

อภินันทนาการ



สำนักหอสมุด

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง
ตำบลซอโอ อำเภอบรบือ จังหวัดตาก

กนกอร บุญประสิทธิ์

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันลงทะเบียน..... 11 ต.ค. 2555

เลขทะเบียน..... 1. 6029269

เลขเรียกหนังสือ..... 1. TS

195.4

ก126ก

2555

ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

มีนาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

THE DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR DRIED ROSES PRODUCTS
PHATHOM-PHET,POPPHA DISTRICT, TAK PROVINCE, THAILAND

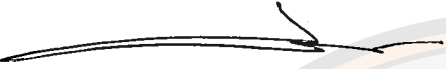


Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University
in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Product and Package Design

March 2012

Copyright 2012 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอก
กุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ของ กนกอร บุญประสิทธิ์ เห็นสมควรรับ
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบ
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร


.....ประธาน
(ผศ. ศุภรัก สุวรรณวัจน์)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ศุภเดช หิมะมาน)


.....กรรมการ
(อาจารย์ เจนยุทธ ศรีหิรัญ)

อนุมัติ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เจลิมชัย เจริญชัย)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มีนาคม พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

ภาคินพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับการอนุเคราะห์และให้คำแนะนำในการแก้ไข
ข้อบกพร่องต่างๆจากผู้มีพระคุณหลายท่าน จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัย
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. ศุภรัก สุวรรณวัจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาภาคินพนธ์และ
คณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วย
ความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา และพี่น้องทุกท่าน ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจ ให้ความรัก เอาใจใส่
สนับสนุนและส่งเสริมแก่ผู้วิจัยในทุกๆด้าน ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งการศึกษาวิจัยได้สำเร็จลุล่วง
สมบูรณ์ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งอย่างยิ่ง อย่างหาที่เปรียบมิได้

กนกอร บุญประสิทธิ์

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
ผู้วิจัย	นางสาว กนกอร บุญประสิทธิ์
ประธานที่ปรึกษา	ผศ.ศุภรัก สุวรรณวัจน์
กรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พ.ศ.2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป ของผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไร่กุหลาบปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จากการศึกษาดังกล่าว จะนำไปสู่แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร โดยใช้วิธีเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) และการวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ในการดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร โดยการสัมภาษณ์ โดยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แล้วสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร

ผลการวิจัยพบว่าด้านบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และสามารถปกป้องสินค้าได้อย่างดี และเป็นการเปิดตลาดใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างภาพลักษณ์และจุดเด่น เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และสามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ด้านกราฟิก ส่งเสริมภาพลักษณ์และความเป็นเอกลักษณ์ โดยการสร้างความโดดเด่นในการใช้สีเพื่อสื่อถึงความรัก ความโรแมนติกในการออกแบบ โดยเลือกกราฟิกสไตล์วินเทจและโทนสีโรแมนติก อ่อนนุ่ม สร้างความเป็นเอกภาพและจุดเด่นของบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งของไร่ปฐุมเพชร เป็นการออกแบบโดยใช้แนวคิดของการออกแบบคือ " Gift of Love" เพื่อต้องการสื่อสารว่าดอกกุหลาบเปรียบเสมือนตัวแทนของความรัก ตัวบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นกล่องของขวัญชิ้นพิเศษ สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างมั่นคง ปลอดภัย Graphicให้ความรู้สึกรักที่อบอุ่น โรแมนติก สื่อความหมายถึงการมอบความรักอย่างนิรันดร์

สารบัญ

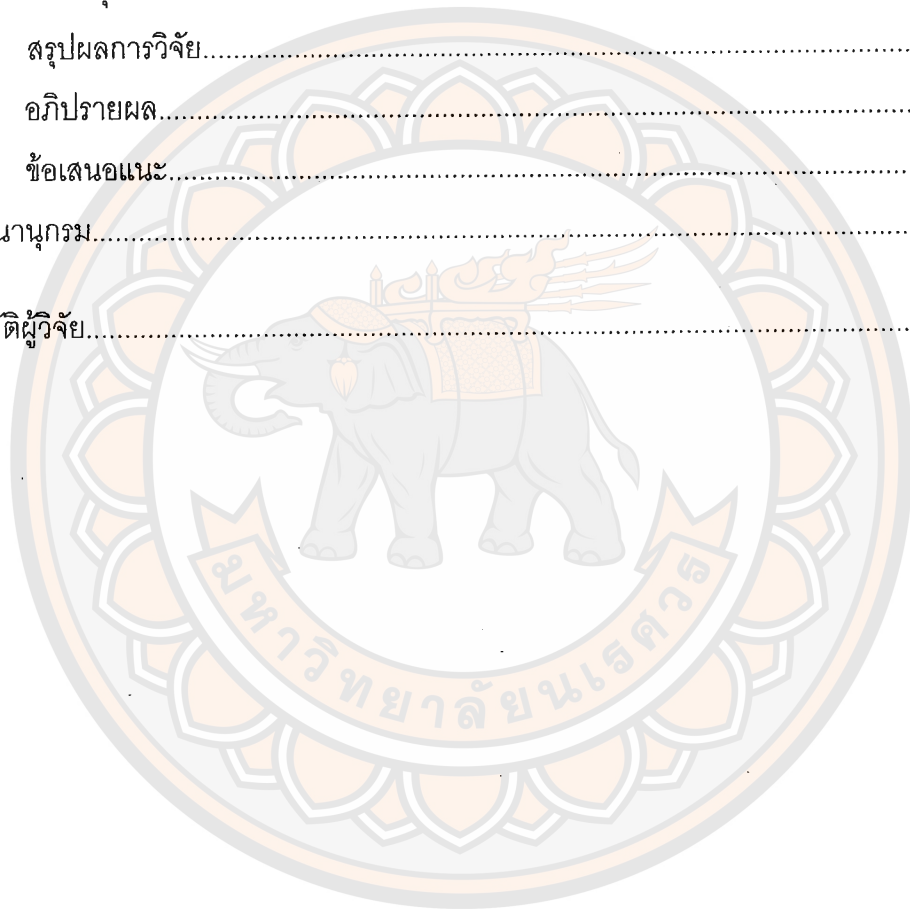
บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
วิธีดำเนินงานวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
1. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับไร่ปทุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก.....	8
1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม.....	8
1.2 สภาพทั่วไปของกลุ่ม.....	9
1.3 สภาพทั่วไปของจังหวัดตาก.....	10
2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์.....	10
2.1 ความสำคัญและความหมายของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์.....	10
2.2 บทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์.....	11
2.3 ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่ดี.....	11
3. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบ.....	12
3.1 ความหมายของการออกแบบ.....	12
3.2 ประเภทของการออกแบบ.....	12
3.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ.....	13
3.4 หลักการในการออกแบบ.....	18
3.5 การออกแบบกราฟิก.....	19
3.6 เทคนิคในการออกแบบ.....	20
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์.....	27

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์.....	27
4.2 ประวัติและความเป็นมาของการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	29
4.3 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์.....	30
4.4 ประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	33
4.5 วัสดุบรรจุภัณฑ์.....	34
4.6 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	38
4.7 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์.....	40
4.8 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์.....	43
4.9 เครื่องหมายการค้าบนบรรจุภัณฑ์.....	49
4.10 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์.....	52
4.11 ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์.....	54
4.12 ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์.....	54
5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับดอกกุหลาบอบแห้ง.....	58
5.1 ที่มาและความหมายของดอกกุหลาบอบแห้ง.....	58
5.2 กระบวนการผลิต.....	59
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	65
ขั้นตอนการวิจัย.....	65
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	66
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
วิเคราะห์ข้อมูล.....	68
4 ผลการวิจัย.....	71
ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ(Design Brief).....	71
ส่วนที่ 2 กระบวนการออกแบบและพัฒนา.....	83

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 3 การพัฒนาสร้างสรรค์.....	88
ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น.....	90
5 บทสรุป.....	96
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	96
สรุปผลการวิจัย.....	96
อภิปรายผล.....	98
ข้อเสนอแนะ.....	99
บรรณานุกรม.....	101
ประวัติผู้วิจัย.....	102



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 2.1 ไร่กุหลาบปฐมเพชร.....	59
ภาพที่ 2.2 นำดอกกุหลาบที่ตัดไว้มาแช่ในน้ำ.....	60
ภาพที่ 2.3 ดอกที่สีสด จะแช่ไว้ในอ่างสีผสมอาหาร.....	60
ภาพที่ 2.4 กุหลาบที่ไม่ได้คุณภาพจะทิ้งทันที.....	61
ภาพที่ 2.5 นำดอกมาตัดแต่ง แล้วใส่ทรายซิลิกาเจล.....	61
ภาพที่ 2.6 ทรายที่ใช้ดูดความชื้น.....	62
ภาพที่ 2.7 นำทรายใส่ตามกลีบดอก อย่างประณีต.....	62
ภาพที่ 2.8 นำดอกมาวางเรียงในกล่องพลาสติกที่มีฝาปิด.....	63
ภาพที่ 2.9 เตรียมอบแห้ง.....	63
ภาพที่ 2.10 ดอกที่อบแล้วมาเรียงใส่กล่อง เตรียมบรรจุใส่โหลแก้ว.....	64
ภาพที่ 2.1 ผลิตภัณฑ์เสร็จสมบูรณ์.....	64
ภาพที่ 4.1 โครงสร้างและกราฟิก ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แบบเก่าของไร่ปฐมเพชร.....	73
ภาพที่ 4.2 แสดงอารมณ์และโทนของงาน (Mood&Tone)	81
ภาพที่ 4.3 กลุ่มเป้าหมายหลัก.....	82
ภาพที่ 4.4 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบานดี)	83
ภาพที่ 4.5 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบานดี)	83
ภาพที่ 4.6 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)	84
ภาพที่ 4.7 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)	84
ภาพที่ 4.8 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)	85
ภาพที่ 4.9 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)	85
ภาพที่ 4.10 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)	86
ภาพที่ 4.11 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)	86
ภาพที่ 4.12 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)	87

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 4.13 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)	87
ภาพที่ 4.14 กราฟิการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วทรงบวบ)	88
ภาพที่ 4.15 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)	88
ภาพที่ 4.16 กราฟิการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)	89
ภาพที่ 4.17 กราฟิการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)	89
ภาพที่ 4.18 กราฟิการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)	90
ภาพที่ 4.19 แสดงการพัฒนาแบบสินค้า.....	91
ภาพที่ 4.20 ตราลินค้าของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	91
ภาพที่ 4.21 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วร้อนดี).....	92
ภาพที่ 4.22 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)	92
ภาพที่ 4.23 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)	93
ภาพที่ 4.24 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)	93
ภาพที่ 4.25 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)	94
ภาพที่ 4.26 บรรจุภัณฑ์รวมของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	94
ภาพที่ 4.27 ผลงานการออกแบบที่สร้างสรรค์เสร็จสมบูรณ์.....	95

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดตาก เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสอง ของภาคเหนือ รองจากเชียงใหม่ พื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นป่าเขาคั่นเป็นทิวเขายาว ของชาวเขาเผ่าต่างๆ มีแม่น้ำปิงไหลผ่านตัวจังหวัด และมีแม่น้ำเมย เป็นเส้นกั้นเขตแดนไทย กับพม่า ที่อำเภอแม่สอด ซึ่งเป็นศูนย์กลาง การค้าขาย ชายแดนระหว่างไทยกับพม่า อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 426 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 10,254,156 ไร่ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็น ภูเขา และป่าไม้ เป็นจังหวัดที่มีอุทยานแห่งชาติหลายแห่งที่ยังคงความสมบูรณ์ของป่า และธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช อุทยานแห่งชาติแม่เมย อุทยานแห่งชาติลานสาง และอุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ ตลอดจนมีน้ำตกที่ นักท่องเที่ยวรัก การผจญภัย และนิยมการล่องแก่งต้องมาเยือนสักครั้ง คือ น้ำตกทีลอซู และน้ำตกทีลอเร นอกจากนี้ ความสวยงามตามธรรมชาติแล้ว ยังเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อทั้งดอกไม้ และผลไม้ โดยเฉพาะทับทิม ซึ่งเป็นพันธุ์ ที่มีผลใหญ่ และกำลังได้รับความนิยมมาก

ทั้งนี้จังหวัดตาก มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาสูง เนื่องจากพื้นที่เชื่อมต่อกับจังหวัดอื่นๆ เช่น กำแพงเพชร ลำปาง และประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ทำให้เป็นจังหวัดที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบน ภาคเหนือตอนล่างและภูมิภาคอาเซียนเข้าด้วยกัน ซึ่งการประดิษฐกรรม ผลิตภัณฑ์แปรรูป ก็ถือว่าเป็นสินค้าอีกอย่างหนึ่ง ที่กำลังจะเปิดตัว ในท้องตลาด โดยสร้างความหลากหลายในรูปแบบของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นผลิตภัณฑ์ตัวเลือกในการพัฒนารูปแบบไปสู่ตลาดโลก เพื่อพัฒนาการและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ไร่กุหลาบ ปฐุมเพชร อำเภอ พบพระ จังหวัดตาก นับว่ามีพื้นที่ปลูกกุหลาบมากที่สุด ในภาคเหนือ มีสายพันธุ์ต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะกุหลาบไร้หนาม ชมความสวยงามของกุหลาบดอกโตในไร่ปฐุมเพชร พร้อมการปลูกพืชผสมผสาน โดยเน้นพืชผักสวนครัว และ การเพิ่มมูลค่ากุหลาบก่อนส่งขายด้วยการแปรรูปลงโหลแก้ว

ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง กลายเป็นกุหลาบแก้ว ถือเป็นอาชีพหนึ่งของเจ้าของไร่กุหลาบ ปฐุมเพชร ตำบลขอโฮ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก อีกอาชีพหนึ่ง ที่สร้างรายได้ให้กับเจ้าของไร่เป็นอย่างดี เนื่องจากที่กล่าวไว้แล้วว่าอำเภอ พบพระ จังหวัดตาก มีพื้นที่ปลูกกุหลาบเป็นจำนวนมากจึงทำให้เจ้าของไร่ นำสิ่งที่มีอยู่ใกล้ตัวมาก่อให้เกิดอาชีพ อาชีพ การทำเกษตรกรรม

ไร่กุหลาบ ตำบลช่อโอ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก นั้นได้เล็งเห็นความสวยงามที่ได้จากธรรมชาติ จึงได้มีความคิดริเริ่มในการนำดอกกุหลาบที่หมดอายุการเก็บรักษา มาทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะ ไม่เหมือนที่อื่น ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น ความเป็นสังคมครอบครัว

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าดอกกุหลาบ จะใช้เป็นของขวัญ ใช้แทนความรู้สึก และเมื่อหมดอายุการเก็บรักษา แต่ยังคงสภาพความสดอยู่บ้าง ก็ยังสามารถที่จะนำมาแปรรูป เป็นดอกไม้แห้งได้ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์แปรรูปดอกกุหลาบ ของไร่กุหลาบปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจเนื่องจากผลิตด้วยมือและใช้วัตถุดิบธรรมชาติ กลุ่มเป้าหมายนั้น เป็นนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ ผู้สนใจที่ต้องการซื้อเป็นของประดับบ้าน ที่ระลึก ของฝาก ดังนั้น คุณภาพ และการสร้างแรงจูงใจในการซื้อจึงเป็นสิ่งจำเป็น ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้ออย่างหนึ่งก็คือ การบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตัวบรรจุภัณฑ์จะเป็นตัวบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริม สนับสนุน และยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าสินค้าอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกันจะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อและการบรรจุภัณฑ์ยังช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย

จากความสำคัญและความเป็นมาของปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาและออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เรียบง่ายเกินไป ไม่มีความสวยงามและต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ หากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านการบรรจุภัณฑ์ นอกจากจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกับผลิตภัณฑ์แล้วยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพัฒนา เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของไร่ปฐุมเพชร ตำบลช่อโอ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อพัฒนารูปแบบหัตถกรรมโดยศึกษา 3 ประเด็นหลักดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวัสดุทางการออกแบบที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้กับการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถส่งเสริม สนับสนุน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

- ศึกษา เอกสาร ตำราที่เกี่ยวข้อง
- การจัดสร้างระบบและวิธีการจัดเก็บข้อมูลภาคสนาม
- สร้างแบบสอบถามสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่
 - ผู้ประกอบการ
 - แรงงานต่างด้าวที่มาทำงาน
 - ผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดพื้นที่ในการวิจัยทางด้านผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยเข้าภาคสนามด้วยวิธีเปิดเผยตัว (Overrole) โดยนำหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัย เสนอต่อผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

เครื่องมือในการทำวิจัย

1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูลต่างๆ
2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Partcian Observat) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Partcian Observat)
3. การสัมภาษณ์เจาะลึก (Indept Interview) ผู้วิจัยจะใช้วิธีแบบเฉพาะเจาะจงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้านสภาพทั่วไปของผู้ผลิต กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ประกอบด้วย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วยการศึกษาเอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เจาะลึก รวมทั้งใช้การจดบันทึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วยสภาพความเป็นอยู่ของ ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสังเกต การสัมภาษณ์
2. ตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลขณะเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของข้อมูลภาคสนามทุกครั้งที่ได้ข้อมูลด้วยการดูข้อมูลด้วยการดูข้อความ สืบความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่

แผนการดำเนินงาน

แผนงาน	นับตั้งแต่เดือน				
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
บทที่ 1 ความเป็นและความสำคัญ	↔				
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔	↔			
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	↔	↔	↔		
บทที่ 4 ผลการวิจัย			↔	↔	↔
บทที่ 5 บทสรุป				↔	↔
การนำเสนอ					↔

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งนักวิจัยในที่นี้หมายถึง นิสิตภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร และผู้ประกอบการของ ไร่ปฐุมเพชร ที่มีส่วนร่วมตลอดทุกขั้นตอนของการวิจัย

โดยมุ่งหวังว่าผลงานวิจัยทำให้เกิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ดังนั้น ไร่ปฐุมเพชร จะได้บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ต้นแบบจำนวน 5 ชิ้น ประกอบด้วย

1. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งแก้วบานดี จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก

- | | |
|---|-----------------------------|
| 2.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วน้ำ | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 3.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วไวน์ | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 4.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งแก้วทรงบวบ | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 5.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วทรงบัว | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |

1.ขอบเขตด้านพื้นที่

- ประวัติความเป็นมาของร้าน ไร่ปฐมเพชร
- แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ไร่ปฐมเพชร

2. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์

1. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งแก้วรันดี
- 2.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วน้ำ
- 3.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วไวน์
- 4.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งแก้วทรงบวบ
- 5.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วทรงบัว

3.ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งแก้วรันดี | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 2.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วน้ำ | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 3.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วไวน์ | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 4.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งแก้วทรงบวบ | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |
| 5.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วทรงบัว | จำนวน 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก |

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
2. ได้บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
3. เพื่อให้ได้รูปแบบต้นฉบับและเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ต่อไป
4. เพื่อต้องการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปดอกกุหลาบ ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.การพัฒนา หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุ รูปแบบ และในเชิงปริมาณ การทำให้ลักษณะเดิม เปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า สภาพเก่า แต่ โดยธรรมชาติแล้วย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลง ย่อมเกิดปัญหาในตัวเอง เพียงแต่ว่าจะมีปัญหามาก หรือปัญหาน้อย
- 2.การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงแบบ ผลงานหรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสมมีความแปลกใหม่ขึ้น
- 3.บรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัสดุภายนอกที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และการนำไปใช้ของผู้บริโภค
- 4.ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง หมายถึง การนำดอกไม้สด มาทำการอบแห้งเพื่อให้ดอกไม้คงรูปทรงไว้ได้สวยงาม
5. ไร่ปฐุมเพชร หมายถึง สถานที่ปลูกไร่กุหลาบ ซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป แบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

1.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

1.2 สภาพทั่วไปของกลุ่ม

1.3 สภาพทั่วไปของจังหวัดตาก

2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2.1 ความสำคัญและความหมายของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2.2 บทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.3 ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่ดี

3. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบ

3.1 ความหมายของการออกแบบ

3.2 ประเภทของการออกแบบ

3.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ

3.4 หลักการในการออกแบบ

3.5 การออกแบบกราฟิก

3.6 เทคนิคในการออกแบบ

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

4.2 ประวัติและความเป็นมาของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.3 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

4.4 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

4.5 วัสดุบรรจุภัณฑ์

4.6 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

- 4.7 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์
- 4.8 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์
- 4.9 เครื่องหมายการค้าบนบรรจุภัณฑ์
- 4.10 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์
- 4.11 ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์
- 4.12 ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์
- 5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับดอกกุหลาบอบแห้ง
 - 5.1 ที่มาและความหมายของดอกกุหลาบอบแห้ง
 - 5.2 กระบวนการผลิต

1.เอกสารเกี่ยวกับไร่กุหลาบปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

1.1 ประวัติความเป็นมาของไร่กุหลาบปฐมเพชร

คุณ ภราดล กานดา เกษตรกรผู้เป็นเจ้าของไร่กุหลาบ อันเลื่องชื่อในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก มาช้านาน คุณภราดล เกิดเมื่อปีพ.ศ. 2505 พื้นเพเป็นคนจังหวัดนครปฐม สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 แต่ด้วยใจรักในการเกษตรประกอบกับเป็นผู้ที่ชอบเดินทางไปทั่วทุกภูมิภาคในประเทศ จึงทำให้เข้าใจธรรมชาติและภูมิประเทศเป็นอย่างดี และเห็นว่าอำเภอพบพระ จังหวัดตากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากเหมาะสมที่จะทำการเกษตร

ในปีพ.ศ. 2538 จึงได้อพยพครอบครัวมาตั้งรกรากที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สาเหตุที่ทำไม่ถึงได้ตั้งชื่อไว้ว่า ไร่ปฐมเพชร ก็เพราะว่า คุณภราดลเป็นคนนครปฐม และภรรยา คุณทุเรียนเป็นคนเพชรบุรี จึงนำมารวมกัน เป็น "ปฐมเพชร"

คุณภราดล เป็นคนชอบค้นคว้าทดลอง นำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการพัฒนาด้านการเกษตร จึงทำให้ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการปลูกดอกกุหลาบ คุณภราดลจะเป็นผู้ดูแลตั้งแต่การเลือกสายพันธุ์ ควบคุมคุณภาพ การตลาด โดยจะคัดเลือกเพื่อให้ได้ขนาดดอกที่ดี แล้วจึงแพ็คส่งไปยังตลาดกรุงเทพ ทำให้อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นแหล่งผลิตดอกกุหลาบที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ แต่ด้วยเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน จึงทำให้คุณภราดลคิดที่จะแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรบ้าง ได้แรงบันดาลใจมาจาก ในอินเทอร์เน็ต จึงได้มีความคิดที่ว่าเราก็ปลูกกุหลาบเอง น่าจะหาช่องทางทำมาหากินเพิ่ม และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตได้ด้วย

ในปีพ.ศ.2552 จึงได้มีการเริ่มทำธุรกิจแปรรูปผลิตผล ซึ่งเป็นธุรกิจที่คุณภราดลให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และกำลังเจริญเติบโต เป็นที่รู้จักดีภายในประเทศและต่างประเทศ ด้วยการคัดสรรวัตถุดิบอย่างดี ตั้งใจ ประณีตในการทำ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปดอกกุหลาบ เป็นสินค้าที่

กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และทางเจ้าของไร่ปฐุมเพชรก็ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาศึกษาวิธีการผลิตทุเรียนแก้ว และยังได้เข้าไปถ่ายรูปแบบไร่ทุเรียนอันแสนสวย

1.2 สภาพทั่วไปของไร่ทุเรียนปฐุมเพชร

ไร่ทุเรียนปฐุมเพชร ที่ตั้ง เลขที่ 15/1 หมู่ 6 ซ.ปฐุมเพชร ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีผู้อาศัยอยู่พอประมาณ มีหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทย พม่า กะเหรี่ยง ชาวไทยภูเขาเผ่ามูเซอ มีสถานที่สำคัญต่างๆมากมาย เช่น น้ำตกพาเจริญ น้ำตกทีลอซู น้ำตกธารทิพย์และอีกหลายๆแห่ง เป็นต้น บรรยากาศร่มรื่นด้วยป่าเขา ลำเนาไพร การคมนาคมสะดวก แต่ยังมีบางส่วนที่ยังเป็นถนนดินแดง ประชาชนส่วนใหญ่จะปลูกพืชไร่ ผสม ข้าวโพดเป็นหลัก ป้ายสัญลักษณ์บอกข้างทางขนาดใหญ่ชัดเจน

ไร่ทุเรียนปฐุมเพชร ตั้งอยู่กิโลเมตรที่ 34 ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ปากทางเข้าจะมีป้ายบอกทาง ระยะทางเข้าไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร จะเป็นบ้านไม้สัก หลังใหญ่ และไร่ทุเรียนจะแบ่งเป็นสองลักษณะคือ แหล่งที่แรก จะเอาไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวเพื่อเก็บภาพ และซื้อของที่ระลึกทุเรียนแก้ว แหล่งที่สอง จะเป็นไร่ทุเรียนที่เอาไว้สำหรับปลูกเพื่อนำมาขายและนำมาทำเป็นทุเรียนแก้ว

1.3 สภาพทั่วไปของจังหวัดตาก

จังหวัดตาก เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสอง ของภาคเหนือ รองจากเชียงใหม่ พื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นป่าเขาอันเป็นที่อยู่ ของชาวเขาเผ่าต่างๆ มีแม่น้ำปิงไหลผ่านตัวจังหวัด และมีแม่น้ำเมย เป็นเส้นกั้นเขตแดนไทย กับพม่า ที่อำเภอแม่สอด ซึ่งเป็นศูนย์กลาง การค้าขาย ชายแดนระหว่างไทยกับพม่า อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 426 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 10,254,156 ไร่ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็น ภูเขา และป่าไม้ เป็นจังหวัดที่มีอุทยานแห่งชาติหลายแห่งที่ยังคงความสมบูรณ์ของป่า และธรรมชาติ อาทิ อุทยานแห่งชาติตากสินมหาราช อุทยานแห่งชาติแม่เมย อุทยานแห่งชาติลานสาง และอุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ ตลอดจนมีน้ำตกที่ นักท่องเที่ยวรัก การผจญภัย และนิยมการล่องแก่งต้องมาเยือนสักครั้ง คือ น้ำตกทีลอซู และน้ำตกทีลอเร นอกจากนี้ความสวยงามตามธรรมชาติแล้ว ยังเป็นจังหวัดที่มีผลผลิตทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อทั้งดอกไม้ และผลไม้ โดยเฉพาะทับทิม ซึ่งเป็นพันธุ์ ที่มีผลใหญ่ และกำลังได้รับความนิยมมาก

ทั้งนี้จังหวัดตาก มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาสูง เนื่องจากพื้นที่เชื่อมต่อกับจังหวัดอื่นๆ เช่น กำแพงเพชร ลำปาง และประเทศเพื่อนบ้าน เช่น พม่า ทำให้เป็นจังหวัดที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจของภาคเหนือตอนบน ภาคเหนือตอนล่างและภูมิภาคอาเซียนเข้าด้วยกัน ซึ่งการประดิษฐ์กรรม ผลิตภัณฑ์แปรรูป ก็ถือว่าเป็นสินค้าอีกอย่างหนึ่ง ที่กำลังจะเปิดตัว ในท้องตลาด

โดยสร้างความหลากหลายในรูปแบบของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นผลิตภัณฑ์ตัวเลือกในการพัฒนารูปแบบไปสู่ตลาดโลก เพื่อพัฒนาการและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2.1 ความสำคัญและความหมายของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ นับเป็นความจำเป็นขั้นสูงในลำดับต้นๆ ของสินค้าทุกประเภท เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นจุดแรกที่โน้มนำความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นอกเหนือจาก 4Ps ซึ่งได้แก่ ราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ (Product) สถานที่จำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) แล้ว P อีกตัวหนึ่งที่นับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญไม่น้อยกว่า P ตัวอื่นๆ คือ บรรจุภัณฑ์ (Package) บรรจุภัณฑ์นับว่ามีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จทางธุรกิจ นอกจากจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตาแล้ว ยังสามารถเป็นสื่อโฆษณา สร้างความประทับใจในตัวสินค้าและเพิ่มแรงกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย บรรจุภัณฑ์จึงเปรียบเสมือนพนักงานขายคนหนึ่งที่มีส่วนส่งเสริมการขายอยู่อย่างเงียบๆ (Silent Salesman) บรรจุภัณฑ์เป็นจุดขายสำคัญในการสร้างแรงดึงดูดลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในที่ดีและน่าสนใจย่อมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันในตลาดยุคไร้พรมแดน จุดขายปลีกไปสู่มือผู้ซื้อโดยตรง แสดงถึงชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต ตราสินค้า วิธีการใช้ของสินค้า และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าและองค์กรได้

ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ทั้งหลายต้องมีการออกแบบเพื่อให้มีความเหมาะสมในหลายๆด้านเช่น

- เพื่อให้เกิดความงดงาม น่าเชื่อถือ ความนิยมพิเศษ
- เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ในการลดแรงกระแทกจากการขนส่ง
- เพื่อเป็นสื่อเฉพาะที่ บอกภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

เป็นที่น่าเชื่อถือได้ว่า ผลิตภัณฑ์ต่างๆมากมายจำหน่ายได้ เพราะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความสนใจ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ จึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายต่อผู้บริโภค การออกแบบจึงต้องมีการจัดเตรียมและวางแผนทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุ รูปแบบ และในเชิงปริมาณ การทำให้ลักษณะเดิม เปลี่ยนไปโดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า สภาพเก่า แต่ โดยธรรมชาติแล้วย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลง ย่อมเกิดปัญหาในตัวมันเอง เพียงแต่ว่าจะมีปัญหามาก หรือปัญหาน้อย

บรรจุกณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัสดุภายนอกที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของผู้ผลิต / ผู้จำหน่ายและการนำไปใช้ของผู้บริโภค

2.2 บทบาทและหน้าที่ของบรรจุกณฑ์ในการตลาด

1. การคุ้มครองป้องกัน
2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์
3. การอำนวยความสะดวก
4. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค
5. การแสดงภาวะทางด้านเศรษฐกิจ

2.3 ประโยชน์ของบรรจุกณฑ์ที่ดี

1. ด้านผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย

1. สะดวกต่อการจัดเก็บและการรักษา
2. สะดวกต่อการจัดส่งและเคลื่อนย้าย
3. สะดวกต่อการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่
4. ใช้เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์
5. ช่วยยกระดับราคา สร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์
6. ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า

2. ด้านผู้บริโภค / ลูกค้า

1. พกพา เคลื่อนย้ายสะดวก
2. สามารถรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุใช้งานมากขึ้น
3. ช่วยให้ทราบรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์
4. ช่วยสร้างความภูมิใจในการซื้อ
5. สามารถแปรรูปประยุกต์ใช้งานอื่นได้

3. เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบ

3.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบหมายถึง การรู้จักแผนขั้นตอนและการรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยในสอดคล้องกับลักษณะ รูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมาเช่น เราจะทำเก้าอี้นั่งสักตัว เราต้องมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน โดยเริ่มจากวัสดุที่เราจะเลือกนำมาใช้ วิธีการทำ การคำนวณด้านสัดส่วน การคำนวณด้านความแข็งแรง สีสีนที่จะนำมาใช้ รวมไปถึงความสบายของผู้นั่ง

การออกแบบหมายถึง การปรับปรุงแบบ หรือผลงานสิ่งต่างๆที่มีอยู่ให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่เพิ่มมากขึ้น เช่น เรามีการดัดแปลงด้านสีสีน ด้านรูปทรง ด้านความสะดวกสบาย

การออกแบบหมายถึง การรวบรวมหรือจัดองค์ประกอบ ทั้งที่เป็น 2มิติและ 3มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ การนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกันนั้น ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ด้านการใช้สอยและความสวยงาม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์ เนื่องจากการสร้างค่านิยมทางความสวยงามและสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้กับมนุษย์

การออกแบบนี้ถือว่าเป็นวิชาปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการพัฒนา เพื่อที่จะได้สิ่งที่แปลกใหม่ ทั้งด้านการใช้งาน ด้านรูปทรง ด้านสีสีน

3.2 ประเภทของการออกแบบ

ปัจจุบันมนุษย์ของเราอาศัยอยู่บนโลกที่แวดล้อมไปด้วยผลงานที่เกิดจากฝีมือของมนุษย์ทั้งสิ้น การเปลี่ยนแปลงรูปทรงของธรรมชาติให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับความต้องการด้านการใช้งาน และความต้องการที่แสดงออกถึงด้านความรู้สึกนึกคิดเป็นจุดมุ่งหมายเป็นประการแรก แต่ความต้องการของมนุษย์นั้นไม่เคยมีขีดจำกัดความต้องการใหม่ๆที่เกิดขึ้นเป็นแรงผลักดันให้มีการสร้างผลผลิตอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาสิ่งต่างๆรอบตัวเรา มีทั้งสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ที่พักอาศัย เครื่องนุ่งห่ม และสิ่งที่เกินความจำเป็น เช่น เครื่องสำรวจบนดวงจันทร์ อาวุธและสิ่งทำร้ายล้างต่างๆ จนอาจกล่าวได้ว่า เราอยู่ในโลกที่มีความซับซ้อนและมีความเฉพาะ มีวิถีการดำรงชีวิตที่ได้รับความสะดวกสบาย แต่ในขณะเดียวกันก็มีอันตรายเพิ่มมากยิ่งขึ้น ในบรรดาสิ่งที่มนุษย์คิดค้นและออกแบบนานาชนิดจะพบว่ามีลักษณะร่วมกัน คือการแก้ปัญหาและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากปกติงานออกแบบจะเริ่มต้นจากการเกิดปัญหา และการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหานอกจากจะให้ข้อมูลความเป็นเหตุเป็นผลแล้วยังจำเป็นต้องมีการเสนอแนะวิธีการหรือรูปแบบต่างๆสำหรับการแก้ปัญหาตามความเหมาะสม การที่จะได้ซึ่งทางเลือกที่จะใช้แก้ปัญหา เป็นสิ่งที่จะต้องให้

กระบวนการสร้างสรรค์อันเป็นทักษะเฉพาะทาง อาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่มนุษย์ออกแบบมานี้หากนำมาจัดจำพวกเข้าด้วยกันแล้ว สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่มดังนี้

- การออกแบบระบบ (System Design) หมายถึง การออกแบบลักษณะการจตุวาระบบหรือระเบียบแบบแผนเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างงานลักษณะนี้จะไม่เป็นรูปธรรม เช่น การจัดการด้านการบริหารองค์กรหรือหน่วยงาน และในงานที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ การจัดระบบของค์กรไฟฟ้าในอาคาร และอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ เป็นต้น

- การออกแบบสภาพแวดล้อม (Environmental Design) หมายถึง การออกแบบในลักษณะการสร้างสิ่งต่างๆในสภาพแวดล้อมของมนุษย์ตั้งแต่การวางผังเมืองซึ่งเป็นลักษณะสภาพแวดล้อมที่มีขนาดใหญ่ การวางผังชุมชนที่มีขนาดเล็ก จนไปถึงการออกแบบสถาปัตยกรรมและส่วนประกอบทั้งภายในและภายนอกอาคาร มีลักษณะเฉพาะที่เป็นงานออกแบบมีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้านระบบและลักษณะของรูปทรงเข้าด้วยกัน

- การออกแบบสิ่งของ (Artifact Design) หมายถึง การออกแบบข้าวของเครื่องใช้ที่สัมผัสโดยตรงกับมนุษย์และเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อม การออกแบบสิ่งของจะอยู่ใกล้ชิดกับมนุษย์มีขนาดเล็ก เป็นงานที่มีความลึกซึ้งในแง่ของรูปทรง การใช้สอย และการผลิตที่ทำได้ทั้งในรูปแบบหัตถกรรมและอุตสาหกรรม ซึ่งงานออกแบบในลักษณะนี้จะมีความหลากหลาย ไม่มีการปิดกั้นด้านกระบวนการคิดที่สร้างสรรค์

3.3 ส่วนประกอบของการออกแบบ

ส่วนประกอบของการออกแบบ (Elements of Design) โดยมีส่วนประกอบหลายอย่างจะรวมตัวกันเป็นผลงาน จะสวยงามหรือน่าสนใจนั้นจะขึ้นอยู่กับคุณภาพในการปฏิบัติงานของผู้ออกแบบเอง ซึ่งจะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

3.3.1 จุด (Dot) เมื่อเรากล่าวถึงจุด ในความหมายทั่วไปเราอาจเข้าใจถึงส่วนที่เล็กที่สุดในที่ใดที่หนึ่ง เช่น บนกระดาษ บนผ้าและบนพื้น เป็นต้น จุดในทางการออกแบบอาจจะเป็นส่วนที่เล็กที่สุดหรือใหญ่ก็ได้ ในทางการออกแบบสามมิติ (Three-dimensional Design) จุดมีปริมาตรได้ด้วย เช่น จุดในงานโครงสร้าง จุดในงานโมบิล หรือจุดในงานประติมากรรม เมื่อเราพบจุดในงานออกแบบจุดอาจบอกถึงขนาดของตำแหน่ง และแรงดึงดูด จุดในงานออกแบบได้มีสภาพเป็นส่วนสำคัญท่ามกลางบริเวณ ทั้งการออกแบบ 2 มิติและการออกแบบ 3 มิติ ซึ่งการออกแบบอาจจะออกแบบเฉพาะจุดให้รวมตัวกัน หรือออกแบบรวมตัวกับส่วนประกอบอื่นๆก็ได้ซึ่งการออกแบบนั้นไม่มีข้อจำกัด (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2539, หน้า 21)

จุด จะทำหน้าที่ในงานออกแบบได้ 3 ทางคือ

- เป็นรูปร่างด้วยตัวของมันเอง
- เป็นเส้นปะที่เชื่อมสายตาด้วยจุดที่ต่อกัน
- นำมารวมกันเพื่อสร้างรูปร่างที่ใหญ่ ซึ่งจะเป็นรูปร่างที่มีค่าน้ำหนักสีเทาและมีผิวหยาบที่มองเห็นได้

จุด สามารถใช้เพื่อบรรยายรูปทรงหรือเป็นธาตุเบื้องต้นแรกในการออกแบบดังกล่าวมาแล้ว ภาพในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเป็นภาพที่สร้างขึ้นด้วยจุด ซึ่งเรียกว่าภาพฮาล์ฟโทน ทำขึ้นด้วยการสร้างเม็ดสีกรีนจากรูปภาพลายเม็ดสีกรีนทำให้ภาพเป็นจุดดำที่มีความถี่ห่างต่างกัน การนำภาพสีกรีนมาขยายใหญ่แสดงให้เห็นว่า แท้จริงแล้วไม่มีสีเทาแต่เป็นลวดลายของจุดดำเล็กๆมากมายที่เกิดขึ้น (นพวรรณ หมั่นทรัพย์, 2539, หน้า 32)

3.3.2 เส้น (Line) เราสามารถพบเห็นเส้นในชีวิตประจำวันและคนส่วนมากรู้จักเส้นมากกว่ามุลธาตุอื่นๆ มนุษย์เรารู้จักเส้นตั้งแต่เป็นเด็ก โดยดูจากการขีดเขียนเพื่อเล่าเรื่องราวต่างๆตามผนัง กำแพงแต่เป็นการขีดเขียนง่ายๆก็สามารถทำให้เกิดความน่าสนใจได้

หน้าที่ของเส้น (Function of line) เส้นที่เราพบอยู่ในชีวิตประจำวัน เราสามารถกำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆได้ เช่นเส้นทางม้าลายบนถนน เส้นบนสมุดคัดลายมือ เป็นต้น เส้นต่างๆนี้ล้วนมีหน้าที่หลักที่ถูกกำหนดอย่างตายตัว สามารถแบ่งออกเป็นหน้าที่ต่างๆได้ดังนี้ (วุฒิ วัฒนสิน, 2539, หน้า 44-45)

- เส้น จะแบ่งที่ว่างออกเป็นส่วนๆ
- เส้น จะแสดงให้เห็นถึงขอบเขตของรูปร่างและที่ว่าง
- เส้น เมื่อใช้ในกระจกเงา จะทำให้เกิดรูปทรง
- เส้น เมื่อใช้ในการแรเงา จะทำให้เกิดน้ำหนักอ่อนแก่ของแสงและเงา
- เส้น แต่ละชนิดแสดงความรู้สึกที่แตกต่างกัน

คุณลักษณะของเส้น (Line quality) เทคนิคการเขียนลายเส้นนั้นแสดงถึงความรู้สึกและอารมณ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเส้นแสดงคุณลักษณะของความรู้สึกต่างๆเช่น หนา บาง คมชัด มัว เล็ก ใหญ่ แข็ง อ่อนนุ่ม ซึ่งสามารถเป็นสื่อแทนความรู้สึกต่างๆ เช่น เครื่องขมิ้น กล้า เจียบสงบ ละเอียดย่อน แข็งกระด้าง และความรู้สึกอื่นๆอีกมากมาย รวมทั้งมีอิทธิพลต่อภาพที่ปรากฏออกมาอย่างมาก จึงจำเป็นต้องศึกษา เพื่อเลือกใช้เส้นและเทคนิคต่างๆ ให้เหมาะสม

เส้น สามารถสื่อความหมาย อารมณ์และความรู้สึกต่างๆออกมาสู่ผู้วาดหรือสัมผัส เส้นมีรูปร่างต่างกันย่อมสื่ออารมณ์ที่ต่างกันไปด้วย ดังที่เราจะกล่าวต่อไปนี้

- เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ เรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย
- เส้นเฉียงหรือทแยงมุม ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง
- เส้นปะ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาดหาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด
- เส้นหยักหรือซิกแซกแบบฟันปลา ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวอย่างป่วนไหวะ มีระเบียบ
- เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้าๆ ลื่นไหล สุภาพ อ่อนโยน นุ่มนวล
- เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึก ให้ความรู้สึกที่คลี่คลาย มีพลังเคลื่อนไหว

ตลอดเวลา

- เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็วไม่หยุดนิ่ง
- เส้นตั้งหรือเส้นดิ่ง ให้ความรู้สึกที่สูงส่ง มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ความ

ที่ตรง

3.3.3 รูปร่างและรูปทรง (Form and Shape) เมื่อเรามองไปที่วัตถุใดวัตถุหนึ่ง เช่น ขวด เราอาจจะพบส่วนที่ใช้บรรจุทรงกระบอก คอขวดเล็กชะลูดสูงและปากขวดเป็นเกลียว สิ่งที่เราเห็นทั้งหมดนั้นก็คือ รูปทรง ส่วนที่เราเห็นรอบนอกหรือส่วนที่ติดกับบริเวณว่าง มีลักษณะคดโค้งผายออก และตัดตรงนั้นคือรูปร่าง รูปร่างและรูปทรงมีความสัมพันธ์กันอยู่อย่างแยกไม่ออก รูปร่างและรูปทรงนับเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการออกแบบ ทำให้เกิดงานออกแบบในลักษณะต่างๆขึ้น

รูปร่าง อย่างไรก็ตามได้นักวิชาการให้ความหมายของรูปร่างไว้หลายท่านด้วยกันดังนี้

วุฒิ วัฒนสิน (2539, หน้า 57) กล่าวว่า "รูปร่าง คือ เส้นรอบนอกของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มีความกว้างและความยาวจากการประกอบกันเป็นภาพ 2 มิติซึ่งมีความกว้างและความยาว"

ซึ่งสอดคล้องกับ วัฒนะ จุฑะวิภาต (2527, หน้า 42) กล่าวว่า "เราสามารถเห็นรูปร่างได้จากขอบเส้นรอบนอก ซึ่งเป็นรูป 2 มิติมีความกว้างและความยาว ไม่มีความหนาหรือความลึก เส้นรอบนอกที่แยกพื้นที่ใหม่จากพื้นที่เดิมอาจจะแตกต่างไปจากสิ่งข้างเคียง โดยอาศัยสีและลักษณะผิวเป็นส่วนเน้นทำให้เห็นความแตกต่าง ดังนั้น รูปร่างจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะของรูปทรงต่างๆ รูปทรงขององค์ รูปทรงขององค์ประกอบเป็นอย่างไรมีผลมาจากรูปทรงของผิว และขอบเขตของรูปทรง สิ่งต่างๆที่เราเห็นนั้นย่อมแสดงรูปร่างของมันเองรูปร่างช่วยให้การรับรู้สิ่งต่างๆชัดเจนมากยิ่งขึ้น"

3.3.4 มวลและปริมาตร (Mass and Volume) มวลและปริมาตรมักจะรวมกันเสมอ มวลและปริมาตรสามารถลงตาเป็น 3 มิติได้ ดังนั้นการออกแบบต่างๆที่มีรูปทรงเป็นส่วนประกอบจึงสัมพันธ์กับมวลและปริมาตรด้วย

มวล (Mass) คือ เนื้อทั้งหมดของสสารและวัตถุต่างๆ เช่น มวลหินก็คือ เนื้ออันแข็งแน่นของหิน มวลของฟองน้ำก็คือ เนื้ออันนุ่มนวลและโปร่งของฟองน้ำ

ปริมาตร (Volume) คือ บริเวณที่กินระหว่างเนื้อที่ในอากาศทั้งหมดของวัตถุใดวัตถุหนึ่งเป็น รูปทรงที่แสดงมิติกว้าง ยาว และหนา โดยเน้นสภาพที่กินบริเวณว่างรอบๆ ตัว (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2526, หน้า 22)

3.3.5 ลักษณะผิว (Texture) วัตถุต่างๆ ที่มองเห็นนั้น ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ หรือสิ่งของล้วนมี เปลือกนอกห่อหุ้มอยู่ เราสามารถสัมผัสหรือมองเห็นได้ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกแก่ผู้พบเห็นได้

ความงามของพื้นผิวปรากฏออกมาในงานศิลปะหลายสาขา ซึ่งการใช้พื้นผิวในงานศิลปะนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เช่น ในงานจิตรกรรม ศิลปินพยายามค้นคว้าหาสิ่งต่างๆ มาประกอบในการเขียนภาพ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นหรือเร้าอารมณ์ ลักษณะของพื้นผิวจะต้องสัมพันธ์กับองค์ประกอบทั้งหมดของภาพ เช่น การเขียนภาพเหมือน ศิลปินมักจะแสดงค่าน้ำหนักของสีให้เกิดพื้นผิวหยาบที่เส้นผิว เสื้อผ้า เครื่องประดับหรือพื้นหลังบางที่ใช้ผ้าใบที่มีความหยาบมากนอกจากนี้ยังใช้ "ฝีแปรง" รอยพู่กัน เพื่อเน้นความสวยงามของพื้นผิว หรือการสร้างจุดต่างๆ เพื่อให้เกิดความแตกต่างของพื้นผิว กล่าวได้ว่าพื้นผิวได้เกิดขึ้นอยู่แล้วในสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติและเกิดจากคนที่เห็นคุณค่าความงามของพื้นผิว

การศึกษาความรู้สึกทางอารมณ์ที่เป็นผลมาจากการใช้พื้นผิว จะสังเกตว่าพื้นผิวที่หยาบ จะให้ความรู้สึกกระตุ้นทางประสาทมากกว่า และให้ความรู้สึกหนักแน่น มั่นคง ถาวร ในขณะที่พื้นผิวเรียบเนียนให้ความรู้สึกหยาบ เบา สบาย ความสัมพันธ์ของการใช้พื้นผิวลักษณะต่างๆ เป็นผลที่เห็นได้อย่างชัดเจน ในงานสถาปัตยกรรมมีการรวบรวมเอาลักษณะต่างๆ ของพื้นผิววัสดุหลายอย่างไว้ด้วยกัน เช่น อิฐ ไม้ เหล็ก กระจก คอนกรีต ซึ่งเป็นพื้นผิวของวัตถุที่ขัดแย้ง แต่สถาปนิกได้อาศัยความแตกต่างของพื้นผิวนี้เพื่อสร้างความงามขึ้น การตกแต่งผิวให้เรียบคล้ายๆ กันมีความสำคัญน้อยลงไป แต่เน้นที่ความรู้สึกของวัสดุมากกว่า วัตถุที่มีผิวต่างๆ ได้แสดงความงามของมันเองและสอดคล้องกันในงานสถาปัตยกรรม การใช้พื้นผิวของวัสดุต่างๆ ขึ้นอยู่กับหน้าที่และการใช้สอย

3.3.6 สี (Colour) คือ ลักษณะความเข้มของแสงที่ปรากฏให้เห็นเป็นสีโดยผ่านกระบวนการรับรู้ด้วยตามอง แม้สีมีอยู่ 2 ชนิดคือ

- แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ และจัดแสงสีในการแสดงต่างๆ เป็นต้น

- แม่สีวรรตธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์โดยกระบวนการทางเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แม่สีวรรตธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้ในงานกันอย่างกว้างขวางใน วงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวรรตธาตุเมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์จะทำให้เกิด เป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวรรตธาตุเป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป

สีในวงจรสีแบ่งออกเป็น 2กลุ่มคือ

- กลุ่มสีร้อน (Warm Tone) ได้แก่ สีม่วง สีแดง สีแดงส้ม สีส้มเหลือง สีเหลือง สีเหล่านี้จะให้ความรู้สึกเหมือนเดินมาอยู่ข้างหน้า

- กลุ่มสีเย็น (Cool Tone) ได้แก่ สีม่วง สีเมฆน้ำเงิน สีน้ำเงินเขียว สีเขียวเหลือง จะให้ความรู้สึกเหมือนถอยไปอยู่ด้านหลัง

สีที่ใช้ในการออกแบบ จะใช้สีที่ให้ความรู้สึกโดยตรงต่อปฏิกิริยาของคน ที่ประมวลมาเป็นตัวอย่างดังนี้คือ

- สีเทา ให้ความรู้สึก เศร้าซึม สุภาพ เป็นผู้ดี
- สีดำ ให้ความรู้สึก มีด ทุกข์โศก จริงจัง
- สีขาว ให้ความรู้สึก สะอาด บริสุทธิ์ เบา
- สีแสด ให้ความรู้สึก สนุก ตื่นเต้น เร้าใจ อันตราย อบอุ่น
- สีเหลือง ให้ความรู้สึก เปรี๊ยะ สด ความหนุ่มสาว ความร่าเริง
- สีแดง ให้ความรู้สึก กล้าหาญ สง่างาม มั่งคั่ง ร้อน
- สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึก สุภาพ ถ่อมตนหนักแน่น ขรึม
- สีม่วง ให้ความรู้สึก ความรัก ความเยียบ มีฐานันดรศักดิ์
- สีเขียว ให้ความรู้สึกสดชื่น ร่าเริง ความสุข
- สีชมพู ให้ความรู้สึก น่ารัก นุ่มนวล อ่อนโยน
- สีน้ำตาล ให้ความรู้สึก แข็งแรง กลมกลืน
- สีฟ้า ให้ความรู้สึก สะอาด ปราศจากโรค เบา โปร่งใส

สีดังกล่าวนี้ถูกนำมาใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เช่น งานโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากสีเหล่านี้แสดงปฏิกิริยาความรู้สึก ซึ่งสื่อความหมายออกมาได้อย่างชัดเจน (นพวรรณ หมั่นทรัพย์, 2539, หน้า 61-67

3.4 หลักการออกแบบ

นักออกแบบต้องเข้าใจความหมายขององค์ประกอบของศิลปะ และหลักการดังกล่าว พอที่จะเข้าใจคำนิยามที่สื่อความหมายและมีลักษณะสัมพันธ์ได้ดี จึงจะใช้ประโยชน์ในการออกแบบหรือสร้างสรรค์ได้สมดังที่มุ่งหวังไว้ องค์ประกอบของศิลปะเป็นส่วนประกอบที่เป็นรากฐานสำคัญของศิลปะ นักออกแบบได้ศึกษาค้นคว้าและวิจัยกันเป็นเวลานานแล้ว จึงได้ตั้งเป็นหลักการออกแบบซึ่งประกอบด้วย

3.4.1 ความกลมกลืน (Harmony) ในการออกแบบงานทุกประเภท ความกลมกลืนดูเหมือนจะเข้าไปปรากฏอยู่แทบทุกงาน ฉะนั้นการใช้หลักของศิลปะในเรื่องของความกลมกลืนควรได้รับการพิจารณา เพราะการใช้ความกลมกลืนจะทำให้ศิลปะนั้นซ้ำๆ กันหรือคล้ายคลึงเป็นหน่วยเดียวกัน จนเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทำให้ไม่สวยงาม

การออกแบบให้เกิดความกลมกลืน เป็นวิธีการออกแบบอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความสวยงาม จะต้องออกแบบให้พอเหมาะ เพราะถ้ามากเกินไปอาจดูไม่น่าสนใจ หรือเบื่อหน่ายได้ง่าย แต่ถ้าน้อยเกินไปก็จะดูไม่สวยงาม วิธีการออกแบบที่ดีคือให้ส่วนใหญ่กลมกลืนกัน และให้มีความแตกต่างหรือตัดกันในส่วนน้อย ก็จะทำให้ดูสวยงาม ความกลมกลืนหมายถึง การประสานให้กลมกลืนกัน จัดได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

- การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วย รูปร่าง ลักษณะ ช่วงระยะสี และลักษณะพื้นผิว โดยการออกแบบการจัดส่วนประกอบเฉพาะหรือคละกัน โดยให้กลมกลืนกัน
- การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยความคิด ได้แก่ การคิดสร้างสรรค์ว่าจะให้อะไรอยู่ในที่แห่งไหนจึงจะดูเหมาะสม หรือการจัดลักษณะส่วนประกอบให้เป็นแบบเดียวกัน เช่น การออกแบบ การจัดบ้านแบบตะวันตก การจัดบ้านแบบไทย การเขียนภาพแบบไทย แบบจีน เป็นต้น
- การออกแบบให้กลมกลืนกันตามธรรมชาติ ได้แก่ ลักษณะของต้นไม้ คน สัตว์ จะมีลักษณะที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาพอดีได้สัดส่วนกลมกลืนกัน ความกลมกลืนของรูปทรงที่มีขนาดทิศทางเดียวกัน เช่น อาคารที่ยาวไปตามแนวนอนแบบเดียวกัน และมีความกลมกลืนของเส้นหน้าตาและกันสาดอยู่ในทิศทางขนานกันกับตัวอาคาร เป็นต้น

3.4.2 สัดส่วน (Proportion) การออกแบบที่นำสัดส่วนมาใช้นั้น จะต้องคำนึงถึงสัดส่วนให้มีความสัมพันธ์และเหมาะสมกับรูปร่างนั้นๆ ข้อควรคิดก่อนที่จะนำสัดส่วนต่างๆ มาใช้มีดังนี้

- การออกแบบจะต้องรู้ว่าทำอะไร อย่างไร จึงจะสร้างสรรค์ให้บังเกิดความสวยงาม โดยที่นำส่วนต่างๆ มาใช้ให้มีความสัมพันธ์กับช่วงระยะ
- จะต้องพิจารณาถึงขนาดที่นำมาออกแบบที่ได้สัดส่วนที่สัมพันธ์กัน ให้เป็นกลุ่มแล้วบังเกิดผลตามความต้องการ

การออกแบบที่ดีต้องมีสัดส่วนที่ดี จะช่วยให้ส่วนประกอบของรูปลักษณะหรือรูปทรงมีความสัมพันธ์กลมกลืนกันอย่างเหมาะสมงดงาม เช่น สัดส่วนที่ดีของมนุษย์ หมายถึงการมีรูปร่างและขนาดของ ศีรษะ มือ แขน ขา ลำตัว สัมพันธ์กัน

สัดส่วนต่างๆไม่สามารถกำหนดเป็นกฎหมายตายตัวได้ ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาเองว่า สัดส่วนขนาดใดจะดูงดงามและเหมาะสมกับงานแต่ละลักษณะ ผลของงานที่จะปรากฏออกมาว่าดีหรือไม่นั้น ผู้ออกแบบจะต้องมีความรู้และมีประสบการณ์ต้องเป็นผู้ที่ช่างสังเกตและจดจำผลงานของตนเองและผู้อื่นได้

หลักการจัดสัดส่วน (Principles of proportion) จำแนกออกเป็นดังนี้

- การจัดสัดส่วนของรูปร่าง (Figure proportion) คือ ผู้ออกแบบจะต้องจัดสัดส่วนขององค์ประกอบต่างๆให้งดงาม การจัดสัดส่วนของรูปร่างนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและลักษณะของงาน เช่น การออกแบบเสื้อผ้าให้มีรูปลักษณะที่แตกต่างกัน ในสมัยอียิปต์โบราณสัดส่วนประติมากรรมรูปคนจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กตามความหมายและความสำคัญ เช่น ถ้าเป็นกษัตริย์จะมีขนาดใหญ่กว่าคนธรรมดา ในสมัยกรีก นิยมรูปร่างและสัดส่วนเหมือนในอุดมคติและความเป็นจริง ฉะนั้นการจัดสัดส่วนของรูปร่าง จึงมีความสำคัญในการออกแบบ

- การจัดสัดส่วนของเนื้อที่ (Area proportion) คือ การจัดสัดส่วนขอบเขตเกี่ยวกับการออกแบบจัดวางเนื้อที่ซึ่งมีความจำเป็นมาก สำหรับงานที่เริ่มจากแผนผังพื้นที่ เช่นการออกแบบอาคารตามสัดส่วนที่สวยงาม สัดส่วนของเนื้อที่จะมีความสำคัญในการจัดกำแพง ช่องว่าง ช่องลมบานหน้าต่าง และองค์ประกอบอื่นๆของอาคารเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมไปด้วย เช่น หน้าต่าง ประตู เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและสัมพันธ์กันในทางรูปทรง

ศิลปินผู้เขียนภาพ ระบายสีในการใช้สัดส่วนของภาพเขียน ซึ่งได้สัดส่วนกลมกลืนกันพอเหมาะ ศิลปินได้คำนึงถึงสัดส่วนทั้งงดงามของแต่ละสัดส่วน ส่วนที่เกี่ยวข้องซึ่งต้องนำมาเทียบกัน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทั้งงดงามยิ่ง

3.4.3 ความสมดุล (Balance) คือ การออกแบบให้วัตถุนั้นสามารถทรงตัวอยู่ได้อย่างมั่นคงเปรียบเสมือนกับตราซึ่งมีความสมดุลกันทั้งสองข้าง การออกแบบที่ประสบผลสำเร็จในงานคือการออกแบบที่มีความสมดุล เป็นการออกแบบที่มีความสมบูรณ์แล้ว ความสมดุลแบ่งออกได้ 3 ลักษณะคือ

- ความสมดุลที่เหมือนกันทั้งสองข้าง หมายถึง การจัดรูปร่างที่มีลักษณะ และรูปแบบที่เท่ากันเหมือนกัน หรือให้ความรู้สึกประทับใจที่เท่ากัน ความสมดุลลักษณะนี้จะเห็นได้ง่ายใน

ธรรมชาติ เช่น ใบหน้าของมนุษย์ทั้งสองข้าง หรือร่างกายของมนุษย์ที่มีแขนข้างซ้ายและข้างขวาที่เหมือนกัน(ยกเว้นผู้ใดที่ผิดปกติจากธรรมชาติจะไม่เหมือนกัน)

- ความสมดุลสองข้างไม่เท่ากัน หมายถึง การจัดขนาด รูปร่าง สี ฯลฯ ให้มีความแตกต่างกันสองข้างแต่ให้น้ำหนักที่เท่ากัน เช่น คานหาบของโดยมสาแหรกแขวนอยู่บนคานและคานวางอยู่บนบ่าของในสาแหรกสองข้างไม่เหมือนกันแต่น้ำหนักชั่งเท่ากัน จึงทำให้ไม่คานสาแหรกวางอยู่บนบ่าได้ในระยะที่มีความเท่ากัน

สำหรับความสมดุลในงานศิลปะไม่ง่ายนักที่จะอธิบายให้เข้าใจได้อย่างถ่องแท้ ผู้ออกแบบจะต้องทำความเข้าใจ มีความชำนาญในการทำงาน มีประสบการณ์ เช่น สีฟ้ามีเนื้อที่ใหญ่ สีแดงมีเนื้อที่เล็ก สองสีนี้อยู่ในที่แห่งเดียวกัน ฉะนั้นสีฟ้าจะมีน้ำหนักที่ใหญ่และสีแดงมีเนื้อที่เล็กก็เกิดความสมดุลกันในลักษณะที่สองข้างไม่เท่ากัน เนื่องจากสีฟ้าเป็นสีที่ไม่ให้ความรู้สึกที่รุนแรงถึงแม้จะมีเนื้อที่ใหญ่ส่วนสีแดงให้ความรู้สึกรุนแรงชัดเจนในเนื้อที่ที่เล็กก็ให้ความสมดุลกันได้ดีกับสีอ่อนและเย็นตา

การออกแบบในลักษณะที่มีความสมดุลเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งก็ไม่อาจวางหลักเกณฑ์ที่แน่นอนลงไปได้ สำหรับลักษณะของความสมดุลที่ทั้งสองข้างไม่เท่ากันจะต้องใช้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ออกแบบแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่ช่วยในการตัดสินใจในงานนั้นๆ งานออกแบบในลักษณะที่มีความสมดุลสองข้างไม่เท่ากัน ซึ่งจีนและญี่ปุ่นจะชอบออกแบบในลักษณะนี้

3.4.4 จังหวะ (Rhythm) การออกแบบงานทุกประเภท ช่วงจังหวะจะมีส่วนร่วมเข้ามาอยู่ในงาน ฉะนั้นการใช้หลักของศิลป์ในเรื่องของช่วงจังหวะควรจะต้องทำความเข้าใจก่อนเพื่อจะได้ผลงานที่ดีปรากฏออกมา

ช่วงจังหวะ หมายถึง ความเคลื่อนไหวที่มีจังหวะ การเน้นระยะ และการต่อเนื่องของรูปลักษณะ รูปทรง เงาม และวิธีการจัด ให้มีการต่อเนื่องเหมาะสมสวยงาม เช่น ถ้าเรามองไปยังท้องทะเล เราจะเห็นการเคลื่อนไหวของคลื่นในทะเลที่มีความเคลื่อนไหวในจังหวะที่ต่อเนื่อง เป็นจังหวะของความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สำหรับช่วงจังหวะของการเคลื่อนไหวในทะเล ถ้าเป็นทะเลขณะที่ไม่มีพายุมีแต่ลมพัดธรรมดา ความเคลื่อนไหวของคลื่นที่เป็นจังหวะก็จะมีควมสม่ำเสมอ คลื่นแต่ละลูกจะมีขนาดและประมาณเท่าๆกันแต่ถ้าเมื่อใดในทะเลมีพายุหรือลมแรง ความเคลื่อนไหวของคลื่นที่เป็นจังหวะก็จะเคลื่อนไหวในจังหวะที่รุนแรง มีคลื่นก้อนโตๆ น้ำแตกกระจายแรงๆ การใช้ช่วงจังหวะในงานศิลปะมี 3 วิธีคือ

- การจัดช่วงจังหวะให้ซ้ำๆกัน คือ การจัดช่วงจังหวะในงานออกแบบโดยการใช้รูปลักษณะหรือรูปทรงที่มีเส้น สี ให้มีช่วงจังหวะที่ประสานต่อเนื่องที่เท่าๆกันแล้วซ้ำกัน จนงานออกแบบนั้นได้ความงดงามที่พอเหมาะ

- การจัดช่วงจังหวะก้าวหน้า คือ การจัดช่วงจังหวะให้มีเพิ่มขึ้น เช่น เพิ่มเส้นให้มีความหนาบาง เพิ่มสีให้มีความอ่อนแก่ และเพิ่มลักษณะของขนาดรูปทรงให้มีลักษณะที่ต่อเนื่องกัน ทั้งนี้ เส้น สี และขนาด จะต้องสัมพันธ์กันและมีช่วงจังหวะที่งดงาม

- การจัดช่วงจังหวะต่อเนื่อง คือ การจัดช่วงจังหวะให้มีความต่อเนื่องกัน การออกแบบที่ได้ผลงดงามคือ การออกแบบให้ผู้มองได้มองต่อเนื่องกันไป จากส่วนนี้ไปหาส่วนนั้น

3.4.5 การเน้น (Emphasis) การออกแบบที่ช่วยให้ผลงานประสบความสำเร็จ ก็คือการนำการเน้นมาใช้เพื่อให้เกิดจุดเด่นในการออกแบบ การออกแบบใดๆก็ตามถ้าผู้พบเห็นไม่สะดุดตาสะดุดใจก็ย่อมไม่ประสบความสำเร็จ การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นนี้สามารถที่จะเน้นด้วยรูปร่าง เน้นด้วยสี ฯลฯ และต้องออกแบบเป็นรูปแบบการจัดเพื่อให้ทุกๆสิ่งมีความสัมพันธ์กันและอยู่ในที่ๆถูกต้องทั้งหมด การเน้นเป็นหลักของศิลปะ ซึ่งงานออกแบบทุกงานจะต้องถือเป็นความสำคัญกว่าในทุกๆหัวข้อที่กล่าวมา

การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่น เป็นหลักการของการจัดองค์ประกอบและสร้างสรรค์ศิลปะที่มีรูปทรงสามารถสัมผัสได้ทางกายและสัมผัสได้ด้วยตา จำเป็นต้องเน้นส่วนใดส่วนหนึ่งที่สำคัญให้เป็นจุดเด่นและสง่างาม

การออกแบบที่ประสบผลสำเร็จมีหลักการออกแบบคือ การเน้นเพื่อให้เกิดจุดสนใจในงานออกแบบแต่ละลักษณะของงานพอที่จะจัดลำดับความสำคัญของงานดังนี้

- จุดที่สำคัญที่สุดของงาน
- จุดที่สำคัญรองลงมา
- จุดที่สำคัญรองลงมาจากอันดับที่ 2

การออกแบบที่นำหลักการเน้นมาใช้ จะต้องพิจารณาถึงการจัดคุณภาพและประสิทธิภาพ ของรูปทรง รูปร่าง ช่วงระยะ เส้น สี และพื้นผิวในงานออกแบบ

3.4.6 เอกภาพ (Unity) การออกแบบที่มีเอกภาพ จะต้องใช้สิ่งต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กันไม่แตกกระจายออกจากกันถ้ามีส่วนใดส่วนหนึ่งแยกออกมาบ้าง ส่วนนั้นจะต้องเป็นส่วนที่เล็กลงแล้วไม่ทำให้รู้สึกว่ามันแตกกระจายออกมา

การออกแบบที่มีเอกภาพย่อมจะต้องมีความสัมพันธ์กันทั้งหมด ความเป็นเอกภาพเป็นหัวข้อสำคัญข้อหนึ่งสำหรับการออกแบบ ที่มีตะมีความสัมพันธ์และกลมกลืนกับรูปร่าง เส้น พื้นผิว และสี

ตัวอย่างเช่น การจัดภายในห้อง ถ้าจัดกลุ่มของเครื่องเรือนให้เอกภาพที่มีความสัมพันธ์กันภายในห้องก็จะทำให้รู้สึกว่ารู้นั้นสวยงามและใช้สอยสะดวกหรือภายในภัตตาคาร ที่จัดแบ่งเป็นห้องเพื่อให้เป็นสัดส่วนไม่ปนเปื้อนกับผู้อื่นทั้งนี้เพื่อการสนทนาเฉพาะกลุ่ม การออกแบบก็ต้องพิจารณาตามความประสงค์ คือ ลดความสว่างภายในห้อง ไม่ใช่สีที่สดใส ไม่ใช่แสงสว่างมากเกินไป ซึ่งจะทำให้บรรยากาศภายในห้องเหมาะสำหรับจะเป็นห้องสนทนาและรับประทานอาหารไปด้วยหรือถ้าเป็นห้องเรียนต้องพิจารณาถึงแสงสว่าง ความสูงเพดาน การถ่ายเทอากาศ เป็นต้น

3.4.7 การตัดกัน (Contrast) การออกแบบที่เป็นไปในลักษณะที่ซ้ำๆกัน หรือกลมกลืนกันมากเกินไปทำให้น่าเบื่อและไม่น่าสนใจ ควรจะนำการตัดกันมาใช้ เพื่อให้งานออกแบบมีคุณค่าในงานศิลป์ และให้บังเกิดความน่าสนใจมากขึ้น

การตัดกันช่วยให้ดูไม่ซ้ำซาก ซึ่งเกิดจากการตัดกันในรูปลักษณะ แสงเงา สี พื้นผิว โดยการออกแบบให้เกิดการตัดกันหรือเน้นส่วนสำคัญให้ดูเด่นขึ้นสะดุดตามากขึ้น ดูแล้วไม่เบื่อ ข้อสำคัญในการออกแบบโดยการนำการตัดกันมาใช้ต้องทำให้ถูกและเหมาะสม จึงจะทำให้ดูงดงามมากขึ้น และใช้ในปริมาณที่ไม่มากเกินไป ถ้าใช้การตัดกันมากเกินไป จะไม่เกิดจุดสนใจและไม่มีอะไรเด่น

3.5 การออกแบบกราฟิก (Graphic Design)

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทต่องานออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่สามารถรับรู้ด้วยตา ได้แก่ โปสเตอร์ หนังสือ โฆษณา แผ่นพับ บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น นักออกแบบก็ใช้วิธีการศิลปะและหลักการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกมาให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร นักออกแบบกราฟิกจะต้องค้นหาและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาขบคิดในการสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางและวางรูปแบบที่ดีที่สุดซึ่งเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้และยอมรับและทัศนคติที่ดีต่อสิ่งที่มองเห็น

ความหมายของกราฟิก เป็นคำที่มาจากรากศัพท์ในภาษารีกว่า "Graphiko" ซึ่งหมายถึงการเขียนภาพด้านสีและลักษณะขาวดำเมื่อนำมารวมกับคำว่า "Graphein" อันหมายถึงการเขียนหนังสือและการสื่อความหมายโดยใช้เส้น แล้วงานกราฟิกจึงหมายถึง งานที่มุ่งแสดงความจริงหรือความคิดให้เกิดความชัดเจนโดยวิธีการวาดรูปและการเขียนตัวอักษรซึ่งอาจออกมาในรูปของแผนภาพ แผนภูมิ แผนสถิติ ภาพวาดประกอบเรื่อง ภาพการ์ตูน สัญลักษณ์ ตลอดจนภาพถ่ายที่สื่อความหมายในเรื่องที่แสดงข้อเท็จจริง คำว่ากราฟิก ยังมีผู้ให้ความหมายไว้มากมายหลายท่านคือ

กราฟิก "Graphic" หมายถึง ศิลปะและวิทยาศาสตร์ในการนำเส้น รูปภาพ แผนภาพ งานพิมพ์ รวมทั้งการจัดทำรูปเล่มหนังสือ แผนภาพ และภาพถ่ายลายเส้น ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อความหมายโดยมีลักษณะ 2 มิติ

จากศัพท์านุกรมสื่อมวลชน ได้ให้ความหมายของคำว่ากราฟิกว่า เป็นเรขาคณิต ศิลปะภาพพิมพ์ ศิลปะลายเส้น ศิลปะกับการขีดเขียน แสดงความคิดเป็นรูปต่างๆ ลงบนพื้นวัตถุ ศิลปะภาพพิมพ์เป็นสาขาหนึ่งของประเภทนี้

กราฟิก"Graphic"หมายถึงงานที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงออกทางด้านภาพและตัวอักษรโดยวิธีการออกแบบสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะด้วยเทคนิคต่างๆ เช่น การใช้ลายเส้น การระบายสี การพิมพ์ภาพ การถ่ายภาพและเทคโนโลยีอื่นๆ เพื่อการสื่อสารในลักษณะเป็นรูปธรรมมากที่สุด ซึ่งผู้ออกแบบงานกราฟิกจะต้องใช้ความคิดและสามัญสำนึกในการทำงานที่ได้ วางแผนถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นโครงสร้างอย่างเป็นระเบียบแบบแผนต่างๆ (สุทธิชาติ พรหมสิทธิ์, 2544, หน้า 49-50)

สามารถสรุปความหมายของคำว่ากราฟิกได้ว่า กราฟิก (Graphic) หมายถึง การคิดสร้างสรรค์หรือการออกแบบงานด้วยวิธีการวาด การเขียน หรือวิธีการอื่นๆ ที่สามารถสร้างงานออกมาในรูปของการออกแบบ 2 มิติ ที่สามารถสื่อความหมายได้ การออกแบบกราฟิกในปัจจุบันนั้นจะต้องคำนึงถึงกฎเกณฑ์ทางด้านกฎหมายของแต่ละชิ้นงาน เช่น งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ งานกราฟิกบนสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

ตัวอักษรในงานกราฟิก ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการออกแบบกราฟิกทุกประเภท เช่น กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กราฟิกบนสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ ไม่ว่างานกราฟิกนั้นจะมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย เพื่อทางธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม บนงานกราฟิกนั้นตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญซึ่งขาดไม่ได้เลย เพราะตัวอักษรสามารถบอกความสำคัญได้อย่างดี ตัวอักษรนั้นมีมากมายหลายชนิดด้วยกัน ซึ่งเราสามารถเลือกใช้ตัวอักษรตามความเหมาะสมและเงื่อนไขในการใช้ การใช้ตัวอักษรบางครั้งจำเป็นต้องอาศัยหลักจิตวิทยาประกอบเพื่อการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวอักษรบางชนิดไม่เหมาะกับงานบางลักษณะหรือตัวอักษรบางแบบจะใช้ในบางโอกาสเท่านั้น

เทคโนโลยีปัจจุบันมีส่วนในการพัฒนารูปแบบตัวอักษรให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้สะดวกสบายในการใช้งาน ทั้งยังมีผลให้งานต่างๆดูประณีต งดงาม และมีคุณค่า รูปแบบของตัวอักษรมี 2 ประเภทคือ

- ตัวอักษรพิมพ์ คือ อักษรสำเร็จที่ได้รับการออกแบบในการผลิตไว้เป็นตัวอักษรมาตรฐานถูกต้อง ตามการเขียนอักษรที่ช่วยให้อ่านง่ายและชัดเจน
- ตัวอักษรประดิษฐ์ คือ อักษรที่ได้รับการประดิษฐ์ตกแต่งให้สวยงามหรือมีความวิจิตรพิสดารออกไปเพื่อให้มีลักษณะเด่นหรือดึงดูดความสนใจ

นอกจากรูปแบบตัวอักษรจะมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดจนแล้ว การสร้างตัวอักษรยังทำให้เกิดความแตกต่างหลากหลาย มีลักษณะตัวอักษรแบ่งเป็นประเภทต่างๆได้ดังนี้

- ประเภทตัวเอน (Italic)
- ประเภทตัวธรรมดา (Normal)
- ประเภทบางพิเศษ (Extra light)
- ประเภทตัวแคบ (Condensed)
- ประเภทตัวบาง (Light)
- ประเภทตัวหนา (Bold)
- ประเภทตัวเส้นขอบ (Outline)
- ประเภทตัวหนาพิเศษ (Extra Bold)
- ประเภทตัวดำ (Black)

สำหรับตัวอักษรไทย แบ่งตามลักษณะเฉพาะการออกแบบได้ 2 ลักษณะคือ

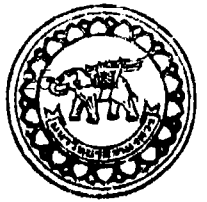
- แบบราชการ เป็นแบบที่เรียบ สะดวกต่อการอ่าน มีระเบียบ สำหรับใช้เป็นหัวเรื่อง ชื่อสถานที่ หรือใช้เป็นตัวอักษรบรรยายเรื่องราวต่างๆ และการพิมพ์เอกสารตำรา
- แบบอิสระ เป็นรูปแบบที่ใช้ในการสื่อสารสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา หรือกิจกรรมเพื่อความบันเทิง ตลอดจนงานพิมพ์เอกสาร สิ่งพิมพ์ไม่เกี่ยวข้องกับเอกสารตำราทางวิชาการ (จันทร์ มาศอุพงษ์, 2540, หน้า 59-60)

3.6 เทคนิคในการออกแบบ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และ พลาสติก ที่เห็นได้ชัด คือ กระป๋องโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอกเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตาและสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกตามที่ได้บรรยายอย่างละเอียดมาแล้ว ย่อมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมาย

1. การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมมากใช้กันมาก จากกราฟิกง่าย ๆ ที่เป็นจุดเส้น และภาพ มาจัดเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตาลักษณะ



ในการออกแบบ คือ ให้ง่ายสะอาดตาแต่ต้องทันสมัยและเหมาะแก่การใช้งานความง่ายสะอาดตา
มีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกว่าเหมาะแก่
การใช้งานเสริม ความรู้สึกว่าคุณค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้า 1.1 ๓๓.๒ ๒๕๕๕
1.6029267

จากการออกแบบเป็นชุดของสินค้ามีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้า
ออกแบบได้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือน ชุด
แบบฟอร์มของเสื้อผ้าคนที่ใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุดม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้า
ที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็นก็ทราบว่าคุณชุดอะไรแม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันทีแตกต่างกันการออกแบบบรรจุ
ภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มิหลัการคล้ายคลึงกัน

การออกแบบเสื้อผ้าเป็นชุดยังมีชื่อเรียกแต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีชื่อเรียกจึง
จำต้องยึดเอกลักษณ์บางอย่างบนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกันอาจใช้
สัญลักษณ์ทางการค้าใช้สไตส์การออกแบบใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ใน
ระดับเดียวกันนอกจากนี้รูปแบบ ของตัวอักษรจะต้องเป็นสไตส์เดียวกัน

2. การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ดูเป็นภาพที่
ปะติดปะต่อหรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของ
ผู้บริโภคในระยะทางไกลตามรายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่าน และประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุด
เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็น ในระยะเกิน 10
เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยากด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนห้างที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อ
ดึงดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้นจะต้องเป็นภาพที่สร้างความ
ประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมายที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่อ
อื่นๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภคหรือสื่อโฆษณาต่างๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุ
ภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวังขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่นการพับเส้น และการพิมพ์ บนบรรจุ
ภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดีเพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

3. การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายใน
ท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้านั้นได้รับการนิยมนอง
กว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นหรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ถ้า

สามารถควบคุมคุณภาพการผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปประจำชาละวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อความแปลกใหม่ นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟิกการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ มีการออกแบบหิ้ว เพื่อความสะดวก ในการนำกลับ

4. การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่างๆ ที่ได้กล่าวมาสาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภคและหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขายด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่างๆ

เทคนิคต่างๆดังกล่าวมาแล้วนี้เป็นเทคนิคที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายนอกเหนือจากเทคนิคการออกแบบกราฟิกแล้วในฐานะนักออกแบบกราฟิกยังจำต้องรู้ถึงข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีทั้งในด้านการบรรจุ และการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลของเครื่องจักรที่จะ ใช้ในการบรรจุ เช่นการขึ้นรูป การบรรจุ การปิด การขนย้าย พร้อมวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้
- ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนาขึ้นมาใหม่หรือการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างซับซ้อนมาก ๆ ผลการทดสอบความเข้ากันได้ของผลิตภัณฑ์อาหาร และวัสดุบรรจุภัณฑ์ ควรแจ้งไปยังนักออกแบบ กราฟิกด้วย
- นักออกแบบกราฟิกควรจะต้องทราบถึงข้อจำกัดของโครงสร้างที่พัฒนาโดยฝ่ายเทคโนโลยี เช่น ช่องปากที่เปิดของบรรจุภัณฑ์ ความเหนียวชั้น ของผลิตภัณฑ์ อายุขัยของ ผลิตภัณฑ์อาหาร การเก็บการขนส่ง เป็นต้น
- รายละเอียดเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบการพิมพ์ที่จะใช้กับวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่จะเลือกใช้จำนวนสีที่จะพิมพ์ได้วิธีการเคลือบข้อจำกัดใดๆที่เกี่ยวกับการพิมพ์เหล่านี้เป็นรายละเอียดที่จำเป็นมาก สำหรับการออกแบบกราฟิก

- ในกรณีที่สินค้าเดียวกันบรรจุในบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน เช่น อาหารเหลวบรรจุในขวด และของนักออกแบบกราฟิกมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงข้อจำกัดของบรรจุภัณฑ์แต่ละระบบ

- ในการออกแบบกราฟิกสำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกันจะใช้เทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกันกฎเกณฑ์สำคัญของการออกแบบให้สัมฤทธิ์ผลคือ การสื่อสารระหว่างแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ นักออกแบบกราฟิกสามารถใช้ความคิดริเริ่มต่างๆสร้างสรรค์งานทางศิลปะให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการออกแบบ

4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการที่ได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะเห็นได้ว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีความดึงดูด (Invocation) หรือการพัฒนาใหม่อีกแล้วฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นที่บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือว่าเป็นคำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบใช้คำใด

ความหมายของบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อมีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ดังนี้

- Packaging หมายถึง งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับตัวสินค้าที่ได้ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้า ตลอดจนรวมถึงประโยชน์ใช้สอย อาทิ เช่น ความสะดวกสบายในการหยิบ หิ้ว พกพา หรือการใช้ เป็นต้น

- Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิต ภาชนะบรรจุ สิ่งห่อหุ้มสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตราชื่อ (Band name)

- Packaging หมายถึง ผลรวมของศาสตร์ (Science) ศิลปะ (Art) และเทคโนโลยีของการออกแบบ การผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า เพื่อการขนส่งและการขายโดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

- Packaging หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและศาสตร์ เพื่อหาวิธีการรักษาสภาพเดิมของสินค้า จนกว่าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้ยอดขายมากที่สุดและต้นทุนต่ำที่สุด

- Packaging หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตรูปร่าง หน้าตาของภาชนะบรรจุ สิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

- Packaging หมายถึง ศิลปะและวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองหลายแง่โดยบุคคลฝ่ายต่างๆในกระบวนการผลิตสินค้า กล่าวคือ ฝ่ายเทคนิคคิดถึงปฏิกิริยาระหว่างภาชนะบรรจุกับผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ฝ่ายผลิตจะพิจารณาด้านทุนและประสิทธิภาพของระบบบรรจุ ฝ่ายจัดซื้อจะคำนึงถึงต้นทุนวัสดุของการบรรจุ และฝ่ายขายจะเน้นถึงรูปแบบและสีสันทันทีที่สะดุดตา ซึ่งจะช่วยในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้วยเหตุนี้ Packaging ที่มีประสิทธิภาพและความเหมาะสมจะเกิดขึ้นได้ต้องได้รับการประเมินประนีประนอมของฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ภาชนะบรรจุที่มีน้ำหนักเบาและราคาต้นทุนที่ต่ำ แต่ในขณะเดียวกันต้องมีรูปแบบที่สวยงาม และให้ความคุ้มครองอย่างเพียงพอแก่ผลิตภัณฑ์ภายในได้

- Packaging หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในกระบวนการทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้แก่ผลิตภัณฑ์

- Packaging หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ ไม้ แก้ว โลหะ พลาสติก ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้าเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย มีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

ส่วนความหมายของ หีบห่อ บรรจุภัณฑ์ หรือ ภาชนะบรรจุ (Package) มีผู้ให้คำจำกัดความหมายไว้มากมายเช่นกัน พอสรุปได้ดังนี้

- Package หมายถึง สิ่งห่อหุ้ม หรือบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันหรือรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด

- Package หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่รองรับหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายต่างๆ ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษา ช่วยกระตุ้นการซื้อ ตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542, หน้า 2)

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสร้างภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อปกป้องความเสียหายและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความสะดวกในการใช้สอย การขนส่ง และเพื่อการสื่อสารต่างๆ (สุดาตวง เรืองรุจิรา, 2543, หน้า 144)

4.2 ประวัติและความเป็นมาของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ เริ่มกระทำขึ้นครั้งแรกเมื่อใดนั้น คงหาคำตอบที่แน่นอนได้ยาก แต่ถ้าหากจะสันนิษฐานตามหลักฐานและสัญชาตญาณการเรียนรู้ของมนุษย์ นับตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์เป็นต้นมาในเรื่องการคิดค้นและการแก้ปัญหาเพื่อความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสาร และอาจกล่าวเป็นเหตุเป็นผลแห่งวิวัฒนาการของการออกแบบได้งายยิ่งขึ้น

เมื่อมนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภคน้ำและอาหาร เพื่อดำรงชีพของตนเอง สิ่งแรกที่เป็นอุปกรณ์ช่วยนำพาอาหารเข้าปากได้คือ มือ เช่น ใช้มือรองรับ หยิบ จับอาหาร แต่ถ้าเกิดความต้องการที่มากขึ้น อวัยวะทั้งสองข้างก็ไม่สามารถสนองความต้องการได้ ดังนั้นมนุษย์จึงเริ่มมีการเรียนรู้คิดค้นเพื่อแก้ปัญหาขึ้น ด้วยการมองหาวัตถุที่มีอยู่รอบกายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับอวัยวะ เช่น เป็นแอ่ง หลุม หรือลักษณะใกล้เคียงและมีพื้นที่การรองรับได้มากกว่า สะดวกกว่า เข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายนำพาอาหารหรือวัตถุที่ต้องการ เช่น ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์ หนังสัตว์ เป็นต้น การรู้จักแก้ปัญหาด้วยการนำเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติเข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสาร การกระทำดังกล่าวจึงนับเป็นที่มาของการบรรจุ

ต่อมาเมื่อมนุษย์มีเวลาว่างและความต้องการที่มากขึ้นก็เริ่มให้ความสนใจกับเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ เหล่านี้ ด้วยการนำมาขัดเกลา ตกแต่งประติมากรรมเพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะสมกับการจับ การถือ การหิ้ว หรือหาคอน ไม่ให้เป็นการเคืองต่อสรีระร่างกาย และสามารถอำนวยความสะดวกสบายแก่การเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสารมากขึ้น เช่น การรู้จักเย็บกระพุ้งจากใบไม้ การนำเอาเถาวัลย์ กิ่งไม้ ใบไม้ มาสานมาทอขึ้นเป็นกระจาด ตะกร้า ชะลอม และรู้จักนำเอาหนังสัตว์มาพับมาเย็บ มัดห่อหุ้มพืชพันธุ์ธัญญาหาร จากการที่มนุษย์ในสมัยก่อนรู้จักประดิษฐ์ คิดค้นภาชนะบรรจุ ด้วยการดัดแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุธรรมชาติให้มีรูปร่างและหน้าที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นนี้เอง จึงจัดเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ในสมัยก่อนได้กระทำขึ้นตามสภาพการเรียนรู้และการค้นพบวัสดุในแต่ละยุค

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการค้าและบริหารในฐานะของสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า โดยทำหน้าที่พื้นฐานอันดับแรกคือ ปกป้องคุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัยจากความเสียหายอันเนื่องมาจากการกระทบกระเทือนและป้องกันสิ่งปนเปื้อนไม่พึงประสงค์ที่จะเกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งสินค้าผลิตภัณฑ์จากโรงงานผลิตไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค (ประชิด ทิณบุตร, 2531, หน้า 3-7)

4.3 หน้าที่และความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในสมัยก่อนคือ ความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ เช่น การเก็บรักษาอาหาร ต่อมาตลาดของสินค้ากระจาย กว้างขวางขึ้น จึงเกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการส่งมอบต่อลูกค้า เพื่อความ ปลอดภัยในการขนส่ง และเมื่อมีการแข่งขันกันมากขึ้นบรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริม การตลาด การเลือกบรรจุภัณฑ์เริ่มเน้นเรื่องความสวยงามสะดุดตาเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่า ตลอดจนพิจารณาถึงความสะดวกในด้านการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ปกป้องรักษาให้กับผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์พื้นฐานในการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้กับผลิตภัณฑ์ใด ๆ คือการป้องกันไม่ ให้ผลิตภัณฑ์นั้นเกิดความเสียหายขึ้นจากสาเหตุต่างๆ จะมีความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ได้ 2 ลักษณะคือ

- ความเสียหายทางกายภาพ เป็นความเสียหายในลักษณะของการชำรุดแตกหัก การยุบตัว การแตกสลาย ซึ่งเกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้า อาทิเช่น การฉีกขาดของหีบห่อที่เกิดจากการเกี่ยว การดึง การแตกหักที่เกิดจากแรงกระทบในระหว่างทางการขนส่ง การชนกันหรือกระทบกัน ใน แนวตั้งจากการโยน การยก หรือตกลงพื้น การยุบตัวแตกหักจากแรงกด การฉีก การค้ำยัน การ เปียกน้ำหรือน้ำมัน เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถกันน้ำได้

- ความเสียหายทางเคมี เป็นความเสียหายที่เกิดจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางด้าน ปฏิกริยาเคมี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหาร ถ้าหากบรรจุภัณฑ์ไม่ดีพอจะทำให้อาหาร เน่าเสีย เกิดเชื้อรา การเปลี่ยนแปลงของกลิ่น สี รส ความกรอบ ความสดของอาหารต่างๆ เช่น ขนม บั๊งชั๊นรา คุกกี้ไม่กรอบ อาหารกระป๋องบูดเสียจากเชื้อรา แบคทีเรียทำให้มีกลิ่นหืนในอาหารที่มี น้ำมัน อาหารสดเกิดการเหี่ยวแห้งเพราะสูญเสีย น้ำ จนทำให้เกิดการเน่าเสีย และแสงแดด แสง สว่าง ความร้อนของสภาพอากาศมีปฏิกริยาต่อการเปลี่ยนแปลงทางเคมีของสินค้าบางชนิด เช่น ยารักษาโรค แชมพูสระผม ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถช่วยแก้ปัญหานี้ได้

นอกจากความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งด้านกายภาพและทางเคมี ทำให้ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ดี เหมือนตอนที่ผลิตเสร็จใหม่ๆ บรรจุภัณฑ์ที่ดียังช่วยสร้างความปลอดภัยให้เกิดขึ้นด้วย เช่น อาหาร หรือขนมที่วางขายโดยมีหีบห่ออาจมีแมลงวันมาตอม หรือฝุ่นละอองตกลงไปได้ อันเป็นสาเหตุให้ เกิดเชื้อโรคในอาหารเหล่านั้น เมื่อนำไปบริโภคย่อมเกิดอันตรายได้ ผลิตภัณฑ์บางชนิดที่มีส่วนผสม ทางเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อผิวหนัง จากการสูดดม การใส่บรรจุภัณฑ์ที่มิดชิดย่อมจะสร้างความ ปลอดภัยให้กับผู้ใช้ แม้แต่ป้องกันอันตรายที่เกิดจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของเด็กๆ ด้วยการใส่ บรรจุภัณฑ์ที่เปิดได้ยากขึ้นหรือไม่ให้สัมผัสโดยตรง

ในปัจจุบันวงการแพทย์ที่ต้องการความสะดวกปลอดภัยจากเชื้อโรคได้รับอิทธิพลของบรรจุภัณฑ์เช่นกัน จะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงของบรรจุภัณฑ์ สำหรับเข็มฉีดยา หลอดฉีดยา ขวดน้ำเกลือ อุปกรณ์ตกแต่งแผล ชุดตรวจเลือด จะเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง เปลี่ยนไปจากวิธีเก่าๆโดยเข็มและหลอดฉีดยาชุดหนึ่งจะใช้กันหลายครั้งจะฆ่าเชื้อโรคโดยการต้มและแช่น้ำยาฆ่าเชื้อ ฉะนั้นการบรรจุภัณฑ์ปัจจุบันจึงให้ความปลอดภัยยิ่งกว่า

ระบบการบรรจุยาในปัจจุบัน นิยมบรรจุสำหรับการบริโภคยาแต่ละหน่วย เช่น การบรรจุแผงที่เรียกว่า Blister Pack ป้องกันการหยิบยาผิดพลาดหรือการเสื่อมสภาพของตัวยาจากการละลายหรือการเสื่อมสภาพของตัวยาจากการละลายหรือถูกอากาศน้อยลง เพราะจะหยิบโดยการแกะยาออกมาจากแผงที่ละเม็ดและมีตัวอักษรเกี่ยวกับชื่อยาปรากฏอยู่บนแผงยาทั่วๆไปอย่างชัดเจน ซึ่งดีกว่าการบรรจุยาเป็นหน่วยใหญ่ตามลักษณะเดิม

บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยสร้างความสะดวก (Convenience)

การอุปโภคบริโภคสินค้าต่างๆของผู้บริโภคนั้นล้วนแต่ต้องการความสะดวกสบายในด้านการกินการใช้ บรรจุภัณฑ์สามารถเปิดและปิดง่าย เช่น ขวดฝาเกลียวของน้ำอัดลม ฝาขวดน้ำชาดาตราสิงห์ หรือฝาแบบ Flip Top ขวดน้ำยาล้างจานที่เจาะรูให้เทได้สะดวก กระป๋องน้ำอัดลมที่มีหูสำหรับดึงเปิดได้ กระป๋องสเปรย์ที่ใช้ใส่ยาฆ่าแมลง หรือบรรจุภัณฑ์ประเภทที่ทำหน้าที่ฉีกหรือพ่นออกมาได้ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้อย่างมากมาย การมีประโยชน์ใช้สอยที่หลัง เช่น ขวดกาแฟสำเร็จรูป ขวดแยม ถ้วยไอศกรีม-กล่องพลาสติกบรรจุขนมต่างๆ

บรรจุภัณฑ์ที่ดีนอกจากให้อำนวยความสะดวกในการใช้ของผู้บริโภคแล้วยังสามารถให้ความสะดวกในการนำไปจำหน่ายของร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก เนื่องจากสามารถนำไปตั้งโชว์ขายได้ ทั้งบรรจุภัณฑ์นั้นๆส่งมอบต่อลูกค้าได้สะดวก แยกหน่วยขายได้ง่าย หรือเพิ่มยอดขายได้ด้วยหีบห่อรวม (Multi-packs)

ในโรงงานผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสะดวกและช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตได้จากการที่สามารถเชื่อมต่อเข้าไปในกระบวนการผลิต หรือสามารถขึ้นรูปได้ทันที และวิธีการบรรจุต่อเนื่องได้เวลาเคลื่อนย้ายหรือนำมาเก็บรักษาไว้ก่อนใช้งาน พับเก็บเรียงซ้อนกันได้ ซึ่งจะทำให้ช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้มาก

บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยสื่อสารการตลาดได้ (Communication)

บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้บรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิดย่อมมีเนื้อที่บนบรรจุภัณฑ์ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลต่างๆกับผู้ซื้อได้ด้วย ตราสินค้า (Brand) เพื่อที่จะสื่อให้ทราบ ว่า ผลิตภัณฑ์นั้นมาจากใคร และมีคุณภาพระดับใด สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้

บอกวิธีการใช้ บอกส่วนประกอบต่างๆของผลิตภัณฑ์ บอกปริมาณการบรรจุ อายุการใช้งาน คำเตือน รวมทั้งสร้างรูปภาพ เพื่ออธิบายถึงตัวผลิตภัณฑ์ด้วยสิ่งที่เรียกว่า ฉลาก (Label)

การขายสินค้าในปัจจุบัน นิยมใช้ระบบ Seef-service มากขึ้น ดังนั้นผู้ซื้อจะแสวงหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อ จากรายละเอียดที่ปรากฏบนฉลาก หรือหีบห่อเหล่านั้น

บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เมื่อนำมาใส่ภาชนะบรรจุที่ออกแบบแตกต่างกัน วัสดุที่แตกต่างกันก็จะทำให้ด้านภาพพจน์ในด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นแตกต่างกันไปด้วย เสื้อสำเร็จรูปที่ไม่มีหีบห่อวางกองขาย เสื้อที่ใส่ซอง เสื้อที่ใส่กล่อง ให้ความรู้สึกของผู้ซื้อที่แตกต่างกันในคุณค่าของสินค้านั้นๆ การใส่ขวด ตลับ หลอด หรือซอง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวหรือเป็นครีม ให้คุณค่าที่แตกต่างกันเช่นกัน หรือระหว่างขวดแก้วกับขวดพลาสติก อาหารที่ใส่จาน จานกระเบื้อง จานพลาสติก จานสังกะสี ย่อมให้ความรู้สึกของคุณค่าอาหารจานนั้นที่แตกต่างกันเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ดังนั้น จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้

ผลิตผลเกษตรจำนวนมากที่ต้องเน่าทิ้งเสียไปโดยไม่สร้างประโยชน์อันใด เพราะไม่สามารถนำไปจำหน่ายในสถานที่อยู่ห่างไกลออกไปหรือไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานกว่าที่เป็นอยู่ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมขึ้นมาใช้ ช่วยให้สามารถขนย้ายไปจำหน่ายในแหล่งอื่นๆได้ ก่อให้เกิดคุณค่ากับผลิตผลเหล่านั้น ตลอดจนสามารถเก็บรักษาสินค้านั้นให้มีอายุยืนยาว นำไปจำหน่ายในเวลาที่เหมาะสมได้

การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการบรรจุที่เหมาะสม ย่อมจะนำมาซึ่งการเพิ่มกำไรแก่กิจการอีกด้วย จากการสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น การประหยัดที่เกิดขึ้นจากการขนส่ง การประหยัดที่เกิดขึ้นจากการลดการสูญเสียต่างๆได้ และสามารถยืดอายุการจำหน่ายได้เพิ่มมูลค่าสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น ขยายตลาดได้ใหญ่ขึ้น กระจายได้กว้างขึ้น

การสร้างบรรจุภัณฑ์ด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่แตกต่างไปจากที่มีอยู่ในท้องตลาดช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้ เช่น การบรรจุยาสิฟนที่เปลี่ยนจากหลอดสังกะสีเดิมมาเป็นลามิเนต การเปลี่ยนฝาขวดแบบเกลียว มาเป็นแบบเปิดปิดในตัว แชมพูสระผมที่เคยแต่บรรจุใส่ขวดเปลี่ยนมาใส่หลอดใส่ซองบรรจุ สิ่งเหล่านี้สามารถเรียกร้องความสนใจให้กับตลาดได้เป็นอย่างมาก

การบรรจุภัณฑ์ในหน่วยเล็ก-ใหญ่ ตามขนาดที่เหมาะสมแก่การอุปโภคบริโภค ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าได้ถูกต้อง ไม่ต้องเกิดปัญหาขาด-เกิน ย่อมจะพอใจมากขึ้นและนำไปสู่การซื้อเพิ่มมากยิ่งขึ้น

รวมทั้งการบรรจุห่อเล็กๆรวมกันในหีบห่อรวมเป็นผลผลักดันให้เกิดการซื้อเพิ่มมากขึ้น (สุดาตวง เรืองจุฑา, 2543, หน้า 146)

4.4 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่นำผลผลิตจากกระบวนการผลิต ผ่านการขนย้าย เก็บในคลังสินค้า ระบบการขนส่ง ระบบการจัดจำหน่าย เปิดโอกาสให้เลือกซื้อเลือกจ่ายความสะดวกในการบริโภค พร้อมทั้งกำจัดการบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย จากขั้นตอนต่างๆเหล่านี้การแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาจแยกได้หลายลักษณะแล้วแต่จุดมุ่งหมายการแยกประเภท

บรรจุภัณฑ์แบ่งตามการออกแบบ ด้วยหลักการในการออกแบบ สามารถจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้ 3 จำพวก

- บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่จะบริโภค บรรจุภัณฑ์นี้จะได้รับการโยนทิ้งเมื่อเปิดและบริโภคสินค้าภายในจนหมด เช่น ขวดบรรจุน้ำตาล เป็นต้น บรรจุภัณฑ์นี้เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่สุดที่ติดกับตัวสินค้า ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นในมีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา 2 ประการคือ อันดับแรก จะต้องมีการทดสอบจนมั่นใจว่าอาหารที่ผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จำเป็นต้องเข้ากันได้หมายความว่าตัวอาหารจะไม่ทำปฏิกิริยากับบรรจุภัณฑ์ ปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นนี้อาจจะเกิดการแยกตัวของเนื้อวัสดุบรรจุภัณฑ์เข้าสู่อาหาร หรือการทำให้บรรจุภัณฑ์เปลี่ยนแปลงรูปทรงไปเช่นในกรณีการบรรจุอาหารใส่เข้าไปในบรรจุภัณฑ์ขณะที่อาหารยังร้อนอยู่ เมื่อเย็นตัวลงในสภาวะบรรยากาศห้อง จะทำให้รูปทรงบรรจุภัณฑ์บิดเบี้ยวได้ เหตุการณ์นี้จะพบบ่อยมากในขวดพลาสติกทรงกระบอก ซึ่งสามารถแก้ไขได้โดยการเพิ่มร่องบนผิวทรงกระบอก หรือเปลี่ยนแปลงรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมมุมมน นอกจากความเข้ากันได้ของอาหารและบรรจุภัณฑ์แล้ว ปัจจัยต่อมาที่ต้องพิจารณาคือ บรรจุภัณฑ์ชั้นในจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่วางขายบนหิ้งหรือไม่ ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชั้นในจำเป็นต้องวางขายแสดงตัวบนหิ้ง การออกแบบด้านความสวยงาม การสื่อความหมายและภาพพจน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกันเพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นหรือด้วยเหตุผลในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่เห็นโดยทั่วไปเช่น กล่องกระดาษแข็ง หลอดยาสีฟัน ถุงพลาสติกใสของน้ำตาล 50 ของ เป็นต้น ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้มักจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่วางแสดงบนหิ้ง ณ.จุดขาย ดังนั้นการเน้นความสวยงามและภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เช่น หลอดยาสีฟัน การออกแบบหลอดของยาสีฟันที่อยู่ภายในก็จำเป็นต้อง

ออกแบบให้หลอดสีหลายสี แต่ในทางกลับกันถ้าบรรจุภัณฑ์ชั้นในได้รับการออกแบบอย่างสวยงามในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้ อาจจะทำการเปิดเป็นหน้าต่างเพื่อให้เห็นถึงความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้ ในกรณีตัวอย่างของซองน้ำตาล 50 ซองนั้น ถุงพลาสติกที่ใช้ไม่จำเป็นต้องรักษาคุณภาพของน้ำตาลมากเท่ากับซองชั้นใน เนื่องจากทำหน้าที่รวมซองน้ำตาล 50 ซองเข้าด้วยกันเพื่อจัดจำหน่ายแต่ละถุงต้องมีการพิมพ์การออกแบบอย่างสวยงามเพื่อนำไปวางขายบนห้าง ณ.จุดขาย

บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก (Commercial Packaging)

- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้คือ ป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้อาจแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีกเมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนห้างหรือคลังสินค้าของแหล่งขายปลีกแล้ว บรรจุภัณฑ์ขนส่งก็หมดหน้าที่ของการใช้งาน บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ เช่น แคร่ กระบะ เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงานเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน เช่น ลัง ไซของพริกป่น ถุงน้ำจิ้ม เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังมือผู้บริโภคบริโภค เช่น ถุงต่างๆที่ร้านค้าค้าปลีกของให้ ผู้ซื้อ เป็นต้น

4.5 วัสดุบรรจุภัณฑ์

เยื่อ และกระดาษ นับได้ว่าเยื่อและกระดาษนำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์มากที่สุด และมีแนวโน้มใช้มากยิ่งขึ้น สืบเนื่องจากการรณรงค์ในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและกระดาษที่ใช้แล้ว สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ง่าย (Recycle) กระดาษเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวที่สามารถสร้างขึ้นมาใหม่ได้จากการปลูกป่าทดแทน กระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีหลายประเภทและสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่ายและสวยงามทั้งสามารถเคลือบหรือประกบติดกับวัสดุชนิดอื่นได้ดี นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้เนื่องจากพับได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จากเยื่อและกระดาษได้แก่ กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ เป็นต้น

ประเภทของกระดาษ

การเรียกชื่อกระดาษในภาษาไทย จะเป็นคำนามรวมสำหรับวัสดุที่ผลิตจากเยื่อหรือเส้นใยของพืช อันที่จริงศัพท์เทคนิคที่ใช้เรียกวัสดุนี้มีหลายคำ ซึ่งแบ่งตามความหนาหรือความแข็งแรง

Paper หมายถึง วัสดุที่ได้จากการสานอัดแน่นของเส้นใยจากพืชจนเป็นแผ่นบาง โดยทั่วไปมีความหนาไม่เกิน 0.012 นิ้ว หรือน้ำหนักมาตรฐาน (Basis Weight) ไม่เกิน 225 กรัมต่อตารางเมตร

Paperboard หมายถึง กระดาษแข็ง มีความหนามากกว่า 0.012 นิ้ว

Solid Fiberboard หมายถึง กระดาษที่ได้จาก Paperboard หลาย ๆ ชั้นประกบติดกัน และมีความแข็งแรงกว่า Paperboard

Corrugated Fiberboard หมายถึง กระดาษลูกฟูก ได้จาก Paperboard หลายชั้น ประกอบด้วยกระดาษผิวหน้า (Liner) และลอนลูกฟูก (Corrugated Medium) เรียงประกบติดสลับชั้นกัน

การแบ่งประเภทกระดาษตามลักษณะการใช้งาน สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) หรือกระดาษเหนียว หมายถึง กระดาษที่ผลิตจากเยื่อซัลเฟตหรือเยื่อคราฟท์ล้วน ๆ หรือต้องมีเยื่อคราฟท์อย่างน้อยร้อยละ 80 กระดาษคราฟท์ที่ใช้งานทั่วไปมีทั้งประเภทไม่ฟอกสี (กระดาษสีน้ำตาล) สำหรับการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงสูง และกระดาษคราฟท์ฟอกสีเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อผลิตเป็นกระดาษสีอื่นต่าง ๆ นิยมใช้กระดาษเหนียวทำถุงเพื่อการขนส่ง และห่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป

2. กระดาษเหนียวชนิดยืด (Stretchable Paper) หมายถึง กระดาษเหนียวที่ปรับปรุงให้สามารถยืดตัวได้มากกว่าปกติ จึงสามารถทนทานแรงดึงได้สูงกว่ากระดาษเหนียวธรรมดา นิยมใช้ทำถุงเพื่อการขนส่ง

3. กระดาษแข็งแรงขณะเปียก (Wet Strength Paper) หมายถึง กระดาษเหนียวที่เติมเมลา - มีนฟอร์มอลดีไฮด์ (Melamine Formaldehyde) หรือยูเรียฟอร์มอลดีไฮด์ (Urea Formaldehyde) เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กระดาษแม้ขณะเปียก นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีความชื้นสูง และใช้ทำถุงเพื่อการขนส่งที่มีโอกาสเปียกน้ำสูง

4. กระดาษกันไขมัน (Greaseproof Paper) เป็นกระดาษที่ผลิตจากเยื่อที่ผ่านการตีป่นเป็นเวลานานจนเส้นใยกระจาย และบวมน้ำมากเป็นพิเศษ ทำให้กระดาษมีความหนาแน่นสูง จึงป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้ดี นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไขมันสูง และชิ้นส่วนอะไหล่ที่มีน้ำมันเคลือบกันสนิม

5. กระดาษกลาซีน (Glassine) ทำจากกระดาษกันไขมันที่ผ่านการรีดเรียบร้อยด้วยลูกกลิ้งภายใต้อุณหภูมิสูง ๆ ขณะกระดาษเปียกขึ้น ทำให้ความหนาแน่นของกระดาษเพิ่มขึ้น และยังมีการขัดผิว ทำให้กระดาษกลาซีนมีเนื้อแน่นและผิวเรียบมันวาว นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันสูง

6. กระดาษทิชชู (Tissue Paper) หมายถึง กระดาษที่มีความนุ่มและบางเป็นพิเศษน้ำหนักมาตรฐานประมาณ 17 – 30 กรัมต่อตารางเมตร นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการป้องกันรอยขีดข่วน ห่อของขวัญ หรือห่อผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงเป็นการช่วยเสริมความสวยงามและความพิถีพิถัน เช่น น้ำหอม นาฬิกา และเครื่องประดับ เป็นต้น

7. กระดาษพาร์ชเมนต์ (Parchment Paper) เป็นกระดาษที่ผ่านกระบวนการผลิตพิเศษ โดยการจุ่มกระดาษในกรดซัลฟิวริกเข้มข้นเป็นเวลาสั้น ๆ แล้วนำไปล้างและทำให้เป็นกลางก่อนจะนำไปอบรีดให้แห้ง กระดาษนี้จะมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้เป็นอย่างดี นิยมใช้บรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร

กระดาษลูกฟูก

กระดาษลูกฟูกมีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ

1. กระดาษผิวหน้า (Liner) เป็นกระดาษที่ติดบนกระดาษลอนลูกฟูก จะใช้กระดาษกราฟที่ไม่ฟอกสีสำหรับการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงสูง นอกจากนี้อาจใช้กระดาษที่ผลิตจากเยื่อกระดาษเก่าสำหรับงานทั่วไป

2. กระดาษลอนลูกฟูก (Corrugated Medium) ใช้กระดาษที่ผลิตจากเยื่อกราฟท์ เยื่อฟางข้าว หรือเยื่อกระดาษเก่า ขึ้นกับความแข็งแรงที่ต้องการนำมาขึ้นลอน กระดาษลอนลูกฟูกนี้สามารถแบ่งออกได้ 4 ประเภท ตามขนาดของลอน

ประเภทของลอนลูกฟูก

ประเภทของลอน (มม.)	จำนวนลอนเมตร	ความสูงของลอน	ความกว้างของลอน (มม.)
A	110 – 120	4.1 – 5.1	8.6 – 9.1
B	150 – 170	2.5 – 3.0	6.3 – 6.6
C	130 – 140	3.4 – 4.1	7.3 – 8.1
D	295 – 315	1.1 – 1.6	3.2 – 3.4

กระดาษลอน A สามารถรับแรงกดในแนวตั้ง (ตามความกว้างของลอน) ได้ดี เหมาะกับการนำไปทำกล่องที่ต้องมีการเรียงซ้อนกันหลายชั้น

กระดาษลอน B สามารถรับแรงกดตามความสูงของลอนได้ดี ใช้ทำกล่องบรรจุภัณฑ์หนัก ๆ

กระดาษลอน C คุณสมบัติอยู่ระหว่างกระดาษลอน A และลอน B

กระดาดลอน D สามารถรับแรงกดตามความสูงของลอนได้สูงมาก สามารถใช้สำหรับงานพิมพ์หลายสีได้ดี และนิยมใช้ทำภาชนะเพื่อความสวยงาม หรือภาชนะสำหรับตั้งแสดงสินค้า

ประเภทของกระดาดลูกฟูก

1. กระดาดลูกฟูกหน้าเดียว (Single Face) ประกอบด้วยกระดาดผิว และกระดาดลอนอย่างละ 1 แผ่น ประกบติดกันด้วยการ

2. กระดาดลูกฟูกชั้นเดียว (Single Wall) ประกอบด้วยกระดาดลอน 1 แผ่นประกบติด ทั้งสองหน้าด้วยกระดาดผิว (ต้องใช้กระดาดผิว 2 แผ่น)

3. กระดาดลูกฟูก 2 ชั้น (Double Wall) ประกอบด้วยกระดาดลอน 2 แผ่น อาจจะเป็นลอนชนิดเดียวกันหรือต่างกันได้ ประกบติดสลับชั้นกับกระดาดผิว โดยใช้กระดาดผิวทั้งหมด 3 แผ่น มีความแข็งแรงมากกว่ากระดาดลูกฟูกชั้นเดียว

4. กระดาดลูกฟูก 3 ชั้น ประกอบด้วยกระดาดผิว 5 แผ่นเรียบสลับกับกระดาดลอน 3 แผ่น มีความแข็งแรงมากยิ่งขึ้น ใช้กับการบรรจุขนาดใหญ่ และต้องการความแข็งแรงสูง

ข้อดี ของภาชนะกระดาด

1. น้ำหนักเบา ประหยัดค่าขนส่ง และสามารถเก็บในลักษณะพับแบนได้เป็นการประหยัดค่าเก็บภาชนะเปล่าและค่าขนส่ง

2. วัสดุดิบมีหลากหลายชนิด และมีทดแทนได้

3. ขอบข่ายการใช้งานกว้างขวาง ใช้ได้กับผลิตภัณฑ์แทบทุกชนิด

4. ต้นทุนต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับภาชนะประเภทอื่น ยกเว้นบางกรณีที่ต้องการผลิตภาชนะกระดาดเพื่อการใช้งานพิเศษ

5. เหมาะกับงานที่ต้องการความสวยงาม พิมพ์ได้ง่าย และออกแบบให้มีรูปร่างพิเศษได้สะดวก

6. ไม่มีปัญหาในการกำจัดภาชนะหลังการใช้งาน และสามารถนำมารีไซเคิลได้
ข้อเสีย ของภาชนะกระดาด

1. ความทนทานต่อสภาวะอากาศโดยเฉพาะต่อความชื้นหรือน้ำได้ต่ำกว่าภาชนะประเภทอื่น

2. ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ไอน้ำ และกลิ่นได้ต่ำ

3. ถูกทำลายโดยจุลินทรีย์ แมลง หรือสัตว์ได้ง่าย

4.6 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบโครงสร้าง หมายถึงการกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตรส่วน ปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิต และประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่งการออกแบบ และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท individual package และ inner package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรกและชั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะ อย่งไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูล ของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสมโดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสม แก่การจับถือ หิ้วและอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด individual package ครีมีเทียม สำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียมฟลอยด์แล้วบรรจุใน กล่องกระดาษแข็งแบบพับ (folding carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์เป็นแบบผง จึงต้องการวัสดุ สำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์ บรรจุก็สามารถป้องกันความชื้นได้ดี สามารถพิมพ์ลดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกทั้งเสริมสร้างภาพพจน์ความพอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิตต่อมา การบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (flexible) มีความอ่อนแอด้านการ ป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกทะลุในระหว่างการขนย้าย ตลอดจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าเพียงแค่นั้นขั้นตอนการกำหนด การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะต้องอาศัย ความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินใจร่วมใน กระบวนการ ออกแบบ เช่นราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาดการพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้องพิจารณาว่ามี ความคุ้มค่า หรือเป็นไปได้ ในระบบการผลิต และจำหน่ายเพียงใด แล้วจึงจะมากำหนด เป็นรูปร่างรูปทรง (shap & form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่ง ว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกมาในรูปลักษณะอย่างไร ซึ่งรูปทรงเลขาคณิต รูปทรงอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสียในการบรรจุ การใช้เนื้อที่ และมีความเหมาะสมกับชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิด ก็มีข้อจำกัด และสามารถดัดแปลงประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุมาประกอบ จึงจะเหมาะสมดีกว่า หรือลดต้นทุนในการผลิตที่ดีที่สุดสิ่งต่างๆเหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาประกอบไปด้วย

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ในขั้นตอนของการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบ มิใช่ว่าจะสร้างสรรค์ได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายด้าน มาประกอบกัน จึงจะทำให้ผลงานออกแบบนั้นมีความสมบูรณ์ และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นตอนของการออกแบบ โครงสร้างนี้ผู้ออกแบบ จึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการสังเกต แนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียด ด้วยการเขียนแบบ (mechanical drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้เห็นผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือเครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมาเพื่อการนำเสนอ ต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วย พิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

ส่วนการออกแบบโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 outer package นั้นส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบ ค่อนข้างแน่นอน และเป็นสากลอยู่แล้ว ตามมาตรฐานการผลิต ในระบบอุตสาหกรรม ที่สอดคล้องกับ ระบบการขนส่ง ที่เน้นการบรรจุ เพื่อขนส่งได้คราวละมากๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ เพื่อการส่งออก หรือภายในประเทศ การเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ container ขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอน ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท outer package จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกใหม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทก การรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านทานแรงดันทะลุ หรือป้องกันการเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาพอากาศและอื่นๆเป็นต้น การออกแบบรูปร่างรูปทรงภายนอกจึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันนัก แต่อาจมีการแตกต่างภายนอก ด้วยการออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์กลวิธีของการออกแบบสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงเน้นการออกแบบเพื่อให้มี โครงสร้างที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวก และประหยัดเวลา ในการประกอบ ให้มากที่สุด เช่นการประกอบรูปทรงด้วยเทปกาวย สลักลิ้นพับซ้อนกัน หรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายใน ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ หรือถ่ายแรงรับน้ำหนักด้วยการใช้ interior packing devices ทำให้เปิด-ปิดง่ายนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้ไว และยังใช้วางจำหน่ายจัดโชว์ และประชาสัมพันธ์การขายได้ทันทีที่ ถึงจุดหมาย ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้ กำลังเป็นที่นิยม และเห็นความสำคัญกันมาก โดยเฉพาะสภาวะการแข่งขันทางการค้าเช่นในสภาพปัจจุบันนี้

4.7 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกหมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (to communicate) ในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยา ต่อผู้บริโภค บริโภคเช่น ให้ผลในการดึงดูด ความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธี การออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมายและสัญลักษณ์ ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบของวัสดุเช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบตึบ หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุต่างๆ เหล่านี้ประกอบกัน เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจทำได้ 2กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท rigid forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3มิติโดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

การออกแบบกราฟิก ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมากเพราะว่าเป็น ส่วนประกอบที่สำคัญเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรงทำให้บรรจุภัณฑ์ ได้มีหน้าที่ เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟิก บรรจุภัณฑ์และฉลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญอันได้แก่

1. การสร้างสรรค์ที่ดึงดูดใจต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นฉลาก ได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อ ประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค บริโภค แสดงออกถึง คุณงานความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยที่ลักษณะทาง กราฟิก จะสื่อความหมายและปลุกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดจนสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จรรยาบรรณ ความศรัทธา เชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่สุดด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟิกเพื่อ ให้สื่อความหมาย หรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัย ใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้เช่นเดียวกับการใช้ภาพ และข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศ ที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่ คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือ หลอด

รูปทรงเหมือนกันผู้บริโภค ก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา ทั้งนี้ก็โดนการสังเกตจากกราฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษร หรือ สีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้ เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น ดังภาพที่ 10

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะรูปทรงและโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภททั้งนี้ เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับผู้แข่งขัน ในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้จากผลิตภัณฑ์อาหาร สำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่มชูกำลัง ของปิดผนึก (pouch) และกล่องกระดาษเป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้ มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกันดังนั้นการออกแบบกราฟิก จึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน (brand image) ของผลิตภัณฑ์ และ ผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจน ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตา และเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำ ได้ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วนประสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง (lay-out) ภาพประกอบข้อความสั้นๆ (slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรอง คุณภาพและอื่น ๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดง บทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือน การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นพนักงานขายเงียบ (the silent salesman) ที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อ (point of purchase) นั่นเอง

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจ ดอกสุดท้ายที่ จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์สามารถ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณา ได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติและมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณา ได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติหรือด้านเดียว

นักออกแบบบางท่าน ได้เปรียบเทียบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ว่าเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ เริ่มต้นจากรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ อันได้แก่ ทรงสี่เหลี่ยมของกล่อง ทรงกลมของขวด หรือ กระป๋อง เป็นต้น รูปทรงเหล่านี้เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบ

เสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์ เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพ คุณขอสินค้าการออกแบบทั้งหมด ของบรรจุภัณฑ์จึงเปรียบเสมือนระบบการทำงานของมนุษย์ ในการออกแบบนักออกแบบ จะนำเอาองค์ประกอบ ต่าง ๆ อันได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและสภาวะคู่แข่งขึ้นมาเป็นแนวความคิด ในการออกแบบ ให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ด้วยเหตุนี้ ในแง่ของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบอาจจะเขียน เป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้

การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์

Design = words + Symbols + Image

ในสมการนี้ คำบรรยาย และสัญลักษณ์มีความเข้าใจ ตามความหมายของคำ ส่วนภาพพจน์นั้น ค่อนข้าง จะเป็นนามธรรม เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่าย ผสมผสานกัน ออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ดังนี้ ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผลมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

1. การใช้โฆษณา บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุภัณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งหรือมีกราฟิกที่สะดุดตาโดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมาองหา ณ จุดขาย

2. การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลงไปอาจจำเป็นต้องมีการออกแบบปริมาณสินค้าต่อหน่วยขนส่งใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่าย หรือมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การเพิ่มนี้ ณ จุดขายที่เรียกว่า POP (Point of Purchase) อาจมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายเมื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่

3. เจาะตลาดใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

4. ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิมหรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยูนิฟอร์มดังจะกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ถอดด้ามจำต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่เคยเป็นลูกค้าประจำของสินค้าเดิม

5. การส่งเสริมการขาย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคทราบว่ามีปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้า รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

6. การใช้ตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับ การออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

7. เปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวเอง (Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปทรงหรือขนาด ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุใดก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

หน้าที่ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- สร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต
- ชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์
- แสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ
- แสดงสรรพคุณและวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์

4.8 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการบอกถึงเรื่องราวของสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่มี ทั้งผลดีและผลเสียของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่นักออกแบบกราฟิกควรนำเสนอมีดังนี้

- ประเภท
- ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ

- คุณค่าทางสุนทรียภาพ
- ขั้นตอนหรือวิธีใช้
- การเก็บรักษา
- วันที่ผลิตและวันหมดอายุ
- คำบรรยายสรรพคุณ
- ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์

ประชิด ทิณบุตร (2530 , หน้า 29) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่ว ๆ ไป มีการนำตัวอักษรมาใช้เพื่อการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้ขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

2. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

ดังนั้นการที่จะนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบกราฟิกผู้ออกแบบจึงควรที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ถึงส่วนประกอบของตัวอักษรในภาษาต่าง ๆ ในเรื่องต่อไปนี้

- รูปแบบตัวอักษร
- รูปลักษณะของตัวอักษร
- ขนาดตัวอักษร

การพิจารณาเลือกตัวหนังสือในการออกแบบ

1. ลักษณะรูปร่างหนังสือแต่ละตัวสวยงามพอใจ และมีความสูง ความกว้าง สมดุล สำหรับผู้อ่านทั่วไป (สัดส่วนโดยประมาณ สูง 1 กว้าง 3/5)

2. การประสมคำบรรทัดเป็นหน้า

- การประสมคำ ตัวหนังสือทุกตัวต้องเข้ากันได้ ในการออกแบบมีช่องไปเหมาะสม
- การเรียงบรรทัด ต้องไม่ผอมเกินไป เพราะอ่านได้ไม่สะดวก อ่านซ้ำ น่าเบื่อ
- การจัดบรรทัดเป็นหน้า อย่าวางบรรทัดชิดเกินไป ทำให้อ่านยากและอ่านพลาดได้ง่าย

ควรมีชายหน้าและหลัง เพราะอ่านง่ายกว่า และง่ายต่อการผลิต

3. Contrast ของตัวหนังสือ เกิดจากความหนักเบาของเส้น และความอ่อนแก่ของแสงสีพื้นกับตัวอักษร

4. ความเหมาะสมกับผู้อ่าน โดยพิจารณาจากคนที่มีปัญหาทางสายตา เช่น สายตาสั้น สายตาวาว ตาบอดสี ก็ต้องเลือกใช้ตัวหนังสือแก่ลึกลงเหล่านี้สภาพแวดล้อมของที่ใช้อ่าน เช่น มีเสียงรบกวนมาก คนพลุกพล่าน อากาศร้อนไป เย็นไป เช่น ตัวหนังสือที่ใช้กับเบลเดอริกกลางแจ้ง ก็ต้องมี Contrast ของตัวหนังสือมาก เพื่อแข่งกับสิ่งแวดล้อมนั้นได้ ในที่ร่มอ่านสบายตาดี ลด Contrast ให้น้อยลง

- การวัดตัวพิมพ์ (Type Measuremen) แนวตั้งใช้ระบบการวัดเป็นพอยท์ (Point) 1 พอยท์เท่ากับ $1/72$ " เลขที่มากขึ้นก็คือขนาดที่สูงขึ้น

- แนวนอน ใช้ระบบวัดความยาวของคอลัมน์เป็นไพกา (Pica) 1 ไพกาเท่ากับ $1/6$ " จำนวนไพกาจะเพิ่มขึ้นตามความยาวที่เพิ่มขึ้น

- ช่องไฟตัวอักษร (Lettrspacing) จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับช่องไฟบริเวณช่องว่าง ระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว รูปทรงตัวอักษรแต่ละชนิดมีความเด่นชัดแตกต่างกัน

- แนวเส้น (Stroke) ตัวอักษรประกอบด้วยแนวเส้น 4 แนว การรวมตัวต้องพิจารณาช่องไฟอย่างเป็นเหตุเป็นผล มีความสม่ำเสมอและให้ความรู้สึกถูกต้องกับการรับรู้ คงไว้ซึ่งปริมาณในการมองเห็นอย่างระรื่นตาระหว่างตัวอักษรผูกเนื่องต่อกับตัวอักษรถัดไป

- ปริมาตรทางสายตา (Optical Volume) โดยคำนึงถึงปริมาตรที่มีดุลยภาพ ความสมดุลโดยประมาณทางสายตา

- มาตรฐานของช่องไฟตัวอักษร (Letter Spacing Scale) การวางช่องไฟตัวอักษรให้ดีควรคำนึงถึงสภาพการมองเห็น (มากกว่าความกว้างของช่องไฟที่มีขนาดเท่ากัน) พยายามสร้างความเข้าใจ และค้นหาระบบช่องไฟตัวอักษรด้วยตนเอง

- เส้นฐาน (Baseline) ตัวอักษรโค้งจะนิยมออกแบบให้สูงกว่าอักษรเส้นตรงเล็กน้อยจึงจะมองดูความสูงใกล้เคียงกัน ตัวอักษรโค้งต้องวางให้ต่ำกว่าเส้นฐานเล็กน้อย จึงจะมองดูเหมือนกับว่าตั้งอยู่บนเส้นฐานพอดีตามสภาพหลอน (Illusion) ของรูปทรง

- กรอบ (Margin) ตัวอักษรโค้ง ตัวอักษรเอียง และตัวอักษร เส้นนอนบาง ตัวควรวางล้ำเส้นของเล็กน้อย การรับรู้จึงจะให้ความรู้สึกตรงเส้นขอบ ถ้ามีการเว้นวรรคจากบรรทัดก่อน ก็ควรนำมาชนเส้นขอบ

- ปรับช่องไฟ (Kerning) การจัดช่องไฟจำเป็นต้องลดช่องไฟให้แคบลงระหว่างตัวอักษร เส้นเอียง เส้นโค้ง ตัวอักษรที่มีบริเวณว่างภายนอก การรวตัวของตัวใหญ่กับตัวเล็ก จำเป็นต้องปรับช่องไฟจำนวนมาก

- เว้นวรรค (Wordspacing) คำต่าง ๆ เริ่มต้นและส่งท้ายด้วยตัวอักษรที่มีรูปร่างต่างกัน การเว้นวรรคควรจัดให้มีความสอดคล้องระหว่างคำ ให้มองดูแล้วเหมือนกันทั้งหมด ปริมาตรของเว้นวรรคควรปรับเช่นเดียวกับช่องไฟของตัวอักษร (Letterspacing)

- ตัวอักษรหัวเรื่อง (Headline Type) อักษรทุกแบบสามารถที่จะเป็นตัวอักษรหัวเรื่องได้ ขนาดตัวอักษรหัวเรื่องอาจจะเล็กตั้งแต่ 14 พอยท์ จนถึง 144 พอยท์ หรืออาจโตกว่านั้น

- ตัวอักษรเนื้อความ (Body Type) ขนาดประมาณตั้งแต่ 4-14 พอยท์ 8-14 พอยท์ เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไป แบบอักษรควรที่จะเลือกให้เหมาะสม ตัวอักษรแต่ละแบบมีบุคลิกที่แตกต่างกัน ตัวอักษรควรเป็นสิ่งเร้า การสื่อสารและกระตุ้นผู้อ่าน (It should enhance the message and stimulate the audience) ตัวอักษรมากมายนั้นก็มีเพียงไม่กี่แบบที่เหมาะสมกับการพิมพ์เนื้อความ

แบบการจัดตัวอักษร Type Composition

การเลือกรูปแบบการจัดตัวอักษร ควรคำนึงถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้อ่านด้วย เช่น

- แบบชิดซ้าย Flush Left

แบบชิดซ้ายจะปล่อยให้ทางขวามือเว้าแหว่งแบบอิสระ ให้ความรู้สึกความลื่นไหลของคำเป็นธรรมชาติเป็นที่นิยมของนักออกแบบกราฟิกการชิดแนวด้านซ้ายมือเป็นวิธีการของพิมพ์ดีดโดยทั่วไป

- แบบปรับซ้ายขวาตรง Justified

เป็นแบบที่ปรับตัวอักษรให้ได้แนวตรงทั้งซ้ายขวา นิยมใช้พิมพ์ในหนังสือและนิตยสาร ไม่ดีตรงที่คำบางคำถูกตัดขาดทำให้ยากต่อการอ่าน

- แบบชิดขวา Flush Right

แบบชิดขวาจะปล่อยให้ทางซ้ายมือเว้าแหว่งเป็นอิสระ ให้ความรู้สึกอ่อนแอ ทางซ้ายมือเหมาะสมกับข้อมูลสั้น ๆ เช่น คำโฆษณา (Ad Copy) ระบบธุรกิจ (Business Systems) หัวเรื่อง (Headlines) ให้ความสมบูรณ์และช่องไฟดี

- แบบศูนย์กลาง Centered

เป็นการจัดแบบสมดุลภาพ ทั้งขอบซ้ายและขวาเว้าแหว่ง ช่องไฟระหว่างคำดี แต่ละบรรทัดควรจะมีมีความสั้นยาวแตกต่างกัน เพื่อสร้างรูปร่างที่น่าสนใจ ให้ความรู้สึกเป็นแบบแผน

- แบบรอบขอบภาพ (Contour)

เป็นการจัดวางตัวอักษรให้สัมพันธ์กับรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพถ่ายเฉพาะรูปร่าง (Silhouette) หรือภาพประกอบ ให้ความรู้สึกสบาย ตื่นเต้น

- แบบล้อมรอบ (Run Around)

ตัวอักษรที่จัดล้อมรอบรูปภาพซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพสี่เหลี่ยม ความยาวของคอลัมน์แต่ละตอนแตกต่างกันออกไป ส่วนมากเป็นคำบรรยายภาพ

- แบบอสมมาตร Asymmetric

มีสภาพเฝ้าแห่งทั้งซ้ายและขวา เป็นแบบหรือการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้ ดึงความสนใจในการมองเห็นได้ดี อ่านค่อนข้างยาก นิยมใช้กับข้อความสั้น ๆ

- แบบแสดงรูปร่าง Shaped

การจัดตัวอักษรแบบนี้สัมพันธ์ กับทฤษฎีเกสตอลท์ ในเรื่องของความสืบเนื่อง (Continuation) สายตาจะมองสืบเนื่องไปตามแนวโค้งหรือแนวเส้นฐานในลักษณะต่าง ๆ ให้ความรู้สึกในการแสดงออกได้ดี เป็นแบบการจัดที่หาดูไม่ค่อยได้

- แบบรูปธรรม Vertical Type

เป็นการจัดตัวอักษรให้เกิดรูปร่างของวัตถุ หรือรูปร่างอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น รูปร่างเรขาคณิตหรือนามธรรม ซึ่งสอดคล้องกับคำที่บรรยาย เป็นการช่วยกระตุ้นความหมายของภาษาให้มีศักยภาพกว้างขึ้น

- แบบแนวตั้ง Vertical Type

การจัดตัวอักษรตามแนวตั้งนี้นิยมใช้กับหัวเรื่อง บ่อยครั้งที่พบการนำไปใช้อย่างผิดพลาด

- แบบเอียง Inclined Type

โดยจัดเอียงมุมเปลี่ยนไปตามมุมที่ต้องการมีส่วนดึงดูดความสนใจต่อประชากรเป้าหมายได้พอสมควร ตัวอักษรเอียงช่วยกระตุ้นความรู้สึกสร้างสรรค์หรือก้าวหน้าได้ การเอียงลาดขึ้นทางขวามือจะให้ความรู้สึกสะดวกสบายกว่าเอียงลง

- ลักษณะเฉพาะของตัวอักษร Identification

โดยทั่วไปแล้วจะพิจารณาตามบุคลิกของตัวอักษรแบบต่าง ๆ ซึ่งมีแบบตัวอักษรอยู่มากมาย อาจจะพิจารณาตัวอักษรต่าง ๆ ได้ดังนี้

- รูปร่าง (Shape)

การกำหนดชื่อแบบตัวอักษรบางแบบมาจากชื่อนักออกแบบ บางแบบมาจากบุคลิกของตัวอักษร หรือบางแบบมาจากจุดประสงค์ในการออกแบบก็ได้

- ขนาด (Size)

ขนาดของตัวอักษรจะวัดตามแนวตั้งโดยวัดเป็นพอยท์ตัวอักษรภาษาอังกฤษจะวัดตัวใหญ่เป็นหลัก

- น้ำหนัก (Weight)

ความกว้างของเส้นตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดรูปแบบของตัวอักษร คำที่ใช้คือ บาง (Light) กลาง (Medium) หนา (Bold) และความหนาแน่น (Extra Bold) โดยพิจารณาตามความแคบกว้างของสีดำหรือความทึบ (Density)

- ความกว้าง (Width)

เป็นการวัดความกว้างของตัวอักษรตามแนวราบคำที่ใช้เรียกคือ ผนม (Condensed) ปกติ (Normal) กว้าง (Expanded) โดยพิจารณาจากแคบไปสู่อีกด้าน

- แนวลาด (Slope)

เป็นการพิจารณามุมของตัวอักษรเพื่อบอกบุคลิก คำที่ใช้คือ ตัวตรง (Vertical) ตัวเอียง (Italic) หรือ Inclined

- ความคิดพื้นฐาน Fundamental Concept

ความคิดรวบยอดพื้นฐานสำหรับการแก้ปัญหาการจัดวางตัวอักษร จำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหาความขัดแย้งกัน (Contrast) ของตัวอักษร ต้องเปรียบเทียบผลการมองเห็นที่ขัดแย้งกันของประชากรเป้าหมาย สภาพตัดกันหรือขัดแย้งกันเป็นตัวแสดงผล ในอันที่จะช่วยให้การออกแบบเสนอความคิดที่ชัดเจนขึ้น ความขัดแย้งคือ พลังอันเร้าใจทางการเห็น (Force of Visual Intensity) และช่วยให้กระบวนการสื่อสารง่ายดายขึ้นได้

- เข้าใจง่าย Readability

ความเข้าใจในสื่อสารเกินความถึงการจัดตัวอักษรแบบต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพส่วนรวม ที่มองเห็นได้ เป็นความง่ายบนการผสมผสานแบบตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพถ่าย และภาพประกอบเข้าด้วยกัน (รวมความซับซ้อนให้เข้าใจง่าย)

- อ่านง่าย Legibility

เป็นการเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือเลือกแบบตัวอักษรที่แสดงบุคลิกเฉพาะตัวให้อ่านง่ายรวดเร็ว การทดสอบอาจทำได้โดยอ่านตัวอักษรแต่ละแบบ แล้วเปรียบเทียบเวลาของการอ่าน

4.9 เครื่องหมายการค้าบนบรรจุภัณฑ์

ภาพเครื่องหมายประกอบไปด้วย

- คำแนะนำในการยกขน ภาพเครื่องหมายที่แสดงไว้บนหีบห่อ
- ข้อความมูลฐาน อาจจะเขียนข้อความมูลฐานเตือนให้ใช้ความระมัดระวังไว้ได้ภาพเครื่องหมายการค้าด้วยภาษาของประเทศต้นทางและ / หรือปลายทาง
- สี ภาพ เครื่องหมายที่กล่าวในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ต้องเขียนหรือพิมพ์ด้วยสีคำทั้งหมด ถ้าสีของหีบห่อทำให้เครื่องหมายได้ไม่ชัดเจน ให้ใช้ป้ายซึ่งสีตัดกันตามความเหมาะสมเป็นพื้น ซึ่งถ้าจะให้ดีควรเน้นสีขาว อาจเขียนเป็นเครื่องหมายไว้บนป้ายนำไปติดกับหีบห่อ หรือถ้าจะให้ดี ใช้พิมพ์แบบฉลุ (Stencil) บนหีบห่อโดยตรง

จำนวนตำแหน่งของภาพเครื่องหมายบนหีบห่อ

1. จำนวนภาพเครื่องหมายแบบเดียวกันบนหีบห่อขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้ใช้และขนาดรูปร่างของหีบห่อด้วย ภาพเครื่องหมายแสดงอันตรายต้องแสดงไว้ก่อนภาพเครื่องหมายอื่น ๆ และต้องเขียนหรือพิมพ์ภาพเครื่องหมายอื่น ๆ ใกล้เคียงภาพเครื่องหมายเท่าที่จะทำได้สะดวก และควรเขียนหรือพิมพ์ไว้ในระดับเดียวกัน

2. เครื่องหมาย " คล้องที่นี้ " และ " ศูนย์กลางความถ่วง " จะต้องเขียนหรือพิมพ์ให้ตรงตามตำแหน่งนั้น ๆ จริง ๆ เพื่อแสดงความหมายของภาพเครื่องหมายนั้น

ขนาดของภาพเครื่องหมาย ภาพเครื่องหมายไม่จำเป็นต้องล้อมกรอบและขนาดเบ็ดเสร็จของภาพเครื่องหมายควรเป็น 10 ซม ., 15 ซม . หรือ 20 ซม . อย่างใดอย่างหนึ่ง

สภาวะการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ ในระบบจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าวางขายอยู่เป็นนับพันประเภทแต่ละประเภทจะมีสินค้าที่เป็นคู่แข่งกันวางขายกันเป็นสิบเพื่อการเปรียบเทียบเลือกซื้อ ภายใต้สภาวะการขายเช่นนี้ ผู้ซื้อจะใช้เวลาประมาณเศษ 2 ใน 3 ของเวลาที่อยู่ในร้านเดินจากสินค้าประเภทหนึ่งไปยังสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ บรรจุภัณฑ์ในยุคนี้จึงจำเป็นต้องออกแบบให้ได้รับความสนใจอย่างเร่งรีบ โดยมีเวลาผ่านตาบนห้างในช่วงเวลา 10-50 วินาทีที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าเพื่อดัดสินใจซื้อ

สรีระในการอ่านและประสาทสัมผัส ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์จะได้รับการอ่านโดยทางประสาทตา ประสาทความรู้สึกของคนจะอ่านข้อมูลเปรียบเทียบกับประสบการณ์เดิมที่มี เช่น ยี่ห้อ สีส้นในการออกแบบ หรืออาจมีการเปรียบเทียบกับข้อมูลของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งที่อยู่ใกล้ ๆ แล้วทำการวิเคราะห์ ขบวนการตัดสินใจดังกล่าวนี้จะกระทำอย่างเร็วมากโดยใช้เวลาไม่กี่วินาที

ภายใต้สภาวะการจัดจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ขั้นตอนของความสนใจในบรรจุภัณฑ์ใด ๆ ที่วางอยู่บนหิ้งมักจะเกิดในระยะประมาณ 3 เมตรขึ้นไปหรือในระยะที่คนผ่านหิ้งชั้น การออกแบบให้เกิดความสนใจในระยะนี้ มักจะเกิดจากรูปทรงและส่วนประกอบโดยรวมของบรรจุภัณฑ์ เช่น ตราสินค้า เป็นต้น บ่อยครั้งที่เกิดจากโฆษณาหรือมีความทรงจำที่ดีมาก่อน ในบางครั้งอาจเกิดจากป้ายโฆษณา ณ จุดขาย ราคาที่ลดพิเศษหรือมีการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ขั้นตอนความประทับใจในบรรจุภัณฑ์จะเกิดในระยะไม่เกิน 3 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่กลุ่มเป้าหมายเริ่มอ่านได้ว่าเป็นสินค้าอะไร ผลิตโดยใคร ในช่วงระยะไม่เกิน 3 เมตรที่กลุ่มเป้าหมายเริ่ม อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ได้ ส่วนประกอบในการออกแบบที่สำคัญ คือ ต้องทราบถึงจุดเด่นของสินค้าที่เรียกว่า Unique Selling Point ซึ่งบรรจุภัณฑ์พยายามจะวาดและเชิญชวนให้ติดตามรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ด้วยการหยิบขึ้นมาพิจารณาและเปรียบเทียบ

ขั้นตอนที่เหลือคือ การเปรียบเทียบหารายละเอียดเพื่อความมั่นใจ การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อนั้น มักจะเกิดในระยะไม่เกิน 1 เมตร ระยะนี้เกิดขึ้นที่ระยะประมาณ 20 เซนติเมตรคือ ในระยะที่กลุ่มเป้าหมายจะหยิบบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาศึกษาเปรียบเทียบและตัดสินใจ

สรีระการอ่าน ณ จุดขาย

ภายในซูเปอร์มาร์เก็ต หิ้งชั้นที่วางสินค้ามีอยู่หลายส่วนหลายประเภท สินค้าในแต่ละส่วนจะถูกจัดวางเรียงเป็นชั้น ๆ จากการศึกษาสรีระการอ่านของคนจะพบว่า โดยเฉลี่ยการอ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่อยู่บนหิ้งจะอยู่ที่ระยะห่างไม่เกิน 1 เมตรหรือประมาณ 90 เซนติเมตรจากหิ้งชั้นที่วางแสดงสินค้า ณ ระยะห่างประมาณ 90 เซนติเมตรนี้ สายตามักกวาดอ่านไปตามแนวราบหรือแนวของหิ้งชั้นจะอยู่ในระยะประมาณ 130 เซนติเมตร ซึ่งจากการศึกษาการอ่านในแนวตั้งพบว่า ระดับความสูงที่สายตาจะให้ความสนใจมากที่สุด อยู่ที่ระดับความสูงจากพื้นประมาณ 110 เซนติเมตร หิ้งชั้นที่อยู่สูงจากพื้นตั้งแต่ระดับ 60 เซนติเมตร ถึง 125 เซนติเมตร จะเป็นหิ้งชั้นที่ได้รับความสนใจมากกว่าหิ้งชั้นในระดับความสูงอื่น ๆ

การศึกษายังได้ศึกษาถึงโอกาสที่สินค้าจะถูกหยิบจากชั้นที่มีความสูงต่าง ๆ กัน ผลปรากฏว่าสินค้าที่วางอยู่ในระดับความสูงที่ 93-100 เซนติเมตรจากพื้นจะมีโอกาสได้รับการหยิบมากที่สุด เนื่องจากเป็นชั้นที่สะดวกต่อการหยิบมากที่สุดซึ่งให้คะแนนเต็ม 100 หิ้งชั้นที่มีโอกาสได้รับการหยิบรองลงมาคือ หิ้งชั้นที่มีความสูงจากพื้น 120-145 เซนติเมตร นับเป็นคะแนนได้ 85 คะแนนแต่ในความเป็นจริงแล้ว ระดับความสูงนี้เป็นระดับความสูงที่สินค้าจะได้รับการมองเห็นมากที่สุดสำหรับความสูงอื่น ๆ ที่ลดหลั่นกันไปตามที่แสดงเป็นคะแนนไว้ กล่าวสรุปได้ว่าเมื่อเทียบความสูงของหิ้งชั้นจากความสูงของไหล่ หิ้งชั้นที่ห่างจากไหล่ทางด้านล่างจะมีโอกาสได้รับการหยิบมากกว่าหิ้งชั้นที่อยู่ในระดับสูงกว่าไหล่

จากขั้นตอนและระยะทางที่เกี่ยวข้องดังกล่าวนี้ เป็นหน้าที่ของผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา เช่น ชื่อ ตราสินค้า เป็นต้น ไว้ที่ด้านใดด้านหนึ่งทั้ง 6 ด้านของบรรจุภัณฑ์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ นอกจากนั้นการจัดสรรเลือกตำแหน่งของส่วนประกอบกรออกแบบบรรจุภัณฑ์เรียงตามลำดับก่อนหลังว่าจะไว้ที่ไหนบนบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านนั้นจะต้องเข้าใจถึงสรีระการอ่านของสายตาคนเมื่อเพ่งมองสิ่งของใด ๆ ในระยะไม่เกิน 1 เมตร

สรีระในการอ่านบรรจุภัณฑ์

จากการทดลองโดยใช้อุปกรณ์วัดการเคลื่อนไหวของสายตาคนพบว่า คนส่วนใหญ่มีการเคลื่อนไหวของลูกนัยน์ตาในการอ่านคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ

1. เมื่อสายตาเริ่มเพ่งจากจุดเริ่มต้นจุดใดจุดหนึ่งเหมือน ๆ กัน สายตาจะเริ่มอ่านจากทางซ้ายมือขึ้นสู่ข้างบน

2. การกวาดสายตาจะเริ่มกวาดจากด้านซ้ายไปยังด้านขวาในแนวทางตามเข็มนาฬิกา

3. สายตาจะเสาะหาจุดสิ้นสุดในการอ่านซึ่งมักจะเป็นขวามือข้างล่าง การค้นพบสรีระการอ่านดังกล่าวนี้ จะพบว่าตำแหน่งของบรรจุภัณฑ์ทางซ้ายมือจะได้รับการอ่านก่อนทางขวามือ ในขณะเดียวกันตำแหน่งทางส่วนบนของบรรจุภัณฑ์จะได้เปรียบกว่าส่วนล่างของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากข้อมูลที่ได้รับ เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด สภาพคู่แข่ง และปัจจัยอื่น ๆ ผู้ออกแบบจะสามารถจัดเรียงส่วนประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีสรีระในการอ่านดังนี้ถ้าแบ่งพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 5 จุด ตำแหน่งที่ดีที่สุดจากสายตาของผู้ซื้อมักจะค้นหาจากส่วนประกอบของการออกแบบจะเริ่มจากจุดที่ 1 คือ ส่วนซ้ายมือด้านบน แล้วค่อยเคลื่อนมาจุดที่ 2 คือ ส่วนซ้ายด้านบน (บนจุดที่ 1) ตำแหน่งสำคัญ คือ จุดที่ 3 ส่วนขวาด้านบน ถ้าผู้บริโภคยังมีความสนใจอ่านต่อสายตาจะเบนไปสู่จุดที่ 4 คือ ส่วนซ้ายด้านล่างซึ่งเป็นจุดที่แสวงหาสิ่งที่ต้องการ (Point of Pleasure) และจบลงที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ จุดที่ 5 ส่วนขวามือด้านล่าง ตัวอย่างการออกแบบแสดงไว้ในรูปหน้า โดยเริ่มจากส่วนประกอบอาหารจากธรรมชาติ (1) แล้วมาที่ชื่อสินค้า รายละเอียดของสินค้า และจบลงด้วยวิธีการปรุงและน้ำหนักที่บรรจุ

จุดสำคัญที่จะดึงให้กลุ่มเป้าหมายอ่านได้ครบวงจรก่อนจะสายตาไปที่อื่น คือ เมื่อสรีระการอ่านจากจุดที่ 1 มาถึงจุดที่ 3 พบว่าไม่มีอะไรน่าสนใจนักสายตาจะกวาดออกนอกบรรจุภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้จุดที่ 4 จึงเป็นจุดสำคัญที่จะดึงความสนใจของคนอ่านให้มีโอกาสอ่านข้อมูลได้ครบบริบูรณ์จนถึงจุดที่ 5 ในกรณีที่มีข้อมูลมากพอที่จะสื่อให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจและสามารถตัดสินใจซื้อได้

4.10 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

การใช้สีเพื่อการออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์

การใช้สีตกแต่งผิวด้านนอกของภาชนะ เพื่อก่อให้เกิดความสวยงาม และช่วยให้การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เกิดความสะดุดตา บ่งบอกถึงความหมายและประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การกำหนดความหมายจากสีจากความรู้สึกและกำหนดจากมาตรฐานสากลให้ช่วยบอกถึงลักษณะการใช้งานตามประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากการใช้สีเพื่อตกแต่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นการกำหนดโดยผู้ออกแบบและความนิยมของสภาวะตลาดในปัจจุบัน

ความหมายของสี

สี หมายถึง ลักษณะความเข้มของแสงสว่างที่ปรากฏต่อสายตา

- อิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึกของมนุษย์
 - สีเขียว ให้ความรู้สึกสบาย เป็นสีแห่งพลังวังชา
 - สีส้ม ให้ความสนุกสนานร่าเริง
 - สีม่วง ให้ความผิดหวัง เศร้า และแสดงความภักดี
 - สีขาว ให้ความบริสุทธิ์ ใหม่ สดใส และให้ความรู้สึกว่าเหว
- สีจะช่วยให้ทัศนวิสัยที่ดีเมื่อนำมาใช้งานดังนี้

- สีอ่อนตัดกับสีแก่
- สีสดใสตัดกับสีสดใส
- สีอ่อนตัดกับสีสดใส
- สีอุ่นตัดกับสีเย็น

สีที่ตัดกันเองอยู่แล้วตามปกติ เช่น

- สีดำบนพื้นเหลือง
- สีเหลืองบนพื้นดำ
- สีแดงบนพื้นขาว
- สีเหลืองบนพื้นน้ำเงิน
- สีส้มบนพื้นน้ำตาล
- สีชมพูบนพื้นดำ

อิทธิพลของสีที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ทางด้านขนาด

- สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์แลดูใหญ่ขึ้น
- สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์แลดูเล็กลง

ทางด้านน้ำหนัก

- สีอ่อนหรือสีร้อน (Worm Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบา
- สีเข้มหรือสีเย็น (Cool Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูหนัก

ทางด้านความแข็งแรง

- สีร้อน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าแข็งแรงมาก
- สีเย็น ทำให้เกิดความรู้สึกว่าบอบบางกว่า

การใช้สีสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์

องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกใช้สีที่ควรคำนึงถึงสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุ คือ

1. สีต่าง ๆ ที่ใช้บนเนื้อที่ของหีบห่อบรรจุควรติดต่อกันอย่างได้เรื่องราวทั้งหมดไม่ขัดกัน
2. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุแต่ละสีควรจะประกอบกันแล้วเข้ากันได้หรือเป็นสีคู่กันได้
3. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาด ถูกต้องตามรสนิยมของผู้บริโภค
4. ขอบเขตของสีที่จะทำให้หีบห่อบรรจุ ชัดแย้งหรือไม่เด่น เมื่อเปรียบเทียบกับหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
5. การใช้สีต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่สุด ในกรณีที่จำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ร้านบริการเอง Supermarket ตู้แช่ หรืออื่น ๆ
6. การใช้สีที่ให้ความดึงดูดสูงสุด ภายใต้แสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นสภาวะปกติในร้านค้า
7. การใช้สีที่เหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์
8. ขอบเขตของสีที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตราสินค้า และขอบเขต การใช้สีนี้ซ้ำ ๆ กันในการจัดจำหน่ายและการโฆษณา
9. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุที่เข้ากันได้กับสีของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจขึ้นมาก
10. ขอบเขตของสีที่มีผลต่อราคาของหีบห่อบรรจุ
11. การยอมรับของหีบห่อบรรจุต่อผู้บริโภคและผู้ขายปลีก
12. ขอบเขตของหีบห่อบรรจุที่อาจจะก้าวร้าวและข่มบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายที่เด่น ๆ อาจจะดูแล้วน่าเบื่อ ทำให้ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

4.11 ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

1. การป้องกัน (Protection) เช่น กันน้ำ กันความชื้น กันแสง กันแก๊ส เมื่ออุณหภูมิสูงหรือต่ำ ด้านทานมิให้ผลิตภัณฑ์แปรสภาพไม่แต่ไม่ฉีกขาดง่าย ปกป้องให้สินค้าอยู่ในสภาพใหม่สดอยู่ในสภาวะแวดล้อมของตลาดได้ในวงจรรยาว โดยไม่แปรสภาพขนานแท้และดั้งเดิม

2. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมการซื้อขาย เอื้ออำนวยการแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจุดใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุ จนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้ / ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

3. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โชว์ตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้และประหยัด

4. การบรรจุภัณฑ์กลมกลืนกับสินค้า และกรรมวิธีการบรรจุ (Packaging) เหมาะสมทั้งในแง่การออกแบบ และเพื่อให้มีโครงสร้างเข้ากับกระบวนการบรรจุ และเอื้ออำนวยความสะดวกในการหิ้วถือกลับบ้าน ตลอดจนการใช้ได้กับเครื่องมือการบรรจุที่มีอยู่แล้ว หรือจัดหามาได้ ด้วยอัตราความเร็วในการผลิตที่ต้องการ ต้นทุนการบรรจุภัณฑ์ต่ำหรือสมเหตุสมผล ส่งเสริมจรรยาบรรณและรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ก่อให้เกิดมลพิษและอยู่ในทำนองคลองธรรมถูกต้องตามกฎหมายและพระราชบัญญัติต่าง ๆ

5. เพิ่มยอดขาย เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดตา ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

3.12 ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนท้ายที่สุดของการบรรจุภัณฑ์คือการผลิต ซึ่งอาจจะผกผันขั้นตอนของการผลิตรูปร่างของภาชนะ หรือลักษณะของกราฟิกกันได้ว่า ขั้นตอนใดต้องผลิตขึ้นมาก่อน เช่น การบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (rigid forms) อาทิ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เซรามิกส์ ต้องผลิตเป็นรูปทรงภาชนะบรรจุสำเร็จรูปมาก่อนแล้ว ค่อยสร้างลักษณะของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขึ้นทีหลัง หรือบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาจากกระดาษ พลาสติก รูปอลูมิเนียมฟอยล์ แผ่นเหล็กอาบดีบุก จะต้องสร้างลักษณะกราฟิกบนแผ่นระนาบ 2 มิติ ของวัสดุให้เสร็จก่อนนำมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะผกผันขั้นตอนอย่างไรก็ตาม การสร้างงานลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์

เพื่อ การบ่งชี้ของเอกลักษณ์เฉพาะ ผลิตภัณฑ์จะต้อง คงอยู่โดยอาศัย เทคนิคและกรรมวิธีของการพิมพ์เข้ามาช่วย

ดังนั้นเมื่อกระบวนการกำหนดโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ่านการลงมติ เป็นที่ยอมรับ ระหว่างผู้ออกแบบและผู้ผลิตแล้ว จึงต้องมีกระบวนการเลือกพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับโครงสร้าง และความต้องการ ทางคุณภาพของผลงานด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์ทรงกลม อาทิ ขวดน้ำอัดลม ขวดแชมพูสระผม ต้องป้องกันการหลุดลอกของสีจากความเปียกชื้น ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมจึงต้องใช้วิธีการพิมพ์ ซิลค์สกรีน (silk screen) โดยพิมพ์สีลง ลวดลายงาน กราฟิกลงบนผิวของบรรจุภัณฑ์โดยตรงเพราะภาชนะบรรจุ มีผิวโค้ง เป็นต้น

ระบบการพิมพ์ (the printing process)

ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ตกแต่ง ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลักการพิมพ์ 4 กระบวนการใหญ่ๆตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์คือ

1. กระบวนการพิมพ์นูน (relief printing process) ได้แก่การพิมพ์ระบบ press letter และการพิมพ์ระบบ flexo.
2. กระบวนการพิมพ์ร่องลึก (intaglio printing process) เช่นการพิมพ์ระบบกราเวียร์ gravure
3. กระบวนการพิมพ์พื้นราบ (planographic printing process) ได้แก่การพิมพ์ในระบบออฟเซต
4. กระบวนการพิมพ์ผ่านฉากพิมพ์ (serigraphic printing process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน silk screen การพิมพ์ฉลุ stencil

การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส

การพิมพ์โดยระบบเลตเตอร์เพรส เป็นระบบการพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดมีอายุกว่า 500 ปีมาแล้ว โดยนักประดิษฐ์ชาวเยอรมันชื่อ กูเตนเบิร์ก gutenberg เป็นผู้คิดค้นการพิมพ์โดยใช้ตัวอักษร แต่ละตัวมาผสมกันเป็นคำขึ้นได้คนแรกทำให้การพิมพ์หนังสือเป็นที่แพร่หลายตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

การเกิดภาพในการพิมพ์ของระบบนี้ เกิดขึ้นโดยวิธีที่กระดาษถูกกดลงบนแม่พิมพ์ ที่ได้รับการเคลือบหมึกแล้วโดยตรง การกดทับลงไปทำให้หมึกถ่ายทอดลงบนกระดาษเกิดเป็นภาพพิมพ์ขึ้น แม่พิมพ์ของระบบเลตเตอร์เพรส มีลักษณะ นูนสูงขึ้นมาจากพื้น คือส่วนที่เป็นภาพจะสูงขึ้นมาสูงกว่า บริเวณที่ไม่ใช่ภาพ หมึกจะจับติดเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพสูงขึ้นมาเท่านั้น แม่พิมพ์อาจเป็นตัวเรียงโลหะ หรือเป็นบล็อกทั้งชิ้นก็ได้ สำหรับตัวเรียงโลหะนั้น ทำด้วยโลหะผสม ของ ตะกั่ว และดีบุกกดเป็นส่วนใหญ่ มีความสูงจากฐานจนถึงผิวตัวอักษร 0.918 นิ้ว ตัวอักษรที่ใช้มีขนาด

แตกต่างกันทั้งความสูง และความหนา ดังที่เห็นในหนังสือทั่ว ๆ ไป ดังเรียงโลหะนี้จะใช้เรียงได้เฉพาะข้อความที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น ส่วนพวกแผนภูมิ กราฟ ตาราง หรือภาพ จะต้องใช้แม่พิมพ์ที่เป็นบล็อกแทน

การพิมพ์ในระบบนี้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุจำพวกกระดาษเป็นส่วนใหญ่เช่น พิมพ์บนกล่องกระดาษแข็งแบบพับ ถุงกระดาษ ของกระดาษ หรือพิมพ์เป็นแบบตราฉลากสำหรับ ปิดผนึกบน บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แต่ข้อเสียของคุณภาพการพิมพ์ก็มีอยู่ เช่น ทำให้เกิดรอยคูนูนขึ้นด้านหลังของกระดาษ ขอบภาพและตัวอักษรไม่เรียบ เนื่องจากกระดาษและแม่พิมพ์โลหะถูกกดอัดให้สัมผัส และดึงกระดาษออกมา โดยตรง อีกทั้งแม่พิมพ์ทำด้วยโลหะแข็ง อาจทำให้เกิดการทะลุขีดขาดจากการกดอัดพิมพ์ได้

การพิมพ์ระบบเฟล็กโซ

หลักการพิมพ์ระบบ flexo นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยางบริเวณที่เกิดภาพ จะนูนสูงขึ้นมาจากพื้น เช่นเดียวกับ แม่พิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส การทำแม่พิมพ์จะต้องทำแม่พิมพ์บนสังกะสีก่อนแล้วจึงเอา bakelite ไปทาบนแผ่นสังกะสี ที่กดกรดเป็นแม่พิมพ์เมื่อถ่ายแบบมาแล้วนำแผ่นยางไปอัดบน bakelite จึงจะได้ แม่พิมพ์ยางออกมา กรรมวิธีก็คล้ายคลึงกับการตรายางที่ใช้ปั๊มในสำนักงานทั่วไป แม่พิมพ์ยาง ที่ได้เรียกว่า polymer plate ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ มีความเหมาะสมในการใช้งาน เพราะทนทานรับหมึกได้ดี

ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางจุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมาติดที่ลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายถอดหมึกไปให้ลูกกลิ้งอีกลูก ที่จะถ่ายทอดหมึกให้แม่พิมพ์ยางแล้วค่อย ถ่ายถอดลงบนผิว ของวัตถุ โดยมีลูกกลิ้งเหล็กอีกอันติดอยู่

บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยระบบเฟล็กโซก็ได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่ๆ กล่องนม uht เป็นต้น

การพิมพ์ระบบกราเวียร์

การเวียร์เป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก intaglio ซึ่งส่วนที่เป็นภาพ หรือลายเส้นที่พิมพ์ จะถูกกัดเจาะ เป็นบ่อเล็กๆจำนวนนับล้านบ่อเรียกว่า เซลล์ ซึ่งขึงหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุอะไรก็ตาม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ จะเป็นผิวเรียบและอยู่สูงกว่าบ่อหมึก บ่อหมึกแต่ละบ่อแยกออกจากกันโดยผนัง ที่เรียกว่า cell wall หรือ land บ่อเล็กๆนี้ขึงหมึกไว้ในปริมาณที่ไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของบ่อปริมาณหมึก ถ้ามากก็จะทำให้สีเข้มมากกว่าบ่อที่มีหมึกน้อยกว่า ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้

แม่พิมพ์กราวีเยอร์นี้ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดง และบ่อหมึกเล็กๆ ก็จะถูกกดลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจนำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่ง

หลักการพิมพ์กราวีเยอร์ แม่พิมพ์ที่ถูกกดเป็นภาพแล้ว จะหมึนอนอยู่ในอ่างหมึกเหลวเหมือนกับ การพิมพ์ แบบเพลกโซ หมึกจะเกาะอยู่ในบ่อหมึกที่กดไว้และจะมีมีดปาดหมึก (doctor blade) เป็นเหล็กสปริง ยาว ๆ กดแนบ สนิทอยู่กับผิว ของแม่พิมพ์ทำหน้าที่ปาดหมึกออกจากผิว หมึกก็จะติดอยู่กับเฉพาะในบ่อหมึก เมื่อผ่านวัสดุแผ่นเรียบเข้าไปจะมีลูกกลิ้งเหล็กทำหน้าที่กด (impression) วัสดุติดกับแม่พิมพ์ หมึกเหลวเมื่อรับแรงอัดก็จะถ่ายทอดหมึก (transfer) จากแม่พิมพ์ ลงบนผิวของวัตถุเป็นลายเส้น ทางกราฟิก ออกมา

การพิมพ์ระบบกราวีเยอร์ เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น (line work) และภาพ ฮาล์ฟโตน (half tone) ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์บนผิววัตถุต่างๆได้อีกหลายไป ระเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรจุภัณฑ์ ที่ทำจากวัสดุจำพวกพลาสติกและอลูมิเนียมฟอยล์ ระบบ การพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้ ในการบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก เพราะคุณภาพการพิมพ์ ทัดเทียมกับระบบออฟเซต ได้เช่นกันบรรจุภัณฑ์ ที่ใช้การพิมพ์ระบบกราวีเยอร์นี้ได้แก่

- กล่องกระดาษพับ ห่อของที่ยึดหยุ่นได้ ของขวัญ กระดาษห่อของ ฉลาก ตรา ทั้งแผ่นและ ม้วน ประเภทสิ่งพิมพ์พิเศษอื่นๆ
- สิ่งพิมพ์พิเศษ กันกรอบบุหรี กระป๋องโลหะ เป็นต้น

การพิมพ์ระบบออฟเซต

การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตเป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบัน ระบบ นี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันจนแยกไม่ออกไม่ว่าหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสาร รายสัปดาห์ รายเดือน โปสเตอร์ แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกการงานนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตทั้งสิ้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เฟรสที่ล้า หลังไป งานออฟเซตสามารถให้คุณค่าของงานพิมพ์ได้สูง เนื่องจากการผสมผสานของเม็ดสกรีน ได้อย่างละเอียด หลักการพิมพ์ในระบบนี้ มีความแตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เฟรสโดย สิ้นเชิง กล่าวคือ

1. แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบแทนที่จะเป็นตัวนูน
2. แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือผ้ายางแบลงเกตแล้วจึงลงไปบน กระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เฟรส
3. การที่แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพที่ต้องรับหมึก และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ ที่จะรับหมึกไม่ได้ อยู่ในระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นที่จะรับหมึก

และถ่ายทอดไปยังแบลงเกต ซึ่งทำได้โดยการนำน้ำมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพ แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำหมึก) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีน ก็คือการนำผ้าไหม (silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมาซึ่งให้ตึง กับขอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (screen) ปิดกันในส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพที่บน และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกันผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน แคลแลค फिल्म ตลอดจนจนถึงการใช้กาวกับน้ำยาไวแสงปิดกัน และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติ หรือแผ่นเรียบที่มีพื้นผิว ไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลงบนแม่พิมพ์ใช้ยางปาด (squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติดบนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ

การพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้ มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นวิธีเดียว ที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระป๋องโลหะที่ผ่านการขึ้นรูปแล้ว

จากการพิมพ์ระบบต่างๆที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้ พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ มากมายหลายกรรมวิธีและมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้นระบบการพิมพ์ในปัจจุบันนับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆถูกคิดค้นมากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการ แยกย่อยออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสานกันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิงหมึกออกมาเป็นจุดประกอบเป็นตัวอักษร และข้อความต่อเนื่องบน บรรจุภัณฑ์ก็ พัฒนาขึ้นมาแทนการพิมพ์แบบ stencil และ silk screen การพิมพ์ระบบแพด (pad transfer printing) ก็เป็นการประสานหลักการ ระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซต ซิลค์สกรีนและเฟล็กโซ เพื่อให้พิมพ์บนวัตถุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง

5.1 ประวัติดอกไม้มัสคอบแห้ง

ดอกไม้มัสคอบแห้งในภาชนะแก้ว เป็นสิ่งใหม่ในวงการดอกไม้สดและดอกไม้แห้งของไทย ต้นกำเนิดที่แท้จริงของดอกไม้มัสคอบแห้งยังค้นไม่พบแน่นอนว่า เริ่มจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา หรือจีน แต่อย่างไรก็ตาม มีบางท่านเล่าว่า เริ่มทำในประเทศไทยเมื่อ 16 ปีที่ผ่านมา แต่ไม่ได้จำหน่ายหรือโชว์ในเมืองไทย อาจเป็นเพราะดอกไม้ที่จัดแล้วมีราคาสูง หรืออาจผลิตได้ไม่

เพียงพอที่จะจัดจำหน่ายในประเทศไทย เพราะส่วนใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์

ในประเทศไทย การเก็บรักษาดอกไม้สดให้มีความสดชื่น ส่วนใหญ่จะใช้วิธีหึ่งแดดให้แห้ง หรือใช้กระดาษห่อ ดอกไม้ให้แห้ง แต่ทั้ง 2 วิธีดังกล่าว ก็จะทำให้ดอกไม้มีสี กลิ่นและรูปแบบที่ผิดจากธรรมชาติ เช่น เปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล กลิ่นแห้ง กลับดอกไม้จะแบนหรือร่วง นอกจากงานประดิษฐ์ดอกไม้สดคอบแห้งในภาชนะแก้ว เป็นงานที่ใช้ตกแต่งบ้าน ร้านค้า บริษัท ฯลฯ อีกสิ่งหนึ่งที่ได้คือการมีส่วนร่วมกันช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนของจริงจากแหล่งธรรมชาติ จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ที่แสวงหามาไว้ประดับบ้าน

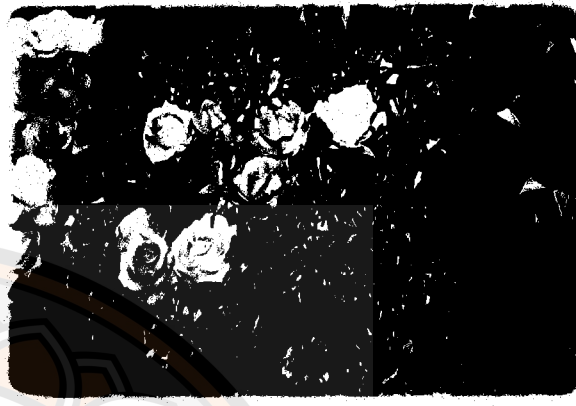
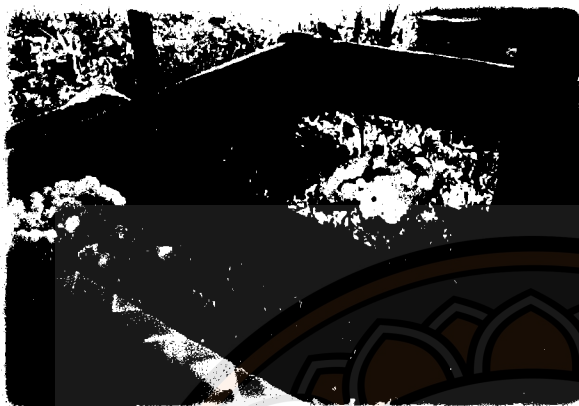
2.2 กระบวนการผลิตดอกกุหลาบอบแห้ง

1. ตัดดอกกุหลาบจากไร่กุหลาบ



ภาพที่ 2.1 ไร่กุหลาบปทุมเพชร

2. นำดอกที่คัดไว้ มาแช่น้ำ เพื่อให้ดูน้ำได้เต็มที่ ประมาณ 3-4 ชั่วโมง



สีดอกกุหลาบที่ได้ มาจากการผสมเกสร

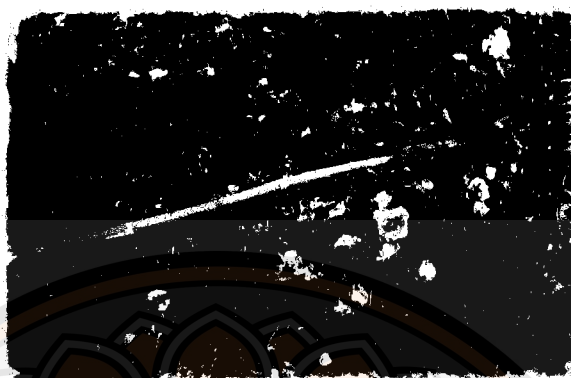
ภาพที่ 2.2 นำดอกกุหลาบที่คัดไว้มาแช่น้ำ

3. ส่วนดอกที่มีสีซีด จะแชไว้ในอ่างของสีผสมอาหาร เพื่อให้ดอกดูดี ให้สีดอกเข้มขึ้น เวลาไป
อบแห้ง จะได้มีสีที่สด แชไว้ประมาณ 5-6 ชั่วโมง



ภาพที่ 2.3 ดอกที่สีซีด จะแชไว้ในอ่างสีผสมอาหาร

4. ส่วนดอกกุหลาบที่ไม่ได้คุณภาพก็จะคัดทิ้งเลย

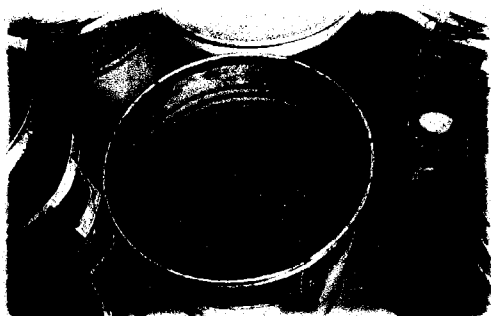


ภาพที่ 2.4 กุหลาบที่ไม่ได้คุณภาพจะทิ้งทันที

5, นำดอกที่แช่ไว้ครบกำหนดเวลา มาตัดแต่งให้สวยงาม เมื่อตัดแต่งดอกเสร็จแล้ว ก็นำดอกที่ได้มาใส่ทรายซิลิกาเจล แต่เนื่องจากทรายซิลิกาเจลมีต้นทุนสูง จึงต้องนำมาผสมกับทรายที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน



ภาพที่ 2.5 นำดอกมาตัดแต่ง แล้วใส่ทรายซิลิกาเจล



ชิลิกาเจล



ทรายที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน

ภาพที่ 2.6 ทรายที่ใช้ดูดความชื้น

6. นำทรายใส่ในดอกแต่ละดอก ค่อยๆ ใส่เพื่อไม่ให้กลีบดอกช้ำ ใสเข้าไปในแต่ละช่องของกลีบดอก เพื่อช่วยให้ดอกบานขึ้นอีก และช่วยดูดความชื้นออกได้มากขึ้น



ภาพที่ 2.7 นำทรายใส่ตามกลีบดอก อย่างประณีต

7. นำดอกที่ใส่ทรายแล้ว มาวางเรียง ในกล่องพลาสติกที่มีฝาปิดไว้



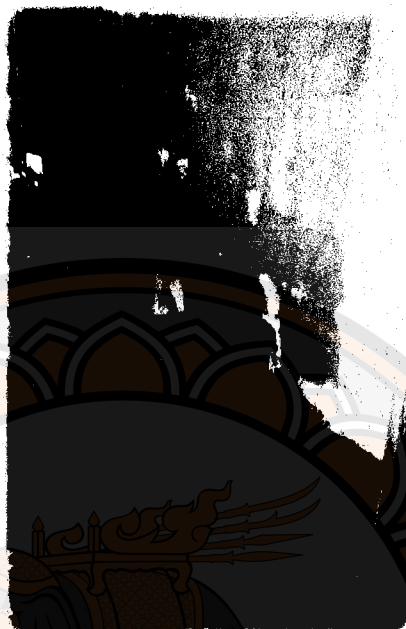
ภาพที่ 2.8 นำดอกมาวางเรียงในกล่องพลาสติกที่มีฝาปิด

8 เตรียมนำไปอบแห้ง ประมาณ 1-2 วัน



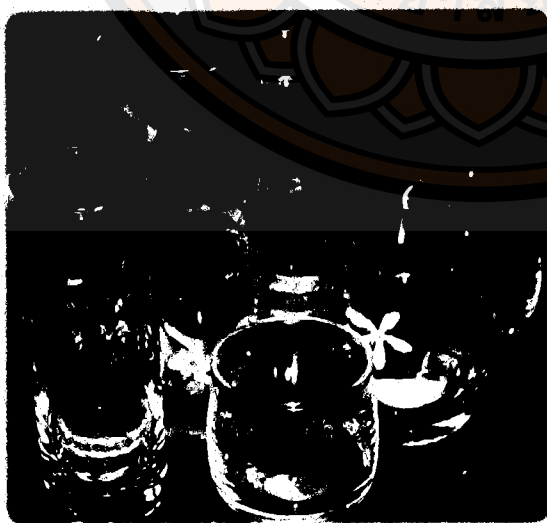
ภาพที่ 2.9 เตรียมอบแห้ง

9. นำดอกไม้ที่อบแห้งแล้วมาคัดเลือกอีกครั้งแล้วนำมาจัดเรียงใส่กล่องพลาสติกพร้อมส่งบรรจุใส่โหลแก้ว



ภาพที่ 2.10 ดอกที่อบแล้วมาเรียงใส่กล่อง เตรียมบรรจุใส่โหลแก้ว

10. เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 2.11 ผลิตภัณฑ์เสร็จสมบูรณ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป กระบวนการผลิต และการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อศึกษาถึงปัญหาและความต้องการในบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องตัวสินค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้ามาใช้ในการดำเนินการวิจัย ขั้นตอนการวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก และศึกษาบรรจุภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดในเรื่องกระบวนการผลิตและการออกแบบ เข้าพื้นที่ผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร เพื่อให้ได้ข้อมูลทางด้านสภาพทั่วไปของแหล่งผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาข้อมูล สภาพทั่วไปของแหล่งผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก และศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร และข้อมูลในข้อ 2 จากการค้นพบในการวิจัย ตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทำการออกแบบโดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 5 วิธีเสนอผลการศึกษาค้นคว้าโดยการสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะด้วยวิธีพรรณนาวิธีวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามตามประเด็นที่ปรึกษา คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

1.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย ตลอดจนเว็บไซต์ที่บริการข้อมูลต่างๆ แล้วนำมาร่างเป็นกรอบแนวความคิดของการวิจัยในขั้นต้น ประเด็นที่นำมาร่างประกอบด้วย

- ศึกษาสภาพทั่วไปของ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

- ศึกษากระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายของ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

- ศึกษาผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

1.2 ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดของการวิจัยในขั้นต้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับ 3 เรื่องที่สำคัญดังกล่าวไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของไร่ปฐมเพชร ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

- | | |
|-------------------------------------|------------|
| - ผู้ประกอบการ เจ้าของไร่ปฐมเพชร | จำนวน 1 คน |
| - สมาชิกในครอบครัว | จำนวน 3 คน |
| - แรงงานต่างด้าว ใช้ในกระบวนการผลิต | จำนวน 3 คน |

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดพื้นที่ในการวิจัยทางด้านผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยเข้าภาคสนามด้วยวิธีเปิดเผยตัว (Overrole) โดยนำหนังสือราชการจากมหาวิทยาลัย เสนอต่อผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

เครื่องมือในการทำวิจัย

ในส่วน of ข้อมูลประวัติความเป็นมาของไร่ปฐมเพชร และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง นั้น เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยเบื้องต้น รวมทั้งศาสตร์ที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและประสบการณ์ดังกล่าว สร้างกรอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับ

ประเด็นวิจัย แล้วนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อเก็บข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเลือกผู้ทรงคุณวุฒิแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้คุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิตามกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ละประเด็น เมื่อครบประเด็นแล้ว ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณ 1-3 ชั่วโมง เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลให้เป็นภาพรวมที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างกรอบคำถามในการเก็บข้อมูลภาคสนามต่อไปประกอบด้วย

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Partcian Observat) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Partcian Observat) โดยผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลในช่วงแรกเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นด้านสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต โดยศึกษาประวัติความเป็นมาของกลุ่ม นโยบายการดำเนินงานของกลุ่ม แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ การดำเนินการทางการตลาดและจัดจำหน่าย ข้อจำกัดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง โดยสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบกับจัดบันทึกภาคสนาม จัดทำแผนที่

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (Indept Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงในงานวิจัย จากเอกสารงานวิจัยและสัมภาษณ์ผู้ที่เชี่ยวชาญแล้ว สร้างแนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านสภาพทั่วไปของผู้ผลิต กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

สำหรับผู้เชี่ยวชาญของไร่ปฐมเพชร ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ผู้วิจัยจะใช้วิธีแบบเฉพาะเจาะจงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้านสภาพทั่วไปของผู้ผลิต กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ประกอบด้วย

- ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จำนวน 1 คน
- สมาชิกในครอบครัว ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จำนวน 3 คน
- แรงงานต่างด้าว ใช้ในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จำนวน 3 คน

ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาข้อมูลขณะเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือ (Reliability) ได้ทุกครั้งที่มีการเก็บข้อมูล ด้วยการดูคำถาม

สื่อความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่ ขณะที่สัมภาษณ์ คำตอบที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ผลิตหรือไม่ตามระเบียบวิจัย การออกแบบพัฒนาที่สร้างสรรค์ด้วยการร่างแบบตามประเด็นที่ศึกษา คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ขั้นตอนที่ 5 สรุปอภิปรายจากผลการศึกษาและวิเคราะห์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยเริ่มเข้าไปในไร่ปฐมเพชร ในเดือนธันวาคม 2554 โดยเข้าไปในวันหยุดราชการ ผู้วิจัยได้ใช้คำถาม (Guideline) ที่ถามถึงภูมิหลัง โลกทัศน์แนวความคิด ประสพการณ์ และความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยคุณภาพเป็นวิธีที่สามารถเจาะข้อมูลได้อย่างละเอียดสมบูรณ์ เที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยได้แจ้งเป็นเงื่อนไขกับผู้ประกอบการไร่ปฐมเพชร ทุกครั้ง หลังจากที่ผู้วิจัยแนะนำตัวโดยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือในการดำเนินการสัมภาษณ์ การพูดคุยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเต็มใจตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตบันทึกเสียงและจดบันทึกในประเด็นสำคัญๆ (Field-Note) เพื่อป้องกันการตกหล่นของสาระสำคัญต่างๆ และเพื่อไม่ให้เกิดการระแวงโดยผู้วิจัยจำได้อธิบายให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทราบก่อนล่วงหน้าว่าข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดถือเป็นความลับไม่ถูกเปิดเผยที่ใดอันจะทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเดือดร้อน เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้มีความรู้สึกปลอดภัยและยินดีให้ข้อมูลอย่างละเอียด และเพื่อไม่ให้ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้เกิดผลกระทบต่อบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลักไม่ว่าจะกรณีใดๆ อันเป็นจรรยาบรรณของผู้วิจัย เพื่อให้มีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยสามารถซักถามและหารายละเอียดของประเด็นปัญหาที่ต้องการได้อย่างลุ่มลึก ลักษณะบรรยากาศของการสัมภาษณ์เป็นไปอย่างไม่เป็นทางการทำให้สามารถตรวจสอบความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ในขณะนั้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องการศึกษการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วยสภาพความเป็นอยู่ของ ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสังเกต การสัมภาษณ์
2. ตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลขณะเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูล (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของข้อมูลภาคสนามทุกครั้งที่ได้เก็บข้อมูลด้วยการดูข้อมูลด้วยการดูคำถาม สื่อความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่

ขณะที่สัมภาษณ์คำตอบที่ได้สอดคล้องกับบริบทของไปปฐมเพชร ข้อมูลเดิม และข้อสังเกตของนักวิจัยหรือไม่ ทดสอบกับสภาพแวดล้อมและข้อมูลอื่นที่มีอยู่เดิมจากแหล่งอื่นๆ ในลักษณะทดสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลมีความหมายแม่นยำและเชื่อถือได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่สองเป็นการตรวจสอบข้อมูลที่จัดเป็นดัชนีแล้ว จากการสังเกตพฤติกรรมการณ์การสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยมีการตรวจสอบสอบถามในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (สุภางค์ จันทวนิช , 2536.หน้า 103)

1. ตรวจสอบด้านปริมาณ ตรวจสอบข้อมูลที่สังเกตและบันทึกว่าได้ปริมาณเพียงพอครอบคลุมข้อกระทงในแนวคำถาม และเพียงพอตามวัตถุประสงค์หรือไม่ หากข้อมูลไม่เพียงพอได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมหลายครั้ง จนสามารถสรุปข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ของภารกิจของการวิจัยได้

2. ตรวจสอบแหล่งข้อมูล (Data triangulation) ตรวจสอบเรื่องเวลา สถานที่และบุคคลว่า เมื่อต่างเวลา ต่างสถานที่ ต่างบุคคล แล้วข้อมูลยังเหมือนเดิมหรือไม่ โดยการจัดตารางกำหนดเวลาในการสังเกตพฤติกรรมให้ครอบคลุมทุกช่วงเวลา เพื่อให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. ตรวจสอบข้อมูลกับเจ้าของข้อมูลและผู้เกี่ยวข้องอื่น (Cross check) ผู้วิจัยซักถามผู้ให้ข้อมูลและตรวจสอบจากผู้เกี่ยวข้องอื่นว่าข้อมูลถูกต้องหรือไม่ด้วยการสอบถามซ้ำในประเด็นเดียวกัน แล้วให้ความเห็นกับผู้วิจัยในเรื่องการตีความ การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นการยืนยันความเชื่อถือได้ของข้อมูลและรายงาน

4. ตรวจสอบด้านทฤษฎี ตรวจสอบข้อมูลขณะอยู่ในภาคสนาม การตีความหมายพฤติกรรมว่าตรงหรือแตกต่างไปจากทฤษฎีหรือจากแนวคิดผู้เชี่ยวชาญมากนักน้อยเพียงใด และตรวจสอบความเข้าใจของผู้วิจัย (Investigator triangulation) โดยเอกสารเพิ่มเติม สอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อพบข้อมูลที่ขัดแย้งกันหรือข้อมูลไม่เพียงพอ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลซ้ำเพื่อยืนยันความถูกต้อง

5. ตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล (Methodology triangulation) ตรวจสอบข้อมูลด้วยการรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ประกอบด้วยเอกสารการสร้างแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมการสัมภาษณ์เจาะลึก และการสัมภาษณ์กลุ่ม

6. ตรวจสอบด้วยการวิเคราะห์ – สังเคราะห์ เมื่อผู้วิจัยได้ร่วมกันออกแบบกับเจ้าของไปฐมเพชรแล้วได้ตรวจสอบการแปลความหมายเกี่ยวกับข้อมูลโดยมีการเน้นส่วนร่วมให้มากที่สุด รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากการนำเอาผลิตภัณฑ์ทดลองตลาด จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ นำข้อค้นพบที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

7. การตรวจสอบรูปแบบ หลังจากการสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แล้ว ได้นำเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิในรูปของสัมนาโดยวิธีวิเคราะห์ได้ะกลม เพื่อวิจารณ์ความถูกต้อง และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้มีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

8. ตรวจสอบการวิพากษ์วิจารณ์ผลงานวิจัย หลังจากสร้างผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้วิจัยได้นำ วิเคราะห์ผลงานร่วมผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้ความถูกต้องชัดเจนมากที่สุด



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและออกแบบพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบให้มีประโยชน์มากที่สุด โดยมีขั้นตอนงานดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขการออกแบบ (Design Brief)

ส่วนที่ 2 การพัฒนาและสร้างสรรค์ (Development and Design)

ส่วนที่ 3 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขการออกแบบ (Design Brief)

1. ชื่อโครงการ (Project Title) : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2. ข้อมูลผู้ประกอบการ (Client data) :

1.ชื่อโครงการ (Design Brief) : โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2.ข้อมูลลูกค้า (Client data)

2.1 ชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Name of product) : ไร่ปฐมเพชร

1.2 ผู้ผลิต/ ที่อยู่ผู้ประกอบการ (Address) : นายภราดล กานดา /

15/1 หมู่6 ซ.ปฐมเพชรตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2.3 เบอร์โทรศัพท์ (Telephone) : 089-8127265

2.4 เบอร์อีเมล (E-mail) : -

2.7 ความเป็นมา (Background) :

คุณ ภราดล กานดา เกษตรกรผู้เป็นเจ้าของไร่กุหลาบ อันเลื่องชื่อในอำเภพบพระ จังหวัดตาก มาช้านาน คุณภราดล เกิดเมื่อปีพ.ศ. 2505 พื้นเพเป็นคนจังหวัดนครปฐม สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 แต่ด้วยใจรักในการเกษตรประกอบกับเป็นผู้ที่ชอบ

เดินทางไปทั่วทุกภูมิภาคในประเทศ จึงทำให้เข้าใจธรรมชาติและภูมิประเทศเป็นอย่างดี และเห็นว่า อำเภอพบพระ จังหวัดตากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากเหมาะที่จะทำการเกษตร

ในปีพ.ศ. 2538 จึงได้อพยพครอบครัวมาตั้งรกรากที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สาเหตุที่ทำไม่ถึงได้ตั้งชื่อไว้ว่า ไร่ปฐุมเพชร ก็เพราะว่า คุณภราดลเป็นคนนครปฐม และภรรยา คุณทุเรียนเป็นคนเพชรบุรี จึงนำมารวมกัน เป็น "ปฐุมเพชร"

คุณภราดล เป็นคนชอบค้นคว้าทดลอง นำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการพัฒนาด้านการเกษตร จึงทำให้ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการปลูกดอกกุหลาบ คุณภราดลจะเป็นผู้ดูแลตั้งแต่การเลือกสายพันธุ์ ควบคุมคุณภาพ การตลาด โดยจะคัดเลือกเพื่อให้ได้ขนาดดอกที่ดี แล้วจึงแพ็คส่งไปยังตลาดกรุงเทพ ทำให้อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นแหล่งผลิตดอกกุหลาบที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ แต่ด้วยเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน จึงทำให้คุณภราดลคิดที่จะแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรบ้าง ได้แรงบันดาลใจมาจาก ในอินเทอร์เน็ต จึงได้มีความคิดที่ว่าเราก็ปลูกกุหลาบเอง น่าจะหาช่องทางทำมาหากินเพิ่ม และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตได้ด้วย

ในปีพ.ศ.2552 จึงได้มีการเริ่มทำธุรกิจแปรรูปผลิตผล ซึ่งเป็นธุรกิจที่คุณภราดลให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และกำลังเจริญเติบโต เป็นที่รู้จักดีภายในประเทศและต่างประเทศ ด้วยการคิดสรรวัตุดิบอย่างดี ตั้งใจ ประณีตในการทำ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปดอกกุหลาบ เป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และทางเจ้าของไร่ปฐุมเพชรก็ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาศึกษาวิธีการผลิตกุหลาบแก้ว และยังได้เข้าไปถ่ายรูปกับไร่กุหลาบอันแสนสวย

นอกจากจะปลูกดอกกุหลาบขายแล้ว คุณภราดล ยังได้ริเริ่มศึกษาที่จะทำการปลูกปาล์ม เพื่อจะนำมาผลิตเป็นน้ำมัน อีกด้วย

- สภาพไร่ปฐุมเพชร

ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีผู้อาศัยอยู่พอประมาณ มีหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทย พม่า กะเหรี่ยง ชาวไทยภูเขาเผ่ามูเซอ มีสถานที่สำคัญต่างๆมากมาย เช่น น้ำตกพาเจริญ น้ำตกทีลอซู น้ำตกธารทิพย์และอีกหลายๆแห่ง เป็นต้น บรรยากาศร่มรื่นด้วยป่าเขา ลำเนาไพร การคมนาคมสะดวก แต่ยังมีบางส่วนที่ยังเป็นถนนดินแดง ประชาชนส่วนใหญ่จะปลูกพืชไร่ผสมข้าวโพดเป็นหลัก ป้ายสัญลักษณ์บอกข้างทางขนาดใหญ่ชัดเจน

ไร่ปฐุมเพชร ตั้งอยู่กิโลเมตรที่ 34 ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ปากทางเข้าจะมีป้ายบอกทาง ระยะทางเข้าไปประมาณ 1.5 กิโลเมตร จะเป็นบ้านไม้สัก หลังใหญ่ และไร่กุหลาบจะแบ่งเป็นสองลักษณะคือ แหล่งที่แรก จะเอาไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวเพื่อเก็บภาพ

และชื่อของที่ระลึกกุหลาบแก้ว แหล่งที่สอง จะเป็นไร่กุหลาบที่เอาไว้สำหรับปลูกเพื่อนำมาขายและนำมาทำเป็นกุหลาบแก้ว

- สภาพทางเศรษฐกิจและการทำอาชีพ

ไร่กุหลาบปทุมเพชรมีลักษณะการทำงานแบบร่วมกันทำงานในครอบครัว โดยจะใช้แรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมายมาช่วยในการผลิตไม่มากนัก ลูกจ้างทุกคนมีสภาพจิตใจที่ดี มีความสุขในการทำงาน เทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานก็จะมีเครื่องอบกับเครื่องดูดความชื้นเท่านั้น ใส่ใจทุกรายละเอียด คัดสรรดอกกุหลาบที่ดีที่สุด เพื่อสร้างคุณภาพที่ดีให้กับลูกค้า

3.ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product data)

3.1ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product name) : สินค้าเกษตรแปรรูป

3.2ชื่อตราสินค้า (Brand name) : ไร่ปทุมเพชร



ภาพที่ 4.1 โครงสร้างและกราฟิก ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แบบเก่าของไร่ปทุมเพชร

4.Redesign : เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เดิม แก้ไขกราฟิก แต่

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เก่า ยังให้ความรู้สึกที่เรียบง่าย ไม่มีลายกราฟิกใดๆทั้งสิ้น มีเพียงโลโก้
อย่างเดียว จึงต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม สามารถ
ปกป้องตัวสินค้า และสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจได้มากขึ้น

5.เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการขาย(Domestic) : ภายในประเทศ มีช่องทางการจำหน่ายโดย

จำหน่ายตรงให้กับผู้อุปโภคด้วยการตั้งจำหน่ายหน้าบ้านของที่แหล่งผลิต และออกบูธตามงาน
สินค้า OTOP

6.ราคาสินค้า (Product price) : 100-1500 บาท

- 1.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วแบนดี : 100 บาท
- 2.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วน้ำทรงสูง : 150 บาท
- 3.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วไวน์ : 400 บาท
- 4.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง โหลแก้วทรงบวบ : 600 บาท
- 5.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง โหลแก้วทรงบัว : 900 บาท

7.ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product use) :

- กุหลาบอบแห้ง สามารถใช้เป็นของที่ระลึก ของฝาก ได้
- กุหลาบอบแห้ง สามารถใช้เป็นของขวัญแสดงถึงความรักได้

8.วิธีใช้ (How Used/Prepared) : ใช้ประดับตกแต่งเพื่อความสวยงาม

9.ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง ทางด้านการมองเห็น ด้านกายภาพ และความรู้สึก (Product visual/physical/sensory attributes)

- : กุหลาบอบแห้ง -ด้านการมองเห็น: เป็นสินค้าที่ดี สวยงาม มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว
- ด้านการสัมผัส : เป็นสินค้าที่มีหลายขนาดให้เลือก ตามความพอใจ
- ด้านความรู้สึก : บรรจุภัณฑ์ยังมีฉลากที่เรียบง่าย ไม่โดดเด่น

10. ข้อมูลช่องทางการจำหน่าย (Distribution) :

10.1 รายละเอียดช่องทางการจำหน่าย (Details of distribution cycle) :

จัดจำหน่ายกับผู้อุปโภคโดยตรงและออกบูทขายตามงาน OTOP

10.2 ข้อควรระวังในด้านจุดอ่อนทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (Product

Fragility): กุหลาบอบแห้งเป็นสินค้าที่ผลิตภัณฑ์เป็นแก้ว แตกง่าย ถ้าเกิดการกระทบอย่างแรง

10.3 ข้อมูลความต้องการลักษณะพื้นที่เก็บรักษาสินค้า (Area or cube utilization requirements): ผลิตภัณฑ์มีความต้องการพื้นที่เป็นชั้นแสดงสินค้า

10.4 ระยะเวลาในการคลังสินค้า (Stack duration) : ระยะเวลาของสินค้าจำหน่ายได้ตลอดเวลา เพราะสินค้าคงสภาพความสวยงาม สด ได้หลายปี

10.5 รายละเอียดความต้องการเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ในขณะคลังสินค้า (Protective packaging required (detail)) : บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งควรมีพาดิชั่น เพื่อปกป้องตัวสินค้าภายใน

11.สถานที่จัดจำหน่าย (Outlets) : จำหน่ายหน้าบ้านของผู้ประกอบการ และ ตามบูทแสดงสินค้า OTOP

12. การบรรจุผลิตภัณฑ์ (Product Pack) :

12.1 ข้อจำกัดและทางเลือกของประเภทของการบรรจุ (Pack type preferences or restrictions) :

12.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ (No. of sizes) :

- 1.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วแบนดี : สูง 7cm. กว้าง 6cm.
- 2.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วน้ำทรงสูง : สูง 17cm. กว้าง 7cm.
- 3.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง แก้วไวน์ : สูง 14cm. กว้าง 12cm.
- 4.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง โหลแก้วทรงบวบ : สูง 19cm. กว้าง 12cm.
- 5.บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง โหลแก้วทรงบัว : สูง 16cm. กว้าง 17cm.

12.3 ขนาดของบรรจุภัณฑ์ชั้นใน/ชั้นนอก(No. of primaries/secondary):

12.4 ปริมาณของการบรรจุ (Weight per unit): บรรจุภัณฑ์บรรจุ1ชิ้น:1กล่อง

13 การจัดแสดงสินค้า (How displayed) : หน้าบ้านของแหล่งที่ผลิต และจัดโชว์ตามบูทจำหน่ายสินค้าOTOP

14 ข้อมูลทางการตลาด (Marketing data) :

(ข้อมูลสินค้าที่เป็นคู่แข่ง)

Company	Brand name	Comment
ขายผ่านอีคอมเมิร์ซที่เว็บไซต์ www.88db.com กับออกงาน แสดงสินค้าOTOPต่างๆ	วิไลรัตน์ รัตนสถาพร	-บรรจุภัณฑ์ไม่โดดเด่น -ความคงสภาพของดอกไม้สด อยู่ได้น้อยกว่า

**การเปรียบเทียบคุณสมบัติ กับ ราคาสินค้าของไร่ปฐมเพชร กับคู่แข่ง
(วิไลรัตน์ รัตนสถาพร)**

ส่วนวิเคราะห์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร คงสภาพความสดสวยงามได้นานกว่า ซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ยังเน้นที่ ความประณีตในการผลิต ในขณะที่ราคาขายนั้นเป็นราคาที่ใกล้เคียงกัน



15. ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ / ฉลาก (Package / Label data)

15.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ (Type of Pack) :

เลือกใช้ กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) หรือกระดาษเหนียว คือ กระดาษที่ผลิตจากเยื่อซัลเฟตหรือเยื่อคราฟท์ล้วน ๆ หรือต้องมีเยื่อคราฟท์อย่างน้อยร้อยละ 80 กระดาษคราฟท์ที่ใช้งานทั่วไปมีทั้งประเภทไม่ฟอกสี (กระดาษสีน้ำตาล) สำหรับการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงสูง และกระดาษคราฟท์ฟอกสีเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อผลิตเป็นกระดาษสีอื่นต่าง ๆ นิยมใช้กระดาษ เหนียวทำถุงเพื่อการขนส่ง และห่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป

15.2 กระบวนการพิมพ์ที่นำมาใช้ (Printing method for unit pack/labal) : Offset

เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้แม่พิมพ์ที่มีลักษณะ เป็นพื้นราบ กล่าวคือ ส่วนที่เป็นภาพและไม่ใช่อภาพอยู่ในระนาบเดียวกัน ในปัจจุบันจัดได้ว่าระบบการพิมพ์ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่มีผู้นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางมาก

15.3 ปริมาณสีที่พิมพ์ (Number of printing colours) : 4 สี

จำนวนสีที่ใช้ 4 สี เพราะจะได้ภาพที่สมจริง ระบบการพิมพ์ 4 สีเป็นที่นิยมใช้กันมากในด้านของงานกราฟิก ที่ต้องการความสวยงาม ซึ่งระบบการพิมพ์โดยสีที่ใช้ได้แก่ สีเหลือง (Yellow), สีแดง (Magenta) , สีฟ้า (Syan), สีดำ (Black) Yellow , Magenta , Syan สีทั้งสามสีข้างต้นรวมกันเป็นสีดำ แต่สี C M Y K ก็ไม่สามารถผสมรวมกันให้ได้เป็นสีบางสี เช่น สีน้ำตาล จึงต้องเพิ่ม สีดำ ลงไป ฉะนั้นจึงรวมกันเป็น 4 สี

16. ข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย (Target consumer data) :

16.1คุณลักษณะของผู้บริโภค(Demographic / Psychographic Description):

Demographic (ลักษณะด้านกายภาพ)

- เพศ ชาย, หญิง
- อายุ 18 ปีขึ้นไป
- ฐานะปานกลางถึงสูง
- รายได้ 3000 บาทขึ้นไป

Psychographic (ลักษณะด้านจิตภาพ)

- ผู้ที่ชื่นชอบในธรรมชาติ หมู่ชาวดอกไม้
- ผู้ที่ชอบตกแต่งบ้าน
- ผู้ที่ต้องการจะมอบเป็นของขวัญ เป็นตัวแทนของความรัก โรแมนติก

17. เงื่อนไขและข้อสรุปด้านเรขศิลป์(Graphic Design Brief) :

17.1วัตถุประสงค์ของการพัฒนาและการออกแบบ (Background & Objective):

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เก่า ยังให้ความรู้สึกที่เรียบง่าย ไม่มีลายกราฟิกใดๆทั้งสิ้น มีเพียงโลโก้อย่างเดียว จึงต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม สามารถปกป้องตัวสินค้า และสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจได้มากขึ้น

17.2 สถานะของผลิตภัณฑ์

(Product/SWOT/[Strength,Weakness,Opportunity,Threat])

Strength (จุดแข็งของสินค้า)

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและความสวยงาม
2. ในตัวของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บคงสภาพความสวยงามไว้ได้นานเป็นสิบปี

Weaknesses (จุดอ่อนของสินค้า)

1. บรรจุภัณฑ์ยังเรียบง่าย มีเพียงโลโก้อย่างเดียว
2. บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถดึงดูดความต้องการของผู้บริโภคได้
3. บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถปกป้องตัวสินค้าได้ มีเพียงบรรจุภัณฑ์อย่างเดียว

Opportunities (โอกาสของสินค้า)

1. สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
2. สร้างความมั่นคงให้กับสินค้า
3. มีจุดดึงดูดด้วยตัวบรรจุภัณฑ์ที่ดูแปลกใหม่ น่าสนใจมากขึ้น

Threats (อุปสรรคของสินค้า)

1. คู่แข่งขันใหม่เพิ่มมากขึ้นภายในประเทศ
2. การกระจายสินค้ายังไม่กว้างไกลมากนัก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Desire respond) : ได้รับบรรจุภัณฑ์ใหม่หลังจากได้ทำการ

พัฒนาแล้ว ซึ่งสามารถส่งเสริมการขาย สนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สร้างความโดดเด่นเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ปกป้องตัวสินค้าได้อย่างมั่นคง อีกทั้งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นการกระตุ้นยอดขายของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นด้วย

Title	โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
Problem	วัตถุประสงค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เนื่องด้วยทางไร่ปฐุมเพชรยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น ที่แตกต่างจากตลาดทั่วไป และบรรจุภัณฑ์แบบเก่า ไม่มี partition ที่ไว้ปกป้องสินค้า
Objective	เพื่อนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริม และสนับสนุนการขาย สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้ และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคจดจำตัวผลิตภัณฑ์ของไร่ได้ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็น วัยรุ่น วัยทำงาน ที่ชอบตกแต่งบ้าน และใช้ผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนสื่อความรัก

Target Group	Demographic	Psychographic
	- เพศ ชาย, หญิง	- ผู้ที่ชื่นชอบในธรรมชาติ
	- อายุ 18 ปีขึ้นไป	- หมู่มวลดอกไม้
	- ฐานะปานกลางถึงสูง	- ผู้ที่ชอบตกแต่งบ้าน
	- รายได้ 3000 บาทขึ้นไป	- ผู้ที่ต้องการจะมอบเป็นของขวัญ เป็นตัวแทนของความรัก โรแมนติก

วัยรุ่น / วัยทำงาน / นักท่องเที่ยว / ชาวต่างชาติ

Concept : Gift of love ของขวัญแห่งความรัก

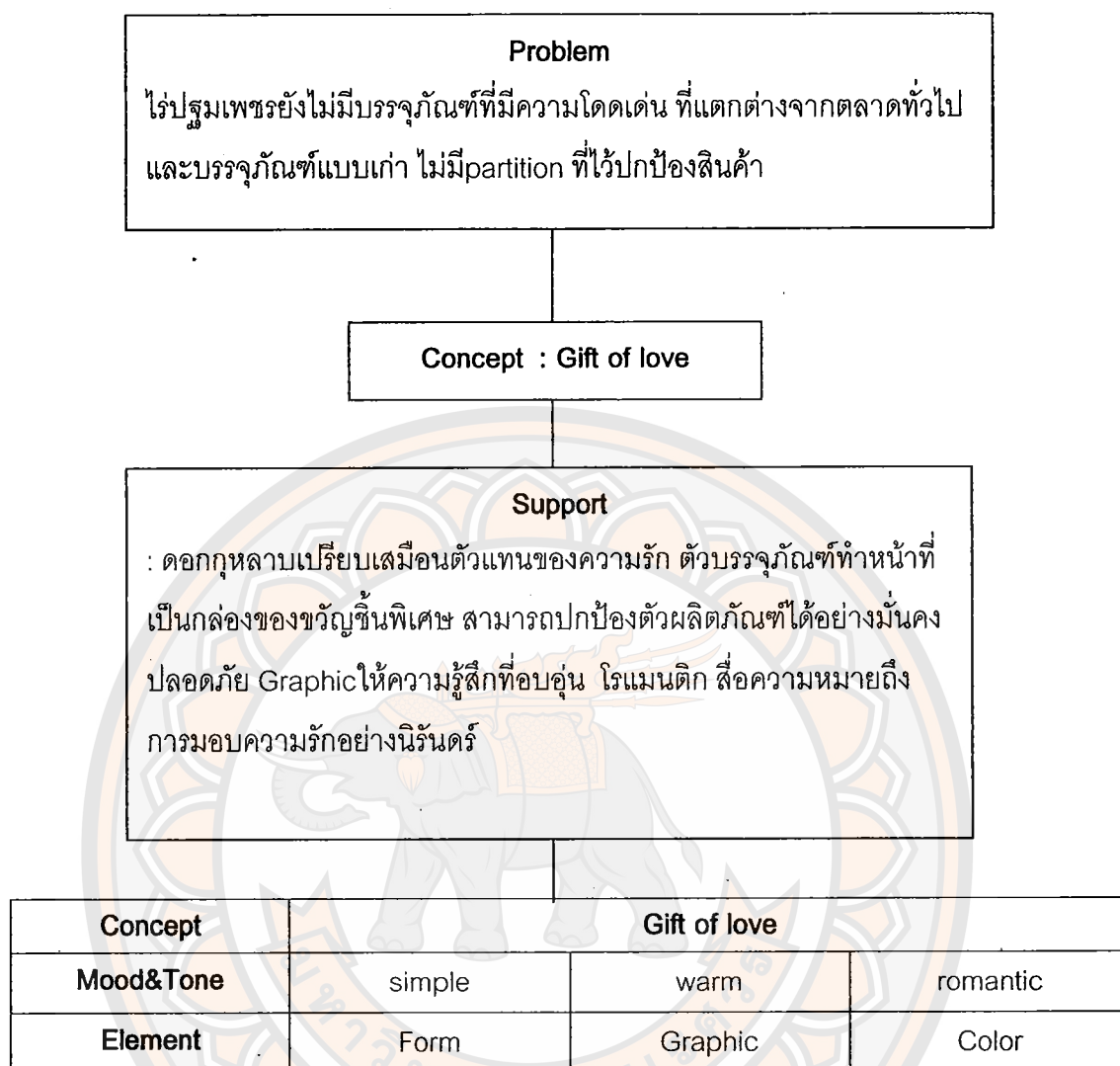
Support : ดอกกุหลาบเปรียบเสมือนตัวแทนของความรัก ตัวบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นกล่องของขวัญชิ้นพิเศษ สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างมั่นคง ปลอดภัย Graphicให้ความรู้สึกที่อบอุ่น โรแมนติก สื่อความหมายถึงการมอบความรักอย่างนิรันดร์

Mood & Tone Protect / vintage / simple / warm / romantic

Designer Respond ได้รับบรรจุภัณฑ์ใหม่หลังจากได้ทำการพัฒนาแล้ว ซึ่งสามารถส่งเสริมการขาย สนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สร้างความโดดเด่นเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง ปกป้องตัวสินค้าได้อย่างมั่นคง อีกทั้งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นการกระตุ้นยอดขายของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นด้วย

Scope

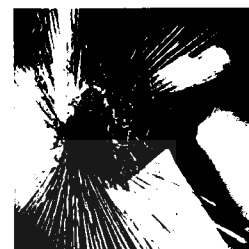
- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| 1. ศึกษาปัญหาและแนวทาง | - การทำ Design Brief |
| 2. งานลักษณะ 2มิติ | -การเขียนแบบโครงสร้าง |
| | -การเขียนลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ |
| 3. งานลักษณะ 3มิติ | -ผลงานต้นแบบ Mock up |
| 4. การส่งรายงาน | -ข้อมูลและงานการออกแบบรวมเล่ม |



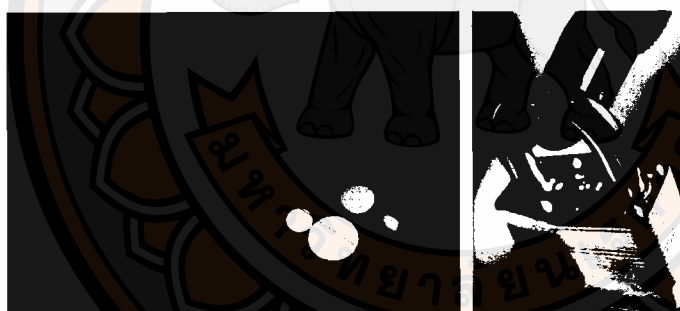
Concept : "Gift of love"

Mood&Tone

Simple : (ง่ายๆที่ดูๆ/จริงใจ)



Warm : (อบอุ่น / เป็นมิตร)



Romantic :



ภาพที่ 4.2 แสดงอารมณ์และโทนของงาน (Mood&Tone)

Target Group

- เพศ ชาย, หญิง
- อายุ 18 ปีขึ้นไป



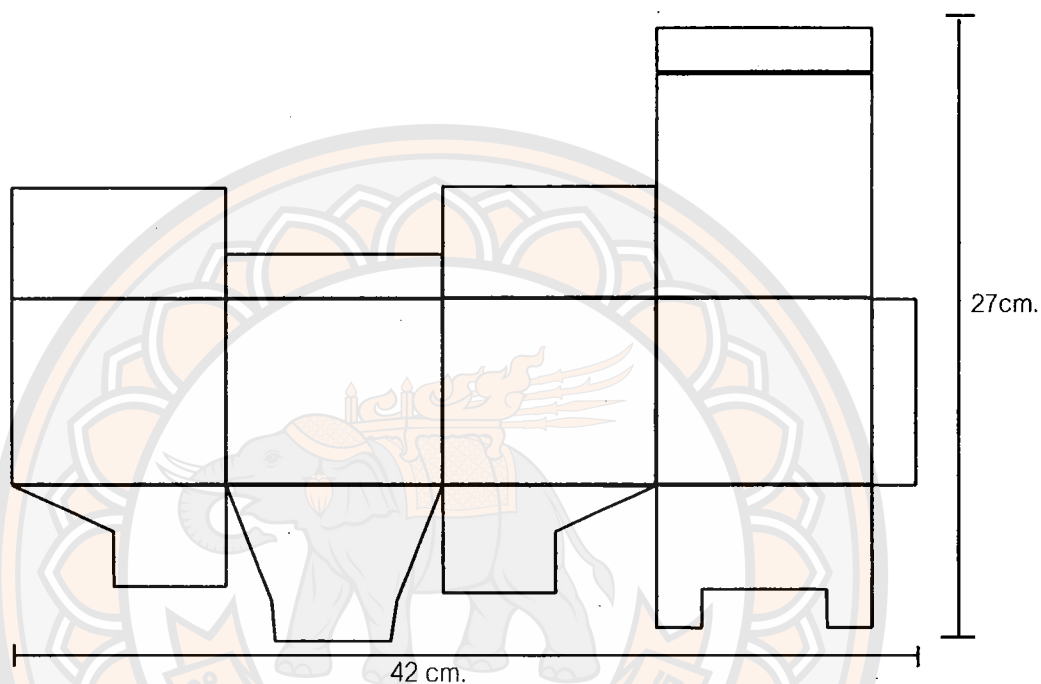
ภาพที่ 4.3 กลุ่มเป้าหมายหลัก

ส่วนที่ 2 กระบวนการออกแบบและพัฒนา

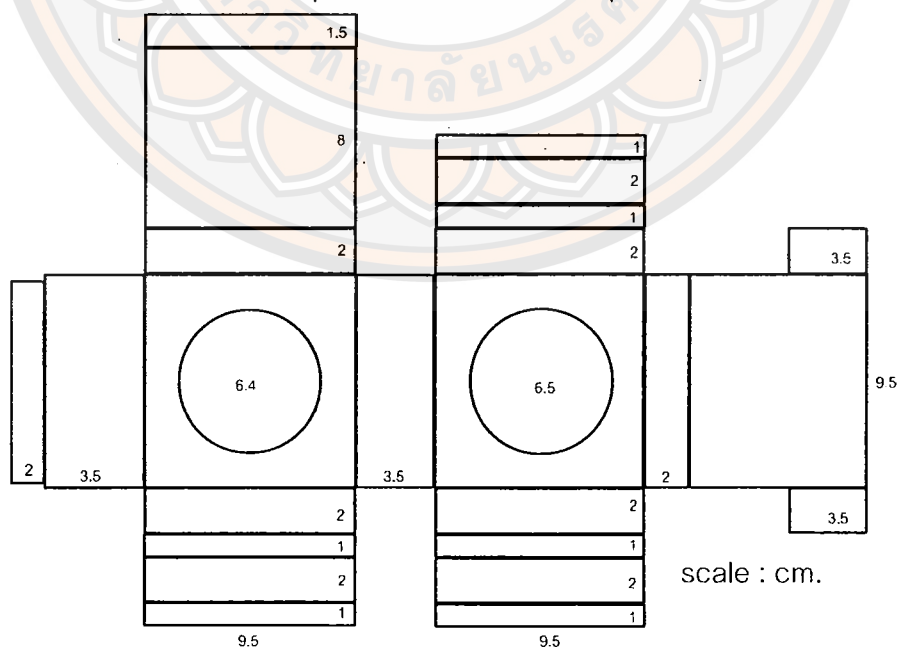
ขั้นตอนแบบร่างและการพัฒนาการออกแบบ(Sketch & Design Development)

การออกแบบในส่วนของการโครงสร้าง(Structural Design) และแบบPartition Product

(1) แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบรันดี)



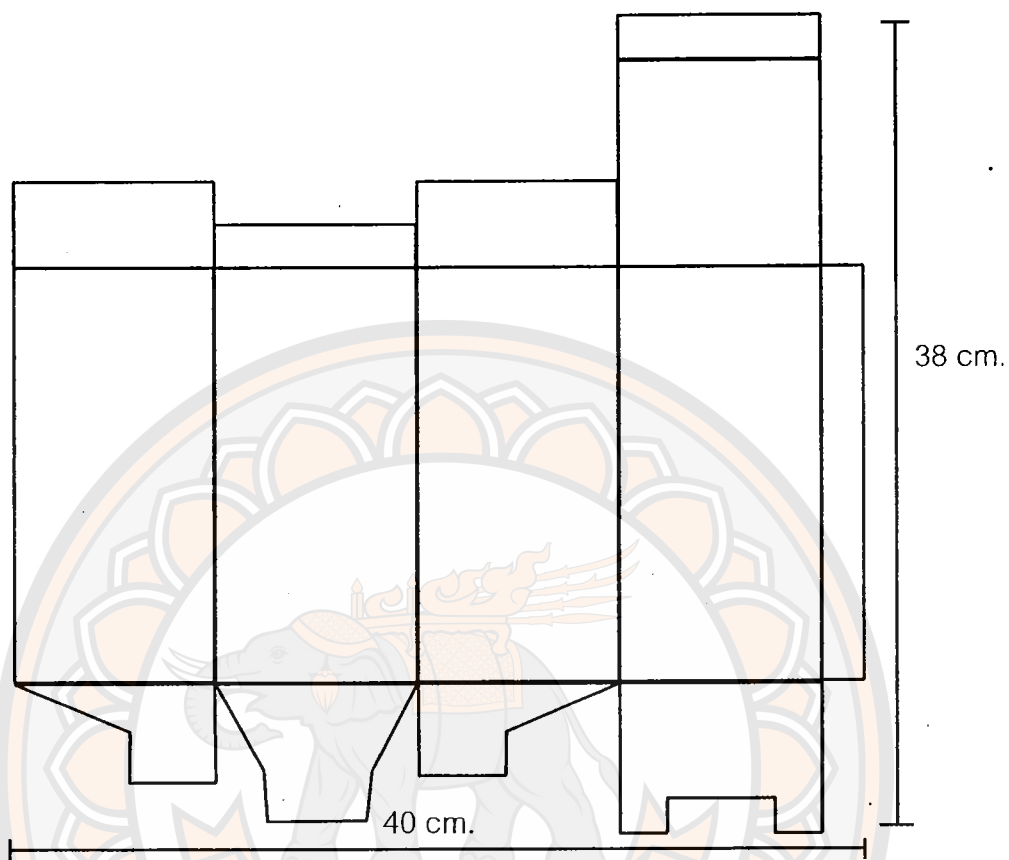
ภาพที่ 4.4 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบรันดี)



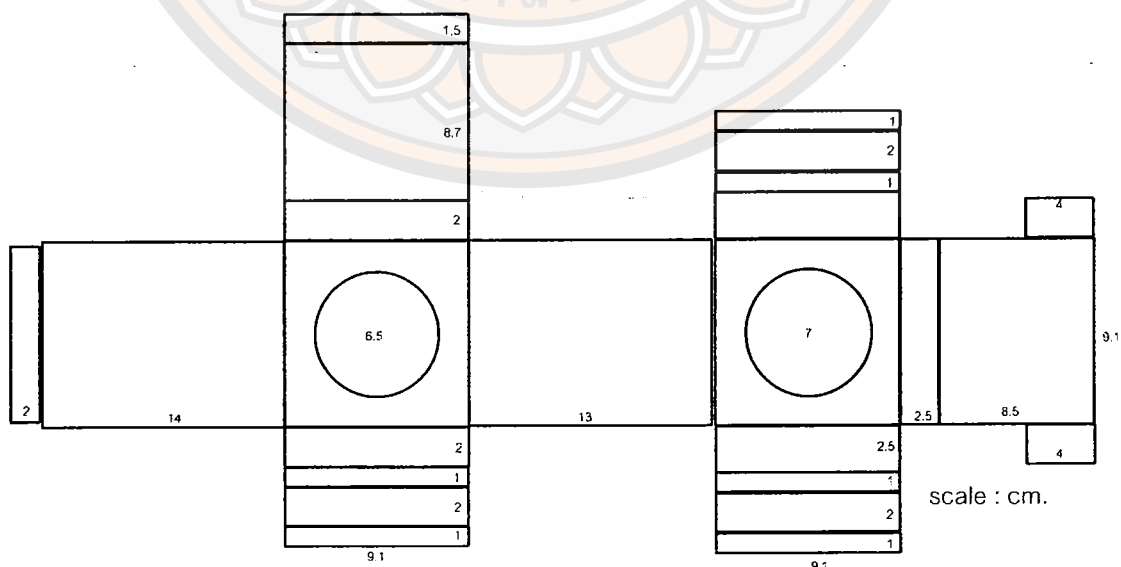
แบบ Partition Product

ภาพที่ 4.5 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบรันดี)

(2) แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)

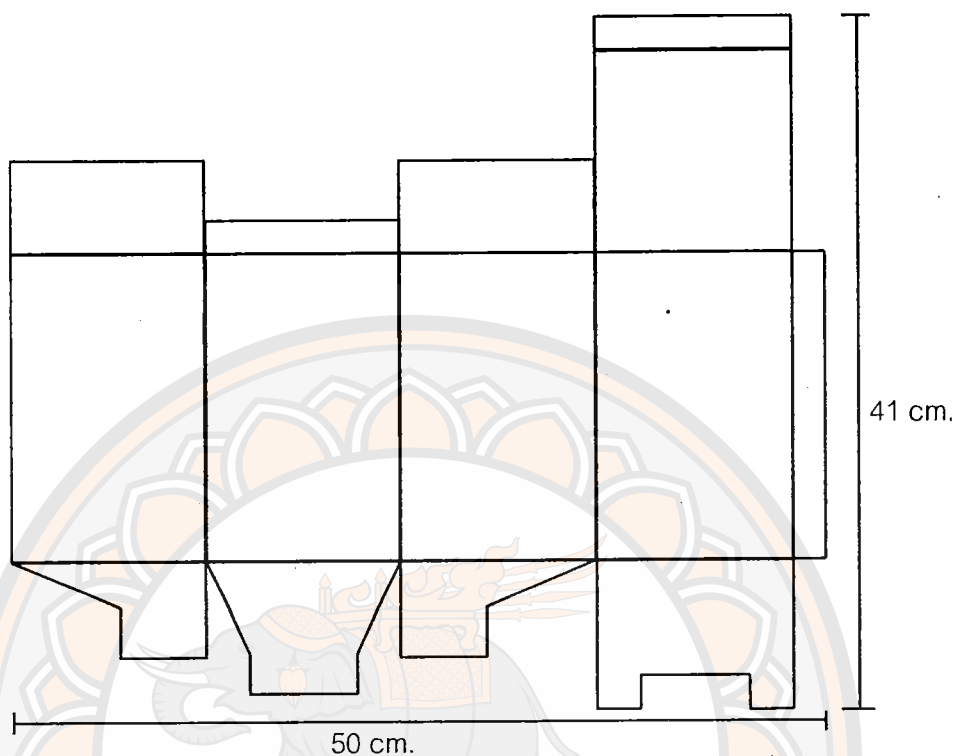


แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)
ภาพที่ 4.6 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)



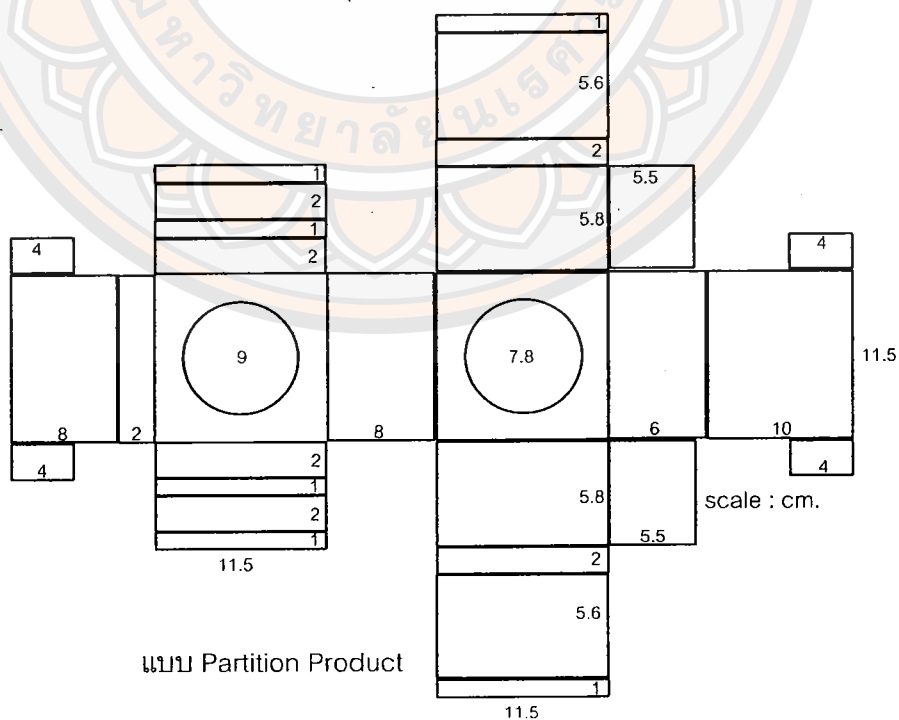
แบบ Partition Product
ภาพที่ 4.7 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)

(3) แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)



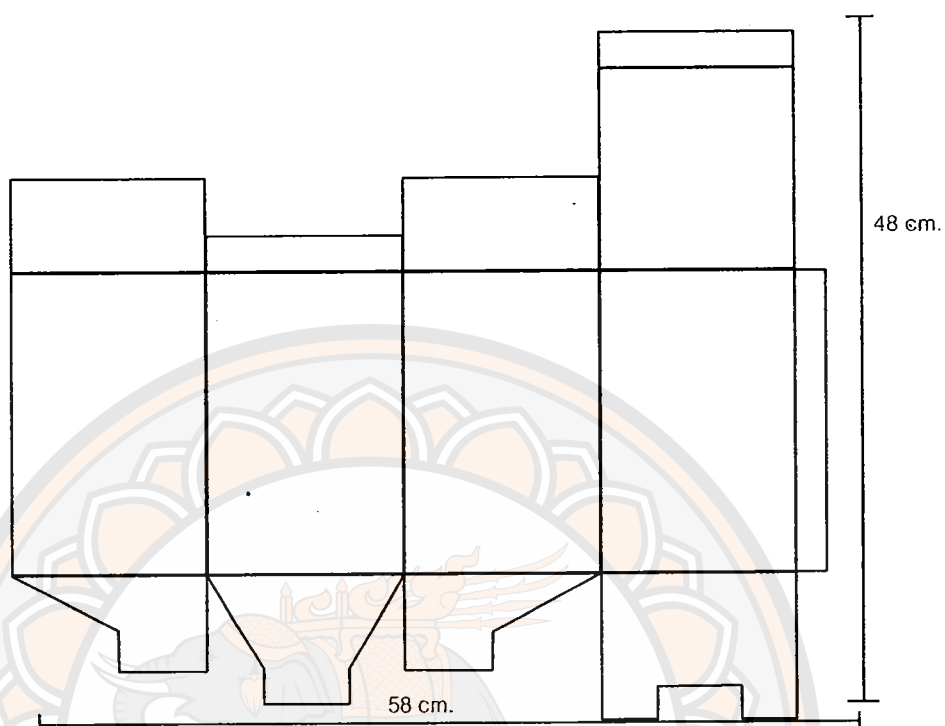
แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)

ภาพที่ 4.8 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)

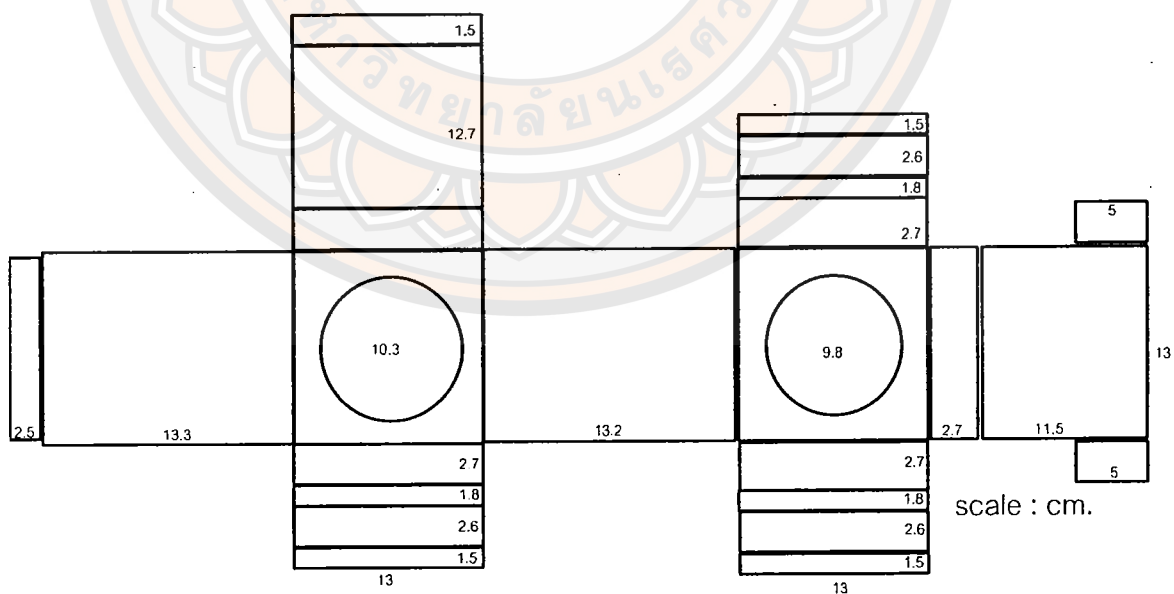


ภาพที่ 4.9 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)

(4) แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง(โหลแก้วทรงบวบ)



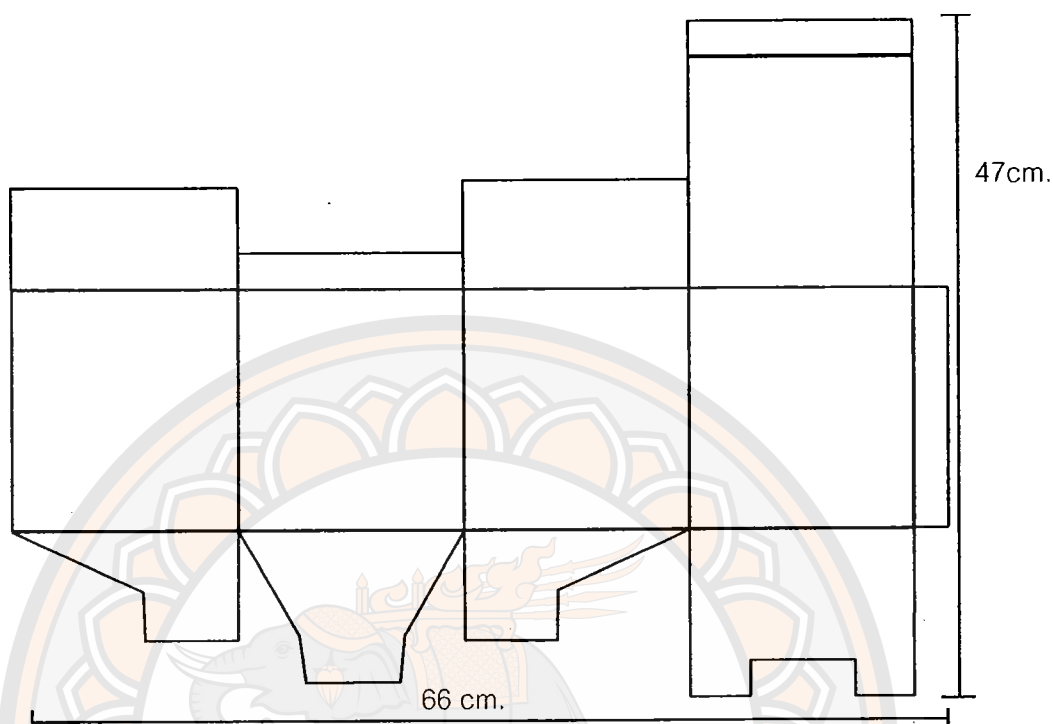
แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง โหลแก้วทรงบวบ
ภาพที่ 4.10 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง(โหลแก้วทรงบวบ)



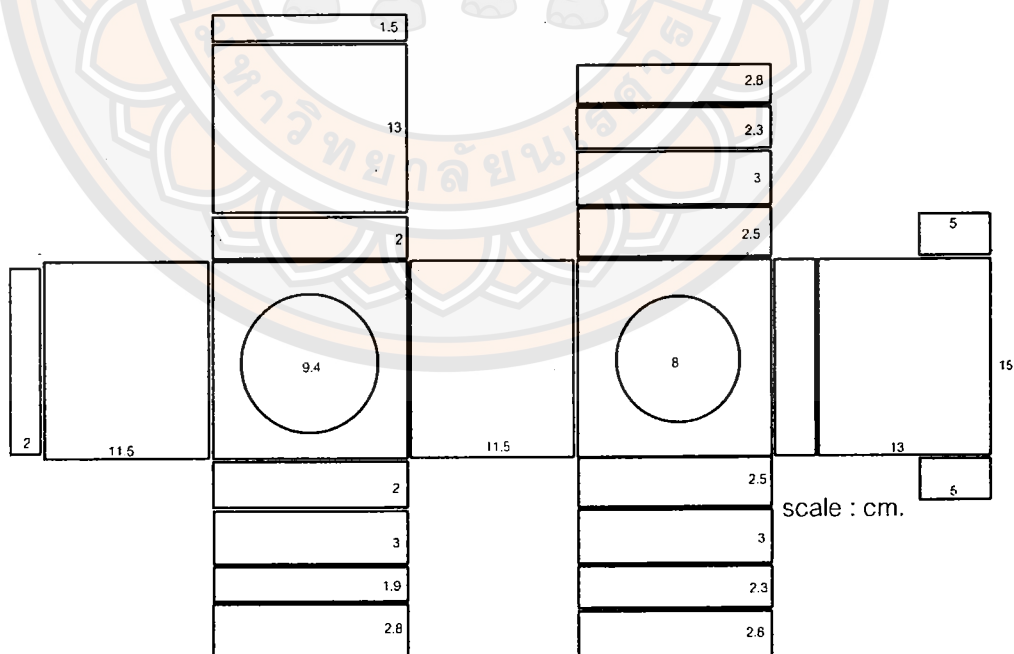
แบบ Partition Product

ภาพที่ 4.11 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)

(5) แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)



แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)
ภาพที่ 4.12 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)



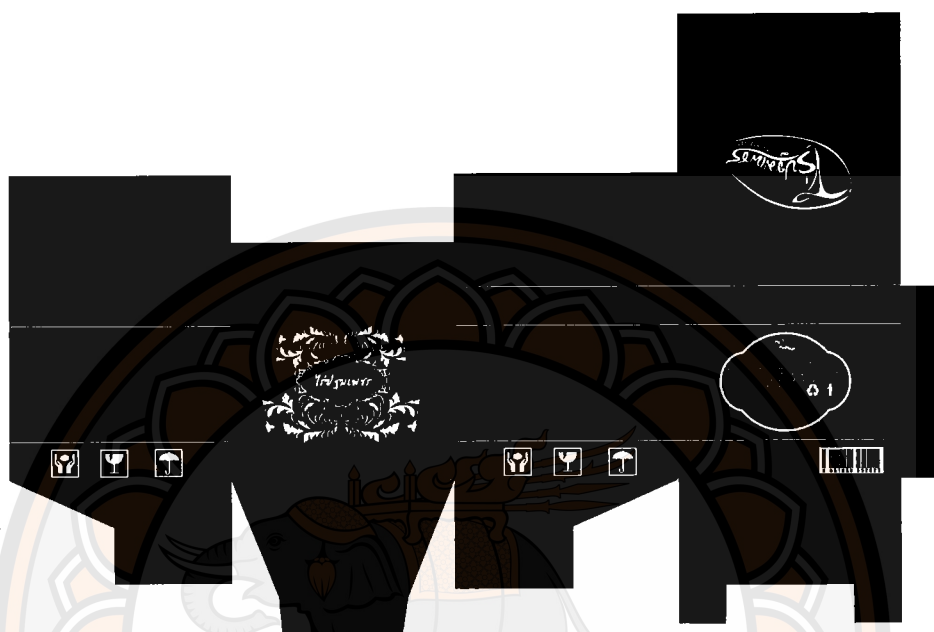
แบบ Partition Product

ภาพที่ 4.13 โครงสร้าง Partition ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาสร้างสรรค์

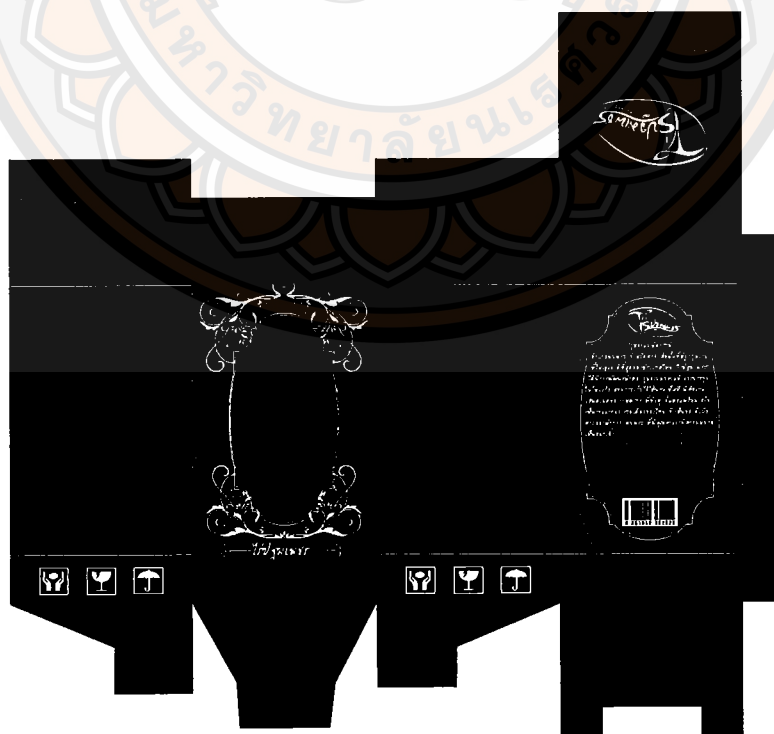
แบบโครงสร้างกราฟิก

- (1) แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบรันดี)



ภาพที่ 4.14 กราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วบรันดี)

- (2) แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)



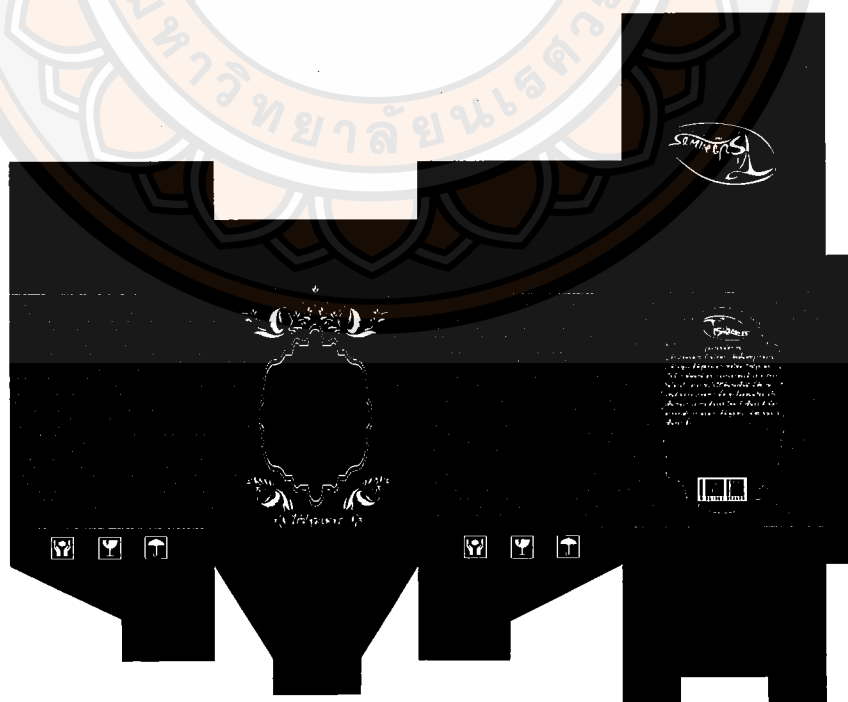
ภาพที่ 4.15 กราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)

(3) แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)



ภาพที่ 4.16 กราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)

(4) แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)



ภาพที่ 4.17 กราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)

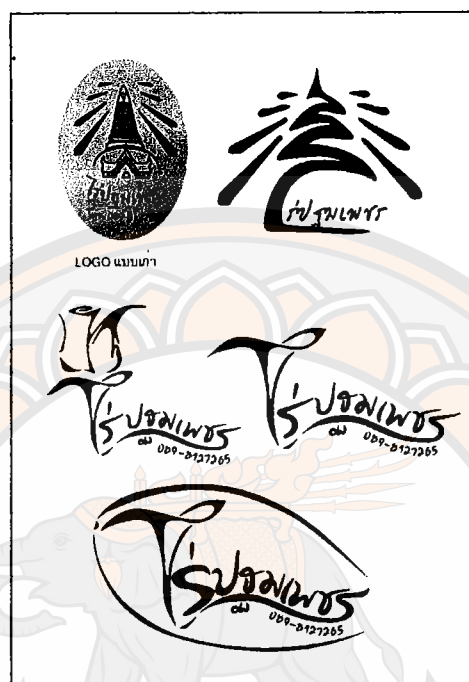
(5) แบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)



ภาพที่ 4.18 กราฟิกระบุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบัว)

การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ (Logo Design)

เลือกใช้ Font : SR Rojee NP ให้ความรู้สึกเรียบง่ายแต่จริงใจ แล้วมาดัดแปลง ให้มีเอกลักษณ์ จนกลายเป็น LOGO ที่มีเรียบง่าย โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

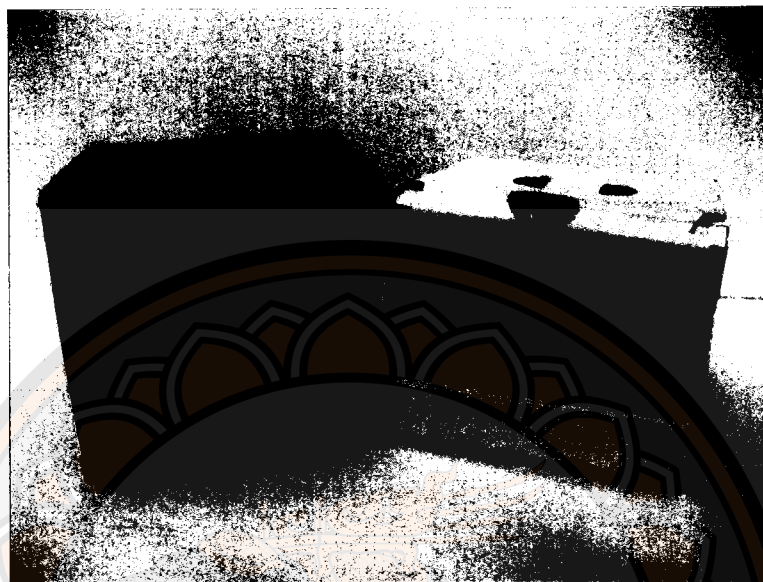


ภาพที่ 4.19 แสดงการพัฒนาแบบสินค้า



ภาพที่ 4.20 ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง
ของไร่ปทุมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยใช้ชื่อย่อภายใต้ชื่อ "ไร่ปทุมเพชร"

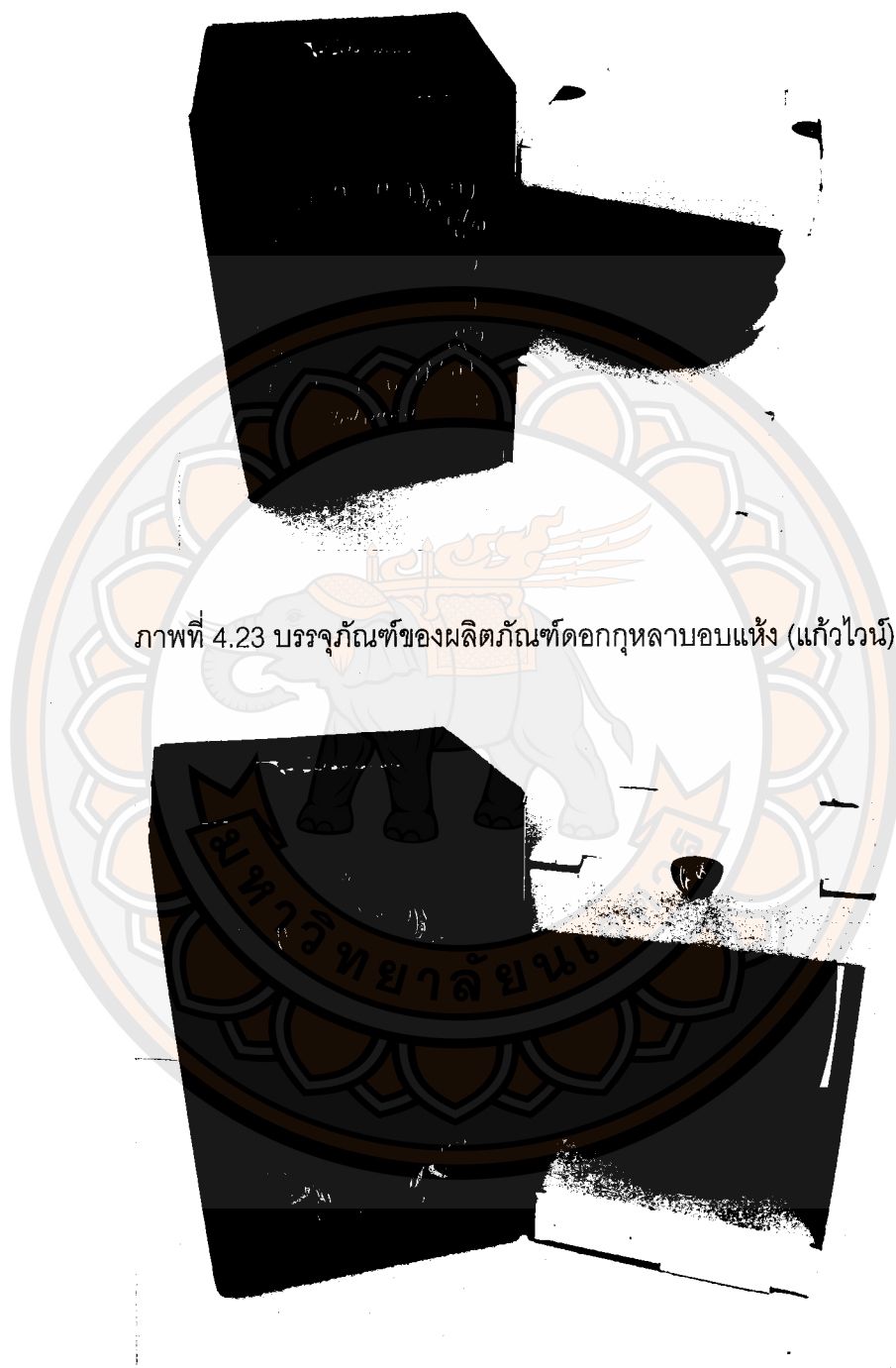
ส่วนที่4 ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร



ภาพที่ 4.21 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วรันดี)

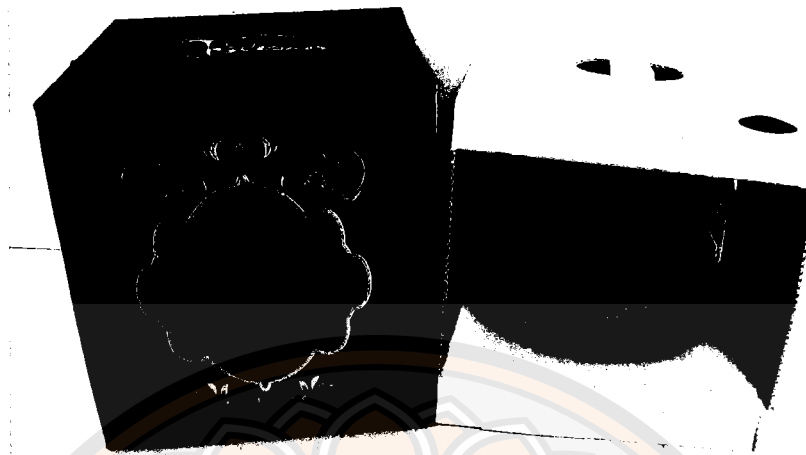


ภาพที่ 4.22บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วน้ำทรงสูง)



ภาพที่ 4.23 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (แก้วไวน์)

ภาพที่ 4.24 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (โหลแก้วทรงบวบ)



ภาพที่ 4.25 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง (ไหลแก้วทรงบัว)



ภาพที่ 4.26 บรรจุภัณฑ์รวมของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง
ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก



ภาพที่ 4. 27 ผลงานการออกแบบที่สร้างสรรค์เสร็จสมบูรณ์

บทที่ 5

ผลการวิจัย สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ในหัวข้อ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมสนับสนุนการขายและ ช่วยสร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคจดจำตัว ผลิตภัณฑ์ของร้านได้ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของ การศึกษาค้นคว้า ขอบเขตการศึกษา

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาเพื่อจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของ ไร่ปฐมเพชร ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวัสดุทางการออกแบบที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้การ พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถส่งเสริม สนับสนุน สร้างภาพลักษณ์ที่ดี เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอ พบพระ จังหวัดตาก การศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
คุณ ภราดล กานดา เกษตรกรผู้เป็นเจ้าของไร่กุหลาบ อันเลื่องชื่อในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก มาช้านาน คุณภราดล เกิดเมื่อปีพ.ศ. 2505 พื้นเพเป็นคนจังหวัดนครปฐม สำเร็จ

การศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 แต่ด้วยใจรักในการเกษตรประกอบกับเป็นผู้ที่ชอบเดินทาง ไปทั่วทุกภูมิภาคในประเทศ จึงทำให้เข้าใจธรรมชาติและภูมิประเทศเป็นอย่างดี และเห็นว่าอำเภอ พบพระ จังหวัดตากเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากเหมาะสมที่จะทำการเกษตร

ในปีพ.ศ. 2538 จึงได้อพยพครอบครัวมาตั้งรกรากที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สาเหตุ ที่ทำไม่ถึงได้ตั้งชื่อไว้ว่า ไร่ปฐุมเพชร ก็เพราะว่า คุณภราดลเป็นคนนครปฐม และภรรยา คุณทุเรียน เป็นคนเพชรบุรี จึงนำมารวมกัน เป็น "ปฐุมเพชร"

ภราดล เป็นคนชอบค้นคว้าทดลอง นำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการพัฒนาด้าน การเกษตร จึงทำให้ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการปลูกดอกกุหลาบ คุณภราดลจะ เป็นผู้ดูแลตั้งแต่การเลือกสายพันธุ์ ควบคุมคุณภาพ การตลาด โดยจะคัดเลือกเพื่อให้ได้ขนาดดอก ที่ดี แล้วจึงแพ็คส่งไปยังตลาดกรุงเทพ ทำให้อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นแหล่งผลิตดอกกุหลาบ ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ แต่ด้วยเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน จึงทำให้คุณภราดลคิดที่จะแปรรูปผลิตผลทาง การเกษตรบ้าง ได้แรงบันดาลใจมาจาก ในอินเทอร์เน็ต จึงได้มีความคิดที่ว่าเราก็ปลูกกุหลาบเอง น่าจะหาช่องทางทำมาหากินเพิ่ม และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตได้ด้วย

ในปีพ.ศ.2552 จึงได้มีการเริ่มทำธุรกิจแปรรูปผลิตผล ซึ่งเป็นธุรกิจที่คุณภราดลให้ ความสนใจเป็นอย่างมาก และกำลังเจริญเติบโต เป็นที่รู้จักดีภายในประเทศและต่างประเทศ ด้วย การคัดสรรวัตถุดิบอย่างดี ตั้งใจ ประณีตในการทำ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปดอกกุหลาบ เป็น สินค้าที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และทางเจ้าของไร่ปฐุมเพชรก็ได้ร่วมมือกับการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาศึกษา วิธีการผลิตกุหลาบแก้ว และยังได้เข้าไปถ่ายรูปแบบกับไร่กุหลาบอันแสนสวย

2. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวัสดุทางการออกแบบที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้การ พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้พบถึงปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐุมเพชร ดังนี้

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นลักษณะกล่องกระดาษปกติ ยังไม่สามารถ ปกป้องสินค้าได้เท่าที่ควร
- รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่ค่อยน่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่
- รูปแบบโครงสร้างยังไม่รองรับกับข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์เกิด การแตกหัก เสียหายได้ง่าย เมื่อเวลาขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์เดิม ยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความแปลกใหม่ และทันสมัย

ด้านกราฟิกตัวบรรจุภัณฑ์เดิม

- บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถความจำ ต่อตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการโฆษณาหรือจัดแสดงสินค้า เพื่อผู้บริโภค จดจำตราสินค้า
- กราฟิกบรรจุภัณฑ์ไม่มีที่มาที่ไป ข้อมูลต่างๆ ทำให้ไม่สามารถสื่อความหมายให้ตรงกับผลิตภัณฑ์ได้

สรุปผลการออกแบบ

ประเภทของบรรจุภัณฑ์	ชื่อผลิตภัณฑ์	ขนาด	จำนวน
1. ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	แก้วบานดี	สูง 7cm. กว้าง 6cm.	1
2. ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	แก้วน้ำทรงสูง	สูง 17cm. กว้าง 7cm.	1
3. ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	แก้วไวน์	สูง 14cm. กว้าง 12cm.	1
4. ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	โหลแก้วทรงบัว	สูง 16cm. กว้าง 17cm.	1
5. ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง	โหลแก้วทรงบวบ	สูง 19cm. กว้าง 12cm.	1

ภาพที่ 5.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้งที่ออกแบบ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร

อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สรุปผลได้ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีกระบวนการผลิตที่ละเอียด ประณีต เลือกสรร ดอกกุหลาบที่คุณภาพดี การจัดจำหน่ายเน้นในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว ต้องการซื้อเป็นของที่ระลึก เป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวไปในตัวด้วย
2. ด้านความนิยม เนื่องจากความสวยงามของผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า และด้วยความเป็นกันเองของทุกคนภายในไร่ปฐมเพชรจึงทำให้ไร่ปฐมเพชร มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมและซื้อกุหลาบอบแห้งเป็นของที่ระลึกมากมาย
3. ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต มีการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ตั้งแต่กระบวนการผลิต กระบวนการบรรจุ ไปจนถึงการจัดจำหน่าย ทั้งยังใส่ใจกับการดูแลสภาพบรรยากาศของไร่ให้มีความเป็นกันเอง และเป็นคงความเป็นธรรมชาติมากที่สุด
4. การจัดจำหน่าย ทางไร่เน้นการจัดจำหน่ายภายในพื้นที่ และดึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

ในอำเภอพบพระมาเป็นจุดขาย ทำให้ลูกค้ามีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น

5. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่กุหลาบปฐมเพชร ซึ่งเป็นการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาใหม่จากที่มีอยู่เดิม สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ได้อย่างชัดเจน

กระบวนการออกแบบเป็นไปตามหลักการออกแบบอันประกอบไปด้วย

5.1 แนวคิดในการออกแบบ

5.2 หลักการในการออกแบบ

5.3 ส่วนประกอบที่สำคัญในการออกแบบ

5.4 องค์ประกอบในการออกแบบ

5.5 กราฟิก

6. ผลการออกแบบได้ดำเนินไปตามแนวทางการศึกษาข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในด้านตัวสินค้า ผู้ผลิต ผู้บริโภคเป้าหมาย ข้อมูลการตลาด และข้อมูลทางด้านเทคนิคต่างๆ ตามลำดับขั้นตอนอย่างมีระบบ

บรรจุภัณฑ์และกราฟิกมีส่วนช่วยในการสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภคสินค้า ภายในบริเวณพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง และมีการขยายอัตราการบริโภคเพิ่มมากขึ้น มีแนวทางการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ Corporate identity

การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง มีความสวยงามแปลกตา มีความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านต้นทุนในการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในหัวข้อ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ดอกกุหลาบอบแห้ง ของไร่ปฐมเพชร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีแนวทางแก้ไขปัญหา ปัญหาที่ได้พบคือ การเดินทางไกลเนื่องจากไร่กุหลาบปฐมเพชร ตั้งอยู่ที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก และด้วยความร่วมมือที่ดีของผู้ประกอบการจึงทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ และเป็นโครงการที่ดี

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูล เอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่นำมาศึกษา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ซึ่งการเก็บข้อมูลเป็นไปได

ด้วยดีและง่ายต่อการสอบถาม เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับการสัมภาษณ์

3. ผลิตภัณฑ์ต้องการปกป้องในเรื่องของการเก็บรักษา เพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์เสียหาย จึงได้แนวคิด และสามารถนำวัสดุมาผลิตได้ โดยใช้กระดาษแผ่นเดียว ไม่ต้องติดกาว เพื่อส่งเสริมการขายให้แตกต่างจากคู่แข่ง

4. ราคาของผลิตภัณฑ์ต้องปรับราคาขึ้น เมื่อได้รับการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งรายอื่น ดังนั้นราคาผลิตภัณฑ์จึงต้องดูเหมาะสมกับราคาของผลิตภัณฑ์ด้วย

3. ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาแบบ ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นส่วนที่จำคัญมากที่สุดของภาคินพนธ์ ซึ่งจะต้องใช้ความเพียรพยายาม ความตั้งใจ และความตั้งใจเป็นอย่างมาก

4. ขั้นตอนการทำแบบจำลอง เป็นการแก้ไขปัญหา และหาข้อดีข้อเสียของงานที่จะเกิดขึ้น เพื่อจะได้ย่นระยะเวลาการทำงาน ทั้งยังเป็นการใส่ใจกับผลงานอีกด้วย

5. การจัดลำดับความสำคัญของงาน จะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานก่อนและหลังที่ดี เพื่อให้การทำภาคินพนธ์ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

หนังสืออุตสาหกรรมสาร ปีที่ 46 ฉบับที่ 5 ประจำเดือนกันยายน - ตุลาคม 2546 หน้าที่ 22-31

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, **รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย**(กรุงเทพ: ด้านอุตสาหกรรมพิมพ์, 2538), 352.

วิฒนะ วิฒนาพันธุ์และคณะ, **ศิลปะพื้นบ้านล้านนา : การเปลี่ยนแปลงเพื่อการดำรงอยู่**
(เชียงใหม่ : Within Design CO.,Ltd.2544)153

นายสุภาวัฒน์ ไสววรรณี. คลินิกเทคโนโลยี ที่พึ่งของชุมชน. **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์** (Online).
สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2555, จาก, <http://www.clinictech.most.go.th/techlist/0214/Packaging/00000-226.html>