์ของโรงเรียน เคยให้ความช่วยเหลือเพื่อนในการแก้ปัญหา ฯลฯ
9. เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม ไปหาเพื่อนเพื่อเล่นเกมสนุก ๆ คลายเครียดติดต่อเพื่อนฝูงที่ไม่ค่อยได้พบปะ ไปทำบุญที่วัด
10. เข้าหาธรรมชาติให้มาก ปลูกต้นไม้ จัดแจกันดอกไม้ซื้อปลาตู้มาเลี้ยง หาลูกสุนัขมาเลี้ยง
11. อยู่อย่างสงบบ้าง ถ้าลองทำกิจกรรมต่าง ๆ แล้วยังไม่ได้ผลก็งั้น ๆ สงบสติอารมณ์ใช้ปัญญาไตร่ตรองข้อเท็จจริงอย่าปล่อยให้ตัวเองตกเป็นทาสของอารมณ์ที่ไม่เกิดผลดี ลูกขึ้นแล้วบอกกับตนเองว่าเราจะไม่ใส่ใจจมอยู่กับความทุกข์เราจะเป็นคนที่มีความสุขบอกตนเองย้ำลงไปให้จิตได้สำนึกได้รับรู้ด้วย

ดังนั้นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จึงมีแต่ข้อดี แต่คนส่วนมากมีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป การใช้เวลาว่างของแต่ละคนจึงแตกต่างกันออกไปเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น ดิฉันมีความสนใจในด้าน งานประดิษฐ์ เย็บ ปัก ถัก ร้อย ต่าง ๆ ดิฉันจึงสนใจที่จะใช้เวลาว่างจากการเรียนเพื่อศึกษาวิธีการ เคล็ดลับ ของการประดิษฐ์และสร้างสรรค์งานฝีมือต่าง ๆ รวมทั้งฝึกทักษะในแต่ละแขนงให้ชำนาญและเกิดเป็นผลงานที่น่าภาคภูมิใจ เพราะเราได้ทำขึ้นเองด้วยฝีมือของเราอีกทั้งยังสามารถ จำหน่ายเพื่อหารายได้เสริมระหว่างเรียน เป็นการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายจากที่บ้านได้อีกส่วนหนึ่ง

งานฝีมือที่ฉันถนัดคือ โครเชต์ จึงได้ฝึกฝนจนชำนาญและถักออกมาในรูปแบบต่างๆ แต่ที่เป็นที่นิยมสำหรับลูกค้ามากที่สุดก็คือตุ๊กตาถักโครเชต์ ที่มีรูปร่างหน้าตาน่ารัก สีสันสวยงาม สามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ เช่น ตุ๊กตาโครเชต์สัตว์เลี้ยง เป็นการถักตุ๊กตาที่มาจากรูปร่างหน้าตาของสัตว์เลี้ยงของลูกค้าจริงๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ จึงเป็นที่นิยมและขึ้นชื่อในหมู่บรรดาคนรักสัตว์ และเลี้ยงสัตว์จึงมีผู้สั่งทำเป็นจำนวนมากสิ่งที่เป็นปัญหาคือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นขาดบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ไม่เป็นที่สะดุดตา และจดจำต่อลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ เพื่อออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สะดุดตา เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และอีกทั้งยังเป็นการ

เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มรายได้ให้กับ พี่น้องผู้ตกตักโครเซต ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และอีกทั้งเป็นการสร้างเอกลักษณ์พี่น้องผู้ตกตักโครเซต อีกด้วย

3. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาโครงการนี้ เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและพัฒนามรรฐกัณฑ์ เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผู้ตกตักโครเซต ของพี่น้องผู้ตกตักโครเซต
ขอบเขตด้านพื้นที่

ของเขตในพื้นที่ของโครงการหมายถึง พี่น้องผู้ตกตักโครเซต

- ประวัติความเป็นมาของพี่น้องผู้ตกตักโครเซต
- นโยบายทางการตลาดผู้ตกตักโครเซต ของพี่น้องผู้ตกตักโครเซต

ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์

ประเภทของผลิตภัณฑ์ผู้ตกตักโครเซตของพี่น้องผู้ตกตักโครเซตที่
ทำการศึกษาประกอบไปด้วย 7 ประเภท ดังนี้

- หมอนอิงถักบางแก้ว เพศผู้/เมีย
- ตุ๊กตาทักบางแก้วแบบยืน มีชุดเปลี่ยน เพศผู้/เมีย
- เซตเครื่องเขียนบางแก้วถัก
- กระตังใส่เหรียญ บางแก้วถัก
- กระเป๋าใส่มือถือบางแก้วถัก
- กล่องกระดาษทิชชูแบบกลม

ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์

- | | |
|---|----------------------|
| - หมอนอิงถักบางแก้ว เพศผู้/เมีย | 1 โครงสร้าง 2 กราฟิก |
| - ตุ๊กตาทักบางแก้วแบบยืน มีชุดเปลี่ยน เพศผู้/เมีย | 1 โครงสร้าง 2 กราฟิก |
| - เซตเครื่องเขียนบางแก้วถัก | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - กระตังใส่เหรียญ บางแก้วถัก | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - กระเป๋าใส่มือถือบางแก้วถัก | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |
| - กล่องกระดาษทิชชูแบบกลม | 1 โครงสร้าง 1 กราฟิก |

4.กรอบแนวความคิดงานวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต

- ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย ตลอดจนเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้อง
- กำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ศึกษา
- ศึกษาเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัย(สัมภาษณ์)
- ศึกษา วิเคราะห์ เรียบเรียงข้อมูลตามขอบเขตงานวิจัย

ส่วนที่ 2 ศึกษาบรรพบุรุษตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต

ศึกษา และจัดเก็บข้อมูล

- ประมวลผลข้อมูล

ส่วนที่ 3 ออกแบบบรรพบุรุษตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต

กำหนดแนวคิดในการพัฒนารบบบรรพบุรุษตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต

นำเสนอต้นแบบที่พัฒนา

ส่วนที่ 4 ทดลองใช้บรรพบุรุษตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต ที่ได้ออกแบบ และ
วิจารณ์

ส่วนที่ 5 พัฒนาคุณภาพบรรพบุรุษตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต

5. สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบ

การออกแบบบรรพบุรุษตักโครเซต ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการออกแบบเพื่อส่งเสริมการขาย และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาและออกแบบบรรพบุรุษตักโครเซตที่สามารถใช้ตัวบรรพบุรุษตักโครเซตที่แสดงให้กับผลิตภัณฑ์ โดยที่ไม่ต้องทิ้งบรรพบุรุษตักโครเซตนั้นไป

1. สรุปสภาพทั่วไป ตักโครเซต ของพีโอเน็ตเวิร์กตากักโครเซต เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานฝีมือ ที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากทั้งทางด้านความสวยงามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์

2. การออกแบบลวดลายกราฟิก และโครงสร้าง ได้แนวคิดมาจาก การเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์นั้นๆ บรรพบุรุษตักโครเซตมีความเกี่ยวข้องถึงความหมายของบรรพบุรุษตักโครเซต มีความสวยงามและประโยชน์ในตัว สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีโอเน็ตตุ๊กตาถักโครเชต์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีโอเน็ตตุ๊กตาถักโครเชต์ ต้องอาศัย

ความชำนาญ ฝีมือ

2. ด้านการบริโภค ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป

ด้านความนิยม บรรจุภัณฑ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้า

เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมซื้อไปเป็นของฝาก

ผู้ประกอบการ ได้กำไรพอสมควร ถ้าหากบรรจุภัณฑ์ไม่ช่วยส่งเสริม

ภาพลักษณ์ ไม่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ก็จะส่งผลให้ยอดขายไม่เพิ่มขึ้น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ตุ๊กตาถักโครเชต์ ของพีโอเน็ตตุ๊กตาถักโครเชต์ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้ดี มีการออกแบบโลโก้ อีกทั้งยังมีรายละเอียด ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน จะเป็นการช่วยเพิ่มข้อมูลให้ลูกค้า รวมถึงสร้างความประทับใจน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภคด้วยข้อเสนอแนะ

1. ผลิตภัณฑ์สามารถเสียหายได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าผสมผสานกับการถักดังนั้นควรมีบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวผลิตภัณฑ์เกิดการเสียหาย
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คำนึงถึงความสามารถในการผลิตจริง ทั้งการป้องกันสินค้า และการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์
3. ควรนำการศึกษาภาคสนามมาใช้ในการออกแบบให้มากเพราะจะได้รู้ความต้องการที่แท้จริงของผู้ผลิต และพยายามหาแนวทางแก้ไขในการออกแบบ และควรรู้จักการวางแผน และทำให้ผลงานออกมาสมบูรณ์แบบที่สุด

บรรณานุกรม

ชัยรัตน์ อัครวางกูร. ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพมหานคร : วิทอินดีไซน์, บจก. , 2550

นวลน้อย บุญวงษ์. (2539). หลักการออกแบบ (พิมพ์ครั้งที่ 1).

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (พิมพ์ครั้งที่ 1).

กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์

วิรัช ลภรัตน์กุล. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพมหานคร : วิมลอาร์ต , 2531

วิรุณ ตั้งเจริญ. การออกแบบ 2 มิติ. กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์ , 2537

วิรุณ ตั้งเจริญ. ออกแบบกราฟฟิค GRAPHIC DESIGN. กรุงเทพมหานคร : อีแอนด์ไอคิว,
2547

สมบุญ เล็กวงษ์ไพฑูลย์. แนวคิดการออกแบบ บรรจุภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : เพชรกะรัต,
2549

