

อภินันทนาการ



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท
ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

สำนักหอสมุด

ศรีลดา แสงคำ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันลงทะเบียน..... 7 ส.ค. 2552.....

เลขทะเบียน..... 1. 4605068.....

เลขเรียกหนังสือ..... 78.....

917.5

ค 243ก

2552

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

มีนาคม 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

**THE PACKAGE DEVELOPMENT FOR SMARTHEART DOG AND CAT
FOOD'S PERFECT COMPANION GROUP BANGKOK**



**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment
of the Requirement for the Bachelor of Fine and Applied Arts
In Packaging Design
March 2009**


Copyright 2009 by Naresuan University

อาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร



(อาจารย์อนุชิต สุวียงค์)

อาจารย์ที่ปรึกษา



(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุตสังข์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

(มีนาคม พ.ศ. 2552)

ประกาศคุณประการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการศึกษาการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด ตั้งแต่ในด้านการวางแผนการทำงาน กระบวนการความคิด ขั้นตอนการร่างแบบและการผลิตในขั้นสุดท้าย นอกจากนี้ยังเป็นการฝึกการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนการทำงาน

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือจากอาจารย์อนุชิต สุริยงค์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาข้อชี้แนะและความช่วยเหลือ ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารการวิจัย ช่วยพัฒนางานและปรับปรุงเพิ่มเติมให้ครอบคลุมเนื้อหา และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการเขียนรายงานการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณอาจารย์วิสิฐ จันมา อาจารย์ทวีรัศมี พรหมรัตน์ อาจารย์อนุชิต สุริยงค์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นคณะกรรมการและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินคุณภาพผลงานการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด ประเมินคุณภาพแผนการจัดการเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้

ขอขอบคุณศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 จังหวัดพิษณุโลก ที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณ คณะครูอาจารย์ และนักศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ให้ความกรุณา เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ให้ความสะดวก และให้ความร่วมมือในการดำเนินการในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้องทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้ความรัก ความห่วงใย และเป็นกำลังใจให้จนประสบผลสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบบูชาคุณบิดา-มารดา บุรพจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความสำนึกในพระคุณอย่างสูงยิ่ง

ศรีลดา แสงคำ

หัวข้อภาคนิพนธ์	โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	นางสาวศรีลดา แสงคำ รหัสนิสิต 48710543 ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ที่ปรึกษา	อาจารย์อนุชิต สุริยงค์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต(ออกแบบบรรจุ ภัณฑ์) มหาวิทยาลัยนเรศวร,2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาดังกล่าวจะนำไปสู่แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร โดยมีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) และการวิจัยเอกสาร(Documentary Research) ทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ โดยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Purposive Sampling) และสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ศึกษาสภาพทั่วไปสำหรับผลิตภัณฑ์ อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของบริษัทมีหลายขนาด ซึ่งบรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่ไม่แตกต่างกับคู่แข่งที่มีจำนวนมากในท้องตลาด ยังขาดเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อ อีกทั้งยังไม่สามารถตอบสนองการใช้งานให้กับผู้บริโภคเท่าที่ควร
2. การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายใต้แนวคิด "เพิ่มความสุขให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรด" เพื่อสามารถปกป้องความเสียหายที่เกิดกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองการใช้งานที่สะดวกให้กับผู้บริโภค
3. พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท

เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สวยงาม สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเอื้ออำนวยประโยชน์ในการทำงาน

ผู้วิจัยกำหนดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นวิธีการเก็บรักษาและการใช้งานออกเป็น 5 รูปแบบ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กิโลกรัม
2. บรรจุภัณฑ์ขนาด 10 กิโลกรัม
3. บรรจุภัณฑ์ขนาด 3.5 กิโลกรัม
4. บรรจุภัณฑ์ขนาด 500 กรัม
5. บรรจุภัณฑ์ขนาดพกพาที่กินต่อมือ โดยแบ่งตามขนาดตัวและอายุของสุนัขและแมว
6. บรรจุภัณฑ์อาหารขบเคี้ยว



สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
วิธีการดำเนินการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
1. เอกสารเกี่ยวกับสภาพทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท	9
1.1 วิสัยทัศน์ของ เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป	9
1.2 เป้าหมายหลักในการบริการลูกค้า.....	10
1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการลูกค้า.....	10
1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	12
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ	13
2.1 ความหมายของการออกแบบ.....	13
2.2 ธรรมชาติและการสร้างสรรค์งานออกแบบ.....	17
2.3 องค์ประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบ	19
2.4 กระบวนการออกแบบกราฟิก.....	26
2.5 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	26
2.6 แนวความคิดในการเลือกวัสดุเพื่อบรรจุภัณฑ์.....	28
2.7 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์.....	30
2.8 หน้าที่และความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์.....	31
2.9 กระบวนการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์.....	33
2.10 ระบบการพิมพ์.....	36
2.11 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	39
3. เอกสารเกี่ยวกับสุนัขและแมว	45
3.1 การให้อาหารสุนัขและแมว	45

สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
3.2 พฤติกรรมการกินของสุนัขและแมว	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	49
วิธีดำเนินการวิจัย	49
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการสร้างบรรจุภัณฑ์	55
ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ	55
ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)	66
ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)	70
ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)	73
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
ความมุ่งหมายของการวิจัย	93
ขอบเขตของการวิจัย	93
สรุปและอภิปรายผล	94
สรุปผลการออกแบบ	95
ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	98
ประวัติผู้วิจัย	104

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 แสดงแนวทางการออกแบบ.....	65
ตารางที่ 4.2 แสดงแนวทางการออกแบบ.....	65



บัญชีภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 2.1 โรงงานผลิตอาหารสัตว์ บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด.....	12
ภาพที่ 4.1 แสดงภาพแบบร่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	66
ภาพที่ 4.2 แสดงภาพตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปสมาร์ทฮาร์ท.....	69
ภาพที่ 4.3 แสดงกราฟิกของการ์ตูนสุนัขโต.....	70
ภาพที่ 4.4 แสดงกราฟิกของการ์ตูนลูกสุนัข.....	71
ภาพที่ 4.5 แสดงกราฟิกของการ์ตูนสุนัขพันธุ์เล็ก.....	71
ภาพที่ 4.6 แสดงกราฟิกของการ์ตูนแมวโต.....	72
ภาพที่ 4.7 แสดงกราฟิกของการ์ตูนลูกแมว.....	72
ภาพที่ 4.8 ภาพศิลป์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบตั้ง ขนาด 20 กิโลกรัม.....	73
ภาพที่ 4.9 ภาพศิลป์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบตั้ง ขนาด 10 กิโลกรัม.....	75
ภาพที่ 4.9 ภาพศิลป์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบถุง ขนาด 3.5 กิโลกรัม.....	78
ภาพที่ 4.10 ภาพศิลป์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ขนาด 500 กรัม.....	80
ภาพที่ 4.11 ภาพศิลป์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ขนาด 150 กรัม.....	83
ภาพที่ 4.12 ภาพศิลป์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่องอาหารขบเคี้ยว.....	85
ภาพที่ 4.13 ผลงานที่สร้างสรรค์.....	88
ภาพที่ 4.14 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในการแสดงงานนิทรรศการ.....	92

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสภาพสังคมและวิถีชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้เปลี่ยนไปอย่างมาก วิวัฒนาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตมนุษย์ จากการเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานนี้เองทำให้สภาพการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต มนุษย์รู้จักวิธีการเลี้ยงสัตว์โดยการนำสัตว์ป่า (wild animals) ที่ได้จากการล่าและยังมีชีวิตอยู่มากก็ขังรวมกันโดยหาอาหารมาให้สัตว์กิน สัตว์ป่าจะผสมพันธุ์กันเพิ่มจำนวนลูกหลาน เมื่อสัตว์อยู่กับมนุษย์นาน ๆ เข้าจากนิสัยดุร้ายก็เชื่องลง เมื่อมนุษย์อพยพโยกย้ายถิ่นที่อยู่ก็จะนำสัตว์เลี้ยงไปด้วย ทำให้สายพันธุ์สัตว์แพร่กระจายออกไปกลายเป็นสัตว์เลี้ยง (domestic animals) ของมนุษย์ไปในที่สุด ซึ่งเราเรียกว่า การทำสัตว์เลี้ยง (domestication) ส่วนการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของไทย ด้วยวิธีการอันชาญฉลาดและภูมิปัญญาของคนไทยสามารถนำเอาสัตว์บางอย่างมา ทำการฝึกสอนและใช้งานมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน อาทิ การนำช้างมาฝึกเพื่อใช้งานโดยเฉพาะในอดีตที่สามารถใช้ช้างทำการศึกสงครามโดยเฉพาะศึกยุทธหัตถีระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและพระมหาอุปราชาแห่งพม่าที่นับเป็นยุทธสงครามที่เกรียงไกรและกล่าวได้ว่ายิ่งใหญ่ที่สุดในโลกอุทธานรณเหล่านี้นับเป็นตัวอย่างอันดีที่แสดงให้เห็นว่าคนไทยสามารถฝึกช้างมาใช้ในชีวิตได้อย่างแสนมหัศจรรย์ส่วนทางภาคใต้ก็ยังสามารถใช้ลิงผสมในการฝึกเก็บลูกมะพร้าว ควายที่เป็นหัวใจสำคัญในการทำนาการเลี้ยงนกโดยเฉพาะนกเขาชวาที่ให้ความเพลิดเพลินของเสียงไก่ชนและปลากัดที่ยังคงอยู่ในชีวิตของคนไทยตามรอบนอกและการเลี้ยงเพาะพันธุ์สุนัขและแมวไทยที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก มนุษย์มีวิวัฒนาการในการเลี้ยงสัตว์มาโดยตลอดจากสมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน มนุษย์รู้จักการคัดเลือกพันธุ์สัตว์ การผสมพันธุ์สัตว์ การขยายพันธุ์สัตว์ การให้อาหารสัตว์ และการดูแลสัตว์จนกระทั่งปัจจุบันมนุษย์ทำการเลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพ สร้างรายได้ให้กับผู้เลี้ยงได้เป็นอย่างมาก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) การบำรุงรักษาเลี้ยงดูสัตว์ให้เจริญเติบโตอย่างสมบูรณ์และเป็นปกติสุขจนได้รับผลตอบแทนจากสัตว์ไม่ว่าจะเป็นผลผลิต ผลิตภัณฑ์หรือผลพลอยได้จากสัตว์ (พานิช ทินนิมิตร, 2535) มนุษย์รู้จักการเลี้ยงสัตว์มาแล้วไม่น้อยกว่า 9,000 ปี จากเดิมที่เคยออกล่าสัตว์แล้วฆ่าให้ตายก่อนนำซาก

กลับไปบริโภค โดยการนำสัตว์ที่มีชีวิตที่จับได้มาซึ่งรวมกันปล่อยทิ้งไว้สักกระยะหนึ่งสัตว์ก็เพิ่มจำนวนขึ้น มนุษย์จึงได้แนวความคิดว่าหากนำสัตว์ที่มีชีวิตที่จับได้มาซึ่งรวมกันแล้วนำอาหารมาเลี้ยงสัตว์ที่ขังไว้ก็จะได้สัตว์ตัวใหม่โดยที่ไม่ต้องไปออกล่า มนุษย์จึงรู้จักวิธีการเลี้ยงสัตว์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา มนุษย์รู้จักนำเอาสัตว์เลี้ยงมาเป็นประโยชน์หลากหลายประการสัตว์เลี้ยงจึงมีความผูกพันกับมนุษย์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความต้องการผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากสัตว์ทำให้มีการเลี้ยงสัตว์กันแพร่หลายทั่วโลก ซึ่งมีหลายชนิด หลายสายพันธุ์ ประชากรของสัตว์เลี้ยงที่กระจายอยู่ตามบริเวณต่าง ๆ ทั่วโลก จึงขึ้นอยู่กับปริมาณอาหารและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมของพื้นที่บริเวณนั้นที่เหมาะสมกับสัตว์เลี้ยงแต่ละชนิด

อาหารที่ใช้เลี้ยงสัตว์ถือเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง การเลี้ยงสัตว์ให้ได้ผลตอบแทนสูงที่สุดจะต้องรู้จักเลือกและจัดสรรอาหารที่เหมาะสมแก่สัตว์ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ทั้งนี้เนื่องจากค่าอาหารสัตว์เป็นต้นทุนการเลี้ยงสัตว์ที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับรายจ่ายอื่นๆ การให้อาหารแก่สัตว์มากเกินไปจะไม่เป็นการประหยัด เพราะสัตว์ได้รับเกินความต้องการและอาหารสูญเปล่า แต่ถ้าให้อาหารจำนวนน้อยกว่าความต้องการของสัตว์จะทำให้สัตว์เจริญเติบโตช้าและหรือการให้อาหารจำนวนที่เพียงพอกับความต้องการของสัตว์แต่ในอาหารที่ให้นั้นมีระดับโภชนะไม่สมบูรณ์ตามความต้องการของสัตว์อาจทำให้สัตว์เกิดโรคขาดอาหารและเจ็บป่วย เป็นต้น ดังนั้นผู้เลี้ยงสัตว์จะต้องพยายามให้สัตว์ได้รับอาหารในจำนวนที่พอเหมาะไม่มากหรือน้อยเกินไป และอาหารนั้นจะต้องมีโภชนาต่าง ๆ ที่สัตว์ต้องการครบถ้วน

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม สุนัขก็เช่นกัน นั่นจึงเป็นสาเหตุที่ว่าทำไมสุนัขถึงเข้ามามีความสัมพันธ์ของเกี่ยวกับเราๆ เหล่ามนุษย์ได้ และการเป็นสัตว์สังคมยังหมายถึงรวมถึงการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มและการพยายามมีอำนาจเหนือตัวอื่นๆ ด้วย ในทางตรงกันข้าม แมวเป็นสัตว์ที่รักสันโดษ พวกมันดำรงชีวิตและหาอาหารตามลำพัง สุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงที่อยู่ใกล้ชิดมนุษย์มากพอกๆกับแมว หลายคนเลี้ยงสัตว์เลี้ยงต่างชนิดกัน บางคนชอบเลี้ยงแมว เลี้ยงสุนัข เลี้ยงกระต่าย เลี้ยงปลา เลี้ยงไก่ เลี้ยงหนูต่างล้วนมีจุดประสงค์ต่างกัน บางคนเลี้ยงไว้เป็นเพื่อน บางคนเลี้ยงไว้เหมือนลูก บางคนเลี้ยงไว้เฝ้าบ้าน บางคนเลี้ยงตามกระแสเช่น มีช่วงที่นิยมเลี้ยงอิกัวน่า มาตอนนี้นิยมเลี้ยงกระต่ายก็มีจำหน่ายเต็มตลาด สุนัขพันธุ์ของต่างชาติ เช่น พุดเดิ้ล ชิสุ ดันเมเชียน ร็อคไวเลอร์ ฯลฯ เจ้าสัตว์เลี้ยงหลายตัวที่โชคดีมีคณมีเงิน ซื่อไปเลี้ยงได้อยู่ห้องปรับอากาศ มีที่เลี้ยงคอยดูแลอาบน้ำ เสริมสวยให้ มีการนำเข้าสปาตามกระแสนิยม แต่บางคนซื้อสัตว์เลี้ยงมาแล้วเลี้ยงไม่ตลอดรอดฝั่ง เมื่อเลี้ยงสัตว์นั้นนานๆก็อาจทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย จึงทำเหมือนสัตว์เลี้ยงไม่มีชีวิต ไม่ว่าสัตว์ชนิดใดเมื่อได้ใช้ชีวิตอยู่กับมนุษย์นานๆ ก็ได้เรียนรู้ภาษาและพฤติกรรมของมนุษย์ รู้ว่าใครรัก ใครชอบ ใคร

ซึ่งหลายๆคนอาจเคยอ่านเรื่องเจ้ามอม ถ้าผู้ที่เคยได้อ่านไม่เป็นคนใจแข็งเกินไป เมื่อได้อ่านแล้ว ก็อาจรู้สึกสะเทือนใจ ทำให้เรารับรู้ได้ว่าสัตว์เลี้ยงคือมิตรแท้ที่ต้องการการเอาใจใส่เช่นเดียวกับ มนุษย์ (นางสกาย สาระใต้ , 2550)

นักจิตวิทยาที่วิฤตสังคม ทำให้คนหันไปพึ่งพาสิ่งใดสิ่งหนึ่งแทนการเชื่อถือตัวเองมากขึ้น เผยการ เลี้ยงสัตว์เป็นอีกทางเลือกที่ดีที่สุด ขณะที่นักโหราศาสตร์ที่การเลี้ยงสัตว์ไม่ได้ช่วยแก้เหงา แต่ สามารถเสริมดวง และป้องกันภัยอันตรายได้ คนในสังคมกำลังเกิดการเครียดต้องหาทางออกใน ลักษณะที่แตกต่างกันออกไป สิ่งหนึ่งที่เห็นกันอยู่ทั่วไปก็คือการเลี้ยงสัตว์ เพื่อคลายเหงา ซึ่ง ทรรศนะของนักจิตวิทยา และนักโหราศาสตร์ มีความเห็นต่อการมีสัตว์เลี้ยงที่ทุกวันนี้ได้กลายเป็น ส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ รศ.ดร.โสริย์ โพธิ์แก้ว รองคณบดีฝ่ายวิชาการ คณะจิตเวช จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย บอกว่า สัตว์เลี้ยงกับมนุษย์เป็นของคู่กันที่มีมาในสังคมมาช้านานแล้ว สาเหตุที่ มนุษย์เลี้ยงสัตว์นั้นทางจิตวิทยาค้นพบว่ามนุษย์ส่วนใหญ่จะมีความเหงาซ่อนอยู่ในจิตใต้สำนึกทุก คนแต่ละคนก็จะหาทางออก เพื่อผ่อนคลายให้กับตัวเอง ยิ่งคนที่อยู่ในสังคมที่มีการแข่งขันสูง ก็ยิ่ง ให้ความเครียด และเมื่อเกิดความเครียดความเหงาก็ยิ่งมีมากขึ้น ดังนั้นเราจะเห็นว่าคนใน สังคมถึงร้อยละ 90 % จะหาสิ่งมาชดเชย และส่วนใหญ่จะเลือกสัตว์เลี้ยงเพราะเขาจะรู้สึกว่า สามารถพูดคุยได้ ทำให้เรามีความเพลิดเพลิน มนุษย์ทุกคนในโลกมีความเหงาจึงต้องหาสิ่งใดก็ได้ ในโลกมาช่วยให้คลายเหงา และสิ่งนั้นสามารถปลอบประโลมใจเราได้ ที่นิยมที่สุดของมนุษย์คือ สัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงแล้วไม่เป็นอันตรายต่อตัวเอง ครอบครัวยหรือสังคม การตัดสินใจที่จะเลี้ยงสัตว์ เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัขและแมว เข้ามาในชีวิต ควรต้องศึกษาเรื่องราวต่างๆ เช่น การเลือกหาสัตว์ เลี้ยงมาเลี้ยง ก่อนอื่นต้องศึกษาลักษณะต่างๆ เป็นพันธุ์ใหญ่ ควรมีพื้นที่ในการเลี้ยงเพื่อให้สัตว์ เลี้ยงได้ออกกำลัง หรือไม่ก็ต้องพาออกกำลังกายเป็นประจำ ควรเลือกสัตว์เลี้ยงที่มีลักษณะสุขภาพ แข็งแรง ส่วนพันธุ์ขนยาวต้องหมั่นแปรงขนให้อยู่เสมอ เพื่อช่วยกำจัดขนที่หลุดร่วง และช่วยดูแล สุขภาพขนและผิวหนังให้ดีอยู่เสมอ การให้การดูแล เช่น การพาไปทำวัคซีนตามกำหนด การพาไป ออกกำลังกาย การอาบน้ำแปรงขน การตรวจสุขภาพอย่างน้อยปีละ 1-2 ครั้ง การฝึกขับถ่าย การ จัดที่นอนให้เป็นที่เป็นที่ทาง หมั่นสังเกตสุขภาพว่ามีความผิดปกติหรือเปล่าควรเลือกให้อาหารที่มี สารอาหารครบถ้วนสมดุล เช่น อาหารสำเร็จรูปชนิดเม็ด เลือกอาหารที่เหมาะสมกับของอายุ ให้อาหาร เป็นเวลา มีน้ำสะอาดตั้งทิ้งไว้ สิ่งที่ไม่ควรมองข้ามคือการเปลี่ยนอาหาร ต้องค่อยๆเปลี่ยนและควรมี การผสมอาหารเดิมกับอาหารใหม่ เพื่อป้องกันปัญหาท้องเสีย และสิ่งที่สำคัญที่ไม่ควรมองข้ามคือ การ เตรียมความพร้อมของผู้เลี้ยงรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ในการดูแล พร้อมกับมอบความรักและการดูแล ที่ดีที่สุดให้สัตว์เลี้ยงตลอดเวลา

พฤติกรรมการกินอาหารของสุนัข คือ กลืนอาหารโดยไม่รับรู้ถึงรสชาติ อาหารที่ผ่านลงสู่กระเพาะอาหารจะยังคงมีขนาดชิ้นที่ใหญ่อยู่ ขบวนการย่อยจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาหารที่ย่อยไม่ได้จะถูกขับออก การกินอาหารของแมว คือ กินอาหารรวดเร็ว วันละหลายๆ มื้อ อาหารที่ผ่านลงสู่กระเพาะอาหารโดยไม่ผ่านการย่อย ขบวนการย่อยจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาหารที่ย่อยไม่ได้จะถูกขับออก ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นลักษณะพิเศษของสุนัขและแมว ซึ่งมีพัฒนาการของประสาทการรับกลิ่นสูง แต่ความสามารถในการรับรสต่ำ หากมีการเปลี่ยนอาหารหรือพฤติกรรมในการให้อาหารอาจจะเป็นผลทำให้เกิดภาวะท้องเสีย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพในที่สุด ดังนั้นเราต้องพยายามสร้างนิสัยการกินของสุนัข ให้กินอาหารให้ได้ตามปริมาณที่กำหนด อาหารที่ให้ไปโดยเทลงไปในชามอาหารแล้ว ไม่ควรเก็บแล้วนำมาใช้อีกเพราะบางครั้งน้ำลายสุนัข และอากาศที่สัมผัส อาหารอาจทำให้กลิ่นอาหารเปลี่ยน ไม่น่ากิน ดังนั้นการให้อาหารสุนัข ไม่ควรให้เทใส่ชามไว้มากเกินความต้องการหนึ่งวัน เพราะอาจเสียของเปล่า ถ้าสุนัขกินไม่หมด หากนำเม็ดอาหารลูกสุนัข แขน้ำก่อนมักใช้กับลูกสุนัขที่เพิ่งหย่านม และฟันยังไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถเคี้ยวอาหารแข็งได้สะดวก เมื่อลูกสุนัขฟันขึ้นพอที่จะ ขบเคี้ยวได้ อาจให้อาหารเม็ดโดยไม่ต้องแขน้ำก็ได้ เนื่องจากการนำอาหารแขน้ำตั้งทิ้งไว้นานๆ กลิ่นและความน่ากิน ก็เจือจางลงตามปริมาณน้ำ ที่เม็ดอาหารดูดซับเข้าไปด้วย ถ้ากินอาหารหมดอายุ อันตรายไหม จะสังเกตว่าอาหารหมดอายุได้อย่างไร โดยทั่วไปอาหารที่หมดอายุ ย่อมไม่เหมาะแก่การบริโภค การดูวันหมดอายุ นอกจากดูจากบุบ บรรจุภัณฑ์ของสินค้าแล้ว อาจสังเกตได้จากคุณลักษณะต่างๆ ที่เปลี่ยนไป เช่น สีซีด กลิ่นของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไป เช่น เปรี้ยวหรือเหม็นหืน ผลิตภัณฑ์มีลักษณะขึ้น เมื่อเปิดกระป๋อง/ ถุงแล้ว สามารถเก็บอาหารได้นานเท่าไร อาจต้องอุ่น หรือถ้าเก็บในตู้เย็น เวลาเอาออกมาต้องทำอย่างไร สำหรับอาหารแห้ง เมื่อเปิดถุงแล้ว ควรมียุทธวิธีที่เหมาะสมในการแบ่งใช้ เพื่อป้องกันการ ปนเปื้อนและคงสภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ไว้ เช่น ถ้ายผลิตภัณฑ์ลงในภาชนะบรรจุที่ปิดได้สนิท มีอุปกรณ์ที่สะอาดในการตักแบ่งผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ เก็บในที่ร่ม การดูแลที่เหมาะสม เช่นนี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์ยังคงสภาพดีได้นานถึง 1 เดือนหลังเปิดใช้ สำหรับอาหารชนิดเปียก เมื่อเปิดถุงหรือกระป๋องแล้ว ควรถ่ายผลิตภัณฑ์ใส่ภาชนะบรรจุที่ ปิดสนิท โดยเฉพาะอาหารกระป๋องไม่ควรทิ้งอาหารไว้ในกระป๋อง เนื่องจากอากาศจะ ทำให้เกิดการปฏิกิริยาเคมีระหว่างกระป๋องกับเนื้ออาหาร เป็นผลให้เกิดการปนเปื้อนของ สารเคมี นอกจากนั้น ควรเลือกใช้ อุปกรณ์ที่สะอาดในการแบ่งผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ และเก็บอาหารนั้นๆ ในตู้เย็น จะสามารถถนอมให้ผลิตภัณฑ์คงสภาพดีได้นานขึ้น

เนื่องจากผู้วิจัยมองเห็นปัญหาเกี่ยวกับอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท ของ บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของบริษัทมีขนาดใหญ่ และหากซื้อ อาหารสุนัขและแมวในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หลังเปิดใช้งานแล้วอาหารภายในที่ยังไม่ถูกใช้จะมี คุณภาพด้อยลงเมื่อทำปฏิกิริยากับอากาศที่เข้าไป จะมีกลิ่นเหม็นหืนทำให้สัตว์ไม่ยอม รับประทาน ซึ่นรา หรือมีมดและแมลงสามารถเข้าไปทำลายอาหารได้ ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บ รักษาที่ไม่ถูกต้องเพราะบรรจุภัณฑ์เป็นถุงขนาดใหญ่เมื่อทำการเปิดใช้งานแล้วจะเป็นปัญหาต่อ การเก็บรักษา อีกทั้งยุ่งยากต่อการพกพาอาหารสัตว์และให้อาหารสัตว์เมื่อมีความจำเป็นหากมี การพาสัตว์เลี้ยงเดินทาง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาเพื่อที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร สุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

1. ศึกษาความเป็นมาของบริษัทและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ท ฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ท ฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร
3. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์หลักเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยระเบียบและ วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการดำเนินการวิจัย ขั้นตอนการ ดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์ เพื่อเป็นความรู้พื้นฐานการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด

ขั้นตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลภายใต้กรอบแนวความคิดจากการศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท จากศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดแนวความคิดในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบแนวความคิดการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด การกำหนดในเบื้องต้น มาพัฒนาการออกแบบและสร้างผลงานการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 สรุปประเมินผล อภิปรายนำเสนอผลงาน แนวทางการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการพัฒนาวิจัยไว้ 3 ด้าน คือ

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยมุ่งพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวและบรรจุภัณฑ์ ความต้องการของตลาดในการเลือกซื้ออาหารสุนัขและแมว การพิจารณาในการเลือกซื้อ การดึงดูดความสนใจด้วยสีสັນของบรรจุภัณฑ์ รสชาติ ขนาดที่บรรจุ หรือความเหมาะสมในการทำงาน

3. ขอบเขตด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยกำหนดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นวิธีการเก็บรักษาและการใช้งาน ออกเป็น 5 รูปแบบ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กิโลกรัม
2. บรรจุภัณฑ์ขนาด 10 กิโลกรัม
3. บรรจุภัณฑ์ขนาด 3.5 กิโลกรัม
4. บรรจุภัณฑ์ขนาด 500 กรัม
5. บรรจุภัณฑ์ขนาดพกพาที่กินต่อมือ โดยแบ่งตามขนาดตัวและอายุของสุนัขและแมว
6. บรรจุภัณฑ์อาหารขบเคี้ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาสามารถช่วยกระตุ้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท อีกทั้งสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าประจำที่ประทับใจแนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นของบริษัท

หน่วยงานที่สามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

บริษัทที่ผลิตอาหารสัตว์ที่ยังคงประสบปัญหาเช่นเดียวกัน ได้นำแนวคิดมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์ในประเทศไทยได้

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

การออกแบบ	การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการในสิ่งใหม่ๆของมนุษย์ โดยมีการจัดสรรประกอบของการออกแบบให้สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย
บรรจุภัณฑ์	สิ่งที่ห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกัน และรักษาผลิตภัณฑ์ให้มี ความคงสภาพ มีวัตถุประสงค์ทางด้าน การตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา
อาหาร	ของกิน, เครื่องค้ำจุนชีวิต, เครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต
สุนัข	ชื่อสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมหลายชนิดหลายสกุลในวงศ์ Canidae ลำตัวมีขนปกคลุม มี เขี้ยว ๒ คู่ ตีนหน้ามี ๕ นิ้ว ตีนหลังมี ๔ นิ้ว ซอนเล็บไม่ได้
แมว	ชื่อสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมชนิด <i>Felis catus</i> ในวงศ์ Felidae ซึ่งเป็นวงศ์เดียวกับเสือ ขนยาวนุ่ม มีหลายสี เช่น ดำ ขาว น้ำตาล ส่วนใหญ่เลี้ยงไว้เพื่อความสวยงามและใช้จับหนู

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าของโครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป
สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร มีเอกสารและงานวิจัยที่
เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า ซึ่งแบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. เอกสารเกี่ยวกับสภาพทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด
 - 1.1 วิสัยทัศน์ของ เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป
 - 1.2 เป้าหมายหลักในการบริการลูกค้า
 - 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการลูกค้า
 - 1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
 - 2.1 ความหมายของการออกแบบ
 - 2.2 ธรรมชาติและการสร้างสรรค์งานออกแบบ
 - 2.3 องค์ประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบ
 - 2.4 กระบวนการออกแบบกราฟิก
 - 2.5 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 - 2.6 แนวความคิดในการเลือกวัสดุเพื่อบรรจุภัณฑ์
 - 2.7 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์
 - 2.9 หน้าที่และความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์
 - 2.10 กระบวนการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์
 - 2.11 ระบบการพิมพ์ (The Printing Process)
 - 2.12 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. เอกสารเกี่ยวกับสุนัขและแมว
 - 3.1 การให้อาหารสุนัขและแมว
 - 3.2 พฤติกรรมการกินของสุนัขและแมว

1. เอกสารเกี่ยวกับสภาพทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด

1.1 วิสัยทัศน์ของ เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป

บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ได้จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ยกระดับคุณภาพชีวิตของคน และสัตว์เลี้ยง ด้วยการดูแลเอาใจใส่ และคิดค้นผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จึงมั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการของทางบริษัทฯ จะมีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างคุณและสัตว์เลี้ยง

บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ไม่ได้เป็นแค่เพียงสถานที่สำหรับทำงาน หรือขายสินค้าเท่านั้น แต่จุดมุ่งหมายสูงสุดของเราคือ ทำให้คนอยู่ร่วมกับสัตว์เลี้ยงอย่างมีความสุข เราทำงาน และเราก็มีความสุขกับงานที่เราสร้างสรรค์ขึ้นมาให้กับผู้ที่รักสัตว์เลี้ยง คุณจึงมั่นใจได้ว่า พนักงานของเราทุกคนตั้งใจทำงานให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายสูงสุดของบริษัทฯ และผลิตสินค้า รวมถึงการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อที่จะเป็นหนึ่งในบริษัทที่ดีที่สุดในธุรกิจนี้

ศูนย์วิจัยสัตว์เลี้ยง เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป เป็นศูนย์วิจัยที่เน้นงานด้านวิชาการวิจัย และพัฒนา อาหารและความเป็นอยู่ที่ดีแก่สัตว์เลี้ยง เป็นแหล่งความรู้ทางวิชาการของกลุ่มสัตว์เลี้ยง เพื่อผลิตอาหาร ที่มีคุณภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงหลายแสนตัว ทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก ซึ่งองค์กรระดับนานาชาติให้การยอมรับ งานอีกด้านหนึ่งของศูนย์วิจัยแห่งนี้ คือ การพัฒนาสายพันธุ์สัตว์เลี้ยงคุณภาพเยี่ยม โดยเฉพาะแมวไทยด้วยพระราชทาน และสุนัขสายพันธุ์ต่างๆ ได้แก่

- สายพันธุ์บีเกิ้ล ศูนย์วิจัยสัตว์เลี้ยง เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป เป็นแหล่งผลิตบีเกิ้ลคุณภาพเยี่ยมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ แชมป์เปียนบีเกิ้ลมากมายรวมถึงทาโร (BIS.BISS.TH.CH. Perfect Companion's Tender Luv & Care Taro) ซึ่งเป็น สุนัขบีเกิ้ลอันดับ 1 ของประเทศ (ม.ค.-เม.ย. 51) แชมป์เปียน บีเกิ้ล ที่มีชื่อนำหน้าว่า Perfect Companion เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี ของนักพัฒนาพันธุ์สุนัขในระดับภูมิภาคเอเชีย และในระดับนานาชาติ
- สายพันธุ์โกลเด้นรีทริฟเวอร์ เป็นอีกหนึ่งสายพันธุ์ที่ได้รับการเลี้ยงดูด้วยคุณภาพอาหารระดับพรีเมียม ดร.เลิฟแคร์ สร้างให้เกิดแชมป์เปียนสำคัญๆ อาทิเช่น แชมป์เปียนคารา ที่ได้แชมป์ประเทศไทย จากการประกวดเพียงสองวัน และได้ตำแหน่ง Best Junior in Show สุดยอดเยี่ยมในงานในรุ่นจูเนียร์ และได้ตำแหน่งรองชนะเลิศประจำสายพันธุ์ ตั้งแต่อายุเพียงสิบเดือน

- สายพันธุ์ลาบราดอร์ ที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับอย่างมาก สามารถจับตำแหน่งไทยแลนด์แชมป์เปียน ถึงสามตัวจากครอกเดียวกัน หนึ่งในสาม คือ Ch. Perfect Companion's Glow in the Dark หรือ ฟาโรห์ ที่ได้ตำแหน่ง ชนะเลิศประจำพันธุ์ (Best of Breed) ตั้งแต่อายุยังไม่ครบปี

แชมป์เปียนชั้นเยี่ยมจำนวนมากมาจากรุ่นต่อรุ่นต่างมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง และมีความสุขด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพ จากเพอร์เฟค คอมพานีเนียน กรุ๊ป

1.2 เป้าหมายหลักในการบริการลูกค้า

การรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังจากการซื้อสินค้าและบริการของเรา เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าคุณอยากที่จะกลับมาใช้สินค้าและบริการของบริษัท ฯ อีก สำหรับลูกค้าในประเทศจีนและมาเลเซียโปรดติดต่อบริษัทได้โดยตรงตามที่อยู่ด้านล่าง เราจะพยายามตอบสนองความต้องการของคุณด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง และจะนำข้อมูลจากการตอบรับต่างๆ จากคุณ มาใช้ในการพัฒนาทั้งทางด้านสินค้าและบริการของเราให้ดียิ่งขึ้น บริษัทฯ ได้จัดเตรียมผู้เชี่ยวชาญที่มีทั้งความรู้ และประสบการณ์ ไว้สำหรับตอบ-รับข้อคิดเห็น และคำถามของคุณ เพียงแค่คุณส่งคำแนะนำ หรือข้อสงสัยมาที่ หรือผ่านทางเว็บไซต์หน้า ติดต่อกับเรา

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการลูกค้า

- ประเทศไทย

บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเนียน กรุ๊ป จำกัด

สำนักงาน 195 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 14 ถนนสาทรใต้ ยานนาวา สาทร์ กรุงเทพฯ 10120

เบอร์โทรศัพท์: 662 670-9600 (สำหรับติดต่อธุรกิจ)

เบอร์โทรศัพท์: 662 800-9090 (ศูนย์บริการเพื่อผู้บริโภค Perfect Companion Pet Care)

เบอร์โทรสาร: 662 670-9699 อีเมล: contact@perfectcompanion.com

ข้อคิดเห็นและคำถาม โปรดส่งมาได้ทีหน้า [CONTACT US](#)

- ประเทศมาเลเซีย

Mr. Gary Lim

Perfect Companion(M) SDN. BHD.

Suite E 12-19, Wisma Sunrise Plaza Mont' Kiara 2 Jalan 1/70c Mont' Kiara,

50480 Kuala Lumpur Malaysia

เบอร์โทรศัพท์: (603) 6203 5895 -6

เบอร์โทรสาร: (603) 6203 5897

E-mail : gary@perfectcompanion.com.my

- ศูนย์บริการเพื่อผู้บริโภค เพอร์เฟค คอมพานีเยน เพ็ทแคร์

ข้อมูลความคิดเห็นของคุณจะถูกส่งต่อไปยังแผนกต่างๆในบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด เพื่อช่วยปรับปรุงสินค้าและบริการของบริษัทเรา โปรดติดต่อทางหน้า [CONTACT US](#) เรายินดีที่จะรับข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงและข้อคิดเห็นของคุณ แต่อย่างไรก็ตามเราขอแนะนำให้คุณปรึกษากับสัตวแพทย์ประจำของคุณก่อน สำหรับคำถามเฉพาะที่เกี่ยวกับสุขภาพของสุนัขและแมวของคุณ

ส่งอีเมลมาได้ที่ contact@perfectcompanion.com

- การสั่งซื้อสินค้า และโอกาสการขายสินค้าในประเทศไทย

ถ้าคุณเป็นคนที่ต้องการเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของเรา กรุณาติดต่อที่ contact@perfectcompanion.com

- การส่งออก

ถ้าคุณต้องการสอบถามหรือข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

อีเมล: kanoknart@perfectcompanion.com

อีเมล: orawan@perfectcompanion.com

- ข้อมูลเกี่ยวกับงานประกวดสัตว์เลี้ยง และการสนับสนุนการจัดงาน สำหรับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานประกวดสัตว์และการดำเนินการ กรุณาติดต่อ: chosita@perfectcompanion.com

- การประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสาร

สำหรับข้อมูลข่าวสารของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด กรุณาติดต่อ:

chosita@perfectcompanion.com

หรือ โทร (662) 670 9600

- ฝ่ายบุคคลและรับสมัครงาน

เยี่ยมชมข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งในบริษัทได้ที่ มองหางาน...มองหานาคต

และยื่นใบสมัครได้ที่: hr@perfectcompanion.com

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

2.1 ความหมายของการออกแบบ

เมื่อมนุษย์พบเห็นวัตถุสิ่งของตลอดจนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ก็รู้จักสังเกตและจดจำเก็บไว้เป็นความรู้ในสมอง เมื่อมีโอกาสก็นำความรู้นี้มาทดลองปฏิบัติตามแบบอย่างที่ได้สังเกตและจดจำไว้ ถ้าผลออกมาไม่ตรงตามที่คาดหมาย ก็จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขจนได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ

พฤติกรรมขั้นพื้นฐานของมนุษย์หรือเกือบจะทุกสิ่งที่เราจะนำมาทำเป็นการออกแบบขึ้นหนึ่ง แม้กระทั่งการเก็บหนังสือ การวางรองเท้า การปลูกต้นไม้ ฯลฯ เมื่อเราจะทำอะไรโดยมีจุดมุ่งหมายนั้น สิ่งนั้นคือการสร้างสรรค์ เช่นการออกแบบคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์ที่มีการออกแบบที่ไม่เพียงแต่จะมีรูปร่างสวยงามน่าพอใจเท่านั้น แต่จะต้องให้แสงสว่างที่พอเหมาะ ไม่จ้าเกินไปจนแสบตา หรือไม่หรือจนเหมือนไม้ได้เปิดไฟ ความคงทนของตัวผลิตภัณฑ์เมื่อวัสดุที่นำมาประกอบเป็นคอมพิวเตอร์ ผลิตได้ในราคาเหมาะสม สามารถเก็บและดูแลรักษาได้สะดวก

นอกจากนั้น การออกแบบ คือ การจัดองค์ประกอบของหลายสิ่งสร้างสรรค์ให้มีความสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน นำมาจัดด้วยการใช้สายตา ทำให้มีจุดสนใจ การออกแบบจะปรากฏในรูปแบบ รูปร่าง รูปทรง ซึ่งแตกต่างกันหลายชนิด ถ้าเราสังเกตอย่างถี่ถ้วน เราจะรู้ว่าการศิลปะทั่วไปจะประกอบขึ้นมาได้ ต้องอาศัยหลักในการออกแบบเสมอ

ศิลปะนอกจากจัดเป็นการจัดองค์ประกอบ และเป็นการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆแล้วยังเป็นผลงานที่เกิดจากการแสดงออกทางอารมณ์ ปัญญา ทักษะสติ และทักษะความชำนาญของมนุษย์ซึ่งสอดคล้องกับวัสดุ และเทคโนโลยีในสมัยปัจจุบัน

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักแผนขั้นตอนและรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ เป็นการแสดงความพยายามที่จะทำให้สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นมีความสวยงาม มีองค์ประกอบและจุดประสงค์ในการออกแบบที่ลึกซึ้งเพื่ออำนวยความสะดวก

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

การออกแบบลักษณะโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก

- การออกแบบลักษณะโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดรูปลักษณะโครงสร้างวัสดุที่ใช้ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ ตลอดจนการ

ขนส่งรักษามลพิษและบรรจุภัณฑ์นับตั้งแต่จุดผลิตจนถึงมือ
ผู้บริโภค

- การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบ
ภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย
ความเข้าใจ(To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางด้านจิตวิทยา
(Psychological Effects) ต่อผู้บริโภค และอาศัยหลักศิลปะการจัด
ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์
ที่ได้วางไว้

1. กระบวนการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ในกระบวนการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้และข้อมูลจาก
หลายด้าน การอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ชำนาญการบรรจุ (Packaging Specialists) หลายๆ
ฝ่ายมาร่วมปรึกษาและพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งอิงทฤษฎีของ ปูน คงเจริญเกียรติและสมพร คง
เจริญเกียรติ(2542:71-83) โดยที่ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้สร้างภาพพจน์(Imagery Maker) จาก
ข้อมูลต่างๆให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์จริง ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน
นับตั้งแต่ตอนเริ่มต้น จนกระทั่งสิ้นสุดจนได้ผลงานออกมาดังต่อไปนี้ เช่น กำหนดนโยบายหรือ
วางแผนยุทธศาสตร์(Policy Permutation Or Atrategic Planing) ตั้งวัตถุประสงค์และ
เป้าหมายของการผลิต เงินทุนงบประมาณการจัดการ และการกำหนดสถานะ(Situation) ของ
บรรจุภัณฑ์ในส่วนนี้ทางบริษัทจะเป็นผู้กำหนด

2. การศึกษาและการวิจัยเบื้องต้น(Preliminary Research) ได้แก่

การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต
ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของ
บรรจุภัณฑ์

3. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์(Feasibility Study) ได้แก่

เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆแล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ตภาพ
(Sketch Design) แสดงถึงรูปร่างลักษณะและส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้
วิธีการอื่นๆขึ้นรูปเป็นลักษณะ 3 มิติ ก็สามารถทำได้ ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการเสนอ
แนวความคิดสร้างสรรค์ขั้นต้นหลายๆแบบ(Preliminary Ideas) เพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ใน
เทคนิควิธีการบรรจุ และการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุน งบประมาณดำเนินการ และเพื่อ
การพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

4. การพัฒนาและแก้ไขแบบ(Design Refinement)

ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ(Detail Design) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียดโดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบ ทดลอง บรรจุ เพื่อหา รูปร่าง รูปทรงหรือส่วนประกอบต่างๆที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้าง รูปจำลองง่ายๆ(Mock Up) ขึ้นมา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่างๆเหล่านี้อย่างละเอียด รอบคอบเพื่อการนำเสนอ(Presentation)ต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจเพื่อ พิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดที่ชัดเจน ยิ่งขึ้น เช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุ และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อน การสร้างแบบเหมือนจริง

5. การพัฒนาต้นแบบจริง(Prototype Development)

เมื่อแบบโครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนา ผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำ หน้าที่เขียนแบบ(Mechanical Drawing) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และสัดส่วนจริงด้วยการ เขียนภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน(Plan) รูปด้านต่างๆ(Elevations) ทศนิยมภาพ(Perspective)หรือภาพแสดงการประกอบ(Assembly)ของส่วนประกอบต่างๆมีการ กำหนดมาตราส่วน(Scale)บอกชนิดและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่ง ที่สื่อสารความเข้าใจ กันได้ในขบวนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียดเพื่อนำไปผลิตจริง ดังกล่าวนั้น ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์(Prototype)ขึ้นมาก่อนวิเคราะห์ (Analysis)โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่างๆออกมาศึกษา ดังนั้น Prototype ที่ จัดทำขึ้นมาในขั้นนี้จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุ ภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้เช่นอาจจะทำด้วยปูนพลาสเตอร์ ดินเหนียว กระดาษ ฯลฯ และในขั้นนี้ การทดลองออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรได้รับการพิจารณาร่วมกัน อย่างใกล้ชิดกับลักษณะของโครงสร้าง เพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมี ประสิทธิภาพของรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

6. การผลิตจริง(Production)

สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงานที่จะต้อง ดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของ บรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็น ตัวอย่าง(Pre-Production Prototype)สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย

หากพบว่ามีข้อบกพร่องควรรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่ยอมรับแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ=คำบรรยาย+สัญลักษณ์+ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่ายผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่างๆทางด้านการตลาด ดังนี้ ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผสมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่างๆมีดังต่อไปนี้

1. การใช้โฆษณา บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุภัณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งชั้นหรือมีกราฟิกที่สะดุดตาโดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมองหา ณ จุดขาย

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

3. เจาะตลาดใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

4. ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิมหรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยูนิฟอร์มดังจะกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ถอดด้ามจำเป็นต้องออกแบบ

บรรจุภัณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่เคยเป็นลูกค้าประจำของสินค้าเดิม

5. การส่งเสริมการขาย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้า รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

6. การใช้ตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีเพื่อสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับ การออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะกล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

7. เปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวเอง(Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่งๆ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปทรงหรือขนาด ไม่ว่าจะ เป็นสาเหตุใดก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

2.2 ธรรมชาติและการสร้างสรรค์งานออกแบบ

การสร้างสรรค์งานออกแบบ มนุษย์ได้สร้างสรรค์งานให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่าในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ตื่นนอนเช้า จะเห็นสิ่งต่างๆรอบตัวเรามีลักษณะเป็นรูปร่างทรวดทรง และสีชนิดต่างๆซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดโดยธรรมชาติและเกิดโดยการสร้างสรรค์ของมนุษย์ พอจะแยกให้เห็นชัดเจนได้ดังนี้ คือ สิ่งต่างๆที่เกิดโดยธรรมชาติ(Nature) ได้แก่สิ่งมีชีวิต และสิ่งไม่มีชีวิต ซึ่งเกิดโดยธรรมชาติทั้งหลาย เช่น พืช สัตว์ ดิน ฟ้า อากาศ ภูเขา สิ่งมีชีวิต และไม่มีชีวิตทั้งหลายนี้มีส่วนสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ และมีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์ยากที่จะหลีกเลี่ยงกันพ้น ธรรมชาติได้ให้ความเพลิดเพลิน ความสุข ความเบิกบานยินดีในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ธรรมชาติเป็นสิ่งแวดล้อมสิ่งแรกที่บ้านดาลใจให้มนุษย์ดำเนินได้นำมาเป็นความคิด เริ่มต้นในการเริ่มต้นสร้างสรรค์งานออกแบบซึ่งวิวัฒนาการไปไม่มีที่สิ้นสุดสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น โดยการสร้างสรรค์ของมนุษย์(Creative Design) มนุษย์เป็นผู้สร้างสรรค์งาน การสร้างสรรค์งานออกแบบมีปัจจัยที่ส่งเสริมให้มนุษย์ได้คิดค้นและแสวงหางานใหม่ๆเรียกว่า "ศิลปะ" ซึ่งเป็นผลงานที่เกิดจากสติปัญญา ความคิดทัศนคติ สิ่งแวดล้อมและอารมณ์ ปัจจัยที่เสริมสร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์พอจะแบ่งได้เป็น 4 อย่าง ดังนี้

1. ความคิดของนักออกแบบที่มีอยู่
2. สิ่งแวดล้อม
3. สัญชาติญาณใฝ่รู้ของนักออกแบบ
4. ความซาบซึ้งและประทับใจทำให้เกิดอารมณ์

1.ความคิดของนักออกแบบที่มีอยู่

เกิดจากสติปัญญา และความใฝ่รู้มนุษย์ทุกคนมีความคิดของตนเองสำหรับการสร้างสรรค์งานใหม่ๆซึ่งเกิดก็จากความคิดเดิมที่มีอยู่ ถ้าหยุดความคิดที่มีอยู่เดิมนั้น ความคิดสร้างสรรค์งานใหม่ๆก็จะไม่เกิดขึ้น เช่น ครูสอนให้ลูกศิษย์ตกปลา โดยบอกให้รู้ว่าปลาชนิดนั้นต้องตกเบ็ดด้วยเหยื่อชนิดนั้นๆโดยมิได้สอนให้คิดค้นวิธีสร้างสรรค์เทคนิคในการตกปลา การสอนวิธีนี้ทำให้นักศึกษาไม่รู้จักวิธีสร้างสรรค์งานใหม่ขึ้นมาเลยซึ่งเป็นผลเสียอย่างยิ่ง

2.สิ่งแวดล้อม

มีภูมิอากาศที่เป็นธรรมชาติ สังคม ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม อารยธรรม ซึ่งจะเป็นสิ่งที่บันดาลใจให้มนุษย์ได้สร้างสรรค์งานโดยเปลี่ยนแปลงปรับปรุงสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวให้เหมาะสมกับตัวเองและงานที่จะสร้างสรรค์

3. สัญชาติญาณใฝ่รู้ของมนุษย์

สิ่งมีชีวิตทั้งหลาย เช่น พืช สัตว์ มนุษย์อยู่ในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน พืชและสัตว์ไม่รู้จักสร้างสรรค์งานออกแบบ เช่น กุหลาบก็เป็นรูปแบบของกุหลาบเช่นนั้นต่อไป โดยธรรมชาติสร้างมาให้เป็นเช่นนั้น ต้นกุหลาบไม่สามารถสร้างสรรคให้มีกุหลาบใหม่ขึ้นมาได้ หรือสัตว์ไม่สามารถสร้างสรรค์อะไรขึ้นมาใหม่ได้ มีแต่สัญชาติญาณการเลียนแบบ เช่น สุนัขที่มนุษย์เลี้ยง มนุษย์ก็สอนให้สุนัขหัดไหว้ หัดไปคาบไม้ เล่นฟุตบอล สุนัขก็จะปฏิบัติตามที่มนุษย์สอนไว้จะเห็นได้ว่า พืชและสัตว์ไม่สามารถสร้างสรรค์งานขึ้นได้ แต่มนุษย์ก็เป็นสัตว์ชนิดหนึ่งที่เจริญแล้วรู้จักคิดสร้างสรรค์งานทั้งนี้ก็เพราะมนุษย์มีสัญชาติญาณใฝ่รู้ มองเห็นสิ่งแปลกใหม่เสมอ

4. ความซาบซึ้งและความประทับใจทำให้เกิดอารมณ์

นักออกแบบมีอารมณ์เป็นปัจจัยประจำตัวอยู่ทุกคน อารมณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะอารมณ์เสียหรือยินดี จะทำให้เกิดความประทับใจในมนุษย์ ทำให้สร้างสรรค์งานจากความประทับใจลงในงานที่สร้างสรรค์ ทำให้ผู้ที่พบเห็นผลงานนั้นๆได้รับการถ่ายทอดความประทับใจจากผู้สร้างอีกทอดหนึ่ง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปสมาร์ทฮาร์ท ส่วนหนึ่งของความคิดมาจากการสร้างสรรค์โดยยึดโครงสร้างที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของมนุษย์

ผนวกกับความเป็นจริงอันเป็นไปได้ รวมไปถึงสภาพแวดล้อม สัญชาติญาณ ความรู้พื้นฐานของผู้ออกแบบ ความซาบซึ้งและความพอใจ จากโครงสร้างที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการความสะดวกสบายในการให้อาหารสัตว์เลี้ยง ทั้งในด้านการเปิดใช้และเก็บรักษา ปกป้องและลดปัญหาอันจะเกิดกับตัวผลิตภัณฑ์ อันทำให้เกิดประโยชน์แก่ผลิตภัณฑ์และมนุษย์ ทั้งทางรูปลักษณ์และประโยชน์ใช้สอย

2.3 องค์ประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบ

1) เส้น คือ ร่องรอยที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้าเรานำจุดมาวางเรียงต่อกันไปก็จะเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่าง ๆ รวมทั้งเป็นแกนหรือโครงสร้างของรูปร่างรูปทรง เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึก ที่แตกต่างกันอีกด้วย (นพวรรณ หมั่นทรัพย์, 2539, 32)

2) ความสำคัญของสีที่ใช้ในการออกแบบ

สีเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของศิลปะ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก อารมณ์ และจิตใจได้มากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ในชีวิตของมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสีต่าง ๆ อย่างแยกไม่ออกโดยที่สีจะให้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น งานออกแบบ การตกแต่ง เป็นสัญลักษณ์ เป็นต้น

การสื่ออารมณ์ของสี

สีแดง ให้ความรู้สึกร้อน รุนแรง กระตุ้น ทำทนาย เคลื่อนไหว ตื่นเต้น ไร้ใจ มีพลัง ความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งคั่ง ความรัก ความสำคัญ อันตราย

สีส้ม ให้ความรู้สึก ร้อน ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา อบอุ่น ความคึกคัก การปลดปล่อย ความเปรี้ยว การระวัง

สีเหลือง ให้ความรู้สึกแจ่มใส ความสดใส ความร่าเริง ความเบิกบานสดชื่น ชีวิตใหม่ ความสดใหม่ ความสุขสว่าง การแผ่กระจาย อำนาจบารมี

สีเขียว ให้ความรู้สึก สงบ เย็น ร่มรื่น ร่มเย็น การพักผ่อน การผ่อนคลาย ธรรมชาติ ความปลอดภัย ปกติ ความสุข ความสุขุม เยือกเย็น

สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบ สุขุม สุขภาพ หนักแน่น เครื่องขั้ว เอาการเอางาน ละเอียด รอบคอบ สง่างาม มีศักดิ์ศรี สูงศักดิ์ มีระเบียบถ่อมตน

สีม่วง ให้ความรู้สึก มีเสน่ห์ น่าติดตาม เร้นลับ ซ่อนเร้น มีอำนาจ มีพลังแฝงอยู่ ความรัก ความเศร้า ความผิดหวัง ความสงบ ความสูงศักดิ์

สีฟ้า ให้ความรู้สึก ปลอดภัย โปร่งโล่ง กว้าง เบา โปร่งใส สะอาด ปลอดภัย ความสว่าง ลมหายใจ ความเป็นอิสระเสรีภาพ การช่วยเหลือ แบ่งปัน

สีขาว ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบาบาง อ่อนโยน เปิดเผย การเกิด ความรัก ความหวัง ความจริง ความเมตตา ความศรัทธา ความดีงาม

สีชมพู ให้ความรู้สึก อบอุ่น อ่อนโยน นุ่มนวล ความรัก เอาใจใส่ ้วยรุ่น นุ่มสาว ความน่ารัก ความสดใส

สีเทา ให้ความรู้สึก เศร้า อาลัย ท้อแท้ ความลึกซึ้ง ความหดหู่ ความชรา ความสงบ ความเยียบ สุภาพ สุขุม ถ่อมตน

สีทอง ให้ความรู้สึก ความหรูหรา โอ่อ่า มีราคา สูงค่า สิ่งสำคัญ ความเจริญรุ่งเรือง ความสุข ความมั่งคั่ง ความร่ำรวย การแผ่กระจาย

การใช้สีในเชิงสัญลักษณ์

สีแดง มีความอบอุ่น ร้อนแรง เปรียบดังดวงอาทิตย์ นอกจากนี้ยังแสดงถึงความมีชีวิตชีวา ความรักความปรารถนา ในทางจรรยาวิธีแดงเป็นเครื่องหมายประเภทห้าม

สีเหลือง แสดงถึงความสดใส ความเบิกบานโดยเรามักจะใช้ดอกไม้สีเหลืองในการไปเยี่ยมผู้ป่วย และแสดงความรุ่งเรืองความมั่งคั่ง และฐานันดร ในทางศาสนาแสดงถึงความเจิดจ้า ปัญญา พุทธศาสนาและยังหมายถึงการเจ็บป่วย โรคระบาด ความริษยา ทฤษฎี หลอกหลวง

สีน้ำเงิน แสดงถึงความเป็นสุภาพบุรุษ มีความสุขุม หนักแน่น และยังหมายถึงความสูงศักดิ์

สีม่วง แสดงถึงพลัง ความมีอำนาจ สวมสีม่วงอ่อนมักหมายถึงความเศร้า ความผิดหวัง จากความรัก

สีฟ้า แสดงถึงความสว่าง ความปลอดภัย เปรียบเหมือนท้องฟ้า เป็นอิสระเสรี เป็นสีแห่งความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการอันไม่มีขอบเขต

สีทอง มักใช้แสดงถึงคุณค่า ราคา สิ่งของหายาก ความสำคัญความสูงส่ง สูงศักดิ์ ความศรัทธาสูงสุด

สีขาว แสดงถึงความสะอาด บริสุทธิ์ เหมือนเด็กแรกเกิด แสดงถึงความห่วงใยอาหาร และเสียสละของพ่อแม่ ความอ่อนโยน จริงใจ บางกรณีอาจหมายถึง ความอ่อนแอ ยอมแพ้

สีดำ แสดงถึงความมืด ความลึกซึ้ง สิ้นหวัง ความตายเป็นที่สิ้นสุดของทุกสิ่ง นอกจากนี้ยังหมายถึง ความชั่วร้าย มนต์ดำ ไสยศาสตร์ ความชิงชัง ความโหดร้าย ทำลายล้าง ความลุ่มหลงมัวเมาแต่ยังหมายถึงความอดทน กล้าหาญ เข้มแข็ง และเสียสละได้ด้วย

สีชมพู แสดงถึงความอบอุ่น อ่อนโยน ความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความน่ารัก แสดงถึงความรักของมนุษย์โดยเฉพาะรุ่นหนุ่มสาว เป็นสีของความเอื้ออาทร ปลอดภัย เอาใจใส่ดูแล ความปรารถนาดีและอาจหมายถึงความเป็นมิตร เป็นสีของวัยรุ่น โดยเฉพาะผู้หญิง

โดยสีดังกล่าวผู้วิจัยจะเลือกคู่สีที่เหมาะสมมาใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกรวมทั้งบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยน้ำพริกและบรรจุภัณฑ์ของฝาก

3) ระบบสี (อ้างอิง)

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้ระบบสีในระบบ CMYK เนื่องจากการพิมพ์ระบบสีสีนี้เป็น การพิมพ์ที่ได้มาตรฐานและทันสมัยที่สุด อีกทั้งได้ภาพที่คมชัดใกล้เคียงภาพถ่ายมากที่สุด ระบบสี CMYK

ระบบสี CMYK เป็นระบบสีชนิดที่เป็นวัตถุ คือ สีแดง เหลือง น้ำเงิน แต่ไม่ใช่สีน้ำเงินที่เป็นแม่สีวัตถุธาตุแม่สีในระบบ CMYK เกิดจากการผสมกันของแม่สีของแสงหรือระบบสี RGB คือ

แสงสีน้ำเงิน + แสงสีเขียว = สีฟ้า (Cyan)

แสงสีน้ำเงิน + แสงสีแดง = สีแดง (Magenta)

แสงสีแดง + แสงสีเขียว = สีเหลือง (Yellow)

สีฟ้า (Cyan) สีแดง (Magenta) สีเหลือง (Yellow) นี้นำมาใช้ในระบบการพิมพ์และมีการเพิ่มเติม สีดำเข้าไป เพื่อให้มีน้ำหนักเข้มขึ้นอีก เมื่อรวมสีดำ (Black = K) เข้าไปจึงมีสีสี่ โดยทั่วไปจึงเรียกระบบการพิมพ์นี้ว่าระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) ระบบการพิมพ์สี่สี (CMYK) เป็นการพิมพ์ภาพในระบบที่ทันสมัยที่สุด และได้ภาพใกล้เคียงกับภาพถ่ายมากที่สุด

สีต่างๆจะเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมของสี และยังขึ้นอยู่กับสภาพของแสงด้วย โดยที่ที่มีแสงสว่างจัดๆ สีจะดูอ่อนลง ในที่ที่มีแสงสว่างน้อยลง สีก็จะเข้มขึ้นด้วย และในที่ที่ไม่มีแสงสว่างเลยเราจะมองเห็นสีต่างๆเป็นสีดำ

การใช้สีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกันโดยนำมาวางอยู่เคียงคู่กัน ทั้งสองสีจะส่งผลต่อคู่สีอีกสีหนึ่ง เราจะเห็นว่า สีเขียวที่อยู่บนสีแดงจะดูมีขนาดใหญ่กว่าสีแดงที่อยู่บนสีเขียว ทั้งสองสีต่างหักล้างค่าความเข้มของสีซึ่งกันและกัน จะทำให้ดูไม่สดใสเท่าที่ควร ปรากฏการณ์อีกอย่างหนึ่งของสีตรงข้าม คือ ภาพติดตา (After Image) โดยการจ้องมองสีใดสีหนึ่ง สีหนึ่งที่สุดจัด ในที่ที่มีแสงสว่างจ้าสักครู่ จากนั้นไปจ้องมองที่กระดาษสีขาว จะปรากฏสีตรงข้าม ของสีนั้นๆขึ้นที่กระดาษสีขาวซึ่งเกิดจากอิทธิพลความแรงของสี

ภาพติดตาก็อีกลักษณะหนึ่ง ก็คือสีขาวยกกับสีดำ จากภาพเส้นตารางสีขาว บนพื้นสีดำ จะมองเห็นจุดตัดแนวตั้งกับแนวนอน ของเส้นตารางสีขาว มีสีเทาๆลักษณะเช่นนี้เกิดจากอิทธิพลของสี ตรงข้ามที่อยู่ข้างเคียงคือสีดำ ละรูปสีขาวบนพื้นดำจะดูใหญ่กว่ารูปสีดำที่อยู่พื้นขาว

สีดังกล่าวนี้ถูกนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบพานิชย์ศิลป์ เช่น งานโฆษณาค่อนข้างมาก เนื่องจากสีเหล่านี้แสดงปฏิกิริยาความรู้สึกซึ่งเป็นสื่อความหมายได้ชัดเจน (นพวรรณ หมั่นทรัพย์ , 2539 . หน้า 61-78)

นอกจากเรื่องของสีในการออกแบบแล้ว ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบในการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นรูปทรง เส้น สี รูปร่าง ลวดลาย ค่าน้ำหนักสี และอื่นๆ การจัดองค์ประกอบเป็นการจัดระเบียบของภาพและพื้นที่ เพื่อให้มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดผู้ชมได้ กระบวนการออกแบบมีลักษณะที่สนับสนุนให้ผู้ออกแบบมีการปล่อยให้จิตใจผู้ออกแบบมีอิสระในการสร้างความคิดจินตนาการ การคาดเดาและเห็นแจ้งสำหรับทางเลือกต่างๆ ในเวลาใดก็ได้ โดยไม่ถูกยึดติดหรือครอบงำด้วยข้อจำกัดใดๆ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป หมายถึงว่า นักออกแบบควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย รสนิยม และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีจิตใจอ่อนโยนโอบอ้อมอารี จากการวิจัยในเบื้องต้นทำให้ทราบว่า ผู้เลี้ยงสุนัขหรือแมวส่วนใหญ่ จะอยู่ในวัยที่คาบเกี่ยวกับความเป็นวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ มีความสดใส ร่าเริง และต้องการเพื่อน ดังนั้นการการใช้สีบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวจึงเป็นสีสดใสร่าเริง ที่สามารถเป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายคล้อยตามทางด้านความรู้สึก ทั้งทางกายภาพและมโนภาพ

4) เทคนิคการออกแบบ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ ซึ่งปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สีเหลี่ยมและรูปทรงกลมที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้ขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่างๆกันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว พลาสติก

ข้อมูลที่ต้องการในการออกแบบ

1. ด้านการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงหลักการและเทคนิคทางการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการจัดจำหน่าย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบถึงวิธีการจัดเรียงและบรรยากาศของการจัดจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึงสถานที่ที่วางขายสินค้า เป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสดหรือวางขายในห้าง เป็นต้น แนวทางในการออกแบบทั่วไปคือ การเปรียบเทียบสินค้าคู่แข่ง การ

เปรียบเทียบนี้ไม่ใช่การเปรียบเทียบเพื่อลอกเลียนแบบ แต่เป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดเด่นของสินค้าเพื่อขาย (UNOQUE SELLING POINT) การใช้คำว่า " ใหม่ " " สด " หรือ " ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ " ล้วนเป็นคำบรรยายที่จะเสนอเน้นถึงจุดขายของสินค้า คำบรรยายดังกล่าวจำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ผลิตได้และปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่าง เช่น การออกแบบที่มีคำว่า " ใหม่ " ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้ผลิตมีความสดและใหม่ตามคำกล่าวอ้างจริง และต้องมั่นใจว่าในตลาดหาสินค้าที่ทดแทนหรือคล้ายคลึงกันได้ยาก

2. **ตัวสินค้าที่ใช้บรรจุ** การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อผู้ออกแบบและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ คุณสมบัติเด่นของสินค้าที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างขึ้นมานั้นจะนั้นจะไม่ทราบเลยว่าจะเสนออะไรเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็จะเป็นการบรรจุถึงจุดเป้าหมาย

3. **กลุ่มเป้าหมาย หรือ กลุ่มผู้ซื้อ** ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเอง หรือ ไม่ได้เป็นผู้บริโภคอาจแยกตามสถานะทางสังคม การออกแบบที่ดีต้องทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่บริโภค ความสะดวกในการนำอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์มาบริโภค สถานะของผู้บริโภค ควรคำนึงถึง เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานะครอบครัว เชื้อชาติ ศาสนา ย่านที่พักอาศัย สิ่งสะดวกในการอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน การบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นโดยไม่ได้ทำการศึกษาวิจัย อาจจะต้องใช้วิธีการสังเกต แล้วประเมินจากสิ่งที่สังเกต นำข้อมูลทีวิเคราะห์หรือรวบรวมได้ส่งต่อให้นักออกแบบ เพื่อทำการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการและการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย

4. **กฎข้อบังคับ** ในกรณีบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์การของรัฐที่เข้ามามีบทบาทควบคุมดูแล คือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจาก ออย. พร้อมหมายเลขกำกับ ปราบกฏการณ์ใหม่สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่านทางซูเปอร์มาเก็ตและห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ คือการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ หรือฉลากด้วยสัญลักษณ์รหัสแท่งที่เรียกว่า " บาร์โค้ด " (BAE CODE) ซึ่งเป็นรหัสประจำตัวสินค้า เพื่อความสะดวกในการคิดเงินและตัดสต็อกเกอร์ของผู้ขายปลีก

5. **ช่องทางการจำหน่าย** กฎเกณฑ์สำคัญของผลิตภัณฑ์อาหาร คือ อายุการเก็บของสินค้า โดยปกติอาหารสด เช่น ก๋วยเตี๋ยวสด กระยาสาธา ฯลฯ มีอายุการเก็บที่สั้นเพียงไม่กี่วัน เนื่องจากสูญเสียภาวะคุณสมบัติของอาหาร ด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีของการบรรจุภัณฑ์ เช่น ถ้ามีการประยุกต์ใช้วิธีการปรับสภาวะบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยวสด พร้อมกับเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บสินค้าและส่งขายได้ทั่วราชอาณาจักร แทนที่จะ

ขายเฉพาะที่ตลาดสด หรือ ส่งขายวันต่อวัน ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมย่อมช่วยเพิ่มโอกาสในการเลือกช่องทางทางการจัดจำหน่ายให้มีมากขึ้น

6. **สภาวะการแข่งขัน** การเก็บข้อมูลของคู่แข่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาเด่นกว่าคู่แข่ง ภายใต้สภาวะช่องทางทางการจำหน่าย หรือ จุดขายที่เป็นจริง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยการลอกเลียนแบบของคู่แข่งเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำอย่างยิ่ง เพราะจะมีวิฤกษ์ชีวิตบรรจุภัณฑ์สั้นมาก

7. **สิ่งแวดล้อม** แม้ว่าในประเทศไทยยังไม่มีองค์กรใดหรือหน่วยงานใดของรัฐ ออกกฎข้อบังคับต่อการควบคุมดูแลปัญหาของบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมอย่างจริงจัง แต่กระแสการรณรงค์ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้รับความสนใจจากชุมชนเมืองมากยิ่งขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่นำกลับมาผลิตใหม่จึงเป็นจุดขายเพื่อเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายได้อย่างดี (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง , 2547 , หน้า 9)

5) หลักการจัดองค์ประกอบ

5.1) **สัดส่วน** หมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมระหว่างขนาดขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน ทั้งขนาดที่อยู่ในรูปทรงเดียวกันหรือระหว่างรูปทรง และรวมถึงความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างองค์ประกอบทั้งหลายด้วย ความเหมาะสมของสัดส่วนอาจพิจารณาจากคุณลักษณะดังต่อไปนี้

5.1.1 สัดส่วนที่เป็นมาตรฐาน จากรูปลักษณะตามธรรมชาติ ของ คนสัตว์ พืช ซึ่ง โดยทั่วไปถือว่า สัดส่วนตามธรรมชาติ จะมีความงามที่เหมาะสมที่สุด หรือจากรูปลักษณะที่เป็นการสร้างสรรค์ของมนุษย์

5.1.2 สัดส่วนจากความรู้สึก โดยที่ศิลปะนั้นไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อความงามของรูปทรงเพียงอย่างเดียว แต่ยังสร้างขึ้นเพื่อแสดงออกถึง เนื้อหา เรื่องราว ความรู้สึกด้วย สัดส่วนจะช่วย เน้นอารมณ์ความรู้สึก ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ และเรื่องราวที่ศิลปินต้องการ ลักษณะเช่นนี้ ทำให้งานศิลปะของชนชาติต่างๆมีลักษณะแตกต่างกัน เนื่องจากมีเรื่องราว อารมณ์ และความรู้สึกที่ต้องการแสดงออกต่างๆกันไป

5.2) **ความสมดุล** หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่งในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานความกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่างๆในรูปทรงหนึ่งหรืองานศิลปะชิ้นหนึ่ง

(1) **ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetry Balance)** หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาเหมือนกัน เท่ากัน

๗
รช
๑๗๖.๕
๗๒๔๓ก
๒๕๕๒



สำนักหอสมุด

๒๗ ส. ก. ๒๕๕๒

i. 4605068

(๒) ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาไม่เหมือนกัน อาจเป็นความสมดุลด้วย น้ำหนักขององค์ประกอบหรือสมดุลด้วยความรู้สึกก็ได้

๕.๓) **จังหวะและลีลา** หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการจัดซ้ำที่เป็นระเบียบ จากระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่าๆกัน มาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซ้ำซ้อนจนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจากการซ้ำของหน่วย หรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไปหรือเกิดจากการสลับไหลต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก

๕.๔) **การเน้น** หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา ในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่ง ที่มีความสำคัญเป็นพิเศษกว่าส่วนอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ผลงานมีความงาม สมบูรณ์ ลงตัว น่าสนใจมากขึ้น การเน้นจุดสนใจสามารถทำได้ ๓ วิธี คือ

(๑) **การเน้นด้วยการใช้องค์ประกอบที่ตัดกัน** (Emphasis by Contrast) สิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากส่วนอื่นๆของงาน จะเป็นจุดสนใจ ดังนั้น การใช้องค์ประกอบที่มีลักษณะ ต่างต่าง หรือ ขัดแย้ง กับส่วนอื่นๆ ก็จะทำให้เกิดจุดสนใจขึ้นในผลงานได้ แต่ในส่วนรวมงานยังต้องมีความกลมกลืนเป็นเอกภาพเดียวกัน

(๒) **การเน้นด้วยการอยู่โดดเดี่ยว** (Emphasis by Isolation) เมื่อสิ่งหนึ่งถูกแยกออกไปจากส่วนอื่น ๆ ของภาพหรือกลุ่มของมัน สิ่งนั้นก็จะเป็นจุดสนใจ ซึ่งเป็นผลจากความแตกต่างของตำแหน่งที่จัดวาง

(๓) **การเน้นด้วยการจัดวางตำแหน่ง** (Emphasis by Placement) คือการจัดองค์ประกอบอื่น ๆ ขึ้นมายังจุดใด ๆ จุดนั้นก็จะเป็นจุดสนใจที่ถูกเน้นขึ้นมา

๕.๕) **ความเป็นเอกภาพ** หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลปะทั้งด้านรูปลักษณะ และด้านเนื้อหาเรื่องราว เอกภาพของงานศิลปะ มีอยู่ ๒ ประการ คือ

๑. เอกภาพของการแสดงออก หมายถึง การแสดงออกที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันแน่นอนและมีความเรียบง่าย

๒. เอกภาพของรูปทรง คือ การรวมตัวกันอย่างมีดุลยภาพ และมีระเบียบขององค์ประกอบทางศิลปะเพื่อให้เกิดเป็นรูปทรงหนึ่ง ที่สามารถแสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ของศิลปินออกได้อย่างชัดเจน

การออกแบบโดยรวมนั้นจะจัดสัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ สี ของบรรจุภัณฑ์ และการใช้เส้นสายในการนำมาจัดวางจังหวะบนบรรจุภัณฑ์

2.4 กระบวนการออกแบบกราฟิก

กระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบเป็นวิธีการออกแบบที่ช่วยลดความผิดพลาดในการทำงานและมีความเหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาในงานออกแบบสมัยใหม่ โดยเฉพาะปัญหาที่มีข้อมูลเป็นปริมาณมาก เป็นโจทย์ที่ต้องการผู้ร่วมงานจากต่างสาขาและเป็นงานออกแบบที่ต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในระดับสูง กระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบคือการกระจายการทำงานออกจากกันเป็นขั้นตอนย่อยๆ เพื่อช่วยให้ผู้ร่วมงานสามารถมุ่งความสนใจกับงานแต่ละขั้นตอนได้อย่างเต็มที่ ช่วยลดความสับสนในการคิดค้นแก้ปัญหา ในการแบ่งกระจายขั้นตอนการออกแบบนั้น เนื่องจากนักออกแบบแต่ละคนเมื่อผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาช้านาน ได้สะสมความรู้ความชำนาญตลอดจนมีความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคขณะลงมือทำงาน ทำให้พัฒนาขั้นตอนการทำงานเฉพาะเป็นของตนเองตามความถนัดและความมีประสิทธิภาพด้วยวิธีที่ตนได้เรียนรู้มา ดังนั้นตามสำนักงานออกแบบต่างๆ เช่น สำนักงานสถาปนิก เพื่อให้ นักออกแบบและเจ้าหน้าที่ต่างๆ ได้ปฏิบัติงานเป็นขั้นตอนมีการกำหนดอย่างชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ต้องทำส่งในแต่ละขั้นตอนและให้ดำเนินไปเป็นลำดับอย่างเคร่งครัด (นวนน้อย บุญวงษ์ , 2539 หน้า 131-140)

กระบวนการออกแบบจึงเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยในการจัดสรรงานอย่างมีระบบ มีแบบแผน ช่วยให้การทำงานเกิดการผิดพลาดน้อยที่สุด การแบ่งกระจายงานออกเป็นขั้นตอนทำให้เราสามารถแก้ไขปัญหาค่อยๆ เป็นส่วนๆ ก่อให้เกิดความรวดเร็วในการทำงาน กระบวนการเช่นนี้จึงเหมาะสมกับงานออกแบบสมัยใหม่ และช่วยให้การออกแบบสำเร็จผลด้วยดี

2.5 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในอดีตนั้นบรรจุภัณฑ์มักจะพบกันบ่อยๆ วัสดุที่ใช้มักจะทำมาจากธรรมชาติ เช่น ใบไม้ เหลือกอหอย น้ำเต้า ลำไม้ไผ่ เป็นต้น จนมาถึงในยุคสมัยหนึ่งที่มนุษย์เริ่มรู้จักการใช้เครื่องปั้นดินเผา ที่ทำให้การเก็บรักษาอาหารได้มากและสะดวกมากขึ้น จนได้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จนสามารถมีวัสดุต่างๆ ที่ถูกสร้างและสังเคราะห์มาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

2.5.1) บรรจุภัณฑ์จากแก้ว

บรรจุภัณฑ์แก้วเริ่มมีการผลิตประมาณ 2000 ปีก่อนพุทธกาล ในแถบเมโสโปเตเมียหรือประเทศอียิปต์ในปัจจุบัน ส่วนขวดแก้วใส่นั้นสามารถผลิตได้ประมาณ 1000 ปีก่อนพุทธกาลและทำให้อียิปต์เป็นประเทศที่มีความชำนาญในการผลิตแก้ว ต่อมาในปี พ.ศ.500 วิวัฒนาการ

ทางด้านบรรจุภัณฑ์แก้วได้เปลี่ยนมาเป็นการเป่าและตกทอดมาจนถึงปัจจุบันนี้ วิศวกรรมกรรมทางด้านบรรจุภัณฑ์แก้วได้ก้าวมาสู่จุดสุดยอดด้วยการพัฒนาของชาวโรมัน ประมาณ พ.ศ.800

2.5.2) บรรจุภัณฑ์จากกระดาษ

กระดาษเริ่มผลิตได้ในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกับแก้ว คือ ประมาณ พ.ศ.600 ในประเทศจีน แต่ในยุคนั้นยังมิได้นำมาทำการห่อสินค้า จวบจนกระทั่งกระดาษได้รับการนำเข้ามาประเทศยุโรปผ่านทางประเทศอาหรับ และเริ่มมีการผลิตกระดาษครั้งแรกในทวีปยุโรปที่ประเทศสเปนทางเหนือของเมืองวาเลนเซีย โดยชาวมุสลิมสเปน กระดาษที่ได้รับการแปรรูปเป็นถุงกระดาษในช่วง พ.ศ.2161 ถึง พ.ศ.2191 และมีการใช้ถึง 800 ล้านถุง ในสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี พ.ศ. 2418 ส่วนการตัด การทับเส้น พร้อมทั้งการพิมพ์เพื่อแปรรูปกล่องกระดาษแข็งได้รับความนิยมนในปี พ.ศ.2423

2.5.3) บรรจุภัณฑ์จากพลาสติก

พลาสติกชนิดแรกสุดนั้นมีชื่อเรียกว่า Parke sine ได้รับการคิดค้นขึ้นในปี พ.ศ.2409 โดยชาวอังกฤษที่ชื่อว่า Alexander Parkers นับเป็นพลาสติกจำพวก Thermoplastics ชนิดแรกที่ผลิตขึ้น และได้้นำออกแสดงในงานแสดงสินค้าขึ้นมากมาย ตัวอย่างเช่น Styrene ซึ่งได้รับการคิดค้นในปี พ.ศ. 2409 ตามมาด้วย Vinclyhloride ในปี พ.ศ. 2415 เป็นต้น

วิศวกรรมกรรมที่พลิกประวัติศาสตร์พลาสติก ได้แก่การค้นพบ Polyethylene ในโรงงานของ ICI ประเทศอังกฤษเมื่อปี พ.ศ. 2468 และได้นำมาใช้เป็นสารห่อหุ้มฉนวนสายของสายโทรศัพท์ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 พร้อมทั้งได้รับการพัฒนามาจนเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่นิยมใช้มากที่สุด

2.5.4) บรรจุภัณฑ์จากโฟมยาง EVA (Ethylene Vinyl Acetate copolymer)

เอทิลีนไวนิลอะซิเตดหรืออีวี เป็นโพลิเมอร์ชนิดหนึ่งได้จากการทำโพลิเมอร์ไรเซชันของสารเอทิลีนโมโนเมอร์ กับสารไวนิลอะซิเตดโมโนเมอร์ โพลิเมอร์อีวีเอเป็นผลงานการวิจัยของบริษัท ดูปองท์ ประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับการจดสิทธิบัตรไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2499(ค.ศ. 1956) อีวีเอถูกผลิตออกสู่ตลาดในปี พ.ศ.2503 (ค.ศ.1960) ในชื่อทางการค้าว่า เอลเว็กซ์ ปัจจุบันอีวีเอถูกนำมาประยุกต์ใช้ในหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมหีบห่อบรรจุภัณฑ์ กาว เส้นลวด พื้นรองเท้า และอื่นๆ

อีวีเอเป็นพลาสติกที่นำมาประยุกต์ผลิตเป็นสินค้าได้หลากหลายอุตสาหกรรม ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ทำจากอีวีเอ เช่น ฟิล์มรัดของชนิดหัดได้ พื้นรองเท้าวิ่งชั้นกลางอุปกรณ์ทางการแพทย์ชนิดใช้ครั้งเดียว กาวห่อหุ้มด้วยความร้อน ของเด็กเล่น ฉนวนหุ้มลวดไฟฟ้า เป็นต้น

อีวีเอส่วนใหญ่ที่นำมาใช้งานเป็นอีวีเอสชนิดเทอร์โมพลาสติก วิธีขึ้นรูปจึงเหมือนการขึ้นรูปเทอร์โมพลาสติกทั่วไปคือ สามารถขึ้นรูปด้วยวิธีฉีดเข้าแบบ (Injection Molding) วิธีอัดรีด (Extrusion) วิธีเป่าเข้าแบบ(Blow molding) และวิธีรีดเป็นแผ่น(Calendering) แต่มีบางสิ่งที่จะต้องทราบเกี่ยวกับการขึ้นรูปอีวีเอส เนื่องจากอีวีเอสเป็นโพลิเมอร์ที่ไม่สามารถทนความร้อนสูงจากกระบวนการขึ้นรูปอย่าง เช่น วิธีการฉีดเข้าแบบได้ดีนัก สภาพแวดล้อมที่ร้อนเกินพิกัดจะทำให้โพลิเมอร์สูญเสียสมบัติทางกายภาพ นอกจากนี้ยังทำให้หมู่ไวโนลอะซีเตดของโพลิเมอร์สลายตัวให้กรดอะซิติก(Acetic Acid) ออกมาซึ่งสังเกตได้จากมีกลิ่นน้ำส้มสายชูเกิดขึ้น ดังนั้นการทำแม่พิมพ์และตาย(Die)สำหรับอีวีเอสจึงควรเลือกใช้โลหะที่มีความทนทานต่อการกัดกร่อนการขึ้นรูปอีวีเอสด้วยการฉีดขึ้นรูปจึงไม่ควรใช้อุณหภูมิสูงเกินความจำเป็นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะสมบูรณ์แบบ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ควรให้ผลิตภัณฑ์มีช่วงเวลากการเย็นที่นานเพียงพอ เนื่องจากหากชิ้นงานยังไม่แข็งแรงเพียงพอแรงกระแทกจากเข็มกระทุ้ง (Pin) ที่ทำให้ชิ้นงานหลุดออกจากแม่พิมพ์จะทำให้ชิ้นงานเสียหายได้การขึ้นรูปด้วยการอัดรีดอีวีเอส เนื่องจากอีวีเอสมีสมบัติความอ่อนนุ่มในตัว การควบคุมรูปทรงของชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์จึงเป็นปัญหาหลัก ดังนั้นระบบทำความเย็นและอุปกรณ์ควบคุมรูปทรงจึงเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่จำเป็นต้องมี

2.6 แนวความคิดในการเลือกวัสดุเพื่อบรรจุภัณฑ์

พลาสติก

พลาสติกโพลีเอทิลีน HDPE (High Density Polyethylene) ที่มีค่าความหนาแน่นสูง มีความหนาแน่นประมาณ 0.941-0.965 g / cm³ ไหลเมื่อหลอมเหลว (Melt Flow Rate) ของเนื้อวัสดุขณะหลอมเหลว หน่วยเป็นกรัมต่อ10 นาที การเรียงตัวของโมเลกุลจะมีกึ่งก้านมาก ทำให้แสงผ่านได้น้อยกว่า LDPE และ LLDPE จึงดูขุ่น แต่มีความต้านทานแรงต่างๆ ได้ดี มักใช้งานเป็นถุงพวง Heavy duty เช่น ถุงหิ้วทั่วไป ลัง ถัง ตะกร้า

คุณสมบัติ

- จุดหลอมเหลว Tm ประมาณ 130°C
- มีความทนต่อแรงดึงสูงกว่า LDPE
- เชื่อยต่อปฏิกิริยาเคมี
- ละลายได้ในตัวทำละลายหลายชนิดที่อุณหภูมิ 100°C แต่จะละลายเล็กน้อยที่

อุณหภูมิห้อง

- อุณหภูมิที่ใช้งานได้เป็นระยะนานๆ : Max 100° C
- ทนกรด ต่าง ได้ดี

กระดาษ

กระดาษ เป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลายชนิดอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถ ตัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย มากำหนดสร้างเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ขึ้นมาเป็นถุง เป็นกล่อง พับเป็นซอง-หรือกระป๋องได้หลายวิธี ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติ จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพมากขึ้น โดยการผนึกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์เป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกระทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น ดังเช่น กระดาษเคลือบพิมพ์พลาสติก กระดาษเคลือบซีดีฟิ่ง กระดาษทนน้ำมัน เป็นต้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดทั่วไป ได้แก่

1. กล่องกระดาษแข็งแบบพับ (FOLDING CARTONS)

นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิต สามารถพับเก็บแบนราบได้เมื่อไม่ต้องการใช้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการเก็บและการขนส่ง สามารถพิมพ์สีฉูดฉาดได้หลายวิธีการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงสามารถกระทำให้สวยงามง่ายไม่จำกัดตามกรรมวิธีการพิมพ์มีแบบพับและขนาดมากมายหลายรูปแบบ

กล่องกระดาษแข็งแบบพับ อาจจะให้คำนิยามได้ว่าเป็นภาชนะบรรจุแบบปิด ทำจากกระดาษประเภท BENDING BOARD ที่เหนียวและอัดเนื้อแน่น สามารถตัดและทำรอยพับได้หลายขนาดหลายรูปร่าง พับ ทากาว โดยผู้ผลิต นำมาประกอบเป็นรูปทรง (SET UP) เพื่อการบรรจุและปิดโดยผู้ใช้ กระดาษทำกล่องชนิดนี้ส่วนใหญ่เป็นกระดาษแข็งชนิดบาง แต่มีความเหนียวทนทานต่อการพับไปมา สามารถพับได้ถึง 180 องศา โดยไม่ปริขาด ผิวด้านหน้าของกระดาษมักปรับปรุงคุณภาพ เช่น เคลือบหรือฟอกสีให้เหมาะสมกับคุณภาพการพิมพ์ เช่น กระดาษ CLAY COATED SULFATE PAPERBOARD ดังนั้นกล่องกระดาษแข็งแบบพับเราจึงมักพบเห็นในท้องตลาดในรูปบรรจุภัณฑ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ประเภท ยา อาหาร เครื่องสำอาง เป็นต้น

- กล่องกระดาษแข็งแบบตายตัว RIGID BOXES

บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งโดยปกติมักทำจากกระดาษแข็งประเภท NON – BENDING BARD ที่มีความหนาอยู่ระหว่าง 0.020 นิ้ว ถึง 0.120 นิ้ว กล่องประเภทนี้เป็นกล่องประกอบสำเร็จรูปที่นำสู่ผู้ใช้ในรูปทรงที่พร้อมสำหรับการใช้งานได้ทันที (READY – TO – USE) หรือเป็นส่วนหนึ่งของกระดาษเปล่าที่ผู้ใช้ต้องนำมาประกอบก่อนบรรจุ

รูปทรงอย่างง่าย ๆ ทั่ว ๆ ไป ของกล่องกระดาษแข็งแบบตายตัวคือรูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉากประกอบด้วยโครงสร้าง 2 ชั้น ทำให้แข็งแรงด้วยขอบมุมในแนวตั้ง เนื้อกระดาษทำกล่องชนิดนี้เป็นกระดาษแข็ง-หนา ที่พับแล้วอาจเกิดการปริหรือฉีกขาดได้ง่าย โดยเฉพาะบริเวณรอยพับและรอยต่อของมุมกล่องขนาดใหญ่ซึ่งอาจต้องใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น ผ้าเทป พลาสติก โลหะ ฯลฯ มาประกอบเพื่อยึด เหนี่ยว รั้ง (STAY) เพิ่มความแข็งแรง ในกรณีที่ต้องการตกแต่งกล่องด้านในก็มักจะปิดผนึกด้วยกระดาษเนื้อละเอียด อีกชั้นหนึ่ง ส่วนด้านนอกก็จะห่อหุ้ม (OVER WRAPPED) ด้วยวัสดุตกแต่งต่าง ๆ ปิดบนกล่องกระดาษแข็งอีกก็ได้

ประเภทกระดาษสำหรับกล่อง Off – set

กระดาษที่ใช้ในการผลิตกล่อง Off - set แบ่งได้ 3 ประเภทหลัก คือ

1. กระดาษกล่องเคลือบ / กระดาษกล่องแบ่ง (Duplex board) กระดาษหลายชั้น ผิวหน้าผลิตจากเยื่อฟอกขาว มีสีขาวย ผิวด้านหลังผลิตจากเยื่อกระดาษที่ใช้แล้ว มีสีเทา กระดาษชนิดนี้เหมาะสำหรับการบรรจุสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป
2. กระดาษการ์ด (Card board) เป็นกระดาษหลายชั้นที่ใช้เยื่อเคมีฟอกขาวสำหรับทำชั้นบนและชั้นล่าง ด้านหน้าและหลังมีสีขาวย ส่วนชั้นในมีคุณสมบัติแตกต่างกันออกไป มีการเคลือบผิวหน้ากระดาษให้มีผิวเรียบมัน ถ้าเรียบมันด้านเดียว เรียกว่า การ์ดหน้าเดียว ถ้าเรียบมันทั้งสองด้าน เรียกว่าการ์ดสองหน้า เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการความสวยงาม ดูสะอาด
3. กระดาษดราฟต์ (Kraft board) สำหรับกล่องลูกฟูก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ Kraft line board มักใช้ติดลงบนกล่องลูกฟูก ได้แก่กระดาษดราฟต์ KA, KL, KI และ KS Corrugating medium (CA) ใช้ทำลอนลูกฟูก (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง , 2547 , หน้า 3)

2.7 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

BRISTON AND NEILL (1972:1) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ 2 ประการกว้างๆ คือ

1. การบรรจุภัณฑ์ คือ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีของการเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่งและการขาย
2. การบรรจุภัณฑ์ คือ วิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้อยู่ในสภาพที่เรียบร้อย สมบูรณ์และมีราคาที่เหมาะสม

“กล่องหรือหีบห่อ ที่ทำขึ้นมาเพื่อการเก็บรักษา หรือเพื่อการขนส่ง B”

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการทางตลาดที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการออกแบบสร้างสรรค้ภาพขณะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ (สุดาตวง เรืองจริยะ และปราณี พรรณนาวิเชียร 2529:128)

การบรรจุภัณฑ์ คือ การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า (จรูญ โกสีย์ไกรนิรมล และดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ 2528:109)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกัน และรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิต และหีบห่ออาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆได้อีกหลายอย่าง อาทิเช่น วัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น (ดารณี พานทอง 2524,29)

โดยสรุปแล้วบรรจุภัณฑ์ จึงหมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค

2.8 หน้าที่และความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

อัตราแข่งขันทางการค้าขายในภาวะเศรษฐกิจของโลกปัจจุบัน นับว่าจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งนับว่าเป็นภาวะการณ์หนึ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆตลอดทั้งมีการคิดค้นกลยุทธ์ กลวิธีทางการตลาด (Marketing Strategy) ขึ้นมาอย่างมากมาย โดยมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกัน คือ การได้มาซึ่ง "ความสนใจจากลูกค้า" (Customer' Attention) และเงินตรา ฐานะร่ำรวยทางเศรษฐกิจในที่สุด

ด้วยเหตุดังกล่าว บรรจุภัณฑ์จึงได้รับความสำคัญขึ้นมาเป็นอย่างมากและเป็นองค์ประกอบหลักที่ผู้ผลิตนำมาเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขัน ซึ่งSHIMAGUCHI (1985:19) กล่าวไว้ในหนังสือ PACKAGE DESIGN IN JAPAN. 1 ว่า "ถ้าตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ก็เปรียบเสมือนพระเอก (The Lead) บรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนพระรอง (The Subordinate) ที่นำมาเน้นย้ำการบริหารด้วยตนเอง (Self – Service) เป็นผู้ช่วยขายผลิตภัณฑ์

เพราะสามารถแสดงตัวหรือตราสินค้า (Brand) ต่อผู้ใช้ประจำได้อย่างรวดเร็วและยังพยายามที่จะจูงใจผู้ที่ไม่เคยใช้ให้เกิดความคิด ความสนใจ อยากที่จะทดลองใช้เป็นครั้งแรกอีกด้วย ดังนั้นสินค้าและบรรจุภัณฑ์จึงเป็นของคู่กันมาตลอด ยิ่งสินค้าผลิตภัณฑ์มีการคิดค้นแข่งขันมากเท่าใด การบรรจุภัณฑ์ก็ได้รับการพัฒนาขึ้นตามไปมากเท่านั้น จนกระทั่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญสำหรับสินค้าและการตลาดอย่างจะขาดซึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งมิได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทและหน้าที่ในการตลาด ดังต่อไปนี้คือ

1. การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน (Containment And Protection) บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเฝ้าอำนวยความสะดวกต่อการบรรจุภัณฑ์และการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไว

2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trademark) ชื่อผู้ผลิตลักษณะและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องบ่งชี้เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัดมองหาได้ง่ายตัวอักษรจึงควรมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือแตกต่างกัน ซึ่งนอกจากจะอ่านง่ายต่อการจดจำแล้ว ยังช่วยลดความผิดพลาดในการหยิบฉวยผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการ

3. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Consumer Appeal) การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้นั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆอย่าง อาทิ ขนาด รูปทรง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏเป็นรูปทรงบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้างสิ่งทีประกอบเป็นรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน เช่น ใช้สีแดง ชมพู เขียว ฟ้า กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางหรืออาหาร เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึก สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น

4. เศรษฐกิจ (Economy) บรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทและหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นต้นทุนการผลิต (Production Coast) อีกอันหนึ่งที่ทำให้เกิดผลกำไรแก่ผู้ผลิต เกิดการว่างงาน เกิดการใช้แรงงานตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่างๆ มาสร้างให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่ 4 ประการที่กล่าวมา ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์ได้แก่

- 1) ราคาของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (COST OF PACKAGING MATERIALS)
- 2) ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ (COST OF MANUFACTURING PACKAGE)
- 3) ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง (COST OF STOREGE AND SHIPPING)
- 4) ราคาของเครื่องมือเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตและบรรจุภัณฑ์
- 5) ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง (COST OF ASSOCIATED LABOR)

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ มิใช่เพียงแต่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าเท่านั้น แต่ยังทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนไปอย่างครบวงจร ซึ่งอาจจะดีขึ้นหรือตกต่ำลงก็เป็นได้ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของมวลชนในแต่ละยุคสมัยได้ดีอีกด้วย

2.9 กระบวนการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารสื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางด้านจิตวิทยา (Psychological Effects) ต่อผลอุปโภคบริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดความทรงจำ บุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ การจัดวางรูปตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบของวัสดุ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบตีบุก ฯลฯ ก่อนนำวัสดุต่างๆ เหล่านี้ประกอบกันเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติ อาจจะกระทำได้ 2 กรณี คือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (Label) หรือแผ่นป้ายนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ประเภท RIGID FORMS ที่ขึ้นรูปเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุรูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นี้ ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆ เป็นหลัก

การออกแบบกราฟิกถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญนอกเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง

ทำให้บรรจุภัณฑ์ได้มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และสลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ คือ การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ ลักษณะรูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้เพราะกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับคู่แข่งในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรงและโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยาของปิดผนึก (Pouch) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิกจึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะตน (Brand Image) ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัด ผิดแยกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตาและเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำได้ ตลอดจนหาซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่กระทำมาควบคู่กับโครงสร้างโดยเป็นการนำเอาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ เครื่องหมายการค้า (TRADEMARK) ชื่อยี่ห้อ (BRAND) ข่าวสาร (INFORMATION) ส่วนประกอบวิธีการใช้ และอื่นๆ มาสร้างสรรค์ประกอบรวมกันโดยอาศัยหลักการทฤษฎีทางศิลปะและการออกแบบเข้ามาช่วยให้เป็นสื่อ ที่มีรูปร่างลักษณะต่างๆ ที่สามารถรับรู้ได้ทางสายตา และให้เกิดผลกระทบในเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภค (ประชิด ทิณบุตร . 2531: หน้า 148)

ในการออกแบบกราฟิกนั้น ควรดำเนินไปพร้อมๆ กัน และให้สัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์และรูปลักษณะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งก่อนเริ่มจะออกแบบก็จำเป็นต้องศึกษา ค้นคว้า ทำการสำรวจให้เข้าใจถึงปัจจัยและสภาพของการผลิต การจำหน่ายว่ามีวัตถุประสงค์ตามหลัก Sw2w คือ WHY? WHO? WHEN? WHERE? HOW MUCH? (คือ การออกแบบไปทำไม เพื่อใคร เมื่อไหร่ ที่ไหน อะไร อย่างไร และมูลค่าเท่าไร)

ดังนั้นเมื่อผู้ออกแบบจะเริ่มงานออกแบบ สิ่งสำคัญคือจะต้องนำเอาวัตถุประสงค์ต่างๆ ดังกล่าวมาผสมผสานความคิดกัน เพื่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีสีสันทันและรูปลักษณะที่เหมาะสม การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จึงมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- กำหนดขอบเขตของปัญหา

เป็นขั้นตอนของการตั้งเกณฑ์ และความต้องการของการออกแบบ โดยทั่วไปมักเกี่ยวกับการกำหนดขอบเขตของปัญหา ชื่อเรียกกร็อง ชื่อจำกัด เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลในการนำเสนอ เช่น การประสานความคิดกันระหว่างนักออกแบบ ผู้ขาย ผู้ผลิตร่วมปรึกษากันกำหนดขอบเขตให้แคบเข้า เพื่อหาข้อสรุปเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับรูปแบบการดำรงชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนแนวโน้มความเป็นไปได้ทางการตลาดที่มีต่อสินค้า ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้มีประโยชน์ในการพิจารณาการค้นหานแนวทางออกแบบบรรจุภัณฑ์ในลำดับต่อไป

- การเสนอแนวความคิดเบื้องต้น

เป็นการลำดับความคิดออกมาหลาย ๆ แบบ ด้วยการร่างภาพอย่างหยาบ (ROUGH SKETCHES) โดยอาศัยข้อมูลที่สรุปได้ เพื่อให้ได้แนวความคิดและจินตภาพ (IMAGE) ที่สัมพันธ์กับโครงสร้างของผลิตภัณฑ์และภาชนะบรรจุออกมาหลาย ๆ แบบ ซึ่งอาจร่างภาพได้ทั้งรูด้านและรูปทัศนภาพในมุมมองต่าง ๆ โดยมีการกำหนดรูปร่าง รูปทรง สี สัน การจัดวาง ตำแหน่งของข้อความ ภาพประกอบและอื่น ๆ ไว้อย่างคร่าว ๆ เพื่อศึกษาถึงการใช้นาตแบ่งสัดส่วนบนพื้นที่บรรจุภัณฑ์อย่างไรจึงจะเหมาะสมและให้ผลต่อการมอง ในแต่ละรูปแบบอย่างไรบ้าง ทั้งนี้ก็เพื่อจะได้แบบที่ดีที่สุดไว้พัฒนาลำดับต่อไป

- การพัฒนาและแก้ไขแบบ

เป็นขั้นแบบร่างนำมาพัฒนารูปแบบ มีการขยายรายละเอียดส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ ให้เห็นชัดเจน กำหนดขนาด สัดส่วน สี สัน ตัวอักษร และภาพประกอบ มีการจัดวางตำแหน่งและแสดงความรัก (LAY-OUT GRAPHIC) ให้ใกล้เคียงทำแบบเหมือนจริงให้มากที่สุดเพื่อการนำเสนอให้เกิดการยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้เป็นไปตามลักษณะที่ผู้ผลิตและทีมงานต้องการ ซึ่งขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องมีการทดลองออกแบบเพื่อทดสอบสภาพผลงานมาเป็นลำดับแรกด้วยตนเอง และทีมงานออกแบบเสียก่อน แล้วจึงนำเสนอ

- การวิเคราะห์ผลงานออกแบบ

ผลงานออกแบบกราฟิกที่ปรากฏอยู่บนแผ่นกระดาษอาจมีความเห็นร่วมกันว่าเป็นผลงานที่ดี และทุกฝ่ายพึงพอใจ แต่อย่างไรก็ตามงานออกแบบเพียง 2 มิตินี้ก็ยังมีสิ่งที่ไม่สมบูรณ์และไม่เห็นปัญหาที่แท้จริง ดังนั้นในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจึงต้องจัดทำบรรจุภัณฑ์จำลองรูปทรง 3 มิติเท่าของที่สำเร็จออกมาด้วย เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นเป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนการ

ตัดสินใจนำไปสร้างแบบจริง เช่น การทดสอบ กาจัดวาง การตั้ง การมองในทิศทางต่าง ๆ ความชัดเจนในการอ่านตามสภาพของแสงสีระดับต่าง ๆ การเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และการทดสอบความคิดเห็น ความรู้สึกที่มีต่อแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

-การสร้างต้นแบบเพื่อการพิมพ์

เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้ออกแบบต้องจัดเตรียมต้นฉบับที่สมบูรณ์ด้วยการเขียนแบบและจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ตัวอักษร ข้อความ และภาพประกอบ การกำหนดสี ตัวอย่างสี ตลอดจนคำสั่งต่าง ๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสาร ความเข้าใจกันระหว่างผู้ออกแบบและช่างเทคนิคทางการพิมพ์เพื่อให้ได้ผลพิเศษตามที่ต้องการ เป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์ สามารถนำไปถ่ายเป็นฟิล์มโบรไมด์ (BROMIDE) แยกสี ทำเพลตแม่พิมพ์ที่สวยงามและคมชัด

ดังนั้น ในขั้นตอนสุดท้ายนี้ ผู้ออกแบบจึงต้องระบุนรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตให้ชัดเจน เช่น ชนิดของวัสดุที่ใช้ และ วิธีการพิมพ์ ฯลฯ ทั้งนี้ก็เพื่อสามารถตรวจสอบและควบคุมคุณภาพได้นั่นเอง

- การผลิต

ในขั้นการผลิตจริงนี้ ส่วนใหญ่เป็นหน้าที่การรับผิดชอบของฝ่ายโรงงานหรือโรงพิมพ์ที่ผลิตออกมาให้ตรงตามที่นักออกแบบกำหนดไว้ แต่ถึงอย่างไรผู้ออกแบบจะต้องคอยติดตามดูผลงานที่สำเร็จออกมาจริง โดยทั่วไปแล้วฝ่ายโรงพิมพ์จะผลิตผลงานจริงออกมาส่วนหนึ่งก่อน เพื่อให้ผู้ออกแบบตรวจสอบครั้งสุดท้ายก่อนจะผลิตออกมาจำนวนมาก ๆ ผู้ตรวจสอบดูคุณภาพของผลผลิต เช่น ความชัดเจน คุณค่าของสี ความประณีตและคุณภาพการพิมพ์ การตัด-ฉลุ และอื่น ๆ ก็กำหนดไว้ว่าเป็นไปตามมาตรฐานหรือความต้องการหรือไม่ซึ่งในขั้นนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้เช่นกัน เช่น การแก้ไขให้เข้มหรืออ่อนลง การลดเปอร์เซ็นต์ของสี เป็นต้น ส่วนการแก้ไขเพลตแม่พิมพ์ใหม่เพิ่มหรือลดนั้นมักไม่ทำกันเพราะนั่นหมายถึงต้นทุนการผลิตจะเพิ่มสูงขึ้นและยังหมายถึงการขาดของประสิทธิภาพในกระบวนการออกแบบอีกด้วย (ประชิด ทิณบุตร . 2531 : หน้า 86-155)

2.10 ระบบการพิมพ์ (The Printing Process)

การสร้างงานลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อการปองชี้เอกลักษณ์เฉพาะผลิตภัณฑ์จะต้องลงอยู่โดยอาศัยเทคนิค และกรรมวิธีทางการพิมพ์เข้ามาช่วย

ดังนั้น เมื่อกระบวนการกำหนดโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิกบรรจุกฎเกณฑ์ผ่านการลงมติเป็นที่ยอมรับระหว่างผู้ออกแบบและผู้ผลิตแล้ว จึงต้องมีการเลือกกระบวนการพิมพ์บรรจุกฎเกณฑ์ที่เหมาะสมกับโครงสร้างและความต้องการทางคุณภาพของผลงานด้วย เช่น บรรจุกฎเกณฑ์ทรงกลม อาทิ ขวดน้ำอัดลม ขวดแชมพูสระผม ต้องป้องกันการหลุดลอกของสีจากความเปียกชื้นระบบการพิมพ์ที่เหมาะสม จึงต้องใช้วิธีการพิมพ์ ซิลค์สกรีน (Silk Screen) โดยพิมพ์สีลงบนผิวของงานกราฟิก ลงบนผิวบรรจุกฎเกณฑ์โดยตรง เพราะภาชนะบรรจุกฎเกณฑ์มีผิวโค้ง เป็นต้น

การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์สกรีนเป็นระบบที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันที่เราต้องคลุกคลี พบเห็นอยู่เป็นประจำ ในรูปแบบที่อยู่บนวัสดุ สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ผ้า ไม้ พลาสติก ซึ่งมีอยู่หลายชนิด ตลอดจน โลหะ แก้ว เครื่องปั้น ลูกระจก การพิมพ์สกรีนสามารถทำได้ทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้การพิมพ์สกรีนยังสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุรูปทรงต่างๆ ที่การพิมพ์ระบบอื่นไม่สามารถทำได้ เช่น รูปทรงกระบอก แบน โค้ง รูปทรงแปลกๆ ผิวเรียบ

การพิมพ์สกรีน การพิมพ์สกรีนได้แทรกตัวอยู่ในวงการอุตสาหกรรมแทบทุกวงการและหนึ่งในนั้นคือ การบรรจุกฎเกณฑ์ เรียกได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ได้บรรจุกฎเกณฑ์ที่สมบูรณ์แบบ จะเห็นได้ว่า การพิมพ์สกรีนนั้นสามารถทำได้หรือเริ่มต้นได้แม้การลงทุนในขั้นต่ำ

การพิมพ์สกรีนนั้นมีหลักการเริ่มต้นที่ว่า ปาดหมึกให้ไหลผ่านผ้าสกรีน ซึ่งทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์ในลอน โปลีสเตเตอร์ หรือเส้นใยโลหะที่มีการทำลวดลาย หรือการทำแม่พิมพ์บนสกรีนให้หมึกไหลผ่านออกไปเกาะบนวัสดุที่ต้องการพิมพ์ เพื่อให้ภาพหรือลวดลายที่มีสีสันสวยงาม ดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น ให้เกิดความพอใจที่จะซื้อหาไว้เป็นสมบัติของตน นั่นคือ เทคนิคหลักการที่จะต้องศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานที่ดีเป็นที่น่าพอใจ

การพิมพ์ซิลค์สกรีนก็คือ การใช้ผ้าไหม (Silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการนี้โดยเฉพาะ นำมาซึ่งให้ตั้งบนกรอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (Screen) ปิดกั้นส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพให้ทับตัน และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกั้นบนผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน แคลแลคซ์ พิล์ม ตลอดจนจนถึงการใช้และน้ำยาไวแสงปิดกั้น และเมื่อนำแผ่นพิมพ์ไปวางทาบบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติ หรือแผ่นเรียบที่มีพื้นผิวเรียบไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลงบนแม่พิมพ์ใช้ยางปาด (Squeegee) ที่ผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์

ทะลุออกไปติดบนพื้นรอบรับ ซึ่งก็ได้ภาพพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก หรือกระป๋องโลหะ ที่ผ่านการขึ้นรูปสำเร็จมาแล้ว

จากระบบการพิมพ์ต่างๆที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีระบบและเทคนิคการพิมพ์ที่จะนำมาใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีเพียงกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ในปัจจุบันนับว่ามีการพัฒนาที่ก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆที่ถูกคิดค้นขึ้นมามากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นไปในกระบวนการพิมพ์หลัก 4 ประการ หรือการประสานกันในเทคนิคกรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ต (Ink Jet Printing) เป็นการพิมพ์ด้วยการยิงหมึกออกมาเป็นจุดประกอบตัวอักษร และข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาแทน การพิมพ์แบบ Stencil และ Silk Screen การพิมพ์ระบบแพด (Pad Transfer Printing) ก็เป็นการประสานหลักการระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซตซิลค์สกรีนและฟเลกโซ เพื่อให้สามารถพิมพ์บนวัสดุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น (ประชิด ทิถบุตร, หน้า 156-169)

การพิมพ์ระบบออฟเซต

การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต เป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบันระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันอย่างแยกไม่ออก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์รายเดือน โปสเตอร์ โฆษณา แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซต มีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เพรสซึ่งล้าหลังไป งานออฟเซตสามารถให้คุณค่าของงานพิมพ์ได้สูง เนื่องจากมีการผสมของเม็ดสกรีนได้อย่างละเอียด

หลักการพิมพ์ในระบบนี้แตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรสโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ

1. แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบที่จะเป็นตัวคุณ
2. แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลางคือ ฝ้ายางแบลงเค็ท แล้ว

จึงลงไปบนกระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เพรส

3. การที่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพ (ที่ต้องรับหมึก) และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ (ที่จะรับหมึกไม่ได้) อยู่ระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้น รับหมึกและถ่ายทอดไปยังแบลงเค็ท ซึ่งทำได้โดยการใช้สำเนาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพไว้แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำ) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

2.11 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์นับว่ามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภคและกระแสโลกาภิวัตน์กระตุ้นให้รัฐต้องออกกฎหมายมาควบคุม ในการวิจัยครั้งนี้จะได้ศึกษากฎหมายและข้อบังคับที่มีความสำคัญต่อวงการบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งแหล่งที่จะค้นหารายละเอียดข้อมูลเหล่านี้

2.11.1) พระราชบัญญัติ มาตรการชั่ง ตวงวัด พ.ศ.2466

พ.ร.บ.ฉบับนี้ร่างขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคตามปริมาณที่กำหนด ซึ่งจะได้ผลดีเพียงใดขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ประกอบการในการดูแลเอาใจใส่ ในการบรรจุสินค้าของตนเองให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยครอบคลุมสินค้าที่ผลิตแล้วจัดจำหน่ายภายในประเทศ และยังรวมถึงการชั่งตวงวัดจะต้องได้รับใบรับรอง ส่วนหน่วยที่แสดงปริมาณของสินค้าตามมาตราชั่งตวงวัดควรใช้ระบบเมตริก และตัวเลขที่ใช้สามารถใช้ตัวเลขอารบิกหรือตัวเลขไทยได้ ขนาดของตัวเลขและตัวอักษรที่ใช้ต้องไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

นอกจากนี้ ในประกาศกระทรวงพาณิชย์ฉบับล่าสุดคือ ฉบับที่ 13 ปีพ.ศ. 2539ได้กำหนดให้สินค้าบางประเภทบรรจุสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ระบุอยู่ในบัญชีท้ายประกาศดังกล่าว ประกอบด้วย อาหารปรุงแต่ง เครื่องดื่ม และน้ำส้มสายชู โดยมีรายละเอียดดังนี้

- น้ำปลา ขนาดบรรจุเป็นมิลลิเมตร (มล.) มีขนาด 100, 200, 250, 300, 500, 530, 700, 750, ส่วนขนาดบรรจุต่ำกว่า 100 มล. และสูงกว่า 750 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ
- น้ำซีอิ๊ว ขนาดบรรจุเป็นมิลลิเมตร (มล.) มีขนาด 100, 200, 250, 300, 500, 530, 620, ส่วนขนาดบรรจุต่ำกว่า 100 มล. และสูงกว่า 620 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ
- น้ำซอส ขนาดบรรจุเป็นมิลลิเมตร (มล.) มีขนาด 100, 150, 200, 300, 600, 700, ส่วนขนาดบรรจุต่ำกว่า 100 มล. และสูงกว่า 700 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ
- น้ำส้มสายชู ขนาดบรรจุเป็นมิลลิเมตร (มล.) มีขนาด 100, 200, 250, 300, 530, 700, 750, ส่วนขนาดบรรจุต่ำกว่า 100 มล. และสูงกว่า 700 มล. ไม่กำหนดขนาดบรรจุ (ฝ่ายตรวจสอบสินค้าหีบห่อ กองชั่งตวงวัด ม.ป.ป.)

2.11.2) พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกฎหมายอื่นๆที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจนั้น เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องผู้ประกอบการธุรกิจต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินทางแพ่งก็เป็นภาระและเสียค่าใช้จ่ายมาก ทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตัวเองได้

1) สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อ ดังนี้

- สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

- สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ โดยปราศจากการผูกขาด

- สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือการบริการ

- สิทธิที่จะได้รับชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือการบริการ

2) องค์กรของรัฐตาม พ.ร.บ. องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น 2 ด้านใหญ่ คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) และต่างก็มีคณะกรรมการย่อยลงไปอีก เพื่อสอดส่องดูแล รับเรื่องราวทุกข์ และพิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆ

3) การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า ความหมายของฉลากสินค้าตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 255 กำหนดให้หมายถึง รูป รส รอยประดิษฐ์ กระดาษ หรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้า และหมายถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้าพร้อมทั้งป้ายที่ติดตั้ง หรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น

ส่วนสินค้าควบคุมฉลากจากต่างประเทศที่นำมาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็นข้อความภาษาไทย มีความตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อพร้อมทั้งสถานที่ประกอบการของผู้ได้รับอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้น และต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตามประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า สินค้าที่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลาก มีดังนี้

1. สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ เนื่องจากการใช้สินค้า โดยสภาพของสินค้านั้น เช่น ภาชนะพลาสติก เตารีด-เต้าเสียบเครื่องใช้ไฟฟ้า หลอดฟลูออเรสเซนต์ เครื่องตัดวงจรไฟฟ้า

2. สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น เช่น สีส้ม อาหาร สมุดปากกา ลูกกลิ้ง ภาชนะกระดาษที่ใช้กับอาหาร กระดาษเช็ดหน้า กระดาษชำระ เป็นต้น

3. สินค้าที่ยังไม่มีกฎเกณฑ์อื่นใดมาควบคุม

2.11.3) พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมหรือที่รู้จักกันในนาม "สมอ" เป็นหน่วยงานระดับกรมสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 จึงนับได้ว่า สมอ. เป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติโดยมีหน้าที่หลักคือ การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองคุณภาพและการรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่เป็นตัวกลางกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งโลก เช่น องค์กรค้าระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization For Standardization) หรือที่รู้จักกันแพร่หลายว่า ISO องค์กรค้าโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่นๆ

การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีอยู่มากมายนั้นทาง สมอ. มีระบบการจัดหมวดหมู่เป็นไปตามที่ ISO ได้พัฒนาขึ้นมีชื่อว่า (International Organization for Standardization) หรือเรียกย่อว่า ICS และประกาศใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 โดยแยกหมวดหมู่สาขาวิชาเป็น 40 สาขา แต่หมายเลขไม่ได้เรียงกัน โดยมีสาขาการบรรจุหีบห่อและการแจกจ่ายสินค้าอยู่สาขาที่ 55 ส่วนเทคโนโลยีอาหารอยู่ในสาขาที่ 67

1) ความหมายของมาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคือ ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด เครื่องหมายมาตรฐานเหล่านี้จะเป็นหลักฐานของทางราชการและเป็นเครื่องพิสูจน์หรือบ่งชี้ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทำขึ้นได้มาตรฐาน เครื่องหมายการค้าจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือในสินค้าและธุรกิจ ข้อที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับ ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอได้ตลอด สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดำเนินกำหนดมาตรฐาน อันเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าไทยทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ และเพื่อประหยัดทรัพยากรพร้อมทั้งลดต้นทุนการผลิต

2) วัตถุประสงค์ของการมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความเชื่อถือผลิตภัณฑ์ที่ทำในประเทศด้วยการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น
2. เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย ชักذبปัญหาและอุปสรรคทางการค้าต่างๆ
3. เพื่อสร้างสวัสดิภาพความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน
4. เพื่อให้เกิดความประหยัดทรัพยากร และค่าใช้จ่ายในการใช้งานและการผลิต
5. เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมต่อเนื่องและประสานกันได้อย่างดี

เมื่อผู้ประกอบการรายใดที่ต้องการแสดงเครื่องหมายมาตรฐานหรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาต เมื่อสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตรวจสอบโรงงานและผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งมี 2 แบบดังนี้

1. เครื่องหมายมาตรฐานเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั่วไป เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น
2. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับผลิตภัณฑ์ใดที่กำหนดไว้ว่าเป็นมาตรฐานบังคับ ผู้ผลิตผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจะต้องผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น โดยมีเครื่องหมายมาตรฐานบังคับแสดง เช่น ผงซักฟอก ดังก้าขบิโตเลียม บัลลาสต์สำหรับหลอดฟลูออเรสเซนต์ เหล็กเส้นเสริมคอนกรีต (ปูน และคณะ, 2541 :312)

องค์กรที่รับผิดชอบพระราชบัญญัติเกี่ยวกับบรรจภัณฑ์

พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับบรรจภัณฑ์รับผิดชอบโดยองค์กรต่อไปนี้

1. สำนักงานกลางซึ่งตวงวัด กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์
2. คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
3. คณะกรรมการผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี
4. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม

หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับบรรจภัณฑ์นอกเหนือจากองค์กรที่รับผิดชอบต่อพระราชบัญญัติทั้ง 4 ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นยังมีองค์กรทั้งสองของราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบรรจภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

1. ส่วนอุตสาหกรรมการเกษตร สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริม

อุตสาหกรรม มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางเทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมการเกษตร เน้นการแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากพืช เพื่อกำหนดและพัฒนา ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีตามสภาวะการตลาด ประสานงานจัดหาผู้เชี่ยวชาญการเฉพาะด้าน เพื่อฝึกอบรมสัมมนา และให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงเทคนิคการผลิต ตลอดจนการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมและข้อมูลเกี่ยวข้องแก่สถานประกอบการผลิต บุคลากรในระดับต่างๆในสถานประกอบการ

2. ส่วนบรรจุภัณฑ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีหน้าที่ ให้บริการแนะนำ ส่งเสริมและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการกลุ่มบุคคล และกลุ่มทั่วไปที่ให้ความ สนใจในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ทั้งทางด้านวิชาการ ด้านเทคโนโลยี การออกแบบ และ อื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการต่างๆทั้งการฝึกอบรม สัมมนา นิทรรศการ และจัดการประกวด

3. ศูนย์บริการการออกแบบ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมการส่งออกในสภาพเศรษฐกิจ ปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันทางการขายอย่างต่อเนื่อง ทุกประเทศจำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์ ทางด้านการค้าให้ทันต่อเหตุการณ์และสภาพการแข่งขันประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการ พัฒนาตัวสินค้า เนื่องจากคุณภาพ และค่าแรงต่ำไม่ใช่สิ่งจูงใจและซื้อได้เปรียบอีกต่อไป ใน กระแสโลกาภิวัตน์ ดังนั้น สมควรนำการออกแบบมาเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าสำหรับการ ส่งออก รัฐบาลไทยได้เห็นความสำคัญข้อดีจึงได้จัดตั้งศูนย์กลางบริการการออกแบบเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2533 เพื่อมุ่งมั่นพัฒนาการออกแบบสินค้าส่งออกสำคัญ 4 ชนิด คือ เครื่องหนัง อัญมณี ผลิตภัณฑ์พลาสติก และของเด็กเล่น

4. ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย นโยบายหลักของศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย ดังนี้

- สนับสนุนนโยบายการบรรจุภัณฑ์ของประเทศ
- เสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กรเพื่อสนองความต้องการของผู้ประกอบการ
- รวบรวม แลกเปลี่ยน และบริการข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์
- ประสานงานระหว่างผู้ผลิต และผู้ใช้ทั้งในและต่างประเทศ

5. สถาบันคั้นคว่ำและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันคั้นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (Institute of Food Research and Product Development หรือ IFRPD) จัดตั้งขึ้นเมื่อ 30 กันยายน พ.ศ. 2511 โดยแบ่งการบริหารงาน 7 ฝ่าย และ 1 ศูนย์ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร และธุรการทั่วไป ฝ่ายคั้นคว่ำและวิจัย ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ฝ่าย

ผลิตทดลอง ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ฝ่ายศึกษาสาธิต ฝ่ายวิศวกรรม ศูนย์บริการประกันคุณภาพ ทางด้านอาหาร

นอกจากองค์กรของรัฐทั้ง 5 แล้วตามมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีการเปิดสอนวิชาทางด้าน บรรจภัณฑ์ และเทคโนโลยีทางการอาหาร มีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่สามารถให้ คำปรึกษา ทดสอบ พร้อมทั้งให้คำแนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรจภัณฑ์อาหารได้องค์กรเอกชนที่ ให้การส่งเสริมการบรรจภัณฑ์อาหาร

1. สมาคมการบรรจภัณฑ์ไทย

วัตถุประสงค์ของสมาคม มีดังนี้

- 1) ส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบการเกี่ยวข้องกับบรรจภัณฑ์
- 2) ส่งเสริมและเผยแพร่วิชาการที่เกี่ยวข้องกับบรรจภัณฑ์ทุกประเภท
- 3) เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ
- 4) ติดต่อประสานงานกับสมาชิก เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมบรรจภัณฑ์ให้ก้าวหน้า

2. สถาบันอาหาร

สถาบันอาหารได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2539 ในรูปแบบองค์กรอิสระภายใต้การกำกับดูแล ของกระทรวงอุตสาหกรรม แต่การบริหารงานไม่ผูกพันกับกฎระเบียบการปฏิบัติของทางราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ โดยมีหน้าที่สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารใน 3 ด้านคือ

- 1) การบริการวิชาการ
- 2) การเผยแพร่บริการข้อมูลข่าวสาร
- 3) การบริการทดสอบ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์อาหาร

3. สถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถาบันสัญลักษณ์ รหัสแท่งไทย (EAN THAILAND) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2536 โดยสภาอุตสาหกรรมแห่ง ประเทศไทย เนื่องจากตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงของระบบธุรกิจแบบโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้น จึง ได้พยายามนำระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ทันสมัย เรียกว่า ระบบสัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar Code) มาช่วยส่งเสริมและพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้สะดวกในการใช้งานที่รวดเร็ว ถูกต้อง และสอดคล้อง กับบริษัทในต่างประเทศ เพื่อเป็นไปตามนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ขณะนี้ประเทศไทยมีรหัสประจำหมายเลข 885 ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าไทย ในตลาดต่างประเทศ โดยผู้ซื้อ ผู้ขาย หรือนักธุรกิจจะสามารถตรวจสอบได้ว่า 885 เป็นสินค้าของ ประเทศใด หรือถ้าสินค้าตัวนี้ขายดีขึ้นมา ก็จะรู้ว่าสินค้าตัวนี้มาจากประเทศไทย (Made in

Thailand) และค้นหาบริษัทผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายได้ จึงทำให้สะดวกในการขยายช่องทาง การตลาดได้โดยง่าย (วารสารอุตสาหกรรม ฉบับเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม 2546)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ในบ้านเรายังมีน้อยกว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว กฎหมายที่ออกส่วนใหญ่จะเป็นกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ผลิต เช่น พระราชบัญญัติตราชั่งตวงวัด พ.ร.บ. อาหาร พ.ร.บ. คุ้มครองผู้บริโภค ส่วน พ.ร.บ. มาตรฐาน อุตสาหกรรม เป็นกฎหมายที่พยายามรักษาระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมอาหารเพื่อคุ้มครอง ผู้ประกอบการการแปรรูปอาหาร ให้ผลิตอาหารคุณภาพไม่ต่ำกว่าที่ได้กำหนดไว้

3. เอกสารเกี่ยวกับสุนัขและแมว

3.1 การให้อาหารสุนัขและแมว

อาหารที่เหมาะสมกับสุนัขและแมวนั้นมีความสำคัญต่อการมีสุขภาพดีและการใช้ชีวิต อย่างมีความสุข เวลาอาหารคือช่วงเวลาที่เราสร้างความพึงพอใจสำหรับสุนัขและแมว และยังเป็น การช่วยกระตุ้นให้สัมพันธ์ภาพระหว่างคนกับสัตว์เลี้ยงเหนียวแน่นขึ้น อาหารที่สมมูลนั้นเช่นเดียวกับเจ้าของ สัตว์เลี้ยงต้องการอาหารที่มีสมมูลที่ดี ซึ่งประกอบไปด้วย โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต รวมถึงวิตามินและเกลือแร่อีกหลายหลากชนิด อยู่ในปริมาณที่ ถูกต้องเพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีร่างกายที่อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุด สารอาหารเหล่านี้ไม่เพียงต้องมีใน ปริมาณที่เหมาะสมเท่านั้น แต่จะต้องมีส่วนในแต่ละอย่างอย่างพอเหมาะ เพื่อให้สารอาหาร เหล่านั้นเป็นสารอาหารที่ครบถ้วนและสมดุล อาหารที่เป็นเนื้อแดงเพียงอย่างเดียวไม่เหมาะสม สำหรับสัตว์เลี้ยง

3.2 พฤติกรรมการกินของสุนัขและแมว

- สุนัขโตเต็มวัย เมื่ออายุมากขึ้น ความต้องการอาหารก็ลดลง ถ้าให้มากก็จะทำให้อ้วน ซึ่งทำให้เปลืองค่าใช้จ่ายและสุนัขจะอายุสั้น จึงควรลดจำนวนอาหารในระยะนี้ เมื่อสุนัขโตเต็มที่ ให้อาหารที่มีคุณภาพเพียงวันละครั้งก็พอเพียงแล้ว สูตรอาหารมาตรฐานที่ง่ายต่อการเตรียม และ มีคุณค่า ได้แก่ สูตรเนื้อมัด 30 ส่วน ข้าว 35 ส่วน ผักต้ม 27 ส่วน ไขมัน 4 ส่วนวิตามินและเกลือแร่ 1 ส่วน ยีสต์ผงหรือเม็ด 3 ส่วน ผสมอาหารสูตรนี้โดยน้ำหนัก ทำให้สุก ให้กินเวลาเดียวกันทุกวัน ตามความสะดวกของผู้เลี้ยง ควรให้อาหารตอนเย็นเป็นเวลาที่ดีที่สุด เพราะจะทำให้สุนัขไม่ ระบายเวลากลางคืน ถ้าให้อาหารไม่มีคุณภาพ และจำนวนน้อยเกินไปจะทำให้สุนัขมีขนหยาบไม่ เป็นเงา รูปร่างผอม ความต้านทานโรคน้อย ควรให้สุนัขมีโอกาสแทะกระดูก เพื่อรักษาฟันให้ แข็งแรง และสะอาด กระดูกที่ให้ไม่ควรเป็นกระดูกที่เคี้ยวแล้วแตกละเอียดเช่น

กระดุกไก่ หรือปลา เพราะอาจจะทำอันตรายต่อลำไส้ของสุนัข นมก็เป็นอาหารที่สำคัญมาก สำหรับลูกสุนัข แต่ไม่จำเป็นสำหรับสุนัขที่แข็งแรงแล้ว อย่าพยายามให้อาหารมากเกินไปเร่งให้สุนัขโต เพราะจะมีผลเสียทำให้รูปร่างไม่ได้สัดส่วนเมื่ออายุมากขึ้น สำหรับสุนัขป่วยควรให้อาหารทีละน้อย แต่ให้บ่อยขึ้น ไซติบ เนื้อบด นม และวิตามินเสริม เป็นอาหารที่มีประโยชน์มากต่อสุนัขป่วยและสุนัขตั้งท้อง สำหรับภาวะที่ใส่อาหารให้สุนัข ควรแยกอาหาร และน้ำจากกัน ภาวะนี้ต้องหมั่นพอสสมควร เพื่อไม่ให้เสียนหรือคว่ำ ได้ง่ายขณะสุนัขกินอาหาร และควรทำความสะอาดชามทุกครั้งที่สุนัขกินเสร็จ อย่าทิ้งเศษอาหารไว้ในชาม เพราะจะทำให้สุนัขคิดว่ามันสามารถกินอาหารได้ตลอดเวลา อันจะเป็นการเพาะนิสัยที่เสีย ควรให้อาหารตรงเวลาและหัดให้สุนัขกินในช่วงเวลานี้เท่านั้น อย่าให้สุนัขกินอาหาร หรือรับอาหารจากผู้อื่น หรือกินอาหารที่ตกอยู่ตามพื้น ทั้งหมดนี้สำคัญมาก เพราะจะช่วยให้สุนัขรอดพ้นจากการถูกวางยา สำหรับการเลี้ยงสุนัขในประเทศไทยปัจจุบันนี้ถ้าผู้เลี้ยงซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขที่ขายเป็นส่วนใหญ่ ก็จะได้คุณค่าอาหารเพียงพอ ซึ่งมีทั้งแบบเม็ดและแบบเปียก หรือเนื้อจริง ๆ แต่บางครั้งถ้านำมาให้สุนัขกินทันที สุนัขอาจจะไม่กินเพราะไม่เคยชินจึงต้องมีการฝึกหัดการกินก่อน โดยการผสมอาหารสำเร็จรูปจำนวนเล็กน้อยก่อนลงไปให้อาหารเดิม

ที่ใช้เลี้ยงสุนัขอยู่ก่อน เมื่อเห็นว่าสุนัขไม่สงสยก็เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนสุนัขกินอาหารสำเร็จรูปล้วน ๆ บางท้องที่ถ้าอาหารสำเร็จรูปหาซื้อยาก ก็ควรใช้อาหารไก่สำหรับไก่ไข่ โดยนำมาต้มเล็กน้อย เพิ่มเนื้อ และผักต้มลงไปก็พอจะใช้ได้

- ลูกสุนัข ลูกสุนัขนั้นเหมือนคน ซึ่งมีความต้องการอาหารที่แตกต่างกันตามช่วงอายุ แต่แยกหน่วยที่แต่ละช่วงชีวิตของสุนัขนั้น เราเห็นและแยกแยะได้ไม่ชัดเจนนัก แต่เพราะว่าลูกสุนัขนั้นจะบอกเราก็ไม่ได้ว่าเค้าอยากกินอะไรและเมื่อไหร่ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของพวกเราที่จะต้องรับผิดชอบในตัวเค้าในฐานะที่เป็นเจ้าของสุนัข ที่จะต้องรู้จักเรียนรู้และทำความรู้จัก กับช่วงชีวิตของเค้า หรือบรรดาเหตุการณ์ที่จะต้องสนองตอบเค้าด้วยอาหารที่ให้เค้าด้วยความถูกต้องและครบถ้วนสารอาหาร

ช่วงชีวิตของสุนัขที่ถือว่ามีความสำคัญและคุณจะต้องดูแลเอาใจใส่เขาอย่างใกล้ชิดให้เค้าได้รับสารอาหารอย่างถูกต้อง และเพียงพอ ลูกสุนัขนั้นต้องการสารอาหารพื้นฐานเช่นเดียวกับสุนัขโต แตกต่างกันไปเพียงอาหารสำหรับลูกสุนัขนั้น จะต้องย่อยง่าย ให้พลังงานสูง และมีปริมาณโปรตีนสูง สำหรับการพัฒนาร่างกาย และต้องมีสัดส่วนของ แคลเซียมกับฟอสฟอรัสที่พอเหมาะด้วย

และเนื่องจากว่ากระเพาะอาหารของลูกสุนัขนั้นมีขนาดเล็ก เขาควรได้รับอาหารเป็นมื้อเล็กๆ และแบ่งเป็นหลายๆ มื้อเพื่อให้เขาได้รับสารอาหารเพียงพอกับที่ร่างกายต้องการด้วย ลูกสุนัขที่กำลังโต จะต้องการพลังงานสำหรับการเจริญเติบโต เมื่อเทียบกับสุนัขโตแล้วในน้ำหนักขนาดเดียวกัน ประมาณสองถึงสามเท่า ในสุนัขขนาดเล็กนั้นจะมีน้ำหนักเทียบเท่าสุนัขโตเมื่ออายุได้ประมาณ 6-9 เดือน ในขณะที่สุนัขพันธุ์ใหญ่นั้น จะต้องใช้เวลาประมาณ 18-24 เดือน จึงจะมีน้ำหนักได้ตามเกณฑ์ของสุนัขโต ในท้องตลาดตอนนี้มีอาหารเฉพาะ สำหรับสุนัขพันธุ์เล็กแล้ว (เป็นอาหารสำหรับสุนัขพันธุ์เล็กที่มีอายุตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป) เพื่อเขาได้เติบโตไปอย่างที่ควรเป็น สุนัขแต่ละสายพันธุ์ก็จะมีความต้องการไม่เหมือนกัน โดยทั่วไปแล้วเมื่อสุนัขนั้นมีอายุได้ 7 หรือ 8 ปี เค้าน่าจะเริ่มปรับให้เขากินอาหารเป็นมื้อเล็กลงแต่บ่อยครั้งขึ้นแทนที่จะให้กินเป็น มื้อเดียวใหญ่ๆ เพื่อจะได้ไม่เป็นการบั่นทอนระบบการย่อยอาหารของเค้า คุณสามารถเลือกให้อาหารสำหรับสุนัขที่มีอายุมาก โดยเฉพาะ ซึ่งจะเป็นทางเลือกที่ง่ายและมั่นใจได้ว่าเขาได้รับสารอาหารครบถ้วนและสมดุลเหมาะสมตามความต้องการของเขา

- สุนัขพันธุ์เล็ก จากการสังเกตคุณคงพอทราบว่า สุนัขพันธุ์เล็กทั้งหลายต้องการพลังงานต่อน้ำหนักมากกว่าพันธุ์ใหญ่ ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะอัตราการเผาผลาญอาหารจะสัมพันธ์กับพื้นผิวร่างกายทั้งหมด และเนื่องจากสุนัขพันธุ์เล็กจะมีสัดส่วนพื้นผิวร่างกายเทียบกับน้ำหนักตัวที่สูงกว่าสุนัขพันธุ์ใหญ่ จึงต้องการพลังงานต่อน้ำหนักตัว (ปอนด์หรือกก.) ที่มากกว่าด้วย นอกจากนี้สุนัขพันธุ์เล็กจะมีกระเพาะเล็กกว่า จึงรับอาหารได้ในปริมาณจำกัด อาหารสุนัขที่เหมาะสมกับสายพันธุ์นี้จึงควรมีแคลอรีสูงกว่า และระดับความเข้มข้นของสารอาหารมากกว่า ความสามารถในการย่อยได้มากก็เป็นปัจจัยที่ไม่ควรมองข้าม จึงควรเตรียมอาหารที่มีสารอาหารเหมาะสมโดยแบ่งเป็นมื้อเล็กๆ รูปร่างและขนาดของเม็ดอาหารก็ควรเหมาะสมกับขนาดปากเล็กๆ ของสัตว์เพื่อช่วยให้เคี้ยวง่าย

- แมวโต เมื่อโตเต็มที่แล้วร่างกายย่อมต้องการพลังงานน้อยลงจึงไม่ต้องการอาหารมากนัก เพราะถ้ากินมากก็จะทำให้มีน้ำหนักตัวมากหรืออ้วนเกินไป ซึ่งควรให้อาหารน้อยลง โดยหลักการแล้วอาหารสำหรับแมวโตต้องย่อยง่าย วิตามิน เนื้อที่ไม่มีพังคืด อาหารที่ไม่มีไขมันหรือน้ำตาลที่จะทำให้อ้วน พวกแป้ง วิตามิน รวมทั้งแร่ธาตุต่าง ๆ เพื่อบำรุงร่างกายปริมาณที่ให้ก็ไม่ควรมากเกินไป เพราะแมววัยนี้แล้วไม่กระฉับกระเฉง การวิ่งเล่นออกกำลังกายย่อมน้อยลงตามอายุ กินนอนไม่ได้ใช้พลังงานมากนัก ระบบย่อยอาหารและขับถ่ายเริ่มอ่อนประสิทธิภาพ ฉะนั้นอาหารที่กินเข้าไปมาก ๆ นอกจากจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แล้วยังทำให้เกิดโทษ เช่น แน่นท้องและ

ท้องอืดได้ การให้อาหารจึงควรลดจำนวนอาหารเหลือเพียง 2 มื้อ คือเช้าและเย็นก็พอ ที่สำคัญคือ ควรฝึกให้แมวกินอาหารเป็นเวลา ไม่ควรทิ้งอาหารไว้ในจานให้แมวกินตลอดทั้งวัน เพราะเป็นการ เสียนิสัย อาหารอาจมีแมลงวันตอมนำเชื้อโรคมารื้อ หรืออาหารบูดเสีย ทำให้แมวท้องร่วงได้

- ลูกแมว ควรให้ลูกแมวกินนมแม่ไปตลอดจนกว่าจะหย่านมไปเอง ไม่ควรให้ลูกแมว หย่านมเมื่ออายุต่ำกว่า 45 วัน เพราะจะทำให้สุขภาพของแมวไม่สมบูรณ์ในภายหลังได้ อย่างไรก็ตาม หลังจากหย่านมยังเป็นอาหารที่สำคัญและจำเป็นต่อลูกแมวก่อนที่อายุจะเลยเก้าเดือนไปแล้ว อาหารอย่างอื่นจึงจะสำคัญและจำเป็นกว่า แต่ควรให้แมวกินนมวันละครั้งหรือเป็นครั้งคราว และต้องคอยสังเกตว่าแมวมีอาการท้องร่วงท้องเสียจากการกินนมหรือไม่ ถ้ามีควรงด ลูกแมวอายุ ประมาณ 3 เดือนควรตั้งต้นให้กินอาหารเนื้อได้แล้ว แต่ควรเป็นเนื้อที่สับละเอียดและให้เพียง เล็กน้อย ลูกแมวอายุ 5 ถึง 7 อาทิตย์แล้วแม่แมวให้นมลูกควรจัดให้กินวันละ 4 มื้อ พออายุ 7 ถึง 12 อาทิตย์ลดลงเหลือ 3 มื้อ ถ้าลูกแมวกำพ้อโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ยังไม่หย่านม ต้องการการดูแล อย่างใกล้ชิด หากไม่สามารถนำไปให้กินนมแม่แมวตัวอื่นได้ก็ต้องชงนมให้กินแทนนมแม่ ซึ่งควร ระวังเกี่ยวกับความสะอาดและคุณภาพของนมเป็นสิ่งสำคัญ เพราะอาจทำให้ลูกแมวเกิดติดเชื้อ จากนมที่สกปรกนมบูด ทำให้ท้องร่วงถึงตายได้ นมที่ใช้เลี้ยงลูกแมวกำพ้ออาจใช้นมผงเลี้ยงทารก นมวัวสด หรือนมสเตอ.เอช.ที ผสมน้ำและวิตามิน นำมาอุ่นอุณหภูมิประมาณ 98-100 องศา ฟาเรนไฮต์ หรือ อังพอนุ่นมือจับได้กรอกใส่ขวดยางบ้วนลูกแมว ส่วนลูกแมวที่กำลังโตหรือหย่านม แล้วผู้เลี้ยงสามารถจัดอาหารให้กินน้อยลงได้ คือให้วันละ 3 มื้อเท่า ๆ กับคน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป
สมาร์ทฮาร์ท ของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร มีมุ่งหมายเพื่อ
ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปและบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมว
สำเร็จรูปเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาออกแบบ ตลอดจนสร้างสรรค์ผลงานในการออกแบบบรรจุ
ภัณฑ์ การสร้างสรรค์ความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative Research) โดยวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด
กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์หลักเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป
สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยระเบียบและ
วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการดำเนินการวิจัย ขั้นตอนการ
ดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์ เพื่อเป็นความรู้พื้นฐานการสร้างความ
ความคิดเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท
เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด

ขั้นตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลภายใต้กรอบแนวความคิดจากการศึกษาเอกสารต่างๆ และ
เว็บไซต์สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป
สมาร์ทฮาร์ท จากศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด ซึ่งทำให้
ทราบข้อมูลอันเป็นองค์ประกอบความรู้ทั่วไปของบรรจุภัณฑ์ต่างๆเป็นแนวทางและแบบอย่างในการ
ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท
เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์และสัมภาษณ์
ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์ การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ

นำมาจัดจำแนกให้เป็นระบบง่ายต่อความเข้าใจ และครอบคลุมทุกจุดประสงค์ของงานออกแบบ ข้อมูลต่างๆทั้งในด้านของหลักการ และกระบวนการในการออกแบบ ตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบแนวความคิดการพัฒนา ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด การกำหนดในเบื้องต้นมีแนวคิดตรงประเด็นกับงานออกแบบกว้างและ ครอบคลุมการแก้ปัญหาต่างๆในงานออกแบบ การนำโจทย์หรือปัญหาที่ได้รับในงานออกแบบมา พิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อการแก้ปัญหาที่เหมาะสมไม่กว้างหรือแคบเกินไป

ขั้นตอนที่ 5 สรุปประเมินผล อภิปรายนำเสนอผลงาน แนวทางการพัฒนาการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด และนำเสนออาจารย์รวมทั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบพิจารณา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์ เพื่อเป็นความรู้พื้นฐานการสร้างกรอบ ความคิดเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทตำราเอกสาร โดยศึกษาจากหนังสือ ตำรา เอกสาร สิ่งพิมพ์ที่ เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป
2. แหล่งข้อมูลประเภทอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยการศึกษาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ (Website) เรื่องข้อมูลของการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

โดยกำหนดขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการพัฒนางานวิจัยไว้ 3 ด้าน คือ

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยมุ่งพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาสภาพทั่วไปของบริษัท

- ประวัติความเป็นมาของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด จังหวัด

กรุงเทพมหานคร

- กลุ่มเป้าหมายของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จากศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า และเว็บไซต์ ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวและบรรจุภัณฑ์ ดูความต้องการของตลาดในการเลือกซื้ออาหารสุนัขและแมว การพิจารณาในการเลือกซื้อ การดึงดูดความสนใจด้วยสีสັນของบรรจุภัณฑ์ รสชาติ ขนาดที่บรรจุ หรือความเหมาะสมในการใช้งาน

3. ขอบเขตด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยกำหนดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นวิธีการเก็บรักษาและการใช้งานออกเป็น 6 รูปแบบ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขนาด 30 กิโลกรัม 1 โครงสร้าง 5 กราฟิก

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

2. บรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กิโลกรัม 1 โครงสร้าง 5 กราฟิก

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

3. บรรจุภัณฑ์ขนาด 3.5 กิโลกรัม 1 โครงสร้าง 5 กราฟิก

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

4. บรรจุภัณฑ์ขนาด 500 กรัม 1 โครงสร้าง 5 กราฟิก

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

5. บรรจุภัณฑ์ขนาดพกพาที่กินต่อมือ

1 โครงสร้าง 5 กราฟิก

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

6. บรรจุภัณฑ์อาหารขบเคี้ยว

1 โครงสร้าง 5 กราฟิก

- อาหารขบเคี้ยวบิสกิตรสนมสำหรับสุนัข
- อาหารขบเคี้ยวเนื้ออัดแท่งสำหรับสุนัข
- อาหารขบเคี้ยวกระดูกหมูสำหรับสุนัข
- อาหารขบเคี้ยวปลาแผ่นสำหรับแมว
- อาหารขบเคี้ยวเนื้ออัดแท่งสำหรับแมว

โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. การจดบันทึกรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูลสำหรับนำไปวิเคราะห์
ภายหลัง
2. การสัมภาษณ์เอกสารเพื่อเก็บข้อมูลเป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูลสำหรับนำไปวิเคราะห์
ภายหลัง
3. อินเทอร์เน็ต (internet) เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตมีความรวดเร็ว ข่าวสาร
ข้อมูลมีมากมาย อินเทอร์เน็ตจึงเป็นประโยชน์ต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์
ภายหลัง

ขั้นตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลภายใต้กรอบแนวคิดจากการศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ท จากศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด ซึ่งทำให้ทราบข้อมูลอันเป็นองค์ประกอบความรู้ทั่วไปขอบรรพบุรุษต่างๆเป็นแนวทางและแบบอย่างในการออกแบบและพัฒนาบรรพบุรุษผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารต่างๆ และเว็บไซต์และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพทั่วไปและผลิตภัณฑ์ การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ นำมาจัดจำแนกให้เป็นระบบง่ายต่อความเข้าใจ และครอบคลุมทุกจุดประสงค์ของงานออกแบบ ข้อมูลต่างๆทั้งในด้านของหลักการ และกระบวนการในการออกแบบ โดยแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - Participant observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลช่วงแรกเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท โดยศึกษาแรงจูงใจในการก่อตั้งร้านขึ้นมา นโยบายด้านการตลาดของบริษัท แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป ข้อจำกัดในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป โดยการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการที่ได้จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด

3.2 การสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกที่เป็นข้อมูลของทางร้าน จากเอกสาร งานวิจัย แล้วสร้างแนวคำถามเกี่ยวกับข้อมูลกระบวนการผลิต และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด ใช้วิธีแบบเฉพาะเจาะจง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Purposive Sampling) ด้านกระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป ซึ่งสามารถศึกษาข้อมูลได้ทั้ง

- 1) ศูนย์บริการข้อมูลลูกค้า ของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรู๊ป จำกัด
- 2) เว็บไซต์ www.perfectcompanion.com

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการพัฒนาและสร้างสรรค์ ภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาออกแบบบรรพบุรุษของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค

คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด การกำหนดในเบื้องต้นมีแนวคิดตรงประเด็นกับงานออกแบบกว้างและครอบคลุมการแก้ปัญหาต่างๆในงานออกแบบ การนำโจทย์หรือปัญหาที่ได้รับในงานออกแบบมาพิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อการแก้ปัญหาที่เหมาะสมไม่กว้างหรือแคบเกินไป โดยมีการออกแบบและพัฒนา โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการให้คำแนะนำแนวทางการออกแบบทั้งโครงสร้างและกราฟิก

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. อุปกรณ์วาดเขียนเพื่อวาดร่าง ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ
2. คอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการจำลอง สร้างและออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในเรื่องของการออกแบบกราฟิกเพื่อให้มีความสมจริงสวยงามมากขึ้น
3. อุปกรณ์การสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ กระดาษ กรรไกร กาว และอื่นๆ เพื่อนำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปประเมินผล อภิปรายนำเสนอผลงาน แนวทางการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพจากการค้นคว้าศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และสัมภาษณ์ โดยนำเสนอผลการวิจัยออกมาเป็นข้อสรุปนำเสนอในลักษณะการพรรณนาวิเคราะห์แนวทางการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไป ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนา สร้างสรรค์งานออกแบบให้มีประโยชน์มากที่สุด โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และข้อสรุปเงื่อนไขในการออกแบบ (Design Analysis and Design Brief)

1. **ชื่อโครงการ (Project Title)** โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟคคอมพานีเยน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร

2. **ข้อมูลบริษัท (Client Title)**

2.1 **ชื่อบริษัท หรือกลุ่มผู้ผลิต (Name of producer)** บริษัทเพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด

2.2 **ที่ตั้ง (Address)** บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด

สำนักงาน 195 เอ็มไพร์ทาวเวอร์ ชั้น 14 ถนนสาทรใต้ ยานนาวา สาทร กรุงเทพฯ 10120

2.3 **เบอร์โทรศัพท์ (Telephone)** 662 670-9600 (สำหรับติดต่อธุรกิจ)

เบอร์โทรศัพท์ 662 800-9090 (ศูนย์บริการเพื่อผู้บริโภค Perfect Companion Pet Care)

2.4 **เบอร์โทรสาร (Fax)** 662 670-9699

2.5 **อีเมล (E-mail)** contact@perfectcompanion.com

2.6 **ความเป็นมาของโครงการ (Background)**

บริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ได้จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ยกระดับ

คุณภาพชีวิตของคน และสัตว์เลี้ยง ด้วยการดูแลเอาใจใส่ และคิดค้นผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จึงมั่นใจได้ว่าสินค้าและบริการของทางบริษัทฯ จะมีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างคุณและสัตว์เลี้ยง

บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด ไม่ได้เป็นแค่เพียงสถานที่สำหรับทำงาน หรือขายสินค้าเท่านั้น แต่จุดมุ่งหมายสูงสุดของเราคือ ทำให้คนอยู่ร่วมกับสัตว์เลี้ยงอย่างมีความสุข เราทำงาน และเราก็มีความสุขกับงานที่เราสร้างสรรค์ขึ้นมาให้กับผู้ที่รักสัตว์เลี้ยง คุณจึงมั่นใจได้ว่า พนักงานของเราทุกคนตั้งใจทำงานให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายสูงสุดของบริษัทฯ และผลิตสินค้า รวมถึงการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อที่จะเป็นหนึ่งในบริษัทที่ดีที่สุดในธุรกิจนี้

ศูนย์วิจัยสัตว์เลี้ยง เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป เป็นศูนย์วิจัยที่เน้นงานด้านวิชาการวิจัย และพัฒนา อาหารและความเป็นอยู่ที่ดีแก่สัตว์เลี้ยง เป็นแหล่งความรู้ทางวิชาการของกลุ่มสัตว์เลี้ยง เพื่อผลิตอาหาร ที่มีคุณภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงหลายแสนตัว ทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก ซึ่งองค์กรระดับนานาชาติให้การยอมรับ งานอีกด้านหนึ่งของศูนย์วิจัยแห่งนี้ คือ การพัฒนาสายพันธุ์สัตว์เลี้ยงคุณภาพเยี่ยม โดยเฉพาะแมวไทยด้วยพระราชทาน และสุนัขสายพันธุ์ต่างๆ

3. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product data)

3.1 ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product name)

1) ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป

- อาหารสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก

2) ผลิตภัณฑ์อาหารแมวสำเร็จรูป

- อาหารสำหรับแมวโต
- อาหารสำหรับลูกแมว

3) ผลิตภัณฑ์อาหารคบเคี้ยวสำหรับสุนัข

- อาหารขบเคี้ยวบิสกิตรสนม
- อาหารขบเคี้ยวเนื้ออัดแท่ง
- อาหารขบเคี้ยวกระดูกผุก

4) ผลิตภัณฑ์อาหารคบเคี้ยวสำหรับแมว

- อาหารขบเคี้ยวเนื้ออัดแท่ง

- อาหารขบเคี้ยวปลาแผ่น

3.2 ชื่อตราสินค้า (Brand name) : สมาร์ทฮาร์ท (SmartHeart)

3.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Redesign): จากการสอบถาม และศึกษาทำให้ถึงปัญหา รวมทั้งความต้องการของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปสมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร ในการที่จะพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิมซึ่งมีอยู่แล้ว แต่ยังคงขาดการลงตัวทั้งทางด้านกราฟิก และขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัวไป ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอ แนวทางการแก้ไขปัญหาแก่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปสมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟคคอมพาเนียน กรุ๊ป กรุงเทพมหานคร โดยร่วมปรึกษารื้อกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อรับฟังและแสดงความคิดเห็น โดยขอความร่วมมือ ได้ข้อสรุปร่วมกันว่า สมควรให้มีการพัฒนาและดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ขึ้นมา

3.4 เป็นการผลิตเพื่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ (Domestic) : โดยตลาดที่วางขายในประเทศทั้งในห้างสรรพสินค้าต่างๆ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายอาหารสัตว์ สั่งสินค้าผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น และการจัดส่งออกต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย เป็นต้น

3.5 น้ำหนักของสินค้า (Weigh per unit) :

1. บรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กิโลกรัม

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

2. บรรจุภัณฑ์ขนาด 10 กิโลกรัม

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

3. บรรจุภัณฑ์ขนาด 3.5 กิโลกรัม

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

4. บรรจุก้อนที่ขนาด 500 กรัม

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

5. บรรจุก้อนที่ขนาดพกพาที่กินต่อมื้อ 150 กรัม

- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกสุนัข
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับแมวโต
- อาหารสำเร็จรูปสำหรับลูกแมว

6. บรรจุก้อนที่อาหารขบเคี้ยว

- อาหารขบเคี้ยวบิสกิตรสนมสำหรับสุนัข 150 กรัม
- อาหารขบเคี้ยวเนื้ออัดแท่งสำหรับสุนัข 150 กรัม
- อาหารขบเคี้ยวกระดูกหมูสำหรับสุนัข 4 ชิ้น
- อาหารขบเคี้ยวปลาแผ่นสำหรับแมว 150 ชิ้น
- อาหารขบเคี้ยวเนื้ออัดแท่งสำหรับแมว 150 ชิ้น

3.6 ราคาผลิตภัณฑ์ (Product price) :

- | | |
|----------------------------------|--------------|
| 1. บรรจุก้อนที่ขนาด 20 กิโลกรัม | ราคา 750 บาท |
| 2. บรรจุก้อนที่ขนาด 10 กิโลกรัม | ราคา 525 บาท |
| 3. บรรจุก้อนที่ขนาด 3.5 กิโลกรัม | ราคา 205 บาท |
| 4. บรรจุก้อนที่ขนาด 500 กรัม | ราคา 49 บาท |

5. บรรจุภัณฑ์ขนาดพกพาที่กินต่อมื้อ 150 กรัม ราคา 25 บาท

6. บรรจุภัณฑ์อาหารขบเคี้ยว ราคา 25 บาท

3.7 ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Use) : สำหรับให้สัตว์เลี้ยงรับประทาน และเพื่อสุขภาพที่ดีของสัตว์เลี้ยง

3.8 ความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านการมองเห็น ด้านความรู้สึก / ด้านกายภาพ (Product visual / sensory attributes) : ความรู้สึกต่อบรรจุภัณฑ์เมื่อได้พบเห็นจะสัมผัสได้ถึงความรักและความน่ารักสดใส การเป็นมิตรที่ดีระหว่างผู้ให้และผู้รับ ทั้งระหว่างเจ้าของกับสัตว์เลี้ยง ทั้งรูปแบบโครงสร้าง และกราฟิกที่พัฒนาให้แตกต่างไปจากบรรจุภัณฑ์แบบเดิม เพิ่มความแปลกใหม่ น่าลิ้มลองมากขึ้น เพิ่มเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์

3.9 ข้อควรระวังในด้านจุดอ่อนทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (Product fragility) : ควรเก็บให้มิดชิดเพื่อป้องกันความชื้นและห้ามโดนแสงแดด

3.10 รายละเอียดความต้องการเพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า (Protective packaging required (detail)) : เป็นหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ในการปกป้องสินค้าผลิตภัณฑ์ เมื่อเราเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในคลังสินค้า บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เสมือนในการดูแลและปกป้องผลิตภัณฑ์นับแต่เริ่มมีการบรรจุ หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์คือ ปกป้องบรรจุภัณฑ์จากการกระทำภายนอกให้มากที่สุด และสามารถรับแรงกด แรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ตลอดจนการปกป้องจากสัตว์และแมลงต่างๆ ผู้วิจัยมีความพยายามในการศึกษาคัดเลือกวัสดุที่มีคุณภาพมีคุณสมบัติป้องกันตามที่ต้องการและไม่เกิดปัญหาในส่วนของต้นทุนที่กำหนดไว้

3.11 สถานที่วางจำหน่าย (Outlets) : Retail chains and Corner shops
ส่วนวิเคราะห์ :

ได้แก่การจำหน่ายปลีกและการจำหน่ายโดยตรงกับลูกค้าและแหล่งผลิต และยังมีการขายส่งเพื่อไปตั้งจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง

การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปของการขายซึ่งวางบนชั้นภายในร้าน และจุดขายสินค้าทั้งเฉพาะสินค้าของตนเองและสินค้าที่วางขายคู่กับสินค้าคู่แข่ง

3.12 การจัดแสดงสินค้า (Displayed)

ลักษณะของการจัดแสดงสินค้า (Displayed)

ในส่วนของการจัดแสดงสินค้า ก็จะมีการนำเสนอสินค้า และเปิดด้านหน้าร้านให้เห็นชัดเจนมีจุดสอบถามข้อมูลกับผู้จำหน่าย สินค้าถูกจัดวางบนชั้นภายในร้านทั้งเฉพาะสินค้าของตนเองหรือสินค้าอาจวางขายคู่กับสินค้าคู่แข่ง ชั้นจะต้องจัดวางในรูปแบบที่ลูกค้าสามารถเดินหาได้สะดวก ไม่แคบ หรือมีสิ่งกีดขวางมากจนเกินไป และมองเห็นสินค้าได้ง่าย

4. ข้อมูลผู้บริโภค (Target consumer data)

คุณลักษณะของผู้บริโภคคุณลักษณะทางกายภาพ และคุณลักษณะทางจิตใจ

(Demographic / psychographics description) :

คุณลักษณะทางด้านร่างกายที่สามารถวัดได้

- วัยรุ่นและวัยทำงาน อายุ 20-30 ปี อาศัยในเมือง
- เพศชาย - หญิง
- รายได้ประมาณเดือนละ 5,000-15,000 บาท

คุณลักษณะทางด้านจิตใจ

- ชอบของแปลกใหม่
- ชอบความคุ้มค่าประหยัด และชอบความสะดวกสบาย
- ผู้ที่รักและชื่นชอบสัตว์เลี้ยง

5. ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ / ฉลาก (Package / label data)

5.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ : กระดาษอาร์ตมัน

ส่วนวิเคราะห์ :

การใช้กระดาษเพื่อให้เข้ากับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ กระดาษอาร์ตมัน / กระดาษอาร์ตการ์ด มัน และกระดาษอาร์ตการ์ดแก้ว เหมาะสำหรับการพิมพ์สิ่งพิมพ์ ที่ต้องการความสวยงามมากเป็นพิเศษ ภาพที่พิมพ์ได้จึงมีสีสันที่อึดตัวและหากในหน้าสิ่งพิมพ์ ที่พิมพ์บนกระดาษเคลือบผิวมันประเภทนี้ มีทั้งส่วนที่เป็นรูปภาพและตัวหนังสือ ก็อาจใช้น้ำมันวานิชชนิดด้านเคลือบทับในส่วนที่เป็นตัวหนังสือเพื่อให้สามารถอ่านได้ง่ายขึ้น

5.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ : พลาสติกโพลีเอทิลีน (HDPE)

ส่วนวิเคราะห์ :

พลาสติกโพลีเอทิลีน HDPE (High Density Polyethylene) ที่มีค่าความหนาแน่นสูง มีความหนาแน่นประมาณ 0.941-0.965 g / cm³ ไหลเมื่อหลอมเหลว (Melt Flow Rate) ของเนื้อวัสดุขณะหลอมเหลว หน่วยเป็นกรัมต่อ10 นาที การเรียงตัวของโมเลกุลจะมีกึ่งก้านมาก ทำให้แสงผ่านได้น้อยกว่า LDPE และ LLDPE จึงดูขุ่น แต่มีความต้านทานแรงต่างๆ ได้ดี มักใช้งานเป็นถุงพวก Heavy duty เช่น ถุงหิ้วทั่วไป ลัง ถัง ตะกร้า

คุณสมบัติ

- จุดหลอมเหลว Tm ประมาณ 130°C
- มีความทนต่อแรงดึงสูงกว่า LDPE
- เชื่อยต่อปฏิกิริยาเคมี
- ละลายได้ในตัวทำละลายหลายชนิดที่อุณหภูมิ 100°C แต่จะละลายเล็กน้อยที่อุณหภูมิห้อง
- อุณหภูมิที่ใช้งานได้เป็นระยะนานๆ : Max 100° C
- ทนกรด ต่าง ได้ดี

5.3 กระบวนการพิมพ์ที่นำมาใช้ (Printing method for unit pack / label) : ออฟเซต สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับระบบออฟเซต

ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดทั่วโลกในปัจจุบันเพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดรูปแบบกราฟิกและไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยังพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
2. มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
3. ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
4. ต้องการความประณีต สวยงาม
5. เป็นการพิมพ์หลายสี หรือภาพสีที่ต้องการความสวยงามมากๆ
6. มีงานการจัดรูปแบบกราฟิกที่มีความยุ่งยากซับซ้อนมาก
7. มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

คุณภาพงานพิมพ์ระบบออฟเซต

1. การถ่ายทอดภาพกระทำโดยการถ่ายทอดลงบนผ้าอย่างแบลงเกตก่อนแล้วจึงถ่ายทอดลงบนกระดาษ ทำให้การถ่ายทอดหมึกเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ
2. สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดมากๆ ถึง 175-200 เส้น/นิ้วได้ทำให้ภาพที่ออกมามีความละเอียดสวยงาม
3. การพิมพ์ภาพสีทำได้สะดวก เพราะสามารถปรับตำแหน่งของแม่พิมพ์และกระดาษให้ลงในตำแหน่งที่ตรงกันของแต่ละสีได้ง่าย
สามารถพิมพ์ลงบนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

ระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่ใช้พิมพ์กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ควรมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีผิวเรียบเพื่อให้อัปเดตได้ดี
2. ไม่มีขลุ่ยและฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์ มีรอยต่างของขลุ่ยกระดาษ
3. ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดี ไม่ยี่ด่างเมื่อถูกความชื้น
4. มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอและรักรวมได้ดี
5. มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้าเครื่องได้สะดวก

ในกรณีของกระดาษอาร์ตลายผ้า อาร์ตหนังไก่ และกระดาษปัมลายต่างๆ ก็ยังสามารถใช้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตได้ดี เพราะการถ่ายทอดภาพโดยผ่านผ้าอย่างแบลงเกต ทำให้มีความยืดหยุ่นตัวดี และแรงกดในการพิมพ์ก็มีมากพอ

จำนวนสีที่ใช้ (Number of printing colours) : 4 สี คือ C M Y K

ระบบการพิมพ์ 4 สีเป็นที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบันในด้านของงานกราฟิกที่ต้องการความสวยงาม ซึ่งระบบการพิมพ์โดยสีที่ใช้ได้แก่

สีฟ้าอมเขียว (Cyan)

สีแดงอมม่วง (Magenta)

สีเหลือง (Yellow)

สีดำ (Black)

เป็นระบบสีที่ใช้กับเครื่องพิมพ์ CMYK ย่อมาจาก cyan (ฟ้าอมเขียว) magenta (แดงอมม่วง) yellow (เหลือง) Black (ดำ) ซึ่งเป็นชื่อสีที่นำมาใช้ การผสมสีทั้งสี่นี้ จะทำให้เกิดสีได้อีกหลายร้อยสี นำมาใช้ในการพิมพ์สีต่างๆ

5.4 พิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์โดยตรง (Printing directly on pack)

เป็นการพ่นหมึกให้เป็นข้อความ สีล้วน ลวดลายลงไปเกาะติดบนตัวสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ โดยไม่ต้องผ่านตัวแม่พิมพ์หรือ การสร้างแม่พิมพ์ก่อน แต่เป็น การควบคุมการจ่ายหมึกผ่านวงจรรีเลย์ทรอนิกส์และการสั่งตรงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ลงสู่หัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ตัวอย่างการพิมพ์ระบบพ่นหมึก เช่น การพิมพ์บนกล่องบรรจุรวมห่อสินค้า การพิมพ์ข้อความ ระบุอายุของผลิตภัณฑ์อาหารบนกระป๋อง เป็นต้น

6. เงื่อนไขและข้อสรุปด้านกราฟิก (Graphic design brief)

6.1 Background : บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงและกราฟิกที่ซ้ำกับบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ตามท้องตลาดนั้นไม่สามารถเพิ่มยอดขายและดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ เพื่อกระตุ้นความต้องการ

และการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางด้านโครงสร้าง และกราฟิกเพราะสามารถดึงดูด กระตุ้นอารมณ์ และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้

6.2 สถานะของผลิตภัณฑ์ (Product / SWOT (strength, weakness, opportunity, therat))

จุดแข็ง (strength) - มีสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้หลากหลายรูปแบบ

จุดอ่อน (weakness) - จากการพัฒนาอาจทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งส่งผลให้ราคาสูงขึ้น

โอกาส (opportunity) - กลุ่มผู้ซื้อสินค้าเป็นกลุ่มที่ชอบความแปลกใหม่สอดคล้องกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลายให้เลือกแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

อุปสรรค (therat) - ผู้บริโภคยังไม่คุ้นเคยกับสินค้ามากเท่าที่ควร

- มีคู่แข่งทางการตลาด

6.3 วัตถุประสงค์ (Objective) : เพื่อสร้างภาพลักษณ์และพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคู่แข่งในตลาดจำนวนมากที่มีรูปลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน ขาดเอกลักษณ์ที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคทางด้านบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกที่ยังไม่เป็นเอกลักษณ์พอที่จะดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย จึงคิดว่าน่าจะสามารถพัฒนาทางด้านภาพลักษณ์ได้ดีกว่านี้

6.4 กลุ่มเป้าหมาย (Main target) :

คุณลักษณะทางด้านร่างกายที่สามารถวัดได้

- วัยรุ่นและวัยทำงาน อายุ 20-30 ปี อาศัยในเมือง
- เพศชาย - หญิง
- รายได้ประมาณเดือนละ 5,000-15,000 บาท

คุณลักษณะทางด้านจิตใจ

- ชอบของแปลกใหม่
- ชอบความคุ้มค่าประหยัด และชอบความสะดวกสบาย
- ผู้ที่รักและชื่นชอบสัตว์เลี้ยง

6.5 แนวทางการออกแบบ (Design concept) : เพิ่มความสุขให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรด

ส่วนวิเคราะห์ :

เนื่องจากผู้วิจัยมองเห็นปัญหาเกี่ยวกับอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของบริษัทมีหลายขนาด และหากซื้ออาหารสุนัขและแมวในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หลังเปิดใช้งานแล้วอาหารภายในที่ยังไม่ถูกใช้จะมีคุณภาพด้อยลงเมื่อทำปฏิกิริยากับอากาศที่เข้าไป จะมีกลิ่นเหม็นหืนทำให้สัตว์ไม่ยอมรับประทาน ซึ่นรา หรือมีมดและแมลงสามารถเข้าไปทำลายอาหารได้ ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บรักษาที่ไม่ถูกต้องเพราะบรรจุภัณฑ์เป็นถุงขนาดใหญ่เมื่อทำการเปิดใช้งานแล้วจะเป็นปัญหาต่อการเก็บรักษา อีกทั้งยังยากต่อการพกพาอาหารสัตว์และให้อาหารสัตว์เมื่อมีความจำเป็นหากมีการพาสัตว์เลี้ยงเดินทาง ผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะแก้ปัญหาก็กล่าวมาเพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค

6.6 เหตุผลสนับสนุนแนวทางการออกแบบ (Support) : รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่โดดเด่นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายมากนักเพราะไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของบริษัท จึงต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท

6.7 อารมณ์ความรู้สึกของงานที่ออกแบบ (Mood & Tone / Personality)
CONVENIENT / FUNNY / DELICIOUS

6.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ (Desired response) : กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีและตัดสินใจซื้อ

วิเคราะห์และแนวทางการแก้ปัญหา

1. เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรู๊ป จำกัด ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมและดึงดูด และยังไม่สามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นอาหารที่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์อัดเม็ดที่ไม่สามารถถูกความชื้นได้ เพราะทำให้คุณภาพของสินค้าด้อยลงเป็นสาเหตุทำให้เกิดเชื้อรา สินค้าไม่สามารถโดนอากาศเป็นเวลานานจะทำให้มีกลิ่นเหม็นหืนได้ มักมีแมลงหรือมดเข้าไปกัดทำลายอาหาร และอาหารมีกลิ่นค่อนข้างแรง

2. แนวทางการแก้ไข เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต่างจากคู่แข่งมากนัก จึงคิดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้น อากาศที่จะเข้าไป แมลงหรือมด และกลิ่นของสินค้า ได้ด้วยการมีฝาหรือการปิดที่สนิท เปิดใช้และเก็บรักษาได้ง่ายเพื่อสะดวกต่อการใช้งาน

3. ปัญหากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ดูไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ยังไม่สามารถดึงดูดให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงรู้สึกน่าลองให้สัตว์เลี้ยงได้รับประทาน

3.1 แนวทางการแก้ปัญหา

3.1.1 เลือกใช้สีที่ดูแล้วสดใส สนุกสนาน

3.1.2 ออกแบบกราฟิกให้เป็นการดูที่น่ารักเพื่อให้ความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาด และตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

3.1.3 ออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สะดวกกับการใช้งานมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.1 แสดงแนวทางการออกแบบ

PROBLEM	เนื่องจากผลิตภัณฑ์ขาดบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และยังขาดเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความเด่น
CONCEPT	เพิ่มความสุขให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรด
SUPPORT	เนื่องจากอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปมีความจำเป็นสำหรับผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงที่มีเวลาอันจำกัดจึงต้องการความสะดวกสบายในการให้อาหารสัตว์เลี้ยง บรรจุภัณฑ์ที่จึงสามารถเปิดใช้และเก็บรักษาได้ง่ายเพื่อสะดวกต่อการใช้งาน ป้องกันความชื้น อากาศที่จะเข้าไป แมลงหรือมด และกลิ่นของสินค้าได้ด้วยการมีฝาหรือการปิดที่สนิท และอาหารต้องคำนึงถึงสุขภาพร่างกายของสัตว์เลี้ยงด้วยคุณค่าอาหารที่ครบถ้วน

ตารางที่ 4.2 แสดงแนวทางการออกแบบ

Concept	เพิ่มความสุขให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรด		
Mood & Tone	Convenient	Funny	Delicious
Element	Structure	Color	Illustrate/Nutrient

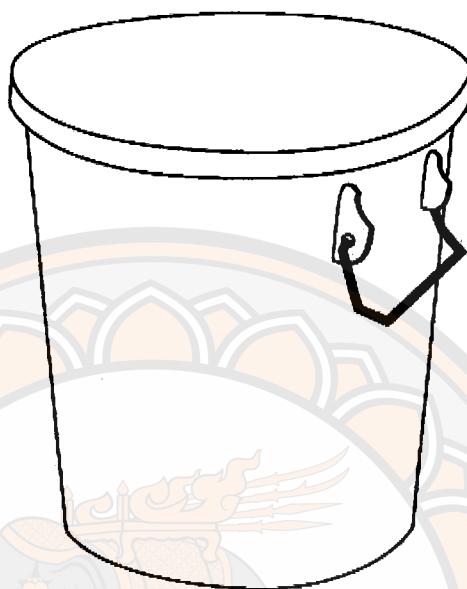
ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

ภาพที่ 4.1 แสดงภาพแบบร่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์

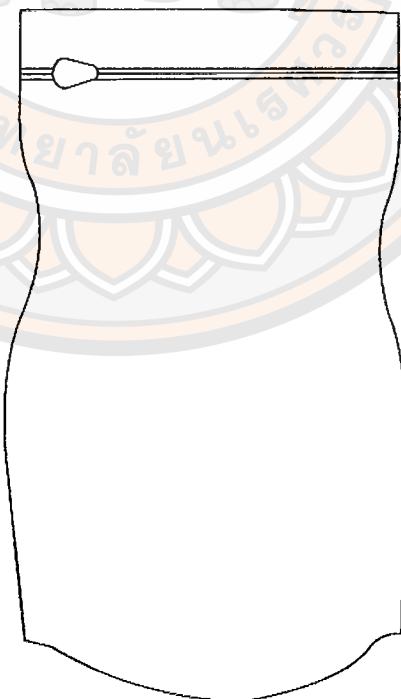
1. บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปแบบถังขนาด 20 กิโลกรัม



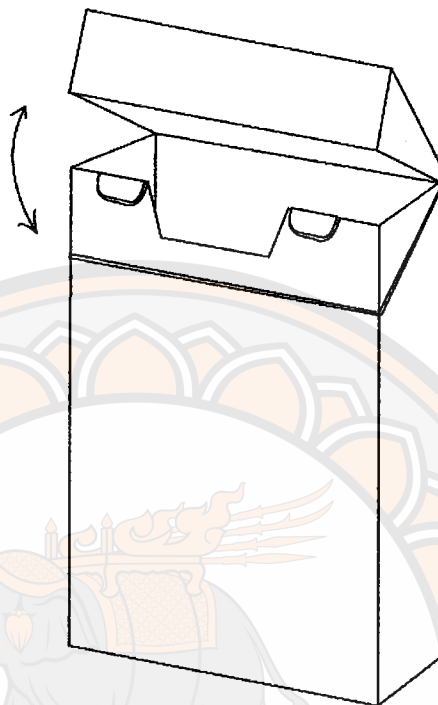
2. บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปแบบถังขนาด 10 กิโลกรัม



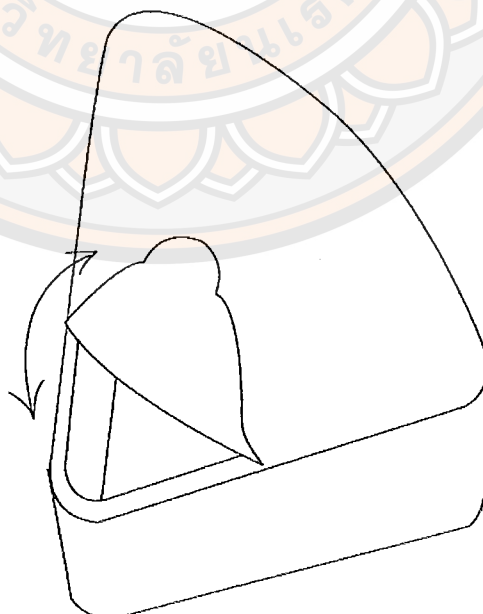
3. บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปแบบถุงขนาด 3.5 กิโลกรัม



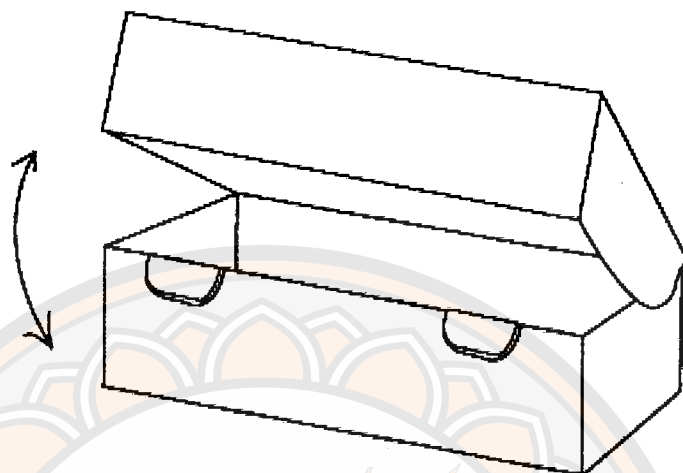
4. บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปแบบกล่องขนาด 500 กรัม



5. บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปแบบกล่องขนาด 150 กรัม



6. บรรจุภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวสำหรับสุนัขและแมวแบบกล่อง



ภาพที่ 4.2 แสดงภาพตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปสมาร์ทฮาร์ท



ลักษณะแบบอักษรที่ตกลงใช้ คือ Font Displays : TP Tankhun
เนื่องจากเป็นแบบอักษรที่ดูเรียบ แต่ทันสมัย ทำให้ดูเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design) การออกแบบกราฟิกในขั้นแรก

ใช้ตัวการ์ตูนรูปสัตว์เป็นตัวเอก ในลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละช่วงวัย โดยแสดงออกถึงความน่ารัก สดใส ร่าเริง และสนุกสนาน ด้วยเลือกใช้สีสีนตัวการ์ตูนให้ดูสดใสเข้ากับผลิตภัณฑ์อาหารที่น่าลิ้มลอง

ภาพที่4.3 แสดงกราฟิกของการ์ตูนสุนัขโต



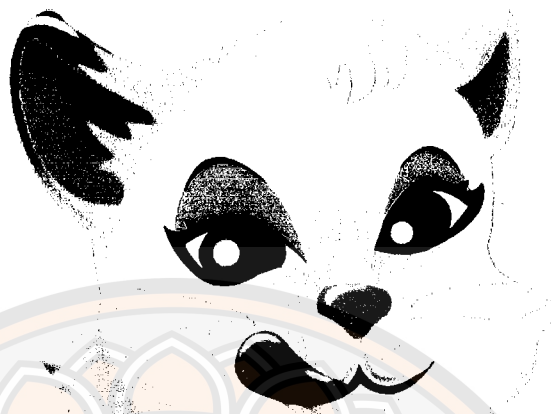
ภาพที่4.4 แสดงกราฟิกของการ์ตูนลูกสุนัข



ภาพที่4.5 แสดงกราฟิกของการ์ตูนสุนัขพันธุ์เล็ก



ภาพที่4.6 แสดงกราฟิกของการ์ตูนแมวโต



ภาพที่4.7 แสดงกราฟิกของการ์ตูนลูกแมว

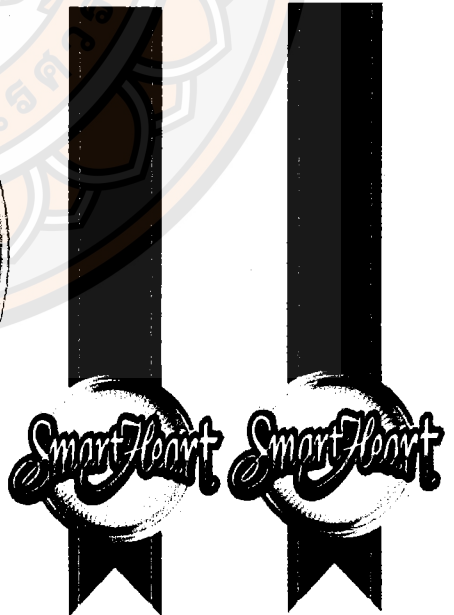
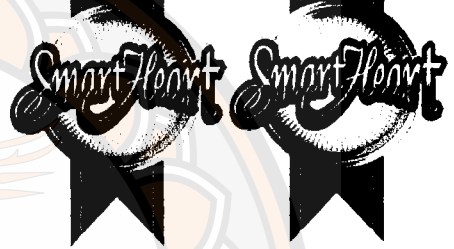


ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)

แบบโครงสร้างและกราฟิกผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

ภาพที่ 4.8 ภาพศิลปะโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบถัง ขนาด 20 กิโลกรัม

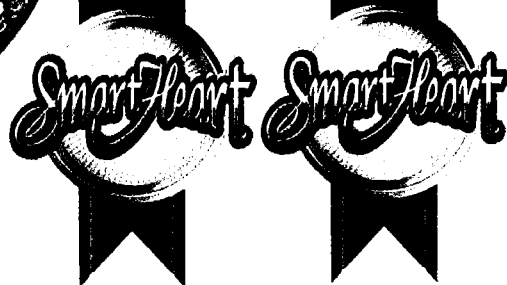
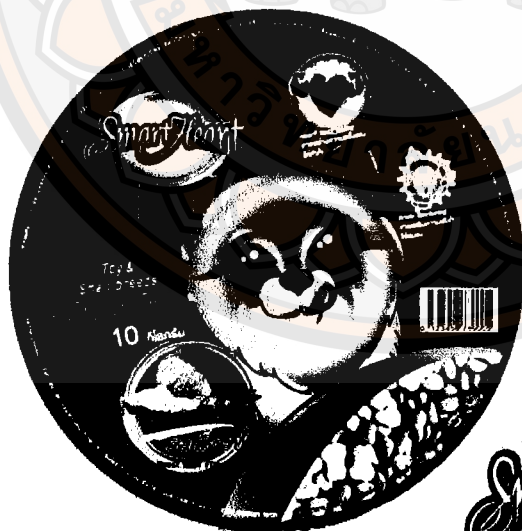
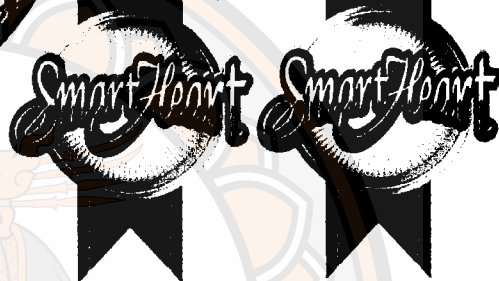


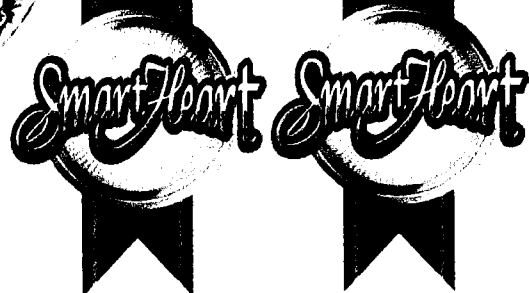
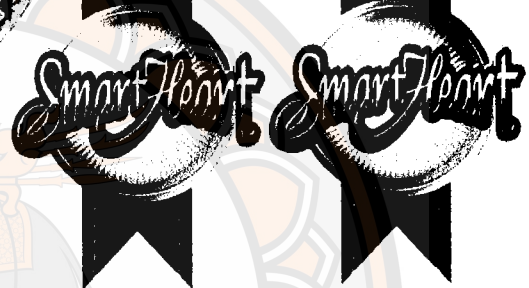




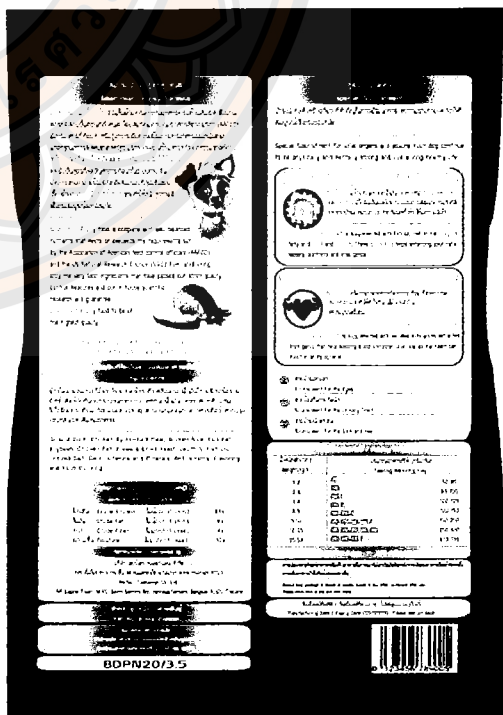
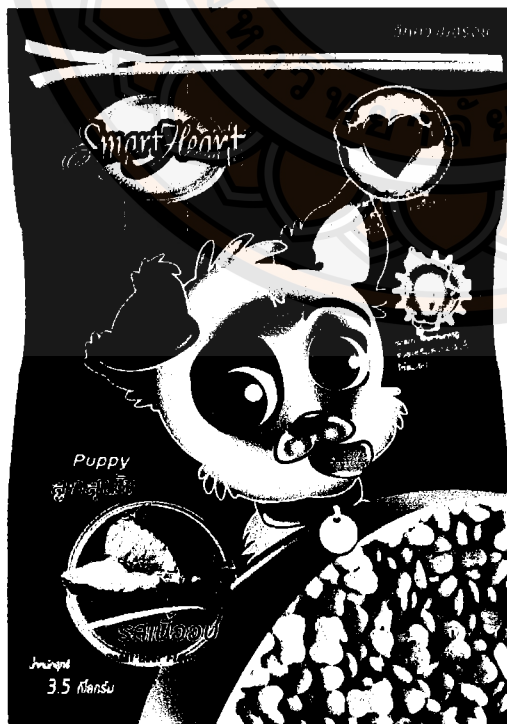
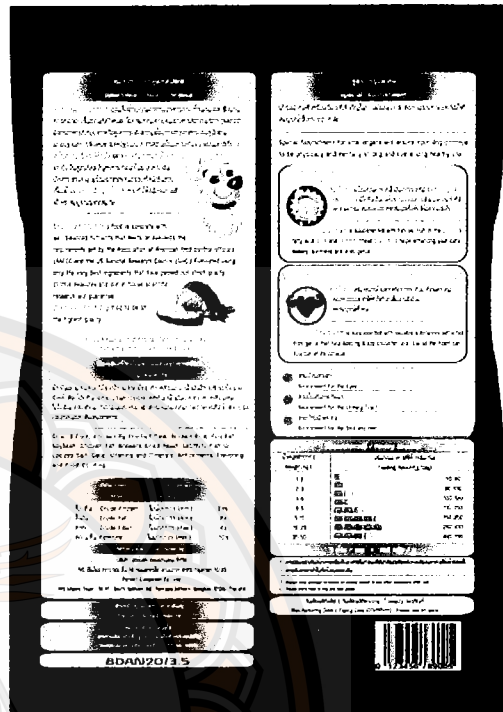
ภาพที่ 4.9 ภาพคดียุติโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบตั้ง ขนาด 10 กิโลกรัม

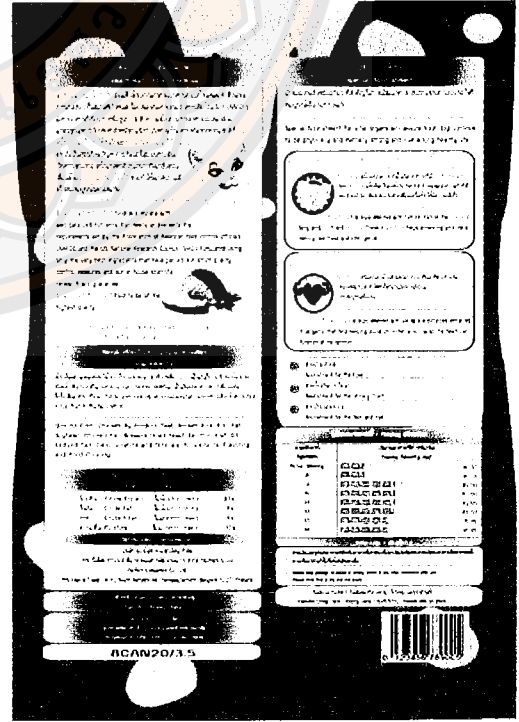
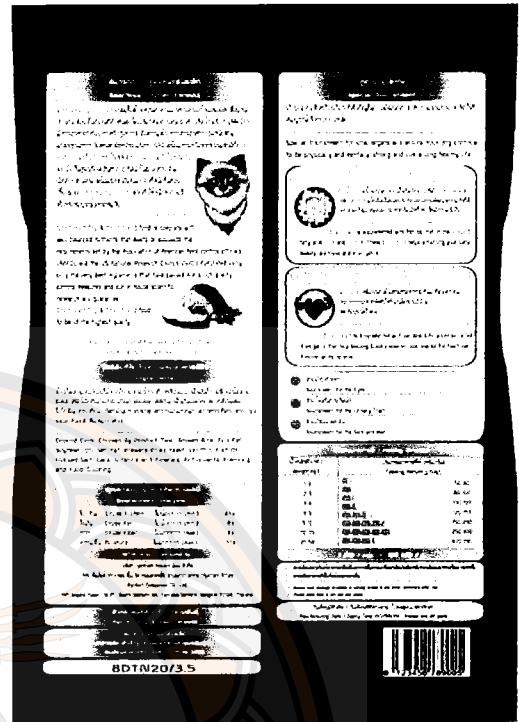






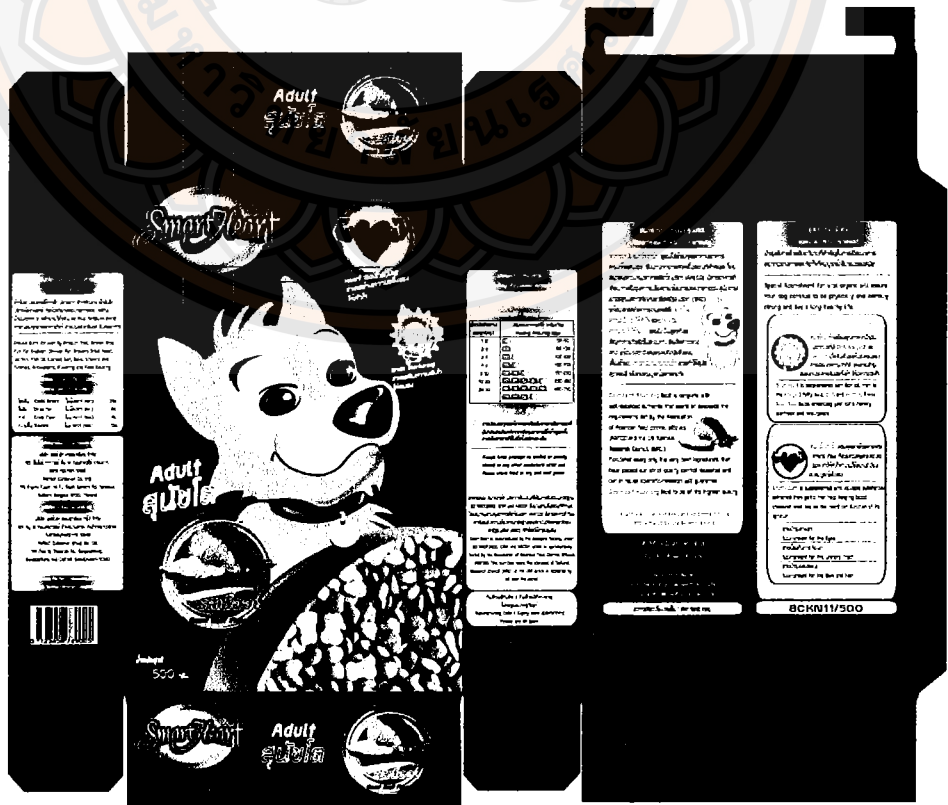
ภาพที่ 4.9 ภาพคดีโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบถุง ขนาด 3.5 กิโลกรัม

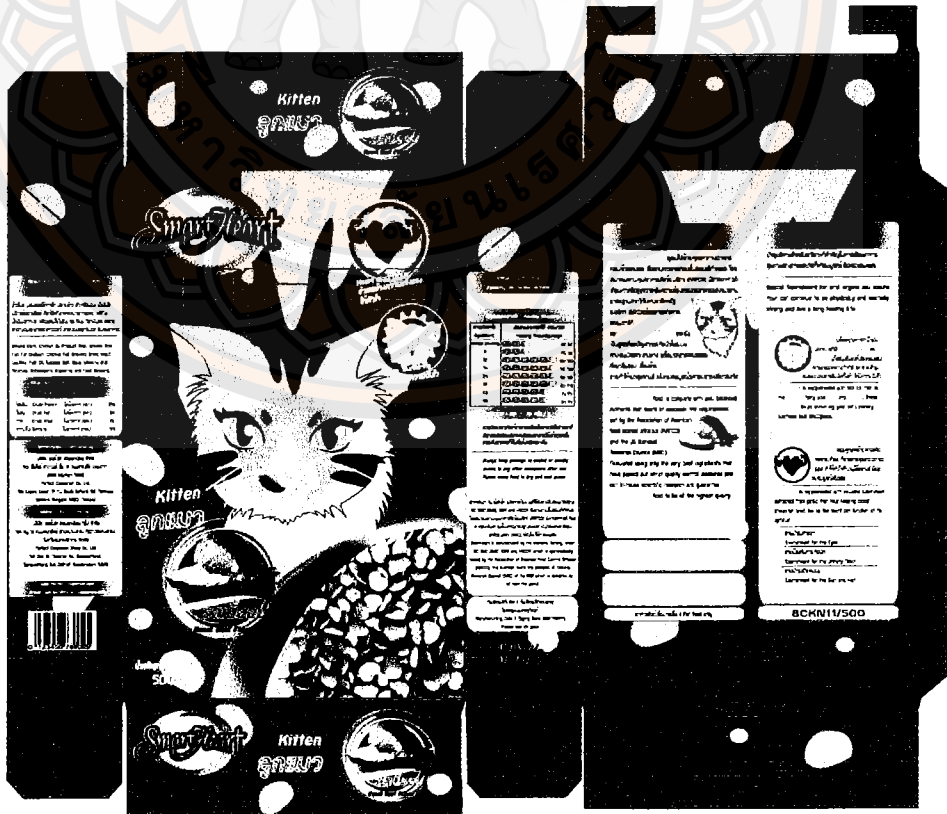






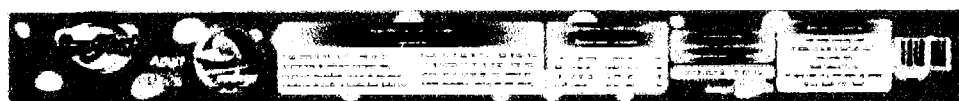
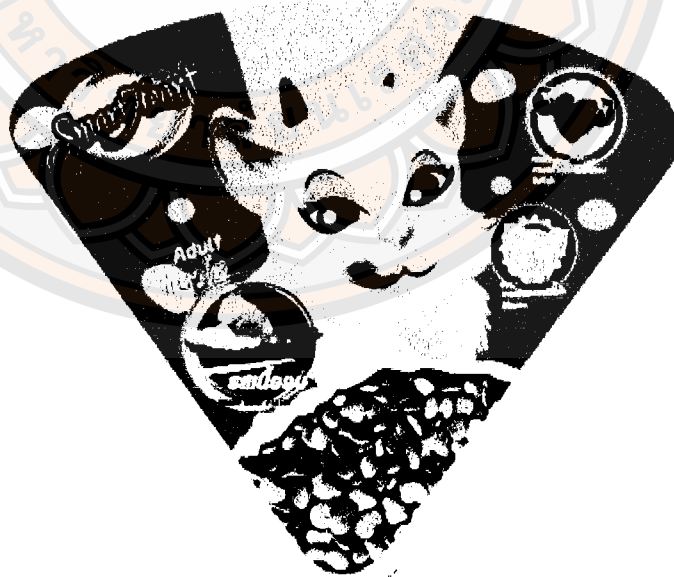
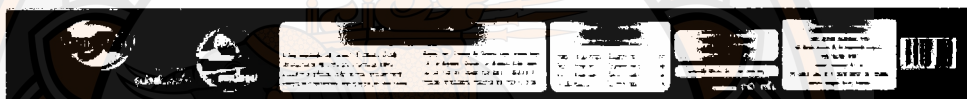
ภาพที่ 4.10 ภาพคลี่โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ขนาด 500 กรัม





ภาพที่ 4.11 ภาพศิลปะโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ขนาด 150 กรัม







ภาพที่ 4.12 ภาพคัตเอาท์โครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แบบกล่องอาหารขบเคี้ยว







ภาพที่ 4.13 ผลงานที่สร้างสรรค์

ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พัฒนาแบบถึง ขนาด 20 กิโลกรัม



ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พัฒนาแบบถึง ขนาด 10 กิโลกรัม



ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พัฒนาแบบถุง ขนาด 3.5 กิโลกรัม



ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พัฒนาแบบกล่อง ขนาด 500 กรัม



ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์พัฒนาแบบกล่อง ขนาด 150 กรัม



ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแบบกล่องอาหารขบเคี้ยว



บทที่ 5

สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด และนำไปสู่การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ กำหนดจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้าและวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาเพื่อที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร สุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

1. ศึกษาความเป็นมาของบริษัทและผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัทเพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร
3. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของ บริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการพัฒนางานวิจัยไว้ 3 ด้าน คือ

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยมุ่งพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวและบรรจุภัณฑ์ ดู ความต้องการของตลาดในการเลือกซื้ออาหารสุนัขและแมว การพิจารณาในการเลือกซื้อ การ ดึงดูดความสนใจด้วยสีสັນของบรรจุภัณฑ์ รสชาติ ขนาดที่บรรจุ หรือความเหมาะสมในการใช้ งาน

3. ขอบเขตด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยกำหนดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มุ่งเน้นวิธีการเก็บรักษาและการใช้งานออกเป็น 5 รูปแบบ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขนาด 20 กิโลกรัม
2. บรรจุภัณฑ์ขนาด 10 กิโลกรัม
3. บรรจุภัณฑ์ขนาด 3.5 กิโลกรัม
4. บรรจุภัณฑ์ขนาด 500 กรัม
5. บรรจุภัณฑ์ขนาดพกพาที่กินต่อมือ โดยแบ่งตามขนาดตัวและอายุของสุนัขและแมว
6. บรรจุภัณฑ์อาหารขบเคี้ยว

สรุปและอภิปรายผล

1. ศึกษาสภาพทั่วไปสำหรับผลิตภัณฑ์ อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของบริษัทมีหลายขนาด ซึ่งบรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่ไม่แตกต่างกับคู่แข่งที่มีจำนวนมากในท้องตลาด ยังขาดเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อ อีกทั้งยังไม่สามารถตอบสนองการใช้งานให้กับผู้บริโภคเท่าที่ควร
2. การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายใต้แนวคิด "เพิ่มความสุขให้สัตว์เลี้ยงตัวโปรด" เพื่อสามารถปกป้องความเสียหายที่จะเกิดกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองการใช้งานที่สะดวกให้กับผู้บริโภค
3. พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด โดยเลือกใช้วัสดุติดบที่มีคุณภาพ สวยงาม สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเอื้ออำนวยประโยชน์ในการใช้งาน
4. ให้ระบบการพิมพ์ออฟเซตที่ใช้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์ค และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยิ่งพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง

สรุปผลการออกแบบ

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพาเนียน กรุ๊ป จำกัด เป็นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่จากที่มีอยู่เดิม สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์และส่งเสริมภาพลักษณ์แก่ตัวผลิตภัณฑ์น้ำพริกได้อย่างชัดเจน

2. กระบวนการออกแบบเป็นไปตามหลักการการออกแบบอันประกอบไปด้วย

2.1 แนวคิดในการออกแบบ

2.2 หลักในการออกแบบ

2.3 ส่วนประกอบที่สำคัญในการออกแบบ

2.4 องค์ประกอบของการออกแบบ

2.5 กราฟิก

3. ผลการออกแบบได้ดำเนินไปตามแนวทางการศึกษาข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งในด้านตัวสินค้า ผู้ผลิต ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลทางการตลาด และข้อมูลทางด้านเทคนิคต่างๆตามลำดับขั้นตอนอย่างเป็นระบบ

บรรจุภัณฑ์และกราฟิกมีส่วนช่วยในการสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภคสินค้า ภายในประเทศและต่างประเทศที่มีการส่งออก และมีการขยายอัตราการบริโภคมากขึ้น มีแนวทางของการออกแบบให้เกิดความเป็น CORPORATE IDENTITY

การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง มีความสวยงามแปลกตา มีความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาดโดยทั่วไป โดยคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านต้นทุนการผลิต ไม่ใช่วัสดุอื่นนอกจากกระดาษและพลาสติกเพื่อง่ายต่อการเลือกใช้วัสดุดิบ อีกทั้งกระดาษและพลาสติกที่ใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ในขั้นตอนของกระบวนการประเมินผลทางการศึกษาได้เป็นไปอย่างถูกต้องตามระบบที่คณะกรรมการได้กำหนดเอาไว้ ซึ่งสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการที่ได้รับข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จากอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้คอยช่วยเหลืออย่างเต็มที่

2. บทสรุปของการศึกษาวิจัยถือได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆซึ่งมิใช่เพียงวิสัยทัศน์ทางการศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นการมองให้กว้างออกไปยังภายนอก เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น อาศัยพื้นฐานของความเป็นจริง การศึกษา ค้นคว้า ตลอดจนการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัย

3. การศึกษาสภาพทั่วไปของอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด ในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ควรนำการศึกษาค้นคว้าสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป สมาร์ทฮาร์ทของบริษัท เพอร์เฟค คอมพานีเยน กรุ๊ป จำกัด มาใช้ประโยชน์ในเรื่องแนวทางการออกแบบให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อที่งานออกแบบจะได้มีความสมบูรณ์และมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์



บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ, (2542). การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ :
วังอักษร.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2544) . การพัฒนารูปแบบบรรจุ
ภัณฑ์ . กรุงเทพฯ : กรม

ประชิด ทิถบุตร (2541) . การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

เจริญ นาคะสรรค์ (2542) . การแปรรูปพลาสติก. กรุงเทพฯ : นิติธรรม.

พิชิต เลี่ยมพิพัฒน์ (2542) . พลาสติก . กรุงเทพฯ : มปป.

บรรเลง ศรีนิล (2542) . เทคโนโลยีพลาสติก . กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
[ไทย-ญี่ปุ่น]

ลินดา อินทราลักษณ์ (2548) . วิจัยเอกสารการใช้เทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ . ม.ป.ท. : ม.
ป.พ.

ครองขวัญ ไชยธรรมสถิต (2537). เลี้ยงสุนัขแบบรู้ใจ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ยูโรปา
เพลส บริษัท จำกัด

สมภพ เรื่องตระกูล (2542). ตำราจิตเวชศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ

พานิช ทินนิมิตร (2535). โภชนศาสตร์สัตว์ประยุกต์. สงขลา : ภาควิชาสัตวศาสตร์ คณะ
ทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ [วิทยาเขตหาดใหญ่], [ม.ป.ป.]

ปริทรรณ (2551). ผู้จัดการรายสัปดาห์ ฉบับวันที่ 11 กรกฎาคม 2551

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545

<http://www.perfectcompanion.com>

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นผู้บริโภค เรื่องอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

ข้อมูลพื้นฐาน

เพศ ชาย หญิง

อายุ ไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

ลักษณะความเป็นอยู่ อยู่คนเดียวในห้องพัก/ห้องเช่า อยู่กับเพื่อน/ญาติในห้องพัก/ห้องเช่า
 อยู่แบบครอบครัวเดี่ยว อยู่แบบครอบครัวขนาดใหญ่

จำนวนสมาชิกในครอบครัวทั้งหมดมีจำนวน.....คน

อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง ว่างงาน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน(กฏณาระบุ).....บาท/เดือน

ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ม.3 ม.6/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโทขึ้นไป

งานอดิเรกของคุณ คือ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

- ดูโทรทัศน์ (รายการที่ชื่นชอบ) 1)..... 2).....
- อ่านนิตยสาร (เล่มที่ชื่นชอบ) 1)..... 2).....
- ออกกำลังกาย (ชนิดที่ชื่นชอบ) 1)..... 2).....
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) 1)..... 2).....

ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

1. ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 คุณเลี้ยงหรือเคยเลี้ยงสัตว์เลี้ยงอะไร

สุนัข แมว อื่นๆ.....

1.2 คุณเคยซื้ออาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปให้กับสัตว์เลี้ยงของคุณหรือไม่

เคย ไม่เคย

ถ้าเคย คุณซื้ออาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปให้กับสัตว์เลี้ยงรสชาติใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สุนัข

- | | | |
|--------------------------------------|--|---------------------------------|
| <input type="radio"/> รสเนื้อมาปี้คว | <input type="radio"/> รสตับ | <input type="radio"/> รสเนื้ออบ |
| <input type="radio"/> รสเนื้อไก่ | <input type="radio"/> รสเนื้อวัว | <input type="radio"/> รสไก่ทรง |
| <input type="radio"/> รสเนื้อแกะ | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

แมว

- | | | |
|---------------------------------------|--|----------------------------------|
| <input type="radio"/> รสซี่ฟู้ด | <input type="radio"/> รสทูน่าและกุ้ง | <input type="radio"/> รสไก่ |
| <input type="radio"/> รสไก่ปลาไซและนม | <input type="radio"/> รสปลาทะเล | <input type="radio"/> รสปลาทูน่า |
| <input type="radio"/> รสเนื้อ | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.3 อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปรสชาติใดที่สัตว์เลี้ยงของคุณชื่นชอบมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

สุนัข

- | | | |
|--------------------------------------|--|---------------------------------|
| <input type="radio"/> รสเนื้อมาปี้คว | <input type="radio"/> รสตับ | <input type="radio"/> รสเนื้ออบ |
| <input type="radio"/> รสเนื้อไก่ | <input type="radio"/> รสเนื้อวัว | <input type="radio"/> รสไก่ทรง |
| <input type="radio"/> รสเนื้อแกะ | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

แมว

- | | | |
|---------------------------------------|--|----------------------------------|
| <input type="radio"/> รสซี่ฟู้ด | <input type="radio"/> รสทูน่าและกุ้ง | <input type="radio"/> รสไก่ |
| <input type="radio"/> รสไก่ปลาไซและนม | <input type="radio"/> รสปลาทะเล | <input type="radio"/> รสปลาทูน่า |
| <input type="radio"/> รสเนื้อ | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.4 เหตุผลที่คุณเลือกอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปให้สัตว์เลี้ยงรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---|-------------------------------|
| <input type="radio"/> มีสารอาหารที่ดีต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยง | <input type="radio"/> หาซื้อได้ง่าย | <input type="radio"/> ราคาถูก |
| <input type="radio"/> สัตว์เลี้ยงชื่นชอบในรสชาติ | <input type="radio"/> ความหลากหลายของรสชาติ | |
| <input type="radio"/> สะดวกและรวดเร็ว(ไม่เสียเวลาในการปรุงอาหารเอง) | | |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | |

1.5 เหตุผลที่คุณไม่เลือกอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปให้สัตว์เลี้ยงรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> บรรจุภัณฑ์ทำให้รู้สึกไม่น่าเลือกซื้อ | <input type="radio"/> ผลิตภัณฑ์ดูไม่สะอาดปลอดภัย |
| <input type="radio"/> หาซื้อได้ลำบาก | <input type="radio"/> เปิดใช้และเก็บรักษายาก |
| <input type="radio"/> สัตว์เลี้ยงไม่ชอบรสชาติ | <input type="radio"/> ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.6 คุณคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่นมากที่สุดของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป (ตอบ-เพียง 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> มีสารอาหารที่ดีต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยง | <input type="radio"/> ความหลากหลายของรสชาติ |
| <input type="radio"/> สะดวกและรวดเร็ว(ไม่เสียเวลาในการปรุงอาหารเอง) | |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.7 ปัจจุบันคุณรู้จักผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปยี่ห้อใดบ้าง

1)..... 2)..... 3).....

1.8 ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปยี่ห้อใดบ้างที่คุณนิยมซื้อให้สัตว์เลี้ยง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สุนัข

- | | | |
|--|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> ดร.เลิฟแคร์ | <input type="radio"/> สมาร์ทฮาร์ท | <input type="radio"/> เอโปร |
| <input type="radio"/> ซีพี คลาสสิก | <input type="radio"/> โรยัล คานิน | <input type="radio"/> เพดดิกรี |
| <input type="radio"/> วี แคร์ ยู | <input type="radio"/> อัลโป | |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | |

แมว

- | | | |
|--|-----------------------------------|-----------------------------|
| <input type="radio"/> มีโอ | <input type="radio"/> สมาร์ทฮาร์ท | <input type="radio"/> เอโปร |
| <input type="radio"/> วิสกั๊ส | <input type="radio"/> ฟริสกี | |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | |

1.9 บรรจุภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปแบบใดหรือขนาดใดที่คุณคิดว่าเหมาะสมที่สุดสำหรับสัตว์เลี้ยงของคุณ

- ขนาด 500 กรัม ขนาด 3.5 กิโลกรัม ขนาด 10 กิโลกรัม
 ขนาด 20 กิโลกรัม ขนาดพกพา (1 มื้อ)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2.ด้านราคา

2.1 ด้านราคาค่าใช้จ่าย/ครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

- ต่ำกว่า 60 บาท 61-150 บาท 151-300 บาท
 301 บาทขึ้นไป

3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

3.1 คุณเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปหรือไม่ เคย ไม่เคย

ถ้าเคย คุณซื้อจากที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงพยาบาลสัตว์
 Modern Trade เช่น โลตัส บิ๊กซี งานแสดงสัตว์เลี้ยง
 ร้านค้าอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3.2 สถานที่ที่สะดวกที่สุดสำหรับคุณในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

คือ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงพยาบาลสัตว์
 Modern Trade เช่น โลตัส บิ๊กซี งานแสดงสัตว์เลี้ยง
 ร้านค้าอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3.3 คุณสามารถหาซื้ออาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปที่ชื่นชอบได้ตลอดทั้งปีหรือไม่

- ได้ ไม่ได้

ถ้าไม่ได้ โปรดระบุอาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปที่คุณไม่สามารถหาซื้อได้ตาม

ต้องการ ในบางช่วงของปี

.....

.....

4. การส่งเสริมการขาย

4.1 นอกจากเหตุผลอื่น ๆ แล้วอะไรที่คุณคิดว่าควรได้รับเมื่อซื้ออาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> ของแถม | <input type="radio"/> ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก |
| <input type="radio"/> ส่งชิ้นส่วนเชิงโชค | <input type="radio"/> เพิ่มปริมาณมากขึ้นกว่าเดิม |
| <input type="radio"/> สะสมชิ้นส่วนใช้เป็นส่วนลด | <input type="radio"/> สะสมชิ้นส่วนแรกของรางวัล |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

5. ด้านพฤติกรรมการบริโภค

5.1 ความถี่ในการให้สุนัขหรือแมวบริโภคอาหารสำเร็จรูป

- | | |
|--|----------------------------------|
| <input type="radio"/> มากกว่า 3 มื้อ/วัน | <input type="radio"/> 3 มื้อ/วัน |
| <input type="radio"/> 2 มื้อ/วัน | <input type="radio"/> 1 มื้อ/วัน |
| <input type="radio"/> ไม่แน่นอน | |

5.2 คุณซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป ใช้ระยะเวลาในการให้สัตว์เลี้ยงบริโภคในแต่ละครั้งนานเท่าใด

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="radio"/> น้อยกว่า 30 วัน | <input type="radio"/> 1 – 2 เดือน |
| <input type="radio"/> 2-3 เดือน | <input type="radio"/> มากกว่า 3 เดือน |

5.3 จุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับการเลี้ยงสัตว์ของคุณ

- | |
|---|
| <input type="radio"/> เพื่อให้สัตว์เลี้ยงบริโภคในที่พักอาศัย |
| <input type="radio"/> เพื่อให้สัตว์เลี้ยงบริโภคเมื่อต้องพาสัตว์เลี้ยงออกเดินทาง |
| <input type="radio"/> เพื่อให้สัตว์เลี้ยงบริโภคในที่พักอาศัย / เมื่อต้องพาสัตว์เลี้ยงออกเดินทาง |

5.4 คุณตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปด้วยตนเองหรือไม่

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| <input type="radio"/> ใช่ | <input type="radio"/> ไม่ใช่ |
|---------------------------|------------------------------|

ถ้าไม่ใช่ คนตัดสินใจซื้อ คือ.....

6. ด้านความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูป

รายละเอียด	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
6.1 ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปในท้องตลาดมีความหลากหลายเพียงพอ					
6.2 เชื่อมั่นในสารอาหารเพื่อสุขภาพของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปเพียงพอ					
6.3 สุนัขหรือแมวพึงพอใจในรสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปเพียงพอ					
6.4 สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปได้สะดวกเพียงพอ					
6.5 ระดับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขและแมวสำเร็จรูปมีความเหมาะสมเพียงพอ					