

อภิธาน์นทนาการ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (Mini Sculpture) แก้วสูงใต้
ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี



สำนักหอสมุด

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน..... 23 ค.ย. 2554
เลขทะเบียน..... 1.55211A.2
เลขเรียกหนังสือ..... TS

สิริพัฒน์ ช้างเผือก

197.5
57917
2554

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์
มีนาคม 2554
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

Packaging Design Ceramics Mini Sculpture Tao Hong Tai
Jadeehak District Muang Ratchaburi



A Thesis Submitted to the Graduate School of Naresuan University

in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Packaging Design

March 2011

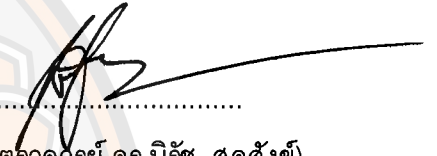
Copyright 2011 by Naresuan University

อาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้า
ด้วยตนเอง เรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (Mini Sculpture) เฝ้าสังเกตตำบล
เจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



.....
(อาจารย์ลัดดา วงศ์สวัสดิ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา



.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

มีนาคม 2554



ชื่อเรื่อง	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (Mini Sculpture) เก้าอี้ไม้ ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
ผู้ศึกษาค้นคว้า	นายสิริพัฒน์ ช่างเผือก
ที่ปรึกษา	อาจารย์ลัดดา วงศ์สวัสดิ์
ประเภทภาคินิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศป.บ. สาขาการออกแบบบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยนเรศวร , 2553

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (Mini Sculpture) เก้าอี้ไม้ ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิก (Mini Sculpture) เก้าอี้ไม้ ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี นั้นมิได้มีการออกแบบมาก่อนทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและยังช่วยลดการเสียหายให้กับผลิตภัณฑ์จึงได้ทำการออกแบบ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดีย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอันจะส่งผลไปยังเรื่องของการตลาดที่ดี การเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงให้ทันกับกระแสความต้องการของตลาดจึงจะทำให้บรรจุภัณฑ์ถึงจุดประสงค์ได้ ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรอย่างยิ่งในการที่จะพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (Mini Sculpture) เก้าอี้ไม้ ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของที่มีความสวยงามเป็นที่ต้องการของตลาดและสามารถเกิดการเสียหายได้ในการขนส่งแต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

ประกาศคุณูปการ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะได้รับการอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณหลายท่าน จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบคุณพระคุณ อาจารย์ลัดดา วงศ์สวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์ รองศาสตราจารย์ ดร.จิรวัดน์ พิระสันต์ อาจารย์ธีรวุฒิ บุญศักดิ์ เสรี อาจารย์ศุภเดช หิมะมาน อาจารย์ทวีรัศมี พรหมรัตน์ อาจารย์วิสิษฐ จันมา อาจารย์นรเศรษฐ์ ไวยศกุล อาจารย์สุตศิริ ปุยอ็อก อาจารย์สุรชาติ เกษประสิทธิ์ อาจารย์ รุ่งโรจน์ รัตนพิเชษฐกุล อาจารย์ ดนัย เรียบสกุล และ อาจารย์ฐิติ สมบูรณ์อเนก อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะและการ ออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่อง ต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์วศินบุรี สุพานิชวรภาชน์ ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์โรงงานเครื่องเคลือบดินเผา ถ้ำยังไถ่ ที่ได้ให้ความเอื้อเฟื้อในด้านข้อมูล การ สาธิต การให้ความรู้ การให้ผลิตภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ

ขอขอบพระคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และน้องๆ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะและการ ออกแบบ และสาขาอื่นๆ ทุกคนที่ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณมารดา คุณตา คุณยาย น้าและครอบครัวทุกท่าน ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจ ให้ความรัก เอาใจใส่สนับสนุนและส่งเสริมแก่ผู้วิจัยในทุกๆ ด้านตั้งแต่เริ่มศึกษาจนกระทั่งการ ศึกษาวิจัยได้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งอย่างยิ่งอย่างหาที่เปรียบมิได้

สิริพัฒน์ ช่างเผือก

มีนาคม 2554

สารบัญ

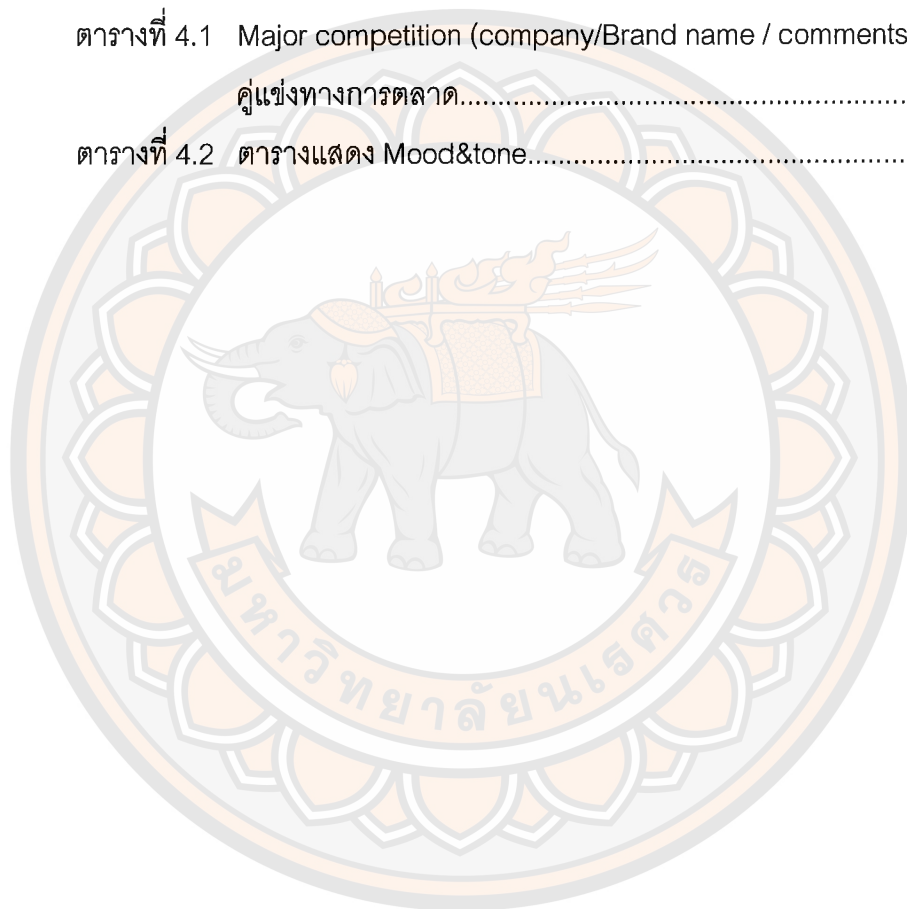
บทที่	หน้า
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	
1.1 ประวัติความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์.....	9
1.2 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์.....	13
1.3 หน้าที่และความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์.....	15
1.4 ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์.....	17
1.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	18
1.6 กระดาษลูกฟูก.....	24
1.7 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	26
1.8 การออกแบบกราฟฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์.....	28
2) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของแหล่งผลิต	
2.1 ประวัติและความเป็นมาของ เถ้าสังไถ่.....	31
2.2 สภาพทั่วไปของ ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.....	31
2.3 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์เซรามิก เถ้าสังไถ่.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย	
ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	35
ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัย.....	41
ขั้นตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม.....	41
ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ขั้นตอนที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะด้วยวิธีพรรณนา.....	42
ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอผลงานบรรจุกัณฑ์.....	42
ขั้นตอนที่ 7 การประเมินผลโครงการโดยใช้ระบบคณะกรรมการ.....	42
4. การพัฒนาและสร้างสรรค์บรรจุกัณฑ์	
ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ (Design Brief).....	43
ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการร่างแบบ (Sketch Design).....	50
ส่วนที่ 3 ผลงานที่สร้างสรรค์.....	55
5. บทสรุป	
สรุปผลการออกแบบ.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	59
สรุปอภิปรายผล.....	60
บรรณานุกรม.....	61
ประวัติผู้วิจัย.....	62

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1.1 ขอบเขตในการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	6
ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขนาดลอนของกระดาษลูกฟูก.....	25
ตารางที่ 2.2 ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติของลอนกระดาษลูกฟูก.....	26
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงผลของการสำรวจการอุปโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก.....	40
ตารางที่ 4.1 Major competition (company/Brand name / comments) คู่แข่งทางการตลาด.....	45
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดง Mood&tone.....	48



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 2.1 กระดาดลูกฟูก 2 ชั้น.....	24
ภาพที่ 2.2 กระดาดลูกฟูก 3 ชั้น.....	24
ภาพที่ 2.3 กระดาดลูกฟูก 5 ชั้น.....	25
ภาพที่ 2.4 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบโอ่งมังกร.....	32
ภาพที่ 2.5 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบกระถาง.....	32
ภาพที่ 2.6 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบแจกัน.....	32
ภาพที่ 2.7 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบถ้วย-ชาม.....	33
ภาพที่ 2.8 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบงานประติมากรรม.....	33
ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ภาพที่ 4.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) เก้าอี้ไม้ จังหวัดราชบุรี.....	46
ภาพที่ 4.2 แสดงกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) เก้าอี้ไม้ จังหวัดราชบุรี.....	47
ภาพที่ 4.3 แสดงภาพ Mood&Tone(Protect).....	48
ภาพที่ 4.4 แสดงภาพ Mood&Tone(Striking).....	49
ภาพที่ 4.5 แสดงภาพ Mood&Tone(Chic).....	49
ภาพที่ 4.6 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบโครงสร้าง - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์แบบแรก.....	50
ภาพที่ 4.7 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบโครงสร้าง - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ.....	51
ภาพที่ 4.8 แสดงกราฟฟิก(โลโก้).....	51
ภาพที่ 4.9 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก - กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบแรก.....	52
ภาพที่ 4.10 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก - กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบที่ 2.....	52

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
ภาพที่ 4.11 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก	
- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบที่ 3.....	53
ภาพที่ 4.12 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก	
- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบยืนที่ใช้จริง.....	53
ภาพที่ 4.13 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก	
- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบบัสสภาวะที่ใช้จริง.....	53
ภาพที่ 4.14 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก	
- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบอุจจาระที่ใช้จริง.....	54
ภาพที่ 4.15 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก	
- กล่องบรรจุภัณฑ์สุนัขภาพคลี่(Plan).....	54
ภาพที่ 4.16 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์.....	55
ภาพที่ 4.17 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์	
- การจัดแสดงงาน.....	56

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจ SMEs หรือธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญคือช่วยในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจไปสู่กลุ่มคนต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและประชาชนมีรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้นและยังเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่เพราะความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจขนาดย่อมทำให้ธุรกิจมั่นคงมียอดการผลิตที่สูงขึ้น และมีการนำเทคโนโลยีที่สูงขึ้นมาใช้ในการผลิตซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ เป็นแหล่งผลิตสินค้าใหม่ ๆ เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลร่วมกันคิดและผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาด โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่ไม่กล้าเสี่ยงต่อการ

คำว่า SMEs บางคนอาจจะยังไม่เข้าใจว่าคืออะไร ความหมายนั้นก็คือธุรกิจขนาดย่อม ธุรกิจหมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิต การจำหน่าย และการบริการ ธุรกิจ SMEs หรือธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ และมีพนักงานจำนวนไม่มาก

ในธุรกิจ SMEs (ธุรกิจขนาดย่อม) นั้นมีลักษณะเป็นโครงสร้างของธุรกิจไม่มีความซับซ้อนมากนัก การบริหารธุรกิจขนาดย่อมสามารถใช้แรงงานครอบครัวมาช่วยในการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้ต้นทุนค่าแรงงานต่ำ มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมมีอิสระในการทำงาน ทำให้สามารถตัดสินใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของธุรกิจได้ทันที การเข้าถึงลูกค้าของธุรกิจขนาดย่อมมักทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดย่อมจะมีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ ทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็ว ธุรกิจขนาดย่อมใช้เงินลงทุนต่ำ แรงงานมีจำนวนน้อย การดำเนินงานส่วนใหญ่ผู้บริหารจะเป็นผู้ดำเนินการแต่เพียงผู้เดียว หรือโดยกลุ่มผู้บริหารเพียงไม่กี่คน ทำให้ผู้บริหารมีแรงจูงใจในการดำเนินงาน เนื่องจากผลกำไรที่ได้จะเป็นของผู้ดำเนินการทั้งหมด ยอดขายมีน้อย เนื่องจากท้องถิ่นบางแห่งมีประชากรและอำนาจซื้อน้อย จนธุรกิจขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าไปดำเนินการได้ หรือไม่ต้องการเข้าไปแข่งขันกับธุรกิจขนาดเล็ก เนื่องจากมียอดขายน้อย ตลาดเหล่านี้จึงเป็นตลาดของธุรกิจขนาดย่อม ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจสูง ทำให้ทำงานหนักและเสียสละ เพราะผลของการทำงานหนักก็จะกลับเป็นผลกำไรที่ตกมาถึง

ผู้ประกอบการโดยตรง มีความคล่องตัวในการจัดการ เนื่องจากสถานะแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือการผลิต การแข่งขันฯ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถตัดสินใจปรับปรุง เปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วกว่าและได้แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ

1. ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม ซึ่งผลผลิตของธุรกิจประเภทนี้มักจะเป็นสินค้าอุปโภคหรือสินค้าของผู้ผลิต แล้วแต่กรณีผลผลิต จะนำออกขายโดยตรงแก่ผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคโดยตรง มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น โรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า ที่มีเครื่องจักร และคนงานไม่เกิน 50 คน โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ฯลฯ ซึ่งแม้จะไม่มีฐานะมั่นคง ไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า หรือไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำรงกิจการอยู่ได้ด้วยการตอบสนองของความต้องการของกลุ่มลูกค้าประจำ หรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ และสามารถประหยัดต้นทุนบางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานตนเองและครอบครัวในการดำเนินงาน

2. ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่างๆ แก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคบริโภค ไม่ว่าจะเป็น ณ ที่ที่ขายบริการ หรือสถานที่ของลูกค้าเอง ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าด้วยสิ่งที่ไม่มิตัวตนทางกายภาพ ธุรกิจประเภทนี้มีอยู่มากมายหลายชนิด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนไม่มาก แต่ต้องอาศัยแรงงานและฝีมือของบุคลากร มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น กิจการร้านเสริมสวย กิจการสปา กิจการบริการขนส่ง ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า สำนักงานกฎหมายและบัญชี คลินิกรักษาโรค เป็นต้น ธุรกิจให้บริการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของช่างฝีมือเฉพาะอาชีพที่จะเปลี่ยนตนเองมาสู่ความเป็นเจ้าของกิจการตามงานด้านที่ตนมีความถนัดและชำนาญงานอยู่ เมื่อระบบเศรษฐกิจเจริญขึ้นความต้องการการบริการที่เพิ่มขึ้นจะผลักดันให้เกิดการก่อตั้งธุรกิจบริการแห่งใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ด้วย และปรากฏว่าในปัจจุบันธุรกิจบริการมีแนวโน้มที่จะขยายตัวรวดเร็วกว่าธุรกิจประเภทอื่น

3. ธุรกิจค้าส่ง ผู้ค้าส่งนับเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีก ซึ่งตามปกติก็มักจะรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น ร้านค้าส่งในบริเวณตลาดไท ร้านค้าส่งในย่านธุรกิจเช่น สำเพ็ง เยาวราช

4. ธุรกิจค้าปลีก ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือมีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 50

ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วไม่เกิน 25 ล้านบาท เช่น ร้านค้าปลีกตามชุมชน รวมไปถึงร้านค้าปลีกในลักษณะของการซื้อสัมปทาน เช่น ร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น ร้านแฟมิลีมาร์ท จากประเภทของธุรกิจขนาดย่อมที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ประเภทแสดงให้เห็นว่าธุรกิจขนาดย่อมมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ

4.1. ความต้องการด้านเทคนิคและวิชาการมีน้อยมา

4.2 เจ้าของหรือผู้บริหารมีประสบการณ์ในการบริหารไม่มากนัก

4.3 ตลาดของธุรกิจขนาดย่อมมีขอบเขตจำกัดอยู่ในท้องถิ่นนั้น

4.4 ความต้องการเงินทุนเริ่มแรกมีน้อย ธุรกิจ SMEs ยังมีความสำคัญของระบบเศรษฐกิจในประเทศไทยเพราะทุกครัวเรือนสามารถทำธุรกิจขนาดย่อมได้ เช่น การทำหัตถกรรมในครัวเรือน เป็นต้น (ครูเยาวภา ศิริพันธ์พิริยะ. ความหมายของธุรกิจ SMEs. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://km.tup.ac.th/SMEs/learn2.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 มกราคม 2553)).

ในปัจจุบันเซรามิกส์หรือเครื่องเคลือบดินเผา เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ในอดีตเซรามิกส์ส่วนใหญ่มักเป็นภาชนะใส่อาหาร ใส่น้ำ และเครื่องประดับ แต่ในปัจจุบัน เซรามิกส์ได้เจริญก้าวหน้าตามเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีผลิตภัณฑ์เซรามิกส์หลายประเภท และมีรูปแบบ สีลวดลายที่หลากหลาย เช่น จาน ถ้วย แจกัน แก้วน้ำ แม้แต่สุขภัณฑ์ต่างๆ ล้วนแต่เป็นผลิตภัณฑ์ทางเซรามิกส์ ดังนั้นเซรามิกส์จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตและมีคุณค่าทางด้านจิตใจ ด้านสุนทรียภาพในการผลิตเซรามิกส์นั้น จะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ มากมาย เริ่มจากการเตรียมดิน การขึ้นรูป การอบ การเผาและการเคลือบ โดยการผลิตเซรามิกส์นั้นต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความชำนาญ และความละเอียด ซึ่งความรู้ นั้นเกิดจากการศึกษาประวัติ ประเภท และวิธีการผลิตเซรามิกส์ ส่วนประสบการณ์และความชำนาญนั้นย่อมเกิดจากการฝึกฝน

เซรามิก เป็นอุตสาหกรรมที่มีในจังหวัดราชบุรีมายาวนาน และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การทำผลิตภัณฑ์เซรามิกในราชบุรีนั้น สามารถสร้างรายได้ประมาณ 200 ล้านบาทต่อปี เฉพาะสินค้าเครื่องประดับตกแต่งสวนและอุปกรณ์ประกอบ ไม่รวมสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เซรามิกของราชบุรีนั้นจึงเป็นสินค้าที่ขึ้นชื่ออีกอย่างหนึ่งของจังหวัดราชบุรี 70 กว่าปีที่แล้ว ถ้ำสงใต้ เซรามิกเมืองราชบุรี เตี้ยชงสง ผู้อพยพจากประเทศจีนตั้งรกรากที่ประเทศไทย และบุกเบิกการตั้งโรงงานผลิตไหน้ำปลาและโถงน้ำขึ้นที่จังหวัดราชบุรี ซึ่งกิจการสืบทอดมาสู่รุ่นลูก และขยับขยายโรงโถงจนกลายเป็นที่รู้จัก จะถึงปัจจุบัน วคินบุรี สุพานิชวรภาชน์ ทายาทรุ่นที่ 3 ซึ่งพาชื่อ ถ้ำสงใต้ เข้าสู่ตลาดของ Modern Ceramics อย่างเต็มตัว จากไหน้ำปลาและโถงธรรมดาที่ไม่มีลวดลาย ก็เริ่มมีการเพิ่มมูลค่าโดยการทำลวดลายต่างๆ บนโถง ซึ่งมีการสั่งดินขาวจากประเทศจีนมาทำเป็น

ลวดลาย ซึ่งไม่ได้มีแค่ลายมังกร แต่ยังมีลายดอกไม้ ลายเรือพระที่นั่ง ฯลฯ แต่ที่คุ้นตาผู้ บริโภคที่สุด อาจเป็นลายมังกรทำให้คนเรียกโองราชบุรีจนติดปากว่า โองมังกร ซึ่งสมัยนั้นโองมังกรของราชบุรี ยังถูกลำเลียงลงเรือล่องไปตามแม่น้ำแม่กลองไปขายยังจังหวัดต่างๆ ขณะที่โองในราชบุรีก็ ขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีรูปแบบการใช้สอยที่หลากหลายขึ้นอย่างเช่น อ่างบัว กระถางต่างๆ

สภาวะการแข่งขันที่สูงมากขึ้น จากหนึ่งโรงงาน กลายเป็น 2, 3, 4, 5 จนถึง 20 กว่าโรง ภายใน ช่วงเวลา 30 ปีแรก มีการแข่งขันมากขึ้น ทำให้เกิดภาวะโองล้นตลาด อีกด้านหนึ่งก็มีการพัฒนา ระบบสาธารณูปโภค มีน้ำประปาที่เปิดจากก๊อกได้ทันที ทำให้ความจำเป็นในการใช้โองเก็บน้ำ ลดลงไป ทั้งยังมีวัสดุอื่นๆ อีก

ต่อมาจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันโดยผลิตเครื่องปั้นดินเผาตามแบบ ลูกค้าสั่ง จำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยแบ่งเป็นแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. เครื่องปั้นดินเผาแบบที่โรงงานต่างๆ ในราชบุรีผลิต
2. เครื่องปั้นดินเผาแบบไม่เคลือบดินสีแดงตามรูปแบบของไทย
3. เครื่องปั้นดินเผาแบบกวางตุ้งของจีนซึ่งมีทั้งสีเดียวและหลายสีในชิ้นเดียวกัน
4. เครื่องปั้นดินเผาแบบปังโคย โดยเขียนสีน้ำเงินหรือลายสีใต้เคลือบ
5. เครื่องปั้นดินเผาแบบเมืองกังไส มีทั้งชนิดแตกลายงาและแบบไม่แตกลายงา

ผลิตภัณฑ์ของเก้าองไถ่จึงไม่ได้มีเพียงสีน้ำตาลอีกต่อไป ทำให้สามารถเพิ่มฐานลูกค้าเป็นกลุ่ม ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น กลุ่มสถาปนิก โรงแรมและรีสอร์ท ที่เริ่มเข้ามาก่อสร้าง แต่สีสันก็ยังไม่ หลากหลายเหมือนอย่างในปัจจุบัน ยกตัวอย่างสีสันง่ายๆ อย่างเช่น สีเขียวไขกา หรือเขียวใส น้ำ เงิน-ขาว เป็นต้น

เมื่อเซรามิกเริ่มขยายตัวทางธุรกิจทำให้สินค้ามีความหลากหลายขึ้น เซรามิกจึงมีการออกแบบ ที่พิเศษเฉพาะตัวขึ้นเพื่อสนองความต้องการกลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อ ซึ่งการแพ็คเซรามิกส์ห่อด้วย หนังสือนิพิมพ์ แล้วบรรจุใส่เซ่งที่บุด้วยฟาง หรือใช้โครงไม้เป็นหลักแล้วหุ้มด้วยกระดาษ ซึ่งวิธีนี้มัก ก่อให้เกิดปัญหากับผู้ซื้อบางประการ เช่น จัดเก็บเรียงเซ่งลำบาก ดูไม่ดีต่อพื้นที่จัดเก็บสินค้า ใช้ พื้นที่จัดเก็บมากกว่าปกติ เกิดความสกปรกและอาการคันจากปัญหาฟางและมอดและความยาก ลำบากต่อการกำจัดขยะและเซ่งทิ้ง

เพื่อที่จะแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงออกแบบวิธีการแพ็คเซรามิกส์แบบใช้กล่องให้เป็น มาตรฐาน เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความมั่นใจสูงสุดทั้งในแง่ของความปลอดภัยของตัวสินค้าระหว่างการ ขนส่ง รวมถึงความสะดวกสบาย ง่ายและสวยงามต่อการจัดเก็บของผู้ซื้อ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยการศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพัฒนา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ดังนี้

1. ศึกษาปัญหาและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
2. ศึกษากระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงออกแบบและพัฒนา ซึ่งนักวิจัยในที่นี้หมายถึงนิสิตวิชาเอกออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ส่วนผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านผู้ผลิต โรงงานวิจัย ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
 - 1.1 ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
 - 1.2 แนวคิดนโยบายด้านการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี
 - 1.3 กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ การผลิต และการตรวจสอบแก้ไขผลิตภัณฑ์โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและสังเกตแบบมีส่วนร่วมร่วมกัน แบ่งเป็น
 1. ผู้ประกอบ
 2. นักออกแบบ
 3. ผู้ผลิตสินค้า

2. ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เซรามิก ถ้ำสงใต้ จังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 1.1 ขอบเขตในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ที่	ชื่อชนิดสินค้า	นน. (หน่วย)	ราคา (หน่วย)	โครงสร้าง	กราฟิก
1.	เซรามิก (mini sculpture) ทำยื่น - แบบเรียบ - แบบลายจุด - แบบเจาะรู		6,000.-	1	1 1 1
2.	เซรามิก (mini sculpture) ทำยื่น - แบบเรียบ - แบบลายจุด - แบบเจาะรู		6,000.-	1	1 1 1
3.	เซรามิก (mini sculpture) ทำยื่น - แบบเรียบ - แบบลายจุด - แบบเจาะรู		6,000.-	1	1 1 1
	รวม			3	9

3. ขอบเขตด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย

3.1 การจัดการและการจัดจำหน่าย

3.2 กลุ่มตลาดเป้าหมาย

3.3 พฤติกรรมผู้บริโภค

โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและสังเกตแบบมีส่วนร่วมร่วมกัน แบ่งเป็น

1. ผู้ประกอบ

2. นักออกแบบ

3. ช่างผลิตสินค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1) เซรามิก ความหมายว่า สิ่งที่ถูกเผา ในอดีตวัสดุเซรามิกที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ เซรามิกดั้งเดิม ทำมาจากวัสดุหลักคือดินเหนียว
- 2) ดินเหนียว เป็น ดินทุติยภูมิ(Secondary)ประเภทของดินที่มีการนำมาใช้งานในการผลิตผลิตภัณฑ์ Whiteware นั้นครอบคลุมไปถึงดินเหนียว (Ball Clays) ต่างๆ และ กลุ่มของดินทนไฟ (Fireclays) ด้วย
- 3) ไชน่าแวร์ เป็น การเรียกเซรามิกในช่วงแรกเพื่อเป็นเกียรติให้กับคนจีนซึ่งเป็นผู้บุกเบิกการผลิตเครื่องปั้นดินเผารุ่นแรก ๆ
- 4) บรรจุภัณฑ์ (Package) หมายถึง สิ่งที่ห่อหุ้มภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์ ในทางการค้าและการบริโภค (ประชิด ทิณบุตร, 2531:1)
- 5) การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ระบบรวมในการเตรียมสินค้าสำหรับการขนส่งและจัดจำหน่าย การเก็บรักษาและการตลาด โดยใช้ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ (เฉลิมชัย หอนาค 2538 หน้า 1)
- 6) การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบ โดยวางแผนจัดสัดส่วน ประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุและการผลิต
- 7) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่รวมกันแล้ว สามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นหรือ ผลตอบแทนใด ๆ ที่ผู้ซื้อจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (สุดาตวง เรืองรุจิระ, ม.ป.ป. หน้า 109)
- 8) การพัฒนา หมายถึง กระบวนการค้นคว้า การคิดออกแบบ แก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ได้มาซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ดี (สาคร คันธโชติ 2528 หน้า6)
- 9) การจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการขาย แจก แลกเปลี่ยน (พจนานุกรม ไทย-ไทย ราชบัณฑิตยสถาน 2525 หน้า 230)
- 10) ผลิต หมายถึง ทำให้เกิดขึ้นมีขึ้นตามต้องการ ด้วยอาศัยแรงงานหรือเครื่องจักรเป็นต้น (พจนานุกรม ไทย-ไทย ราชบัณฑิตยสถาน 2542 หน้า727)
- 11) กระบวนการผลิต หมายถึง ขบวนการแบบแผน กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินต่อเนื่องกันจนสำเร็จลง ณ ระดับหนึ่ง (พจนานุกรม ไทย-ไทย ราชบัณฑิตย -สถาน 2525 หน้า34)

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอบทนี้วัตถุประสงค์เพื่อทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการศึกษา เพื่อ กำหนดทดสอบแนวคิดสำหรับงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำรา บทความ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยครอบคลุมเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- 1.1 ประวัติและความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์
- 1.2 ความหมายของตัวบรรจุภัณฑ์
- 1.3 หน้าที่และความสำคัญของบรรจุภัณฑ์
- 1.4 กระบวนการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์
- 1.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์
- 1.6 กระดาษลูกฟูก
- 1.7 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- 1.8 การออกแบบกราฟฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของแหล่งผลิตเซรามิก ถ้ำสงใต้ จังหวัดราชบุรี

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาของเซรามิก ถ้ำสงใต้ จังหวัดราชบุรี
- 2.2 สภาพทั่วไป ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
- 2.3 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) ถ้ำสงใต้ จังหวัดราชบุรี

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสำคัญต่องานวิจัย โดยแบ่งข้อมูลเป็นข้อ ๆ ดังนี้

1.1 ประวัติความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์

การศึกษาประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์ย่อมจะทำให้มองเห็นถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อมนุษยชาติ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้การศึกษาประวัติศาสตร์พัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงควรเริ่มจากการศึกษาบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ

เมื่อใดที่มีการกล่าวถึงบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติมักมีความหมายว่าเป็นผลงานของเทวดา เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์สมบูรณ์แบบและเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่มนุษย์พยายามลอกเลียนบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติที่ให้กำเนิดสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย ๆ ประเภท เช่น ไข่ รูปทรงของไข่ไม่ได้เป็นรูปทรงเรขาคณิต คือ ไม่กลมหรือวงรีทำให้กิ้งก้างไม่สะดวกส่งผลให้โอกาสเกิดการกระแทกจากการเคลื่อนไหวไม่รุนแรง ส่วนโค้งของไข่โค้งมนพอดีกับการกักไข่อย่างพอเหมาะที่จะให้ลูกอ่อนเจริญเติบโตได้ ไข่ขาวที่มีอยู่ภายในช่วยปกป้องไข่แดงที่อุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการด้วยเปลือกไข่ที่ยอมให้อากาศซึมผ่านอย่างพอเหมาะช่วยควบคุมอากาศภายในไข่ให้สมดุลซึ่งเป็นหลักการที่ใช้ในการออกแบบพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการป้องกันเชิงรุก (Active Packaging)

ถั่วลิสงเตาเป็นบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติที่สมบูรณ์แบบอีกประการหนึ่ง เม็ดถั่วที่อยู่ภายในฝักเรียงตัวเป็นแถว ตัวฝักเปรียบเสมือนกับฟิล์มเคลือบอยู่ 2 ชั้น โดยมีชั้นนอกที่แข็งและชั้นในที่อ่อนนุ่ม ภายในฝักถั่วยังมีการปรับอากาศภายในให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโต เปรียบเสมือนกับบรรจุภัณฑ์ปรับสภาวะบรรยากาศ (Modified Atmosphere Packaging) ที่มนุษย์ได้คิดค้นเลียนแบบเมื่อหลายสิบปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ถั่วลิสงก็ยังมีเปลือกข้างนอกคล้ายคลึงกับลอนของกระดาษลูกฟูกซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้ ลอนบนผิวของเปลือกถั่วลิสงสามารถปลูกปกป้องเมล็ดถั่วที่อยู่ภายในด้วยรูปลักษณะของการเป็นลอนคล้ายกับลอนกระดาษลูกฟูก

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า บรรจุภัณฑ์นั้นเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีและวัฒนธรรม ตัวอย่างที่เห็นชัดมากที่สุดก็คือ บรรจุภัณฑ์ของขวัญ ไม่ว่าจะเป็นของขวัญที่เป็นสินค้า หรือเงินสดจำต้องใช้บรรจุภัณฑ์ห่อ ในกรณีเงินสดและเช็คของขวัญย่อมต้องมีซองใส่ในรูปแบบต่าง ๆ กันในงานสมรสใด ๆ ก็ตาม ถ้าผู้รับเชิญไปถึงงานและควักเงินสดโดยปราศจากซองให้แก่ผู้จัดงานสมรสจะมีความรู้สึกคล้าย ๆ กับการจ่ายเงิน แต่ถ้าให้เป็นซองที่บรรจุเงินสดหรือเช็คของขวัญความรู้สึกจะเป็นการให้เพื่อแสดงความยินดี ไม่ใช่เป็นการให้เพื่อแลกเปลี่ยนหรือทดแทนกับสิ่งที่ได้รับประโยชน์

คล้ายกับการให้อั่งเปาของชาวจีน เงินที่ให้เป็นอั่งเปาเปรียบเสมือนกับการอวยพรให้โชคดีตลอดปีใหม่ นอกจากนี้ยังถือว่าเป็นประเพณีว่าของที่ใส่ในนั้นจะต้องเป็นของสีแดงอันเป็นสื่อความหมายถึงความโชคดี บรรจุกฎบัตรธรรมชาติและประเพณีนิยมมีบทบาทต่อการพัฒนาบรรจุกฎบัตร ทำให้บรรจุกฎบัตรสามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ และยังเพิ่มคุณค่าด้วยสีสันและรูปทรงของบรรจุกฎบัตรเอง (ปุ่น และคณะ, 2541. หน้า 4)

วิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุกฎบัตร หรือ การบรรจุหีบห่อ เริ่มกระทำขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อใดนั้น คงจะหาคำตอบที่แน่นอนได้ยาก แต่ถ้าหากสันนิษฐานตามหลักฐานและสัญชาติญาณการเรียนรู้ของมนุษย์ นับตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เป็นต้นมา ในเรื่องของการคิดค้นและแก้ปัญหาเพื่อความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสาร (Created to make transportation easier) แล้วอาจกล่าวเป็นเหตุและผล แห่งวิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุกฎบัตรที่ได้ง่ายขึ้น

เมื่อมนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภคน้ำ และอาหารเพื่อการดำรงชีพของตนเองสิ่งแรกที่เป็นอุปสรรคช่วยนำพาอาหารเข้าสู่ปากได้ก็คือมือ เช่น ใช้อุ้งมือรองรับ หยิบ จับเอาอาหาร แต่ถ้าเกิดความต้องการที่มากขึ้น อุ้งมือทั้งสองข้างก็ไม่สามารถสนองความต้องการได้ ดังนั้น มนุษย์จึงเริ่มมีการเรียนรู้และคิดค้น เพื่อแก้ปัญหาขึ้น ด้วยการมองหาวัสดุที่มีอยู่รอบกายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับอุ้งมือ เช่น เป็นแอ่ง หลุม หรือลักษณะใกล้เคียงและมีพื้นที่การรองรับได้มากกว่า สะดวกกว่า เข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายนำพาอาหารหรือวัตถุที่ต้องการ เช่น ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์ หนังสัตว์ ฯลฯ เป็นต้น การรู้จักการแก้ปัญหาด้วยการเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติเข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสารการกระทำดังกล่าวจึงนับว่าเป็นที่มาของการบรรจุ (Filling)

ต่อมาเมื่อมนุษย์มีเวลาร่าง และความต้องการมากขึ้น ก็เริ่มให้ความสนใจกับเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ ด้วยการนำมาขัดเกลา ตกแต่งประดิษฐ์เพิ่มเติมเพื่อให้เหมาะสมกับการจับ ถือ หิ้วหรือหาบคอน ไม่ให้เป็นที่ระคายเคืองต่อสรีระร่างกาย และสามารถอำนวยความสะดวกสบายแก่การเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสารมากขึ้น เช่น การรู้จักเย็บกระถงจากใบไม้ รู้จักการนำเอาเถาวัลย์ กิ่งไม้ ใบหญ้ามาขัด สาน ทอ ขึ้นเป็นกระจาด ตะกร้า ชะลอม และรู้จักการนำเอาหนังสัตว์มาพับ เย็บ มัดห่อหุ้ม พืชพันธุ์ธัญญาหาร จากการที่มนุษย์ในสมัยก่อน รู้จักการประดิษฐ์คิดค้นภาชนะบรรจุ ด้วยการดัดแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุธรรมชาติให้มีรูปร่างและหน้าที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นนี้เอง จึงจัดว่าเป็นการออกแบบบรรจุกฎบัตรขั้นพื้นฐาน (Primitive Packaging Design) ที่มนุษย์ในสมัยก่อนได้กระทำขึ้นตามสภาพการเรียนรู้และการค้นพบวัสดุในแต่ละยุค (ประชิด ทิณบุตร. 2531)

ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่า มนุษย์เผ่าพันธุ์แรกที่อยู่อาศัยในเขตกรรมเป็นพวกแรกคือ มนุษย์โครมันยอง (Cromagnon) ซึ่งมีอายุอยู่ในราว 10,000 – 20,000 ปีก่อนคริสตกาล มนุษย์พวกนี้ทำให้เกิดระบบการผลิตแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ซึ่งกันและกัน ขึ้นมาในระยะแรกก็อาจจะเริ่มขึ้นเฉพาะในหมู่ญาติมิตรหรือกลุ่มคนที่อยู่ใกล้เคียง ต่อมาเมื่อการดำรงชีพเปลี่ยนแปลงไป ประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้น ก็ทำให้ขนาดของชุมชนเปลี่ยนสภาพเป็นหมู่บ้านกลายเป็นเมือง และจากเมืองกลายเป็นประเทศที่ขยายอาณาเขตกว้างไกลออกไปรูปแบบการผลิต และการแลกเปลี่ยนธรรมชาติจึงพัฒนาขึ้นเป็นระบบ การผลิตเพื่อ การค้าและบริการหรือระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม (mass production) เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการด้านการอุปโภคบริโภคของประชากรที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ มีการคิดค้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นตามกาลเวลา และความก้าวหน้าทางวัตถุที่ค้นพบ ดังเช่นหลักฐานที่ปรากฏว่าการทอผ้าและการผลิตเครื่องปั้นดินเผาถูกค้นพบและใช้เป็นบรรจุภัณฑ์มาเมื่อประมาณ 8,000 ปีก่อนคริสตกาล และหลังจากนั้นไม่นานภาชนะเครื่องแก้วอย่างหยาบ ๆ ก็ถูกค้นพบ โลหะ ค้นพบราวปลายยุคหิน และการรู้จักสร้างหีบไม้ ถังไม้ ลังไม้ ก็เริ่มมีการใช้ในยุคของกรีกและโรมันเป็นต้นมา

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการค้าและการบริการในฐานะของสิ่งอำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า โดยทำหน้าที่ขึ้นพื้นฐานอันดับแรก คือ ปกป้อง คัดกรองสินค้าให้ปลอดภัยจากความเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทบกระเทือน และป้องกันสิ่งปนเปื้อนที่ไม่พึงประสงค์ (To prevent spillage and contamination) ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งสินค้าผลิตภัณฑ์จากโรงงานผลิตไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งบทบาทนี้ก็มีผลทำให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ มีการพัฒนาขึ้นรองรับ มีการออกแบบภาชนะบรรจุแบบปิด (close container) เช่น ถังไม้ (barrel) การรู้จักปิดผนึกบรรจุภัณฑ์ เช่น มีฝาจุกปิดขวด ฯลฯ เป็นต้น เทคนิคและกรรมวิธีการบรรจุที่พัฒนาขึ้นตามหน้าที่ จึงเป็นผลทำให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย ลักษณะตามกาลเวลา และการค้นพบวัสดุหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้

ที่มา : วาสนา พรหมเทียน (2545 : หน้า 5)

ในสมัยต่อมาความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศิลปะศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องจักรกลโรงงานต่อ ๆ ถูกคิดค้นพัฒนาขึ้นมา โดยเฉพาะในช่วงของการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่เริ่มมาตั้งแต่ต้น ศตวรรษที่ 17 ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและสนองความสะดวกสบายต่อการขนส่งสินค้าผลิตภัณฑ์ได้กว้างขวางมากขึ้น แต่อิทธิพลและปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) พื้นฐานอันดับแรกนั้น เป็นผลมาจากการคิดค้นกรรมวิธีการผลิตกระดาษและศิลปะการพิมพ์ (ประชิด ทิถบุตร, 2531. หน้า 17)

ในสมัยดึกดำบรรพ์บรรจุกัณฑ์มักจะใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ลูกน้ำเต้า ใบไม้ เปลือกหอย เป็นต้น มาถึงยุคประมาณ 5000 ปีก่อนพุทธกาล มนุษย์เริ่มรู้จักการใช้เครื่องปั้นดินเผาทำหน้าที่สามารถเก็บอุณหภูมิอาหารได้มากขึ้น ส่งผลให้สามารถนำส่งไปยังพื้นที่ห่างไกลออกไป พร้อมทั้งการนำไปสู่การแลกเปลี่ยนสินค้าและค้าขายเป็นสินค้าได้ บรรจุกัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเหล่านี้ พบแหล่งผลิตในประเทศกรีซและส่งไปขายไกลถึงประเทศอิตาลีในปัจจุบัน

บรรจุกัณฑ์แก้ว เริ่มมีการผลิตประมาณ 2000 ปีก่อนพุทธกาลในแถบเมโสโปเตเมียหรือประเทศอียิปต์ในปัจจุบัน ส่วนขวดแก้วใส่นั้นสามารถผลิตได้ประมาณ 1000 ปี ก่อนพุทธกาลและทำให้อียิปต์เป็นประเทศที่ชำนาญในการผลิตบรรจุกัณฑ์แก้ว ต่อมาประมาณ พ.ศ. 500 วิวัฒนาการในการผลิตแก้วได้ก้าวมาสู่จุดสุดยอดด้วยการพัฒนาของชาวโรมัน ประมาณ พ.ศ. 800 (ปุณ และคณะ, 2541. หน้า 4)

กระดาษ เริ่มผลิตได้ในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกับแก้ว คือ ประมาณ พ.ศ. 600 ในประเทศจีน แต่ในยุคนั้นกระดาษยังมีได้นำมาห่อสินค้า จวบจนกระทั่งกระดาษได้รับการนำเข้าสู่ประเทศยุโรปผ่านประเทศทางอาหรับ และเริ่มมีการผลิตกระดาษครั้งแรกในทวีปยุโรปที่ประเทศสเปนทางเหนือของเมืองวาเลนเซียโดยชาวมุสลิมสเปน กระดาษได้รับการแปรรูปเป็นถุงกระดาษในช่วง พ.ศ. 2161 ถึง พ.ศ. 2191 และมีการใช้มากถึง 800 ล้านถุงในสหรัฐอเมริกาในช่วงปี พ.ศ. 2148 ส่วนการตัด การพับเส้น พร้อมทั้งการพิมพ์เพื่อแปรรูปกล่องกระดาษแข็งนั้นเริ่มได้รับความนิยมใน พ.ศ. 2423 (ปุณ และคณะ, 2541. หน้า 4)

บรรจุกัณฑ์โลหะ เริ่มจากการค้นพบวิธีการชุบโลหะด้วยดีบุกโดยกระบวนการ Hot Dip ของชาวโบฮีเมีย ประมาณ พ.ศ. 700 จนกระทั่งมีการแปรรูปมาทำเป็นกระป๋องบรรจุยาเส้นที่พบในอังกฤษต้องใช้เวลาจนถึง 500 ปี หลังจากการค้นพบการชุบดีบุก บรรจุกัณฑ์โลหะในแถบทวีปเอเชียได้รับการบันทึกในประวัติศาสตร์ คือ มีการใช้กระป๋องใส่ชาที่ผลิตจากประเทศในแหลมมลายู ด้วยปริมาณชา 1 "Kati" หรือประมาณ 1.5 ออนซ์ในปัจจุบันนี้เพื่อวางจำหน่ายในยุโรป

ในแง่ของการศึกษาประวัติศาสตร์ของบรรจุกัณฑ์ บุคคลที่ได้รับการกล่าวขวัญมากที่สุดคือ ผู้ประดิษฐ์บรรจุกัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาอาหารได้เป็นชาวเปอร์เซียที่ชื่อ Nicolas Appert ซึ่งได้รับรางวัลจากจักรพรรดิโปเลียน ในฐานะผู้คิดค้นบรรจุกัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาอาหารไว้เป็นเสบียงให้แก่ ทหาร บรรจุกัณฑ์อาหารดังกล่าวนี้ จะใช้ขวดแก้วพร้อมจุกที่ปิดสนิทแน่นและสามารถฆ่าเชื้อด้วยความร้อนได้ หลักการถนอมอาหารด้วยการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนนี้ได้รับการวิวัฒนาการต่อโดยการใช้เป็นกระป๋องโลหะโดยชาวอังกฤษที่ชื่อ Donkin and Hall ซึ่งเป็นผู้ซื้อลิขสิทธิ์การผลิตในอังกฤษจาก Appert ด้วยเหตุนี้ Appert จึงได้รับเกียรติในฐานะผู้คิดค้นบรรจุกัณฑ์กระป๋องโลหะที่สามารถฆ่าเชื้อได้เป็นคนแรก (ปุณ และคณะ, 2541. หน้า 5)

พลาสติก ชนิดแรกสุดมีชื่อว่า Paarkesine ได้รับการคิดค้นขึ้นในปี พ.ศ. 2390 โดยชาวอังกฤษที่ชื่อว่า Alexander Parkers นับเป็นพลาสติกจำพวก Thermoplastics ชนิดแรกที่เกิดขึ้นในโลกนี้ และได้้นำออกแสดงในงานแสดงสินค้าที่เมือง South Kensington ในอีก 6 ปีต่อมา หลังจากนั้น พลาสติกชนิดต่าง ๆ ได้รับการคิดค้นมากมาย ตัวอย่างเช่น Styrene ซึ่งได้รับการคิดค้นขึ้นในปี พ.ศ. 2409 ตามมาด้วย Vinylchloride ในปี พ.ศ. 2415 เป็นต้น (ปุ่น และคณะ, 2541. หน้า 5)

1.2 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

คำว่า "บรรจุภัณฑ์ กับ ภาชนะบรรจุ" นั้นแตกต่างกันขอให้พิจารณาบรรจุภัณฑ์น้ำปลา การซื้อน้ำปลามาขวดหนึ่งจากร้านขายของชำ ตัวขวดนั้นย่อมเป็นบรรจุภัณฑ์ แต่เมื่อนำมาที่บ้าน เวลาบริโภคจะเทน้ำปลาใส่ถ้วยเล็ก ๆ ตามสัดส่วนที่ต้องการบริโภค ถ้วยเล็ก ๆ ดังกล่าวนั้นก็ลายมาเป็นบรรจุในบางกรณีครอบครัวใหญ่อาจซื้อน้ำปลาเป็นขวดลิตรแล้วนำมากรองใส่ขวดเล็กที่บ้าน แม้ว่าน้ำปลาจะใสในขวดเหมือนกัน แต่ขวดใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้านั้นจะถือเป็นบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่ขวดเล็กที่กรองใส่ที่บ้านนั้นจะถือเป็นภาชนะบรรจุ เพราะไม่ได้ทำหน้าที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการขนย้ายและไม่ได้มีบทบาทในการส่งเสริมการจำหน่ายเมื่อวางขายบนชั้นหิ้ง ญ จุดขาย

นอกจากศัพท์คำว่า ภาชนะบรรจุ และบรรจุภัณฑ์ ในภาษาไทยแล้ว คำศัพท์ภาษาอังกฤษ คำว่า Packing และ Packaging อาจจะทำให้เกิดความสับสนได้เช่นกัน โดยปกติคำว่า Packing จะมีความหมายใกล้เคียงกับการบรรจุหีบห่อ กล่าวคือ Packing สื่อความหมายถึงการบรรจุเพื่อการขนส่ง ในขณะที่ศัพท์คำว่า Packaging มีความหมายกว้างกว่า และตรงกับคำว่าบรรจุภัณฑ์ในไทย กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า Packing นับเป็นส่วนหนึ่งของ Packaging นั้นเอง (ปุ่น และ คณะ, 2541. หน้า 7)

ดังนั้นจึงได้รวบรวมความหมายของการบรรจุภัณฑ์ที่ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กันดังนี้ Briston and Neill (1972. หน้า 7) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ 2 ประเภทกว้าง ๆ คือ

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

Nikaido (Lecture) ให้ความหมายว่า "บรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ ระหว่างวัตถุประสงค์กับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง"

"One unit of a product uniformly processed, wrapped or sealed in a sheath or container, and labeled for marketing". (A)

"หน่วยของสินค้าที่มีการปกปิด, ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ที่บรรจุไว้ภายในโดยมีฉลากหรือข้อมูลทางการค้าขายปรากฏไว้ A"

"A bundle or parcel wrapped or made up for storage or transportation". (B)
(Webster's new collegiate dictionary 1956)

กล่องหรือหีบห่อ ที่ทำขึ้นมาเพื่อการเก็บรักษา หรือเพิ่มการขนส่ง B"

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดขบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ (สุดาดวง เรืองรุจิระ และคณะ, 2529. หน้า 128)

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า" (จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล และคณะ, 2528. หน้า 109)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด นอกจากนี้ อาจกล่าวได้ว่าหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิตและหีบห่อ อาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้อีกหลายอย่าง อาทิ เช่น วัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น (ดารณี พานทอง, 2524. หน้า 29)

จากความหมายที่มีผู้ให้ไว้อาจสรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้าและการบริโภค

1.3 หน้าที่และความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์

อัตราการแข่งขันด้านการค้าขายในภาวะเศรษฐกิจของโลกปัจจุบัน นับว่าจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งนับว่าเป็นสถานการณ์หนึ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตลอดทั้งมีการคิดค้นกลยุทธ์วิธีการทางการตลาดขึ้นมาอย่างมากมาย โดยมีจุดหมายที่คล้ายกันคือ การได้มาซึ่งความสนใจจากลูกค้า และเงินตรา ฐานะความร่ำรวยทางเศรษฐกิจในที่สุด

ด้วยเหตุดังกล่าว บรรจุภัณฑ์จึงได้รับความสำคัญขึ้นมาเป็นอย่างมากและเป็นองค์ประกอบหลักที่ผู้ผลิตนำมาเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขัน ซึ่ง SHIMAGUCHI (1985. หน้า 19) กล่าวไว้ในหนังสือ Package Design in Japan. Vol.1 ว่า "ถ้าตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีฐานะเป็นพระเอก (The lead) บรรจุภัณฑ์ก็เปรียบเสมือนพระรอง (The subordinate) ที่นำมาเน้นย้ำการบริการด้วยตนเอง (Self – Service) เป็นผู้ช่วยขายผลิตภัณฑ์ เพราะสามารถแสดงตัวหรือตราสินค้า (Brand) ต่อผู้ใช้ประจำได้อย่างรวดเร็วและยังพยายามที่จะจูงใจผู้ที่ไม่เคยใช้ให้เกิดความคิดความสนใจ อยากที่จะทดลองใช้เป็นครั้งแรกอีกด้วย ดังนั้น สินค้าและบรรจุภัณฑ์จึงเป็นของคู่กันมาตลอด ยิ่งสินค้าผลิตภัณฑ์มีการคิดค้นแข่งขันกันมาเท่าใด การบรรจุภัณฑ์ก็จะได้รับการพัฒนาขึ้นตามไปมากเท่านั้น จนกระทั่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญสำหรับสินค้าและการตลาดอย่างจะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทและหน้าที่ในการตลาด ดังต่อไปนี้ คือ

1.3.1 การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน (Containment and protection) บรรจุภัณฑ์จะต้องเอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไว เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากการอาหารเป็นพิษหรือบาดเจ็บอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

1.3.2 การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) ชื่อผู้ผลิตลักษณะและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องมือบ่งชี้เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัดมองเห็นได้ง่าย ตัวอักษรจึงควรมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือแตกต่างกัน (ประชิด ทิถบุตร, 2531. หน้า 24)

1.3.3 การอำนวยความสะดวก (Convenience) ในแง่ของการผลิตและการตลาดนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคงแข็งแรงสามารถที่จะวางซ้อน (Stacking) ทับกันได้หลายชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ในระดับการขายปลีกก็เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีขนาดรูปร่างที่ลงตัว (Fitness Size) ง่ายและสะดวกต่อการเรียงซ้อนในชั้นวางของหรือจัดแสดงโชว์ (Easy to stack and display) ในส่วนที่

เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคนั้นเป็นการอำนวยความสะดวกในแง่ของการนำไปใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระร่างกายของมนุษย์ เช่น มีขนาดเหมาะสมมือ สะดวกต่อการจับ ถือ หิ้ว มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับสภาวะการใช้งาน เป็นต้น (ประชิด ทิถบุตร, 2531. หน้า 25)

1.3.4 การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Consumer appeal) การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีขึ้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง อาทิ ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่าสิ่งที่ปรากฏเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้างสิ่งที่ประกอบเป็นรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น

- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการ ขนาด ปริมาณ ตลอดจนงบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน
- การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน เช่น ใช้สีแดง ชมพู เขียว ห้า กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง หรืออาหาร เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึก สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น
- การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับมโนทัศน์เฉพาะกรณี เทศกาล โอกาส ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมสมัย ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคด้วยเช่นกัน เช่น เทศกาลวันแห่งความรัก วันปีใหม่ ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะแสดงตัวให้ผู้บริโภคทราบว่าควรจะนำไปใช้ในโอกาสใดจึงจะเหมาะสม

บางกรณีบรรจุภัณฑ์อาจจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคด้วยการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการนำไปใช้และให้ความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินตราที่จ่ายออกไป เช่น การรวมผลิตภัณฑ์ขายเป็นชุดหรือหน่วยบรรจุรวม เป็น 2, 4, 6, 8, 12 หรืออาจมากกว่า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการขนถ่าย ประทับใจในวัสดุและการออกแบบ โดยเฉพาะเกิดความรู้สึกว่าราคาถูกลงเมื่อเทียบราคาต่อหน่วย บางครั้งอาจจะสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแปลงหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุอย่างอื่น เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายในหมดแล้วได้อีก สร้างความรู้สึกต่อผู้บริโภคว่าได้ของแถม (Premium) ที่มีประโยชน์เพิ่มขึ้นมา กลยุทธ์และวิธีการดังที่กล่าวมาแล้วจึงนับว่าเป็นสิ่งที่บรรจุภัณฑ์ได้กระทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจให้เกิดพฤติกรรม การซื้อ การขาย การนำไปใช้อันจะนำมาซึ่งวัฏจักรที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลง ในระบบเศรษฐกิจอีกต่อไป (ประชิด ทิถบุตร, 2531. หน้า 26-29)

1.3.5 การเศรษฐกิจ (Economy) บรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เพราะถือว่าเป็นต้นทุนการผลิต (Production Cost) อีกอันหนึ่ง ซึ่งทำให้เกิดผลกำไรแก่ผู้ผลิต เกิดการว่าจ้าง เกิดการใช้แรงงานตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ มาสร้างให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่ 4 ประการที่กล่าวมาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1. ราคาของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Cost of packaging materials)
2. ราคาของกรรมวิธีการผลิตและการขนส่ง (Cost of manufacturing the package)
3. ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง (Cost of storage and shipping)
4. ราคาของเครื่องมือเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตและบรรจุผลิตภัณฑ์ (Cost of equipment used to manufacture and fill package)
5. ราคาของกรใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง (Cost of associated labor)

ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ มิใช่เพียงเพียงแต่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าเท่านั้น แต่ยังทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนไปอย่างครบวงจร ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของมวลมนุษยชาติในแต่ละยุคสมัยได้ดีอีกด้วย

1.4 ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ ตกแต่ง ลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับหลักการพิมพ์ 4 กระบวนการใหญ่ ๆ ตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์ คือ

1. กระบวนการพิมพ์ฉนวน (Relief printing process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบ Letter Press และการพิมพ์ระบบ Flexo
2. กระบวนการพิมพ์ร่องลึก (Intaglio Printing Process) เช่น การพิมพ์ระบบกราเวียร์ (Gravure)
3. กระบวนการพิมพ์พื้นราบ (Planographic Printing Process) ได้แก่ การพิมพ์ในระบบออฟเซต
4. กระบวนการพิมพ์ผ่านฉากพิมพ์ (Serigraphic Printing Process) ได้แก่ การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน (Silk Screen) การพิมพ์ฉลุลาย (Stencil)

การพิมพ์ระบบออฟเซต

การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต เป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบันระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันอย่างแยกไม่ออก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์ รายเดือน โปสเตอร์ โฆษณา แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตแทบทั้งสิ้นหรืออาจจะกล่าวได้ว่า การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เพรสซึ่งล้าหลังไป งานออฟเซตของเม็ดสกรีนได้อย่างละเอียด

หลักการพิมพ์ในระบบนี้ มีความแตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรสโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ

1. แม่พิมพ์เป็นผิวระนาบแทนที่จะเป็นตัวนูน
2. แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลางคือผ้ายางแบบลงกดแล้วจึงลงไปบนกระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เพรส
3. การที่แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพ (ที่ต้องรับหมึก) และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ (ที่จะรับหมึกไม่ได้) อยู่ในระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นรับหมึก และถ่ายทอดไปยังแบบลงกด ซึ่งทำได้โดยการใช้น้ำมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพไว้แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำ) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

1.5 กฎหมายที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กฎหมายที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์นับว่ามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภคและกระแสโลกาภิวัตน์กระตุ้นให้รัฐต้องออกกฎหมายมาควบคุม ในการวิจัยครั้งนี้จะได้ศึกษากฎหมาย และข้อบังคับที่มีความสำคัญต่อวงการบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งแหล่งที่จะค้นหารายละเอียดข้อมูลเหล่านี้

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรับขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกฎหมายอื่น ๆ ที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการนั้นเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินทางแพ่งก็เป็นภาระและเสียค่าใช้จ่ายมากทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตัวเองได้

วิธีดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐ มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแล และประสานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อให้ ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียนเพื่อขอได้รับการ พิจารณาและชดเชยความเสียหายเมื่อถูกผู้ประกอบการฉ้อโกงละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

(1) สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิมีสิทธิได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อ ดังนี้

- สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ โดยปราศจากการผูกขาด
- สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- สิทธิที่จะได้ชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการ

(2) องค์กรของรัฐตาม พ.ร.บ. องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครอง ผู้บริโภคเป็น 2 ด้านใหญ่ คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) และต่างก็มีคณะอนุกรรมการย่อยลงไปอีกเพื่อสอดส่องดูแล รับ เรื่องร้องทุกข์พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ

(3) การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า ความหมายของฉลากสินค้าตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้หมายถึง รูป รส รอยประดิษฐ์กระดาด หรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏ ข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรกหรือ รวมไว้กับสินค้า หรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า และหมายถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ ประกอบสินค้าพร้อมทั้งป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น

ส่วนสินค้าควบคุมฉลากจากต่างประเทศที่นำมาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็น ข้อความภาษาไทย มีความตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อพร้อมสถานที่ ประกอบการของผู้ได้รับอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้นและต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตาม ประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า สินค้าที่กำหนดให้เป็น สินค้าควบคุมฉลาก มีดังนี้

1. สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจเนื่องจากการใช้ สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น เช่น ภาชนะพลาสติก เตารีด-เต้าเสียบเครื่องใช้ไฟฟ้า หลอด ฟลูออเรสเซนต์ เครื่องตัดวงจรไฟฟ้า เป็นต้น

2. สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค เพื่อจะได้ทรงซื้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น เช่น สีส้มอาหาร สมุด ปากกา ลูกกลิ้ง ภาชนะกระดาษที่ใช้กับอาหาร กระดาษเช็ดหน้า กระดาษชำระ เป็นต้น

3. สินค้าที่ยังไม่มีกฎเกณฑ์อื่นใดมาควบคุม(ปุ่น และคณะ, 2541. หน้า 310-311)

พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือที่รู้จักกันในนาม สมอ. เป็นหน่วยงานระดับกรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 จึงนับได้ว่า สมอ. เป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ โดยมีหน้าที่หลักคือ การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพและการรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั่วโลก เช่น องค์กรค้าระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือที่รู้จักกันแพร่หลายว่า ISO องค์กรค้าโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่น ๆ

การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีอยู่มากมายนั้น ทาง สมอ. มีระบบการจัดหมวดหมู่บ้านไปตามที่ ISO ได้พัฒนาขึ้น มีชื่อว่า International Classification for Standards หรือเรียกย่อว่า ICS และประกาศใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 โดยแยกหมวดหมู่สาขาวิชาออกเป็น 40 สาขา แต่หมายเลขไม่ได้เรียงกัน โดยมีสาขาการบรรจุหีบห่อและการแจกจ่ายสินค้าอยู่สาขาที่ 55 ส่วนเทคโนโลยีอาหารอยู่ในสาขาที่ 67

(1) ความหมายของมาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คือ ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด เครื่องหมายมาตรฐานเหล่านี้จะเป็นหลักฐานของทางราชการและเป็นเครื่องพิสูจน์หรือบ่งชี้ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทำขึ้นได้มาตรฐาน เครื่องหมายมาตรฐานจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือในสินค้าและธุรกิจ ข้อที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับ ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอได้ตลอด สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดำเนินการกำหนดมาตรฐาน อันเป็นการเพิ่มความเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าไทยทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ และเพื่อประหยัดทรัพยากร พร้อมทั้งลดต้นทุนการผลิต

(2) วัตถุประสงค์ของการมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สามารถจำแนกได้ดังนี้

- 2.1 เพื่อสร้างความเชื่อถือผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ประเทศด้วยการปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น
- 2.2 เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย ขจัดปัญหาและอุปสรรคทางการค้าต่างๆ
- 2.3 เพื่อสร้างสรรคความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน
- 2.4 เพื่อให้เกิดความประหยัดทรัพยากร และค่าใช้จ่ายในการใช้งานและการผลิต
- 2.5 เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมต่อเนื่องและประสานกันได้พอดี

เมื่อผู้ประกอบการรายใดที่ต้องการแสดงเครื่องหมายมาตรฐานหรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาต เมื่อสำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมตรวจสอบโรงงานและผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งมี 2 แบบดังนี้

1. เครื่องหมายมาตรฐาน เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั่วไป เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น

2. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ ผลิตภัณฑ์ใดที่กำหนดไว้ว่าเป็นมาตรฐานบังคับ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจะต้องผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปมาตรฐานเท่านั้น โดยมีเครื่องหมายมาตรฐานบังคับแสดง เช่น ผงซักฟอก ถังก๊าซปิโตเลียมบัลลาสต์ สำหรับหลอดไฟลูออเรสเซนต์ เหล็กเส้นเสริมคอนกรีต เป็นต้น (ปูน และคณะ, 2541 : 312)

องค์กรที่รับผิดชอบพระราชบัญญัติเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์รับผิดชอบโดยองค์กรต่อไปนี้

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

หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์นอกเหนือจากองค์กรที่รับผิดชอบต่อพระราชบัญญัติทั้ง 4 ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีองค์กรทั้งสองของราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

1. ส่วนอุตสาหกรรมการเกษตร สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทางเทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมการเกษตร เน้นการแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากพืช เพื่อกำหนดและพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ตามสภาวะการตลาดประสานงานจัดหาผู้ชำนาญการ เฉพาะด้านเพื่อฝึกอบรมสัมมนา และให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงเทคนิคการผลิต

ตลอดจนการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรม และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แก่สถานประกอบการ
ผลิตบุคลากรในระดับต่าง ๆ ในสถานประกอบการ

2. ส่วนบรรจุกู้หนี้ สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริม
อุตสาหกรรมมีหน้าที่ให้บริการแนะนำ ส่งเสริม และพัฒนาบรรจุกู้หนี้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มบุคคล
และบุคคลทั่วไปที่ให้ความสนใจ ในอุตสาหกรรม บรรจุกู้หนี้ ทั้งทางด้านวิชาการด้านเทคโนโลยี
การออกแบบ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการฝึกอบรม สัมมนา นิทรรศการ และการ
จัดประกวด

3. ศูนย์บริการการออกแบบ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมการส่งออก ในสภาพ
เศรษฐกิจปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันทางการค้าอย่างต่อเนื่อง ทุกประเทศจำเป็นต้องปรับปรุงกล
ยุทธ์ ทางด้านการค้า ให้ทันต่อเหตุการณ์และสภาพการแข่งขัน ประเทศไทยได้เล็งเห็นความสำคัญ
ของการพัฒนาตัวสินค้า เนื่องจากคุณภาพ และค่าแรงต่ำไม่ใช่สิ่งจูงใจ และข้อได้เปรียบอีกต่อไปใน
กระแสโลกาภิวัตน์ ดังนั้น สมควรนำการออกแบบ มาเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าสำหรับการ
ส่งออก รัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญข้อนี้จึงได้จัดตั้งศูนย์กลางบริการการออกแบบ เมื่อวันที่ 29
พฤษภาคม พ.ศ. 2533 เพื่อมุ่งพัฒนาการออกแบบสินค้าส่งออกสำคัญ 4 ชนิด เครื่องหนัง อัญมณี
ผลิตภัณฑ์พลาสติก และของเด็กเล่น

4. ศูนย์การบรรจุกู้หนี้ไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
ไทยนโยบายหลักของศูนย์การบรรจุกู้หนี้ไทย มีดังนี้

- สนับสนุนนโยบายการบรรจุกู้หนี้ของประเทศ
- เสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กร เพื่อสนองความต้องการของ
ผู้ประกอบการ
- รวบรวม แลกเปลี่ยน และบริการข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการ
บรรจุกู้หนี้
- ประสานงานระหว่างผู้ผลิต และผู้ใช้ทั้งในและต่างประเทศ

5. สถาบันคั้นคว่ำและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันคั้นคว่ำและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหาร (Institute of Food Research and Product
Development หรือ IFRPD) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2511 โดย แบ่งการบริหารงาน 7
ฝ่าย และ 1 ศูนย์ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร และธุรการทั่วไป ฝ่ายคั้นคว่ำและวิจัย ฝ่ายควบคุมคุณภาพ

ฝ่ายผลิตทดลอง ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ฝ่ายศึกษาศาสตร์ ฝ่ายวิศวกรรม ศูนย์บริการประกันคุณภาพทาง ด้านอาหาร โดยมีขอบเขตการทำงาน ดังนี้

- วิจัยและพัฒนาวิชาการด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีทางอาหารเพื่อปรับปรุงเศรษฐกิจของโรงงาน อาหารและการเกษตรในประเทศไทย

- บริการวิชาการเกี่ยวกับคุณภาพวัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต ระบบการควบคุมภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อการบริโภคทั้งในประเทศและการส่งออก

- ให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคโนโลยีทางอาหาร และบริการความรู้ทางด้านนี้แก่ผู้สนใจ

- ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐเอกชน ในการวิจัยการศึกษา ค้นคว้า และฝึกอบรมเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร

- เป็นแหล่งข้อมูลทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร นอกจากองค์กรของรัฐทั้ง 5 แล้ว ตามมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีการเปิดสอนวิชาทางด้านบรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีทางการอาหาร มีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิที่สามารถให้คำปรึกษา ทดสอบพร้อมทั้งให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ อาหารได้

1.6 กระดาษลูกฟูก

1.6.1 กระดาษลูกฟูก คือ กระดาษที่ประกอบด้วยแผ่นปะหน้า 2 แผ่นและมีลอนกระดาษลูกฟูกอยู่ตรงกลาง ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปจะมี 3 ประเภทคือ



ภาพที่ 2.1 กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น

ที่มา http://www.mew6.com/composer/package/package_19.php(วันที่ 21 มกราคม 2554))

1. กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น(Single Face)

ประกอบไปด้วย กระดาษ แผ่นเรียบ 1 แผ่น ประกบกับลอนลูกฟูก 1 แผ่น นิยมใช้กัน

กระดาษสินค้าหรือปะกล่องoffset

ลอนมาตรฐาน : B, C, E



ภาพที่ 2.2 กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น

ที่มา http://www.mew6.com/composer/package/package_19.php(วันที่ 21 มกราคม 2554))

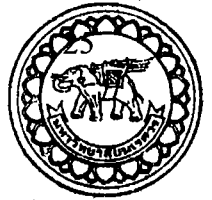
2. กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น(Singlewall)

ประกอบไปด้วย กระดาษแผ่นเรียบ 2 แผ่น ประกบกับ ลอนลูกฟูก 1 แผ่น โดยลอนลูกฟูกจะอยู่ตรงกลางระหว่าง กระดาษแผ่นเรียบทั้ง 2 แผ่น มักใช้กับสินค้าที่มีน้ำหนักปานกลาง หรือ ไม่เน้นความแข็งแรงมากนัก

ลอนมาตรฐาน : B, C, E

23 ส.ย. 2554

ช.
TS
197-5
สจ.ทก
2554



สำนักหอสมุด



15521142

ภาพที่ 2.3 กระดาษลูกฟูก 5 ชั้น

ที่มา http://www.mew6.com/composer/package/package_19.php (วันที่ 21 มกราคม 2554)

3. กระดาษลูกฟูก 5 ชั้น (Doublewall)

ประกอบไปด้วย กระดาษแผ่นเรียบ 3 แผ่น ประกบกับ ลอนลูกฟูก 2 แผ่น โดยกระดาษ ลอนลูกฟูกที่อยู่ติดกับผิวกล่องด้านนอกจะเป็นลอน B เพื่อประโยชน์ทางการพิมพ์ และ กระดาษ ลอนลูกฟูกที่อยู่ด้านในจะเป็นลอน C เพื่อประโยชน์ทางด้านรับแรงกระแทก นิยมใช้สำหรับสินค้า ที่ต้องการการป้องกันสูง หรือมีน้ำหนักมาก

ลอนมาตรฐาน : BC (ลอน B จะอยู่ด้านนอก ส่วนลอน C จะอยู่ด้านใน)

1.6.2 ลอนกระดาษลูกฟูก

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงขนาดลอนของกระดาษลูกฟูก

ชนิด	ความสูงของลอน (มิลลิเมตร)	จำนวนลอน/ เมตร	คุณสมบัติ
ลอน A	4.0 - 4.8	105-125	เหมาะกับสินค้าที่ต้องการรับ น้ำหนักการเรียงซ้อนมาก และไม่ เน้นการพิมพ์
ลอน B	2.1 - 3.0	150-185	เหมาะกับสินค้าที่รับน้ำหนักได้ ด้วยตัวมันเอง เช่น กระจ่าง เหล็ก
ลอน C	3.2 - 3.9	120-145	เป็นที่นิยมใช้กันมาก เหมาะกับ สินค้าต่างๆไปที่รับน้ำหนักได้ปาน กลาง
ลอน E	1.0 - 1.8	290-320	รองรับการพิมพ์ได้ดีที่สุด เหมาะ กับกล่องไดคัทขนาดเล็ก หรือ กล่องออฟเซ็ท

ตารางที่ 2.2 ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติของลอนกระดาษลูกฟูก

คุณสมบัติ	ลอน A (ลอนใหญ่)	ลอน B (ลอนเล็ก)	ลอน C (ลอนกลาง)	ลอน E (ลอนจิว)
การรับแรงในการเรียงซ้อน	ดีมาก	พอใช้	ดี	เลว
คุณภาพการพิมพ์	เลว	ดี	พอใช้	ดีมาก
คุณภาพการตัดและอัด	เลว	ดี	พอใช้	ดีมาก
ความต้านทานต่อการเพิ่มทะลุ	ดี	พอใช้	ดีมาก	เลว
การใช้งานในการเก็บคงคลัง	ดีมาก	พอใช้	พอใช้	เลว
การทับเส้น/การทับพับ	เลว	ดี	พอใช้	ดีมาก
การป้องกันการฉีกและการกระแทก	ดีมาก	พอใช้	ดี	เลว
การดันทะลุ	เลว	ดี	พอใช้	พอใช้

ที่มา http://www.mew6.com/composer/package/package_19.php(วันที่ 21 มกราคม 2554))

1.7 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาณอื่นๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุ รูปทรง ขนาด ปริมาตร ส่วนปริมาณอื่นๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง

การออกแบบโครงสร้างของ บรรจุภัณฑ์นั้นผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรับรองการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ หิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในโดยตรงอีกด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด Individual Package ครีมนิยมสำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียมฟรอยล์ แล้วบรรจุในกล่องกระดาษแข็งแบบพับ (Folding

Carton) วัสดุที่เหลื่อมอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้ก็เพราะว่าเนื้อ (Content) ผลิตภัณฑ์เป็นผง จึงต้องการวัสดุสำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟรอยด์บรรจุก็เพราะสามารถป้องกันความชื้นได้ดีสามารถกันความชื้นได้ดีสามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกทั้งเสริมความพึงพอใจ (The Prestige Desired) ในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้ และเชื่อถือในผู้ผลิตต่อมา การบรรจุในกล่องกระดาษแข็ง อีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่า บรรจุภัณฑ์ขั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (Flexible) มีความอ่อนแอ ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกทะเลในร่างการขนย้าย ตลอดจนจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เข้ามาช่วยเพื่อทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า เพียงแค่ขั้นตอนการกำหนดการเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะต้องอาศัยความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่างๆ เข้ามาพิจารณาดัดสั่นใจร่วมในกระบวนการออกแบบ เช่น ราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักรการขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้องพิจารณาว่ามีความคุ้มค่า หรือเป็นไปได้ในระบบการผลิตและจำหน่ายเพียงใดแล้วจึงจะมากำหนดเป็น รูปร่าง รูปทรง (Shape & Form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่งว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกแบบมาในรูปลักษณะอย่างไร ซึ่งรูปทรงทางเรขาคณิต รูปทรงอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสียในการบรรจุ การใช้เนื้อที่ และมีความหมายเหมาะสมกับชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิดมีข้อจำกัดและสามารถดัดแปลงประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุใดมาประกอบจึงเหมาะสมดีกว่าหรือลดต้นทุนในการผลิตได้มากที่สุด สิ่งต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาประกอบด้วย

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นั้น นักออกแบบมิใช่ว่าจะสร้างได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้และข้อมูลจากหลายๆด้านมาประกอบกัน จึงจะทำให้ผลงานออกแบบนั้นมีความสมบูรณ์และสำเร็จออกมาได้ในขั้นของการออกแบบโครงสร้างนี้ ผู้ออกแบบจึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบด้วยการใช้การสกัดแนวความคิดของรูปร่าง บรรจุภัณฑ์ และสร้างภาพประกอบรายละเอียดด้วยการเขียนแบบ (Mechanical Drawing) แสดงรายละเอียดมาตรฐานที่กำหนดแน่นอนเพื่อแสดงให้ผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจ อ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบ ก็คือเครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมาเพื่อเป็นการนำเสนอ (Presentation) ต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องให้ช่วยพิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

ส่วนการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 3 Outer Package นั้นส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบ (Style) ค่อนข้างแน่นอน และเป็นสากลอยู่แล้วตามมาตรฐานการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับระบบการขนส่งที่เน้นการบรรจุและการบรรจุเพื่อการขนส่งได้คราวละมากๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ

เพื่อการส่งออกหรือภายในประเทศ และการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ Container ขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอน ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท Out Package จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกๆมากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากแรงกระแทกกระแทก การรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านแรงดันทะเลหรือป้องกันจากความเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาพอากาศ ฯลฯ เป็นต้น การออกแบบรูปร่างรูปทรงภายนอก จึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันมากนัก แต่อาจจะมีการตกแต่งภายนอกด้วยการออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ กลวิธีการออกแบบ สร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงเน้นการออกแบบเพื่อให้มีโครงสร้าง เพื่ออำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาในการประกอบให้มากที่สุด เช่น การประกอบเป็นรูปทรงด้วย ลวดเย็บ เทปกาวย สลัก ลึ้นพับซ้อนกันหรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายใน ช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์หรือถ่ายแรง รับน้ำหนักด้วยการใช้ Interior Packing Devices ทำให้เปิด-ปิดง่าย นำเอาผลิตภัณฑ์ภายในมาได้ไว และยังใช้วางจำหน่าย จัดโชว์ และประชาสัมพันธ์ การขายได้ทันทีเมื่อถึงจุดหมาย ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้กำลังเป็นที่นิยม และเห็นความสำคัญมาก โดยเฉพาะในการแข่งขันทางการค้าเช่นในสภาพปัจจุบันนี้

1.8 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารสื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่ จะให้ผลทางด้านจิตวิทยา (Psychological Effects) ต่อผู้อุปโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความ สนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์การกระตุ้นให้เกิดความทรงจำ บุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการใช่วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัด ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิว แผ่นราบของวัสดุเช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบติบูก หรือแผ่นอลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัสดุต่างๆเหล่านี้ประกอบกับเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติ ก็อาจจะ กระทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลากหรือแผ่นป้ายนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ ประเภท Rigid Forms ที่ขึ้นรูปเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุรูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบน บรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

การออกแบบกราฟฟิกถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญนอกเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรงทำให้บรรจุภัณฑ์ได้มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์และสลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

1.8.1 การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นสลาก ได้ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค บริโภค แสดงออกถึงคุณงามความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟฟิกจะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดจนทั้งสร้างความต่อเนื่องการใช้การเชื่อถือใน

1.8.2 การชี้แจง และบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภท ของผลิตภัณฑ์ลักษณะกราฟฟิกเพื่อสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้ได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไรและผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาจอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งจะสามารถสื่อให้เข้าใจความหมายได้ เช่นเดียวกับการใช้ภาพและข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเภทที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางและอันใดคือยา ทั้งนี้ก็โดยการสังเกตจากลักษณะกราฟิก เช่น ลักษณะอักษร หรือสีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจักไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น

1.8.3 การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะรูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภททั้งนี้เพราะกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับคู่แข่งในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรงและโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยา ขอบปิดผนึก (Pouch) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟฟิกจึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะตน (Brand Image) ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัด ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตาและเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ ให้จดจำได้ ตลอดจนหาซื้อได้โดยสะดวกรวดเร็ว

การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสาร ข้อมูล ส่วนผสมหรือ ส่วนประกอบที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้อย่างถูกต้อง อย่างไรบ้าง ทั้งนี้อาศัยการออกแบบการจัดวาง (Lay-Out) ภาพประกอบ ข้อความสั้นๆ (Slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรองคุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจผู้บริโภค ให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดง บทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างบรรพบุรุษให้ เป็น “พนักงานขายเงียบ” (The Silent Salesman) ที่ทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อนั่นเอง



2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปของแหล่งผลิต

ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสโตน 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2.1 ประวัติและความเป็นมาของ แก้วสโตน 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก

อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ย้อนกลับไปในปี 2476 โฉมมังกรราชบุรีได้ถือกำเนิดในเมืองไทยเป็นที่แรก โดยมีชาวจีนจากจีนแผ่นดินใหญ่คือ นาย ชงฮง แซ่เตี๋ย และพวกได้ค้นพบว่าดินที่จังหวัดราชบุรีนั้นสามารถนำมาปั้นเป็นโ่งงได้ดี จึงได้ตั้งโรงงานผลิตโ่งงซึ่งต่อจากนั้นก็ได้พัฒนามาเป็น โรงงานแก้วสโตน ในปัจจุบัน

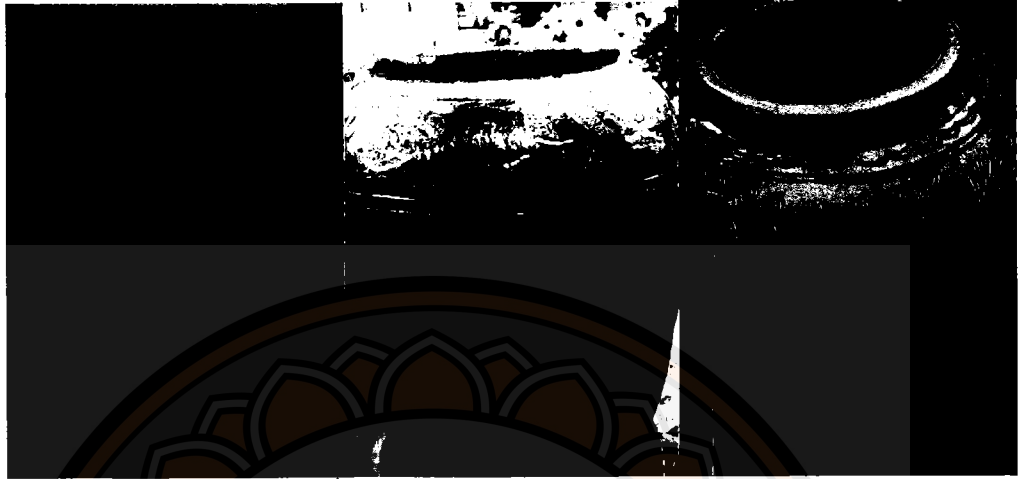
นับตั้งแต่รุ่นแรกจนถึงรุ่นปัจจุบัน ซึ่งเป็นทายาทรุ่นที่ 3 ของโรงงานแก้วสโตนเซรามิกคือ นายวศินบุรี สุพานิชวรภาชน์ ได้มีการปรับปรุงธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาจนสามารถอยู่รอดมาได้จนถึงปัจจุบัน นายวศินบุรี ได้มีการพัฒนาโ่งงมังกรจากที่มีแบบเดียวสีเดียวจนมีสีสันทันที่หลากหลายนี่รูปทรงแปลกตาไปจากเดิมและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น นอกเหนือโ่งงเก็บน้ำแล้วยังมีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาอย่างอื่นอีกมากมาย เช่น ถ้วย ชาม แจกัน และอื่นๆ และนอกจากจะนำมาใช้ประโยชน์แล้วยังสามารถนำไปประดับตกแต่งบ้านได้อีกด้วย

2.2 สภาพทั่วไปของ ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ตำบลเจดีย์หัก เป็นที่ราบลุ่ม ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ผลิตเครื่องปั้นดินเผา และทำดินเกษตรจำหน่าย

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลเกาะพลับพลา ตำบลหลุมดิน อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
 ทิศใต้ ติดกับ ตำบลดอนตะโก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
 ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลหลุมดิน ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี
 ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลหินกอง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2.3 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์เซรามิก ถ้ำสงใต้ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี



ภาพที่ 2.4 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบอ่างมังกร



ภาพที่ 2.5 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบกระถาง



ภาพที่ 2.6 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบแจกัน



ภาพที่ 2.7 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบถ้วย-ชาม



ภาพที่ 2.8 ผลิตภัณฑ์เซรามิกแบบงานประติมากรรม

ที่มาของภาพ: www.moohin.com (วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้มีความมุ่งหมายของงานวิจัย เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังเโต้ จังหวัดราชบุรี เพื่อศึกษาการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังเโต้ จังหวัดราชบุรี ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน เพื่อศึกษาและพัฒนาเรื่องการบรรจุรวมถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังเโต้ จังหวัดราชบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาใช้ในการดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรวมถึงตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังเโต้ จังหวัดราชบุรี ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการวิจัย ทางด้านผลิตภัณฑ์เซรามิก ประกอบไปด้วยกลุ่มโรงงานผลิตเซรามิก จังหวัดราชบุรี ที่ผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังเโต้ จังหวัดราชบุรี โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดจากการศึกษาเอกสาร

ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาข้อมูล การบรรจุผลิตภัณฑ์และการจัดผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วสังเโต้ จังหวัดราชบุรี และข้อมูลที่ 3 จากการค้นพบในการตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำไปสู่การศึกษการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อได้รับข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด ขั้นตอนต่อมาคือขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาแบบ โดยรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยให้อาจารย์เป็นที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอผลงานบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบแล้ว

ขั้นตอนที่ 7 การประเมินผลงานโครงการโดยใช้ระบบคณะกรรมการมีอาจารย์ในภาควิชาและผู้เชี่ยวชาญภายนอก

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำรา งานวิจัย ตลอดจนเว็บไซต์ที่บริการข้อมูลต่าง ๆ แล้วนำมาร่างเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยในขั้นต้นประเด็นที่นำมาร่างประกอบด้วย

- 1.1 เอกสารด้านตัวผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ฯ และเอกสารที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองไถ่
- 1.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดของการวิจัยในขั้นต้นซึ่งแสดงไว้ในบทที่ 2 และทำการวิเคราะห์ศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้านภาชนะที่ใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี รวมทั้งองค์ประกอบ ส่วนผสมต่าง ๆ และแนวโน้มทางการตลาด โดยวิธีการสำรวจโดยมีเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

- การใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นงานง่ายต่อการได้รับข้อมูลและได้เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์อีกทั้งยังง่ายต่อการสรุปและวิเคราะห์
- การจดบันทึก เนื่องจากในการสัมภาษณ์นั้น ควรที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน จึงจำเป็นต้องมีการจดบันทึกเพื่อจดคำถามและคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก ถ้ำสงใต้ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก
อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

1. ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 คุณเคยซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกหรือไม่ เคย ไม่เคย

ถ้าเคย คุณเคยรับเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> ถ้วย-ชาม | <input type="radio"/> แจกัน | <input type="radio"/> กระถาง |
| <input type="radio"/> ตุ๊กตา | <input type="radio"/> โถ่ง | <input type="radio"/> งานประติมากรรม |
| <input type="radio"/> แก้ว | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.2 ดอกไม้ประดิษฐ์ใดที่คุณชื่นชอบมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> ถ้วย-ชาม | <input type="radio"/> แจกัน | <input type="radio"/> กระถาง |
| <input type="radio"/> ตุ๊กตา | <input type="radio"/> โถ่ง | <input type="radio"/> งานประติมากรรม |
| <input type="radio"/> แก้ว | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.3 เหตุผลที่คุณซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> ความสวยงาม | |
| <input type="radio"/> หาซื้อได้ง่าย | <input type="radio"/> ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เซรามิก |
| <input type="radio"/> ราคาถูก | <input type="radio"/> บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม |
| <input type="radio"/> ชื่นชอบในธรรมชาติ | <input type="radio"/> ชอบการตกแต่งบ้าน |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.4 เหตุผลที่คุณไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> ขาดความสด | <input type="radio"/> ราคาแพง |
| <input type="radio"/> หาซื้อได้ลำบาก | <input type="radio"/> ไม่ชอบ |
| <input type="radio"/> ไม่สวยงาม | <input type="radio"/> ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.5 คุณคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่นมากที่สุดของผลิตภัณฑ์เซรามิก(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> มีประโยชน์ | <input type="radio"/> มีความสวยงาม |
| <input type="radio"/> มีหลายชนิดให้เลือก | <input type="radio"/> สะดวกในเลือกซื้อ |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.6 ปัจจุบันคุณรู้จักผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ใดบ้าง

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

1.7 ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ใดบ้างที่คุณนิยมบริโภค(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="radio"/> ถ้วย-ชาม | <input type="radio"/> แจกัน | <input type="radio"/> กระถาง |
| <input type="radio"/> ตุ๊กตา | <input type="radio"/> โถ่ง | <input type="radio"/> งานประติมากรรม |
| <input type="radio"/> แก้ว | <input type="radio"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

1.8 บรรจุภัณฑ์แบบใดที่คุณคิดว่าเหมาะสมที่สุดสำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก

- กระดาษ พลาสติก ไม้
 โลหะ
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

1.9 คุณต้องการให้ผลิตภัณฑ์เซรามิกมีแบบใดมากที่สุด(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ถ้วย-ชาม แจกัน กระถาง
 ตุ๊กตา โถ่ง งานประติมากรรม
 แก้ว อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

1.10 คุณต้องการให้ผลิตภัณฑ์เซรามิกมีบรรจุภัณฑ์หรือไม่(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- มี ไม่มี

2. ด้านราคา

2.1 ด้านราคาค่าใช้จ่าย/ครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก

- ต่ำกว่า 50 บาท 51-100 บาท 101-500 บาท
 500-1000 บาท 1000 บาทขึ้นไป

3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

3.1 คุณเคยซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกหรือไม่ เคย ไม่เคย

ถ้าเคย คุณซื้อจากที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาด
 Modern Trade เช่น โลตัส บิ๊กซี งานแสดงสินค้า OTOP
 ร้านค้าทั่วไปตามถนน/ในซอย สถานที่ผลิต
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3.2 สถานที่ที่สะดวกที่สุดสำหรับคุณในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก คือ(ตอบเพียง 1 ข้อ)

- ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาด
 Modern Trade เช่น โลตัส บิ๊กซี งานแสดงสินค้า OTOP
 ร้านค้าทั่วไปตามถนน/ในซอย สถานที่ผลิต
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3.3 คุณสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกที่ชื่นชอบได้ตลอดทั้งปีหรือไม่

ได้

ไม่ได้

ถ้าไม่ได้ โปรดระบุชนิดของผลิตภัณฑ์เซรามิกที่คุณไม่สามารถหาซื้อได้ตามต้องการ
ในบางช่วงของปี

.....

.....

.....

.....

.....

4. การส่งเสริมการขาย

4.1 นอกจากเหตุผลอื่น ๆ แล้วอะไรที่คุณคิดว่าควรได้รับเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลดราคา

จัดช่วงโปรโมชั่น

ได้บรรจุภัณฑ์ที่ดี

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ด้านพฤติกรรมการอุปโภค

5.1 ความถี่ในการอุปโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก

มากกว่า 1 ครั้ง/วัน

1 ครั้ง/วัน

มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์

1 ครั้ง/สัปดาห์

มากกว่า 1 ครั้ง/เดือน

เดือนละครั้ง

ไม่แน่นอน

5.2 คุณซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกไปอุปโภคในแต่ละครั้งนานเท่าใด

น้อยกว่า 30 วัน

1-2 เดือน

2-3 เดือน

3-4 เดือน

5-6 เดือน

มากกว่า 6 เดือน

5.3 จุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกของคุณ

อุปโภคเอง

เป็นของขวัญของฝาก

อุปโภคเอง/เป็นของขวัญของฝาก

5.4 คุณตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกด้วยตนเองหรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

ถ้าไม่ใช่ คนตัดสินใจซื้อ คือ.....

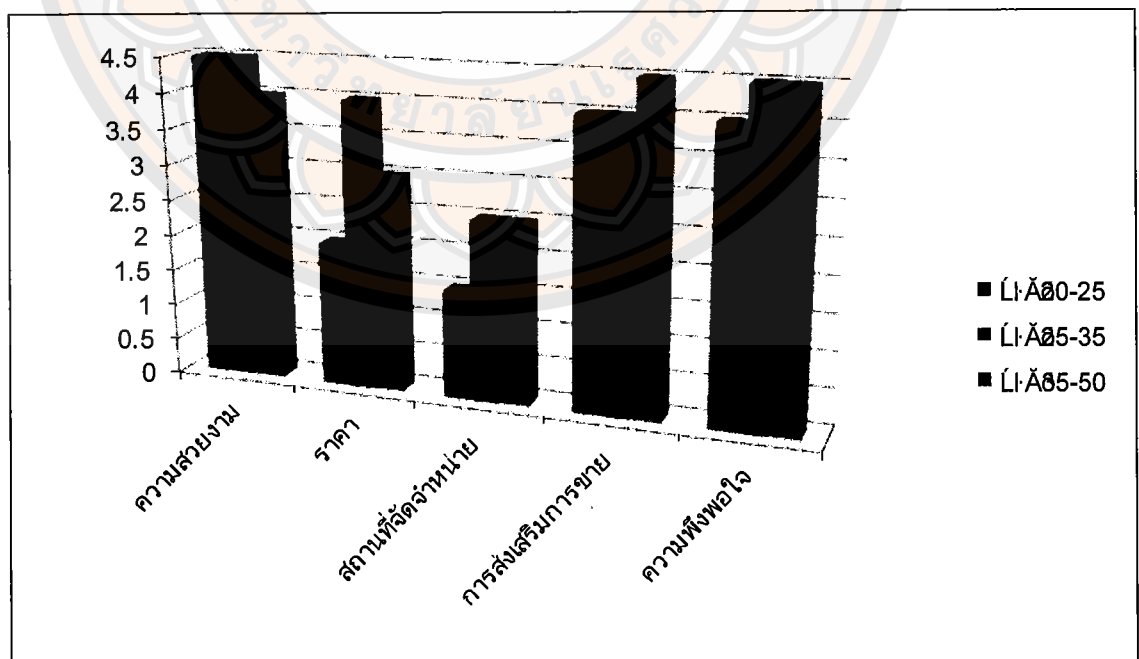
5.5 โดยปกติคุณซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกไปใช้ ณ ที่ใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บ้าน
- ระหว่างการทำกิจกรรม เช่น สวนที่บ้าน
- สำนักงาน
- ร้านอาหาร
- งานสัมมนาต่าง ๆ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ตารางด้านความพึงพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิก

[จากน้อย(1) → มาก(5)]

รายละเอียด	1	2	3	4	5
6.1 ผลิตภัณฑ์เซรามิกในท้องตลาดมีความหลากหลายเพียงพอ					
6.2 เชื่อมั่นในคงทนของผลิตภัณฑ์เซรามิกเพียงพอ					
6.3 พึงพอใจในสีส่นและความสวยงามของผลิตภัณฑ์เซรามิกเพียงพอ					
6.4 สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกได้สะดวกเพียงพอ					
6.5 ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เซรามิกมีความเหมาะสมเพียงพอ					



ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงผลของการสำรวจการอุปโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ประกอบไปด้วยข้อมูลของโรงงาน และข้อมูลของผลิตภัณฑ์เซรามิก ถ้ำ ฮง ไถ่ ซึ่งในด้านผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยเลือกพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก ถ้ำ ฮง ไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่ได้ทำการผลิตและจัดจำหน่ายยกตัวอย่างออกมาและจากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ซึ่งมีทั้งหมด 1 ชนิดได้แก่

- เซรามิกรูปแบบ(minisculpture)

ถ้ำ ฮง ไถ่ ได้ผลิตเซรามิกเพื่อจำหน่ายในนามของกลุ่มโดยตรงแก่ผู้บริโภค เพื่อที่จะทำการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ของร้าน ผู้วิจัยจึงเลือกพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ของทางร้านมี 2 ชนิดได้แก่

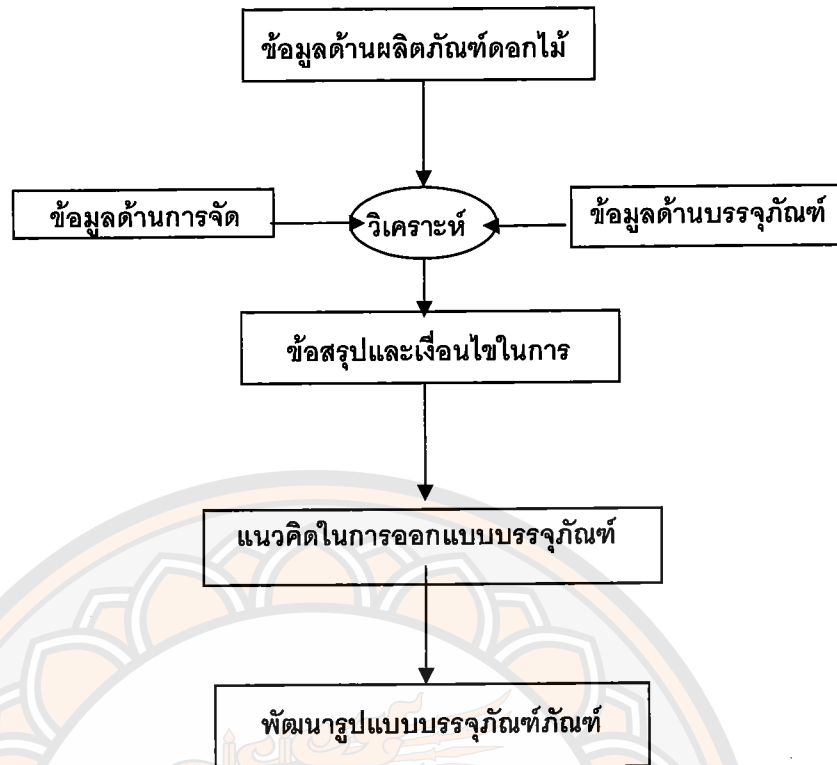
- เซรามิกรูปแบบ(minisculpture)

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ เพื่อเป็นข้อมูลของเซรามิก ถ้ำ ฮง ไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีจากเอกสาร งานวิจัย

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อการศึกษาผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิก ถ้ำ ฮง ไถ่ 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีและในข้อ 4 จากข้อค้นพบในงานวิจัย ตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำไปสู่การศึกษาพัฒนาบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะด้วยวิธีพรรณนา วิเคราะห์ตามประเด็นที่ศึกษา คือ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองุ่น 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอผลงานบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

ขั้นตอนที่ 7 การประเมินผลโครงการโดยใช้ระบบคณะกรรมการอาจารย์ในภาควิชาและผู้เชี่ยวชาญ

บทที่ 4

การพัฒนาและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น กระบวนการแรกที่สำคัญคือ การทราบเงื่อนไขความต้องการที่บรรจุภัณฑ์นั้นต้องตอบสนอง และข้อจำกัดต่างๆ ที่ควรทราบในการออกแบบ โดยเงื่อนไขดังกล่าวนี้ นักออกแบบจะได้ทราบในขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์เซรามิก (mini sculpture) แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี

สำหรับกระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิก (mini sculpture) แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้แบ่งกระบวนการออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทสังเขปเงื่อนไขในการออกแบบ (Design Brief)

กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (mini sculpture) แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี

1. Project Title : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก (mini sculpture) แก้วสังใต้ จังหวัดราชบุรี

2. Client data

Name of producer : ห้างหุ้นส่วนแก้วสังใต้ ราชบุรี TAO HONG TAI CERAMICS FACTORY

Address : 234/1 หมู่ 2 ตำบลเจดีย์หัก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000

Telephone : +66 32 337574, +66 32 323630 Fax : +66 32 321761

E-mail/Inter Address : info@thtceramic.com

Brief description of product's company ,manufacturing location(s) ,history etc. :

ย้อนกลับไปในปี 2476 โองมั่งกรราชบุรีได้ถือกำเนิดในเมืองไทยเป็นที่แรก โดยมีชาวจีนจากจีนแผ่นดินใหญ่คือ นาย ชงฮง แซ่เตีย และพวกเขาได้ค้นพบว่าดินที่จังหวัดราชบุรีนั้นสามารถนำมาปั้นเป็นโองมั่งได้ดี จึงได้ตั้งโรงงานผลิตโองมั่งซึ่งต่อจากนั้นก็ได้พัฒนามาเป็น โรงงานแก้วสังใต้ ในปัจจุบัน

นับตั้งแต่รุ่นแรกจนถึงรุ่นปัจจุบัน ซึ่งเป็นทายาทรุ่นที่ 3 ของโรงงานเก่าสงใต้ เซรามิคคือ นายวศินบุรี สุพานิชวรภาชน์ ได้มีการปรับปรุงธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาจนสามารถอยู่รอดมาได้จนถึงปัจจุบัน นายวศินบุรี ได้มีการพัฒนาโอ่งมังกรจากที่มีแบบเดียวสีเดียวจนมีสีล้นที่หลากหลายมีรูปทรงแปลกตาไปจากเดิมและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น นอกเหนือโอ่งเก็บน้ำแล้ว ยังมีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาอย่างอื่นอีกมากมาย เช่น ถ้วย ชาม แจกัน และงานประติมากรรมเล็กๆ และนอกจากจะนำมาใช้ประโยชน์แล้วยังสามารถนำไปประดับตกแต่งบ้านได้อีกด้วย และในผลิตภัณฑ์เล็กๆ เช่น ในงานประติมากรรมในการขนส่งเพื่อจัดจำหน่ายหรือไปแสดงสินค้าในงานต่างๆ ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับตัวสินค้าอย่างเหมาะสม

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ยังเป็นการบรรจุเพื่อการขนส่งทั่วไปคือการกล่องลังมาแล้วนำวัสดุที่กันกระแทก เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์มารองรับตัวสินค้า หรือกระดาษลังมาห่อหุ้มตัวสินค้าแล้วเอาเทปกาวัลลือคไว้

Product Name : Dog

Brand name TAO HONG TAI CERAMICS FACTORY

ลักษณะโครงสร้างของตัวบรรจุภัณฑ์และรูปแบบการจัดจำหน่าย

- New Product
- Domestic And Export

Product Use ใช้ในการประดับตกแต่งบ้านและสวน

How Use

- เซรามิก(mini sculpture)แบบสุนัขยืนตรง มี 3 แบบ คือ แบบเรียบ แบบลายจุด และแบบเจาะรู
- เซรามิก(mini sculpture)แบบสุนัขยืนปีสสาวะ มี 3 แบบ คือ แบบเรียบ แบบลายจุด และแบบเจาะรู
- เซรามิก(mini sculpture)แบบสุนัขนั่งอุจจาระ มี 3 แบบ คือ แบบเรียบ แบบลายจุด และแบบเจาะรู

Product fragility

- เซรามิก(mini sculpture)เมื่อผ่านกระบวนการผลิตที่สมบูรณ์แล้ว จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ชำรุดและเสียหายได้ง่าย
- เซรามิก(mini sculpture)เมื่อถึงขั้นตอนการขนส่งจะมีปัญหามากในการชำรุดของผลิตภัณฑ์

Protective packaging required

- เซรามิก(mini sculpture)มีการชำรุดมากในการขนส่ง ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เพื่อลดการชำรุดและเสียหายได้
- เซรามิก(mini sculpture)ควรใช้กระดาษลูกฟูกในการทำบรรจุภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนในการผลิตและมีคุณสมบัติลดการกันแทกได้

Outlets

- Retail chains
- Mail order

How displayed

ชั้นวางสินค้า, มุมห้อง, และสวน

Shelf location

นิยมวางตามหน้าบ้านและสวน

Marketing Data

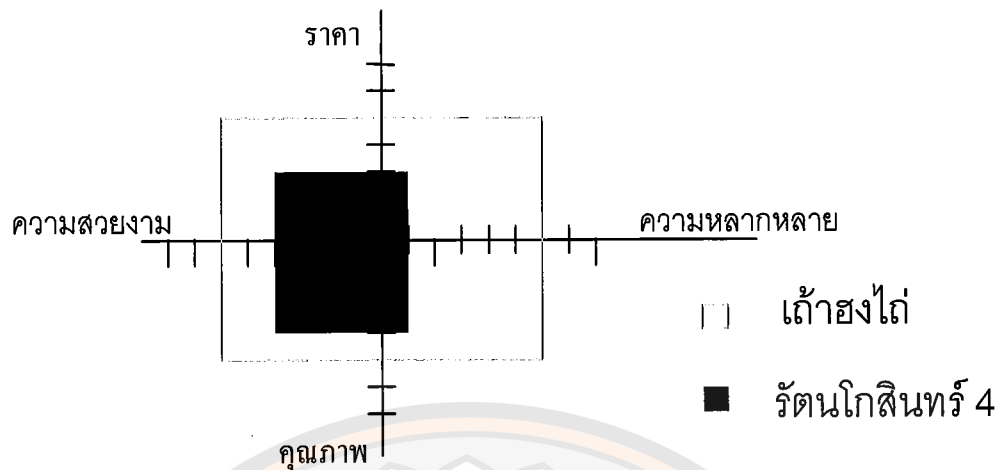
ตารางที่ 4.1 Major competition (company/Brand name / comments)คู่แข่งทางการตลาด

Company	Brand name	Comments
บริษัท รัตนโกสินทร์ เซรามิก 4 จำกัด	รัตนโกสินทร์ เซรามิก 4	แจกัน, อ่าง, โถง, โต๊ะเซรามิกที่มีสีสัน

Compared with the competition.our

- Product quality is Higher
- Price is : Higher

Product Position



ภาพที่ 4.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) เก้าอี้งใต้ จังหวัดราชบุรี

6. Package label data

Type of pack

กล่องกระดาษ

Print method for unit pack/label

- Silkscreen

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

สถานะของผลิตภัณฑ์ในด้าน

1. จุดแข็ง(strength) ตัวผลิตภัณฑ์เป็นที่แปลกใหม่และใช้เทคนิคเฉพาะตัว จึงทำให้มีเอกลักษณ์และไม่เหมือนกับโรงงานอื่นๆ
2. จุดอ่อน(weakness) ตัวผลิตภัณฑ์(mini sculpture) ได้มีการเสียหายหรือชำรุดได้ง่าย เพราะมีการใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การเจาะรู และเผาไฟไม่สูงมาก 1,100 ° c
3. โอกาส(opportunity) ในด้านการตลาดผลิตภัณฑ์(mini sculpture) ยังมีไม่มากนัก เพราะในการผลิตในแต่ละครั้งจะต้องผลิตตามใบสั่งของลูกค้า จึงทำให้เป็นที่สนใจและไม่เหมือนที่อื่น
4. อุปสรรค(threat) ตัวผลิตภัณฑ์(mini sculpture) มีราคาที่สูงพอสมควรและยังมีการเสียหายหรือชำรุดได้ง่าย

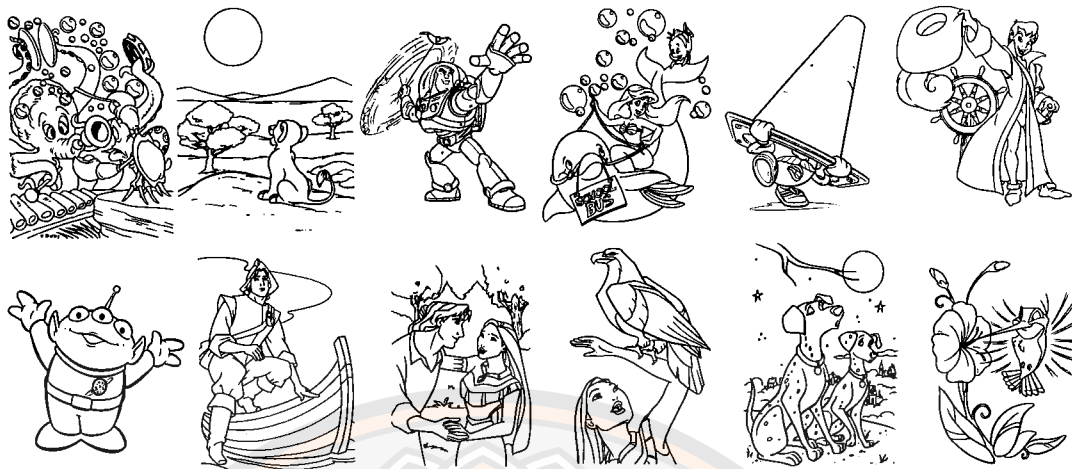
Main target :

- ด้านกายภาพ - ชาย/หญิง
- อายุ 25 - 35 ปี
 - มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป
- ด้านจิตใจ - มีความชอบในงานเซรามิก
- มีความชอบในการตกแต่งบ้านและสวน
 - มีความชอบในงานศิลปะ



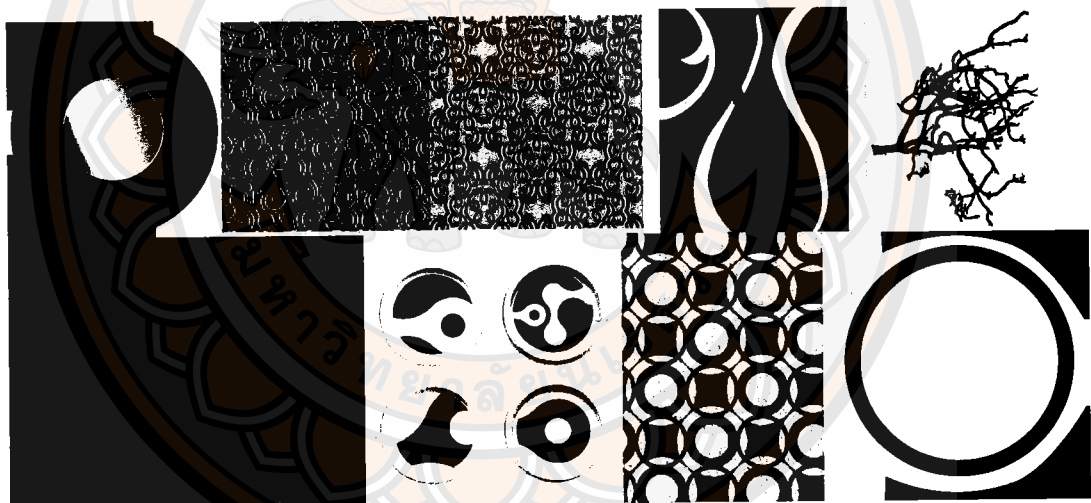
ภาพที่ 4.2 แสดงกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองุ่น จังหวัดราชบุรี

Striking



ภาพที่ 4.4 แสดงภาพ Mood&Tone

Chic



ภาพที่ 4.5 แสดงภาพ Mood&Tone

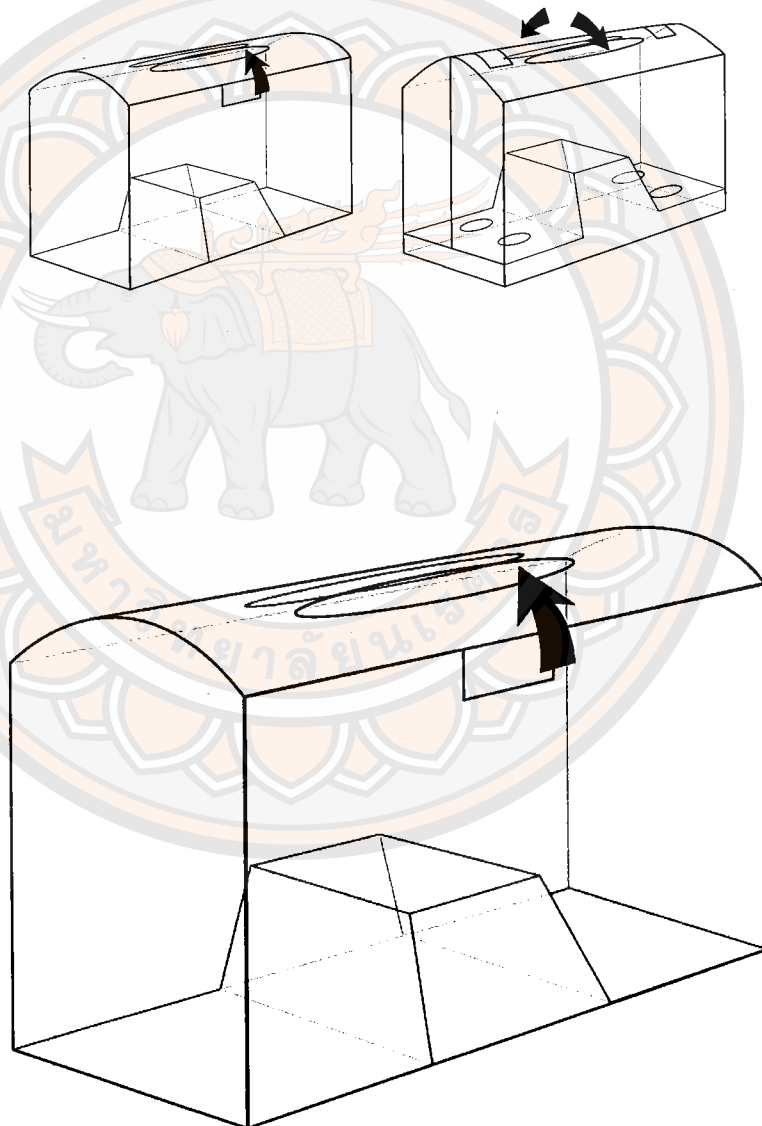
ส่วนที่ 2 ขั้นตอนการร่างแบบ (Sketch)

1. ขั้นตอนการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบ (Sketch & Design development)

เมื่อได้ทราบเงื่อนไขในการออกแบบแล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนการเขียนแบบร่างซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) โครงสร้าง

- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์แบบแรก



โครงสร้างที่เลือกพัฒนา

ภาพที่ 4.6 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบโครงสร้าง

- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ



โครงสร้างที่เลือกพัฒนา

ภาพที่ 4.7 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบโครงสร้าง

2) การออกแบบกราฟิก (Graphic design)



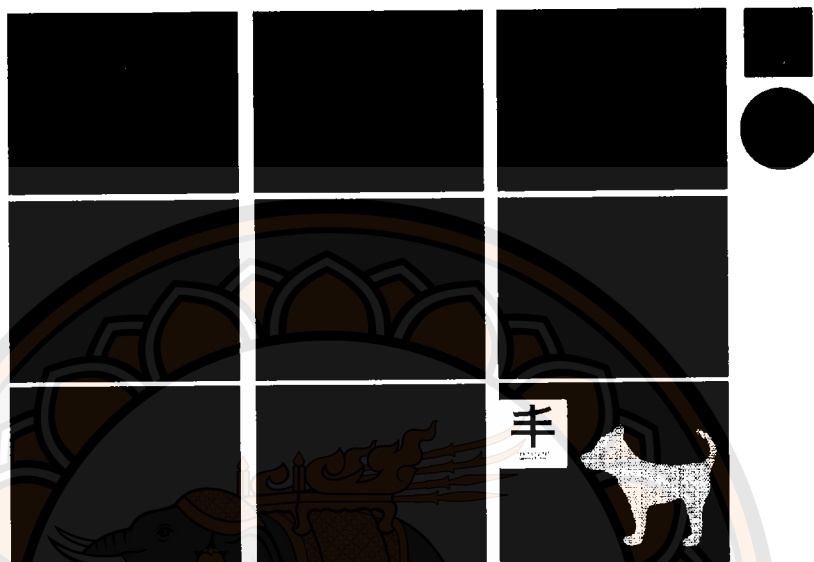
โครงสร้างที่เลือกพัฒนา

ภาพที่ 4.8 แสดงกราฟฟิก(โลโก้)

กราฟฟิก

การออกแบบลายกราฟฟิกจะใช้ลวดลายของสุนัขและบ้านสุนัขที่เป็นลายเส้นการ์ตูน เพื่อให้เกิดความน่ารักและให้เข้ากับตัวสินค้า

- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบแรก



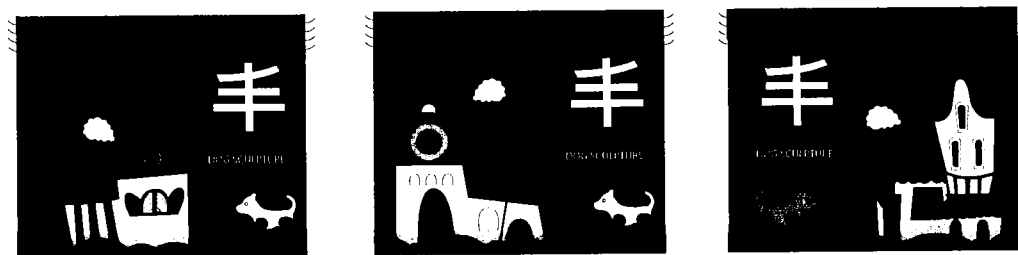
ภาพที่ 4.9 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟฟิก

- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบที่ 2



ภาพที่ 4.10 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟฟิก

- กราฟฟีกกล่องสุนัขแบบที่ 3



ภาพที่ 4.11 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟฟีก

- กราฟฟีกกล่องสุนัขแบบยืนที่ใช้จริง



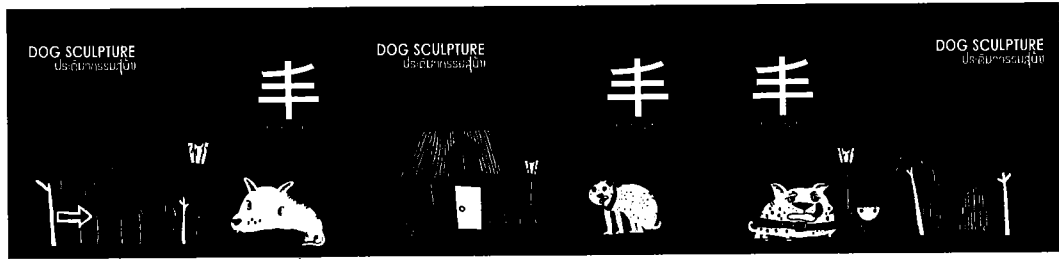
ภาพที่ 4.12 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟฟีก

- กราฟฟีกกล่องสุนัขแบบปีศาจที่ใช้จริง



ภาพที่ 4.13 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟฟีก

- กราฟฟิกกล่องสุนัขแบบอุจจาระที่ใช้จริง



ภาพที่ 4.14 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก

- กล่องบรรจุภัณฑ์สุนัขภาพคลี(Plan)



ภาพที่ 4.15 แสดงการร่างแบบและพัฒนาการออกแบบกราฟิก

ส่วนที่ 3 ผลงานที่สร้างสรรค์



ภาพที่ 4.16 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์

- การจัดแสดงงาน



ภาพที่ 4.17 แสดงผลงานที่สร้างสรรค์

บทที่ 5

บทสรุป

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ในหัวข้อ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture)และสามารถนำการศึกษาครั้งนี้มาออกแบบสร้างสรรค์และพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริม สนับสนุน และสร้างภาพลักษณ์ที่สวยงามและป้องกันให้กับตัวผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture)อีกทั้งยังสามารถเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทำให้ยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สูงขึ้น สามารถสรุปผลการออกแบบดังนี้

สรุปผลการออกแบบ

การศึกษาเรื่องการออกแบบพัฒนาเซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี จากการศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เซรามิก ปัจจุบันนับว่ามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าปัจจุบันนี้ใช้ผลิตภัณฑ์เซรามิกกันอย่างแพร่หลาย มีการแข่งขันกันสูงขึ้นในตัวชา เซรามิกแต่ละที่ก็จะแสดงถึงคุณภาพที่ต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับการผลิตของแต่ละที่ เซรามิกนี้มีการขายกันหลายระดับราคาตั้งแต่ถูกถึงแพงมาก ปัจจุบันมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับเซรามิกและมีการพัฒนามาตลอด

2. ศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสังเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางแก้ไข ได้ดังนี้

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการผลิตเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีทุนในการผลิตมาก

2.1 จึงยังมีบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมยังเป็นแค่การบรรจุเพื่อการขนส่งธรรมดา ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มมูลค่า

แนวทางการแก้ไข การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างในการรองรับกับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและโดดเด่นสามารถจัดจำหน่ายได้เลย

2.2 กราฟิคนับตัวบรรจุภัณฑ์ ปัญหากราฟิคนับตัวบรรจุภัณฑ์แบบเดิมยังไม่มี
กราฟฟิก

แนวทางการแก้ไข

2.2.1 ออกแบบลวดลายกราฟิคนับตัวบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยให้มีความรู้สึก
เข้ากับตัวผลิตภัณฑ์

2.2.2 เลือกใช้สีที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติและสดชื่น

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี
โดยการออกแบบและพัฒนาใหม่ทั้งหมดโดยนำหลักการในการศึกษาที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมา
รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่แน่ชัดแล้วนำมาพัฒนาให้ดีขึ้น มีการแก้ปัญหาต่าง ๆ จน
เสร็จสิ้นจนได้บรรจุภัณฑ์ที่ดีและสมบูรณ์

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัด
ราชบุรี และการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี เป็น
เซรามิก(mini sculpture)ที่มีเอกลักษณ์ของตัวเองทำให้คนที่ชอบเซรามิกประเภทนี้ชื่นชอบ

1.1 ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์เซรามิกมีขั้นตอนในการผลิตหลายขั้นตอน และมี
มาตรฐานในการผลิตเพื่อให้ได้เซรามิกที่ได้มาตรฐาน

1.2 พัฒนาคูณภาพ ได้มีการคิดค้นในการปลูกรูปแบบใหม่ ๆ

2. ด้านการบริโภค ผลการศึกษาพบว่า

2.1 ด้านความนิยม การนิยมนงานประติมากรรมส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในช่วงของ
ชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีรายได้ประมาณ 30,000 บาทหรือมากกว่า รักและ
หลงใหลในเซรามิก รักการตกแต่งบ้านและสวน ชอบสิ่งแปลกใหม่ของเซรามิก

2.2 ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตจะมีการควบคุมผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเองทั้งหมด ตั้งแต่
กระบวนการผลิตไปจนถึงกระบวนการผลิตไปจนถึงกระบวนการจัดจำหน่าย เพราะมีความ
ต้องการและสามารถหาตลาดได้อย่างกว้างขวางนัก

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่จะสั่งทางอีเมลล์หรือทางโทรศัพท์และทำการ
จัดส่งผลิตภัณฑ์ หรือโรงงาน แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่
จังหวัดราชบุรี เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ผู้ผลิตยังไม่ริเริ่มการผลิตในเรื่องบรรจุภัณฑ์เพราะ
สินค้ามีขนาดใหญ่และมีขนาดที่แตกต่างกัน แต่หากมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มมูลค่า

ให้กับผลิตภัณฑ์มากขึ้น รวมถึงเป็นการสร้างความรู้จักให้กับตราสินค้าและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินศึกษาในครั้งนี้ในหัวข้อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แถบสงใต้ จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งได้ประสบปัญหาในเรื่องการเดินทางเข้าไปเก็บข้อมูล และตัวผลิตภัณฑ์มีการจัดจำหน่ายเฉพาะที่
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่นำมาศึกษา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการเก็บข้อมูลค่อนข้างลำบาก เนื่องจากมีระยะทางที่ไกลและผู้ประกอบการต้องเดินทางไปดูงานหลายที่ข้อมูลบางอย่างจึงไม่ครบถ้วน
3. ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาแบบ เป็นสิ่งจำเป็นมากถ้าเราสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษามาให้ให้เกิดประโยชน์และแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน รวมถึงการนำเอาข้อมูลต่าง ๆ มาช่วยในการออกแบบทำให้ผลงานออกแบบตรงตามความประสงค์มากยิ่งขึ้น
4. ขั้นตอนการทำแบบจำลอง (Model) หากต้องการมีกระบวนการทำที่ยากและซับซ้อน ควรวางแผนระยะเวลาสำหรับขั้นตอนนี้ให้มาก เพราะงานอาจล่าช้าเกินกำหนด
5. การทำงานนั้นทุกขั้นตอนมีความสำคัญทั้งหมด หากเราได้ให้ความสำคัญในรายละเอียดทุก ๆ ขั้นตอนและมีความรับผิดชอบในตัวเอง ก็จะทำให้เข้าใจได้ง่ายและเกิดความสุขในการทำงาน

สรุปอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาเรื่อง การออกแบบของผลิตภัณฑ์เซรามิก(mini sculpture) แก้วองไถ่ จังหวัดราชบุรี

การศึกษาสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนโครงสร้างและส่วนกราฟิก ในส่วนโครงสร้างนั้นได้ออกแบบให้สอดคล้องและคำนึงถึงการใช้งานและรูปทรงของผลิตภัณฑ์และการเก็บรักษา การขนส่ง มีโครงสร้างทั้งหมด 1 โครงสร้าง 3 ขนาด ที่มีความสอดคล้องกับการใช้ประโยชน์อีกทั้งในด้านของกราฟิกมีสีสันและบ่งบอกถึงความเอกลักษณ์ของเซรามิกได้เป็นอย่างดี
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องความเสียหายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกในการขนส่งในการซื้อขาย
3. ใช้วัสดุกระดาษให้เกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้นและสามารถป้องกันการเสียหายของตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี

บทสรุปของการศึกษาวิจัยถือว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆ ซึ่งมีใช้เพียงวิทยุทัศน์ทางการศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นการมองให้กว้างออกไปภายนอก เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้าง อาศัยพื้นฐานของความเป็นจริง การศึกษา การค้นคว้า ตลอดจนการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริง อันเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ศึกษาวิจัย

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- คมกฤษ จำปาสุต. (2545). การบรรจุภัณฑ์. พิษณุโลก: เอกสารประกอบการสอน ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล และดำรงศักดิ์ ชัยสนิท . การตลาดเพื่อการส่งออก . กรุงเทพฯ : เอ็มไอซีรี่เอชั่น จำกัด , 2528
- จิตราธณี พานทอง.การหีบห่อ.วารสารรามคำแหง 8 (ฉบับบริหารธุรกิจเล่ม 1 2524):28-50
- นพวรรณ หมั่นทรัพย์ . การออกแบบเบื้องต้น . กรุงเทพฯ : โชตนาพรินติ้ง จำกัด , 2539
- นวลน้อย บุญวงศ์.หลักการออกแบบ . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539
- ปุ่นและคณะ . คู่มือบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปขนาดเล็กและครัวเรือน. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม , 2540
- ประชิด ทิถบุตร . การออกแบบบรรจุภัณฑ์ . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์ , 2531
- สาคร คัณธโชติ. การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ..กรุงเทพฯ :โอเอส พรินติ้ง เฮ้าส์ ,2528
- สุดาตวง เรืองรุจิระ . หลักการตลาด . กรุงเทพฯ . 2542