

# อภิธาน์นทาการ




สำนักหอสมุด

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับร้านSUSHI BOY




ศิลปนิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
พฤษภาคม 2557  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหาร  
ญี่ปุ่นแบบนากลับของร้าน SUSHI BOY" ของ นางสาวอรนภา โตแป้น เห็นสมควรรับเป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ  
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

  
.....ประธานคณะกรรมการ  
(อาจารย์ไพฑูริย์ สุริยงค์)

  
.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกรัก สุวรรณวัจน์)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์วารารอดน์ มামী)

อนุมัติ



(ดร.สันต์ จันทร์สมศักดิ์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

พฤษภาคม พ.ศ. 2557

ชื่อเรื่อง	การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนากลับ ของร้านSUSHI BOY
ผู้ศึกษาค้นคว้า	อรนภา โตแป้น
ที่ปรึกษา	อาจารย์พัชรวัฒน์ สุริยงค์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการ ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร , 2557
คำสำคัญ	บรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนากลับ

### บทคัดย่อ

จากการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนากลับของร้านซูชิบอย จากการศึกษาดังกล่าวจะนำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนากลับ โดยข้อมูลเชิงคุณภาพและการดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นมา

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การแข่งขันของบรรจุภัณฑ์อาหารมีสูงมาก ดังนั้นการออกแบบจึงจดจำเป็นต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำในตัวผลิตภัณฑ์และร้านค้าได้ โดยผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นนั้นมีเอกลักษณ์ที่สดใหม่อยู่แล้ว แต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่จะดึงดูดใจผู้บริโภคอีกทั้งตอบสนองความต้องการของร้านค้าได้ วิธีนั้นคือการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น เป็นการสื่อความหมาย ความสวยงาม และสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้

จากความสำคัญและความเป็นมาในปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะค้นคว้าศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเมื่อบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบแล้ว นอกจากจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกับผลิตภัณฑ์แล้ว ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อีกด้วย

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดีเนื่องจากการได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ที่มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ และครอบครัวที่เคารพรัก ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่าน ที่มอบความรัก กำลังใจ คำแนะนำที่ดีและการสนับสนุนในการศึกษาที่มอบให้กับผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบพระคุณ อ.พัชรวัฒน์ สุริยงค์ อาจารย์ที่ปรึกษาภาควิชาคณิตศาสตร์ ที่ได้สละเวลา ให้คำแนะนำ ปรึกษา และสร้างมุมมองใหม่ๆในการทำงานเกี่ยวกับการออกแบบ ตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่ และขอขอบพระคุณสำหรับคำติชมที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง ที่เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยให้สำเร็จด้วยดี ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและทำการวิจัย

ขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน มอบความรู้ ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาที่ดี ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคนในภาควิชาศิลปะและการออกแบบที่คอยร่วมทุกข์ร่วมสุข ให้การช่วยเหลือ ให้กำลังใจซึ่งกันและกันเสมอมาในหลายๆด้าน จนสำเร็จไปด้วยดี

และบุคคลที่ข้าพเจ้ามิได้กล่าวถึง ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมี ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

อรนภา โตแป้น

2557

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย	3
ขอบเขตงานวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
แผนการดำเนินงาน	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอาหารญี่ปุ่น	8
1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอาหารกล่องชุดเบนโตะ	12
1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับซูชิ	14
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์	20
2.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์	32
2.2 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย	36
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	36

4 ผลการวิจัย	37
แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ	
ผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น	37
แนวความคิดในการออกแบบ	39
ขั้นตอนการร่าง	42
การพัฒนาและการสร้างสรรค์	45
ผลงานที่สร้างสรรค์	50

5 บทสรุป	54
สรุปผลการวิจัย	54
อภิปรายผลการวิจัย	54
ข้อเสนอแนะ	55
บรรณานุกรม	57
ประวัติผู้วิจัย	59



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
อาหารเข้าญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม	11
เบนโตะ หรืออาหารญี่ปุ่นแบบปิ่นโต	12
เบนโตะ หรืออาหารญี่ปุ่นแบบปิ่นโต	13
ซูชิ 1	18
ซูชิ 2	18
ซูชิ 3	19
ผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น ร้านSUSHI BOY	37
บรรจุภัณฑ์อาหารจากกระดาษ Food Grade	38
กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับ	39
DESIGN CONCEPT	40
MOOD & TONE	40
MOOD & TONE	41
MOOD & TONE	41
SKETCH DESIGN	42
SKETCH DESIGN	43
SKETCH DESIGN	44
SKETCH DESIGN กล่องซูชิ	45
แปลนกล่องซูชิ	45
SKETCH DESIGN กล่องอาหารชุดเบนโตะ	46
แปลนกล่องอาหารชุดเบนโตะ	46
แปลนภายในกล่องอาหารชุดเบนโตะ	47
แปลนบรรจุภัณฑ์หิ้วกล่องซูชิ	48
แปลนบรรจุภัณฑ์หิ้วกล่องอาหารชุดเบนโตะ	48
กราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ที่ 1	49
กราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ที่ 2	49
สรุปผลจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่น แบบนำกลับร้านSUSHI BOY	50 – 53

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แผนการดำเนินงาน	42
2	การสำรวจประเมินด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์และความเหมาะสม แสดงได้ดังนี้	54





## บทที่ 1

### บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศญี่ปุ่นนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ทั้งทางด้านสังคม ภาษาและวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลกและยังเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านของนวัตกรรมที่มีความสุดยอดทางด้านออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยบรรจุภัณฑ์นั้นมีเอกลักษณ์และความงามเฉพาะตน สำหรับชาวญี่ปุ่นนั้นรูปลักษณ์ภายนอกของสิ่งของรวมไปถึงการปกป้องคุ้มครองกัน เป็นวิธีแสดงการแสดงให้เห็นถึงความเคารพต่อผู้รับ ตามคำกล่าวของ Sasumu Sakane นักออกแบบบรรจุภัณฑ์แนวหน้าของประเทศญี่ปุ่นที่ได้กล่าวไว้ใน Japanese Packaging and Its Root in Tradition ที่ว่า"บรรจุภัณฑ์ของประเทศญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากอดีตกาลซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่ความละเอียดอ่อน พิถีพิถัน อันทำให้บรรจุภัณฑ์จากประเทศญี่ปุ่นมีความโดดเด่นกว่าบรรจุภัณฑ์ทั่วไปที่มุ่งเน้นการผลิตในระบบอุตสาหกรรมเพื่อการค้าเพียงอย่างเดียว การรักษาเอกลักษณ์และคงไว้ซึ่งแนวความคิดดั้งเดิมนั่นเองที่นำพาประเทศญี่ปุ่นไปสู่ความสำเร็จ จนเป็นที่กล่าวขวัญไปทั่วโลก" (ลิตติพร กิตติพานิช 2544 : 67-68)

และในปัจจุบันนี้ก็ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในประเทศไทย โดยเฉพาะอาหารญี่ปุ่นนั้นได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของหนุ่มสาวสมัยใหม่เนื่องด้วยความเชื่อที่คนไทยเชื่อว่าอาหารญี่ปุ่นคือ "Health Food" จากข้อมูลที่เราพบกันคืออยู่แล้วว่าคนญี่ปุ่นนั้นมีอายุยืนยาวและสุขภาพดีกว่าคนในหลายร้อยประเทศปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนญี่ปุ่นมีอายุยืนอยู่ที่อาหาร การกินและรูปแบบการใช้ชีวิต จะสังเกตได้ว่าชาวญี่ปุ่น นิยมรับประทานปลา เต้าหู้ และผักเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะพวกผักใบเขียวที่ล้วนแต่มีคุณค่าทางอาหารสูง อาหารญี่ปุ่นจะไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งมากมาย แต่จะนิยมรสชาติแท้ๆ ของวัตถุดิบ ทำให้คงประโยชน์ ของอาหารได้ดี คนญี่ปุ่นชอบกินปลามากกว่าเนื้ออื่นๆซึ่งข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ก็ยืนยันว่าปลาเป็นอาหารที่ให้โปรตีนและไม่มีผลข้างเคียงเหมือนเนื้อสัตว์ อื่นๆ ทั้งยังมีส่วนทำให้อายุยืนอีกด้วย แม้แต่เครื่องปรุง รสเผ็ดสีเขียวย่างวาซาบิ ก็มีคุณประโยชน์ทางยาหลาย ประการเช่นสามารถต่อต้านการติดเชื้อแบคทีเรีย บางชนิดและยังสามารถกำจัดพยาธิที่อาศัยอยู่ในปลา ได้อีกด้วยและเมื่อไม่นานมานี้ยังมีการศึกษาพบว่า วาซาบิมีฤทธิ์ต่อต้านสารก่อมะเร็งเป็นผลดีต่อผิวหนัง และยังช่วยป้องกันเส้นเลือดอุดตันได้ลึก

จากการบริโภคอาหารและรูปแบบการใช้ชีวิตของ คนญี่ปุ่น ทำให้ได้แง่คิดดีๆว่า หากเราบริโภคอาหาร และดื่มเครื่องดื่มที่ไม่ดีร่างกายของเราก็จะแย่ ไปด้วยไม่ช้าก็เร็วแต่ถ้าหากเราดูแลตัวเอง ดีๆบริโภคแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ เราเอง จะมีความสุขและมีชีวิตที่ยืนยาว

จากวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปคนในสังคมต่างเร่งรีบกับการทำงาน เพื่อแข่งกับเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดและยังต้องแข่งกับคนอื่นอีกด้วยทำให้พฤติกรรมหลายอย่างเปลี่ยนไป รวมถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารซึ่งในสังคมมีแนวโน้มในการรับประทานอาหารที่ต้องการความสะดวก รวดเร็วอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิจึงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องด้วยมีความสะดวกรวดเร็วในการรับประทาน

ร้านซูชิบอย SUSHI BOY เป็นร้านอาหารญี่ปุ่นแบบสายพานสไตล์ฟิวชั่นที่เปิดให้บริการทั้งอาหารประเภทซูชิ ราเมน และอาหารชุดเบนโตะ มีเมนูหลากหลายมากกว่า 200 รายการให้ลูกค้าได้ลิ้มลอง ปัจจุบันร้านซูชิบอย มีทั้งหมด 6 สาขา และเป็นร้านแบบจุดให้บริการ (KIOS) 1 แห่ง นอกจากนี้ยังมีบริการส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่อีกด้วย ปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของร้าน คือ การมอบความสด อร่อยและแปลกใหม่ของอาหารในบรรยากาศที่สนุกสนานไม่จำเจเพื่อลูกค้าจุดเด่นของร้านซูชิบอย โดดเด่นในด้านการตลาดที่สามารถทำยอดขายได้ 100 ล้านบาท ภายในระยะเวลา 3 ปี จากข้อมูลของร้านซูชิบอยที่ต้องการสร้างจุดเด่นของบรรจุภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ดึงดูดใจผู้บริโภค จึงมีความต้องการสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของทางร้านซูชิบอยได้

ด้วยเหตุผลและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิจากร้านซูชิบอย จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เพื่อมุ่งไปสู่การพัฒนาการออกแบบให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ สะดวกแก่การใช้งานพร้อมทั้งตอบสนองและความดึงดูดผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นร้านซูชิบอย
2. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นร้านซูชิบอย
3. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นร้านซูชิบอย

## ขอบเขตของงานวิจัย

- ขอบเขตด้านพื้นที่

ร้านซูชิบอย

- ขอบเขตด้านระยะเวลา

ตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2557 ถึงวันที่ 9 พฤษภาคม 2557

- ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์

- ด้านผลิตภัณฑ์

1. ศึกษาถึงตัวข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นร้านซูชิบอย

- ด้านบรรจุภัณฑ์

1. บรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น

บรรจุภัณฑ์ซูชิ บรรจุ 8 ชิ้น

1 โครงสร้าง 2 กราฟฟิก

บรรจุภัณฑ์ชุดอาหารกล่องเบนโตะ

1 โครงสร้าง 2 กราฟฟิก

2. บรรจุภัณฑ์หิ้ว

บรรจุภัณฑ์กล่องบรรจุชุดอาหารกล่องเบนโตะ

1 โครงสร้าง 2 กราฟฟิก

บรรจุภัณฑ์กล่องบรรจุซูชิ บรรจุ 8 ชิ้น

1 โครงสร้าง 2 กราฟฟิก

## ประโยชน์ที่คิดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ร้านซูชิบอย
2. เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นร้านซูชิบอย
3. เพื่อให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นร้านซูชิบอย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

### - การออกแบบ

หมายถึง การปรับปรุงแบบ ผลงานหรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม และดูมีความแปลกใหม่ขึ้น เช่น โต๊ะที่เราทำขึ้นมาใช้ เมื่อใช้ไปนานๆก็เกิดความเบื่อหน่ายในรูปทรง หรือสี เราก็จัดการปรับปรุงให้เป็น รูปแบบใหม่ให้สวยกว่าเดิม ทั้งความเหมาะสม ความสะดวกสบายในการใช้งานยังคงเหมือนเดิม หรือดีกว่าเดิม เป็นต้น

### -บรรจุกัญธิ

หมายถึง บรรจุกัญธิหรือการบรรจุหีบห่อหมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

### -อาหารญี่ปุ่น

ในคำจำกัดความปัจจุบัน หมายถึง อาหารพื้นเมืองของประเทศญี่ปุ่นก่อนการสิ้นสุดการปิดประเทศหรือชะโกกุ เมื่อค.ศ. 1868 แต่ในความหมายที่กว้างขึ้นนั้นจะรวมถึงอาหารที่ใช้ส่วนผสมและวิธีการทำอาหารซึ่งรับมาจากต่างประเทศภายหลังการเปิดประเทศ แต่ชาวญี่ปุ่นก็ได้ประยุกต์ให้เข้ากับตนเอง อาหารญี่ปุ่นนั้นมีชื่อเสียงด้านการเน้นอาหารตามฤดูกาล คุณภาพของวัตถุดิบและการจัดวาง

### -ซูชิ

หรือ ข้าวปั้นมีหน้า เป็นอาหารญี่ปุ่น ที่ข้าวมีส่วนผสมของน้ำส้มสายชู และกินคู่กับปลาเนื้อ หรือ ของคาวชนิดต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่น ซูชิมักจะหมายถึงอาหารที่มีส่วนผสมของ ซูชิเมะชิ (ข้าวที่ผสมน้ำส้มสายชู) และมีหน้าแบบต่างๆเป็นหน้า ที่นิยมได้แก่ อาหารทะเล ผัก ไข่ เห็ด เนื้อที่นำมาใช้อาจจะเป็นเนื้อดิบ หรือ เนื้อที่ผ่านกระบวนการทำอาหารแล้ว และซูชิส่วนใหญ่มักใส่วาซาบิ บนข้าวเพื่อให้ได้ความอร่อยมากยิ่งขึ้น

-ราเม็ง เป็นบะหมี่น้ำของญี่ปุ่น ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากประเทศจีน ราเม็งมักจะทานคู่กับ เนื้อหมู สาหร่าย คะมะโบะโกะ ต้นหอม และบางครั้งจะมีข้าวโพด ราเม็งมีการปรุงรสแตกต่างกันตามแต่ละจังหวัดในญี่ปุ่น เช่นในเกาะคิวชู ต้นกำเนิดของทงโคสีราเม็ง (ราเม็งซุปรกระดูกหมู) หรือในเกาะฮกไกโด ต้นกำเนิดของมิโชะราเม็ง (ราเม็งเต้าเจี้ยว)

-เป็นโต หมายถึง อาหารที่จัดเตรียมใส่กล่องเพื่อสะดวกต่อการพกพาไปรับประทานนอกบ้าน หรือระหว่างการเดินทาง คล้ายกับข้าวกล่อง (lunch box) ของอเมริกา โดยส่วนมากกล่องที่ใส่จะมีลักษณะเป็นหลุมหลายหลุม เหมือนกับถาดหลุม เพื่อจะสามารถจัดอาหาร เช่น ข้าวสวย กับข้าว รวมถึงเครื่องเคียงอื่นๆ ใส่ลงในกล่องได้อย่างเป็นสัดส่วน

ปัจจุบันในประเทศญี่ปุ่นมีเป็นโตมากมายหลายชนิดให้เลือกรับประทาน ทั้งตามสถานีรถไฟภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อทั่วไป ส่วนในประเทศไทยสามารถหารับประทานได้ตามภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นหลายๆ แห่ง มีการสันนิษฐานว่าคำว่า ปันโต ของไทย น่าจะเพี้ยนมาจากคำว่า เปี้ยนตัง ของจีน และเป็นโตของญี่ปุ่นนั่นเอง



## แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
<b>ก. การเตรียมการ</b>					
1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	●	●	●		
2. การติดต่อหน่วยงานและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	●	●			
3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		●			
4. จัดหาและฝึกอบรมผู้ช่วยนักวิจัย		●			
5. ทดสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		●	●		
<b>ข. การเก็บข้อมูล</b>					
6. สุ่มตัวอย่าง		●	●		
7. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง		●	●		

<b>ค.การ</b> <b>ประมวลผลและ</b> <b>การวิเคราะห์</b> <b>ข้อมูล</b> 8.ประมวลผล ข้อมูล 9.วิเคราะห์และ แปลผลข้อมูล			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>ง.การเขียน</b> <b>รายงาน</b> <b>และการเผยแพร่</b> <b>ผลงาน</b> 10.เขียนรายงาน 11.จัดพิมพ์ รายงาน					<input checked="" type="checkbox"/>  <input checked="" type="checkbox"/>

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

#### 1. อาหารญี่ปุ่น

1.1 ข้าวกล้องขูดอาหารเบนโตะ

1.2 ซูชิ

#### 2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.1.ความหมายบรรจุภัณฑ์

2.2.ประเภทของบรรจุภัณฑ์

2.3.หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

#### 1.อาหารญี่ปุ่น

อาหารญี่ปุ่น ในคำจำกัดความปัจจุบัน หมายถึง อาหารพื้นเมืองของประเทศญี่ปุ่นก่อนการสิ้นสุดการปิดประเทศหรือซะโกกุ เมื่อค.ศ. 1868 แต่ในความหมายที่กว้างขึ้นนั้นจะรวมถึงอาหารที่ใช้ส่วนผสมและวิธีการทำอาหารซึ่งรับมาจากต่างประเทศภายหลังการเปิดประเทศ แต่ชาวญี่ปุ่นก็ได้ประยุกต์ให้เข้ากับตนเอง อาหารญี่ปุ่นนั้นมีชื่อเสียงด้านการเน้นอาหารตามฤดูกาล คุณภาพของวัตถุดิบ และการจัดวาง

อาหารญี่ปุ่นถูกพัฒนามานานหลายศตวรรษ อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการเมืองในประเทศ อาหารญี่ปุ่นถูกเปลี่ยนแปลงอย่างมากเมื่อเข้าสู่สมัยกลางซึ่งเป็นยุคสมัยที่ญี่ปุ่นถูกปกครองด้วยระบอบศักดินาอันนำโดยโชกุน ต่อมาในช่วงต้นยุคใหม่หลังการเปิดประเทศ ญี่ปุ่นรับวัฒนธรรมจากต่างชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งมีอิทธิพลทำให้วัฒนธรรมการกินของชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

อาหารญี่ปุ่นอยู่บนพื้นฐานของการจัดสำรับอันประกอบด้วยอาหารจานหลัก โดยเป็นข้าวหรืออาหารเส้น ซุป และกับข้าวหรือโอะกะซุ ซึ่งทำจาก ปลา เนื้อสัตว์ ผัก และเต้าหู้ ปรงรส



ด้วยตะขี (หัวเขื่อน้ำซูป) มิโตะ (เต้าเจี้ยวญี่ปุ่น) และโทยุ (ซีอิ้วญี่ปุ่น) ทำให้อาหารญี่ปุ่นส่วนมาก มีไขมันต่ำ แต่มีปริมาณเกลือสูง

สำหรับอาหารญี่ปุ่นมาตรฐานประกอบด้วยกับข้าวอย่างน้อยหนึ่งอย่าง ข้าวญี่ปุ่น) หนึ่งชาม ซุปหนึ่งถ้วย และผักดองหรือสึเกะโมะโนะ เป็นเครื่องเคียง

สำหรับญี่ปุ่นมาตรฐานส่วนมาก จะใช้เทคนิคการจัดที่เรียกว่า อิชิจู-ซันไซ หรือซูปหนึ่งอย่างกับข้าวสามอย่าง กับข้าวนำมาจัดสำหรับจะปรุงด้วยหลากหลายวิธี ทั้งแบบดิบ (ชะชิมิ) การย่าง การตุ๋นหรือการต้ม การนึ่ง การทอด การดอง หรือการยำ (สลัด) มุมมองของคนญี่ปุ่นต่ออาหารนั้นถูกสะท้อนในการจัดบทในตำราอาหารโดยจะจัดแยกตามวิธีการปรุงอาหาร ไม่ได้จัดตามประเภทวัตถุดิบ หรืออาจจัดเป็นแยกเป็นประเภท ซุป ซูชิ ข้าว อาหารเส้น และของหวาน

เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เป็นเกาะ ชาวญี่ปุ่นจึงบริโภคอาหารทะเลในปริมาณมาก ในอดีตชาวญี่ปุ่นไม่นิยมบริโภคเนื้อสัตว์ใหญ่ จนเมื่อมีการเปิดประเทศ ชาวญี่ปุ่นจึงรับวัฒนธรรมการรับประทานเนื้อสัตว์เข้ามา และเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ จนปัจจุบัน

อาหารเส้นก็เป็นอาหารที่สำคัญประเภทหนึ่งในอาหารญี่ปุ่น อาจรับประทานเป็นอาหารจานเดียว จัดสำหรับแทนข้าว หรือจัดคู่กับข้าวเลยก็ได้ อาหารเส้นที่เป็นที่รู้จักกันดี ได้แก่ โซบะ (เส้นเล็กสีน้ำตาล ทำจากแป้งบัควีท) และอุด้ง (เส้นหนาสีขาว ทำจากแป้งสาลี) อาหารเส้นสามารถรับประทานแบบร้อนและเย็น คู่กับน้ำซูปที่ทำจากตะขีผสมมิโตะ อาหารเส้นอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับคความนิยมอย่างมากในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาคือ ราเม็ง ซึ่งเป็นบะหมี่ในน้ำซูปแบบจีนที่ทำจากเนื้อสัตว์ และปรับปรุงโดยชาวญี่ปุ่นจนมีเอกลักษณ์ของตนเอง

#### อาหารจานหลัก

ข้าว ตั้งแต่ชาวญี่ปุ่นรู้จักการทำนาเมื่อ 2,000 ปีที่แล้ว ข้าว ก็เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของญี่ปุ่น ความสำคัญของข้าวต่อวัฒนธรรมญี่ปุ่น สะท้อนได้จากในอดีต ข้าวถูกใช้เหมือนเงินตราในการแลกเปลี่ยนสินค้าและเครื่องแสดงความมั่งคั่ง คำว่าข้าว ในภาษาญี่ปุ่น คือ โกะฮัง และ เมะชิ (นิยมใช้เฉพาะผู้ชาย) เมื่อจะบอกรับประทานอาหาร ชาวญี่ปุ่นจะบอกว่ากินข้าว ซึ่งหมายถึงมีอาหารนั่นเอง เช่น แปลตามตัวได้ว่า ข้าวเข้า หรือหมายถึง อาหารเข้า

ชาวญี่ปุ่นมีเมลิ็ดสั้น และเมื่อสุกแล้วจะเหนียวเล็กน้อย ชาวญี่ปุ่นนิยมรับประทานข้าวขาว คือข้าวที่ถูกขัดสีจะไม่เหลือเยื่อหุ้มเมล็ดอยู่เลย ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เชื่อว่าข้าวกล้อง หรือข้าวที่ยังมีเยื่อหุ้มเมล็ดติดอยู่นั้นอร่อยน้อยกว่า แต่ข้าวกล้องก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในฐานะที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ

นอกจากนี้ข้าวธรรมดาแล้ว ชาวญี่ปุ่นยังนิยมรับประทานโมจิ ซึ่งทำจากข้าวเหนียวนำไปทำให้สุกและทุบจนเหนียวเป็นก้อน นำไปปรุงได้ทั้งของคาว (ใส่ซุ๊ป) และของหวาน (แป้งรับประทานกับซอสหวาน หรือกับถั่วแดงกวน)

ข้าวยังสามารถนำประกอบอาหารต่างๆได้อีกหลายชนิด เช่น ซูชิ ดงบุริ ใจิก เหมมเบอะระชิ และสาเก เป็นต้น

อาหารเส้น

อาหารเส้นอาจรับประทานเป็นอาหารจานเดียว จัดสำหรับแทนข้าว หรือจัดคู่กับข้าวเลยก็ได้ อาหารเส้นที่เป็นที่รู้จักกันดี สามารถรับประทานแบบร้อนในน้ำซุ๊ป หรือแบบเย็นจุ่มซอสก็ได้

ขนมปัง

ญี่ปุ่นรับวัฒนธรรมการรับประทานขนมปังมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 16 จนถึงปัจจุบัน ชาวญี่ปุ่นพัฒนาขนมปังจนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนิยมรับประทานกันโดยทั่วไป คำว่าขนมปังในภาษาญี่ปุ่นคือ ฟัง ซึ่งมาจากภาษาโปรตุเกส

กับข้าว

กับข้าว ที่ชาวญี่ปุ่นนิยมรับประทานกันทั่วไป มีหลายชนิด ตัวอย่างเช่น

อาหารต้มหรือตุ๋น

อาหารผัด

อาหารทอด

อาหารย่าง หรือทอดบนกระทะแบน

อาหารนึ่ง

ชะชิมิซุ๊ป

อาหารหมักดอง หรือย่ำ

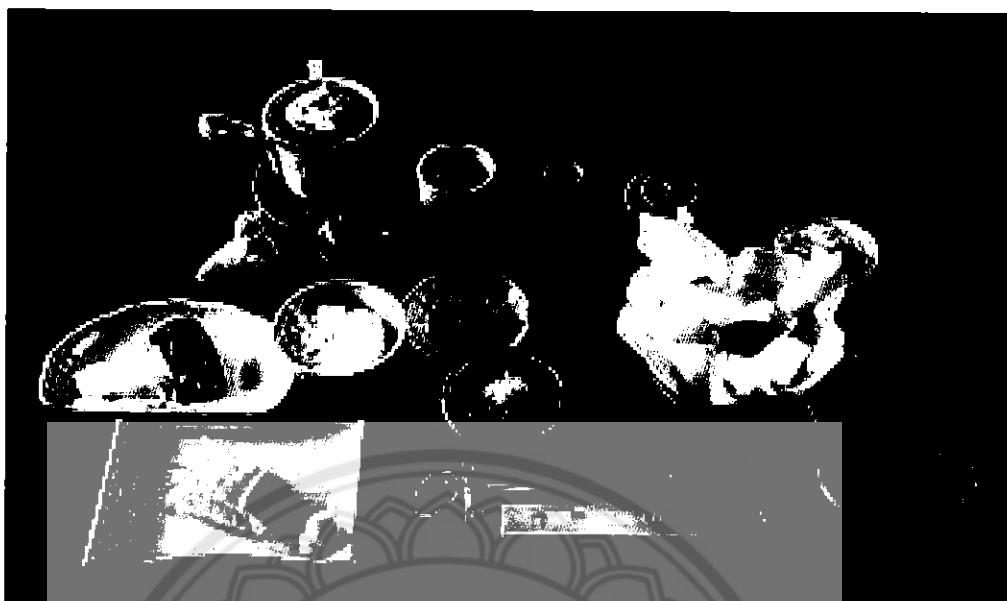
ขนมหวาน และของทานเล่น

วงะระชิ: ขนมหวานแบบญี่ปุ่น

ดะระชิ : ขนมหวานแบบญี่ปุ่นโบราณ

โยงะชิ : ขนมหวานแบบตะวันตก

คะชิปัง : ขนมปังแบบหวาน



ภาพ 1 อาหารเช้าญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม  
ที่มา: <http://wikipedia.org/wiki/อาหารญี่ปุ่น>

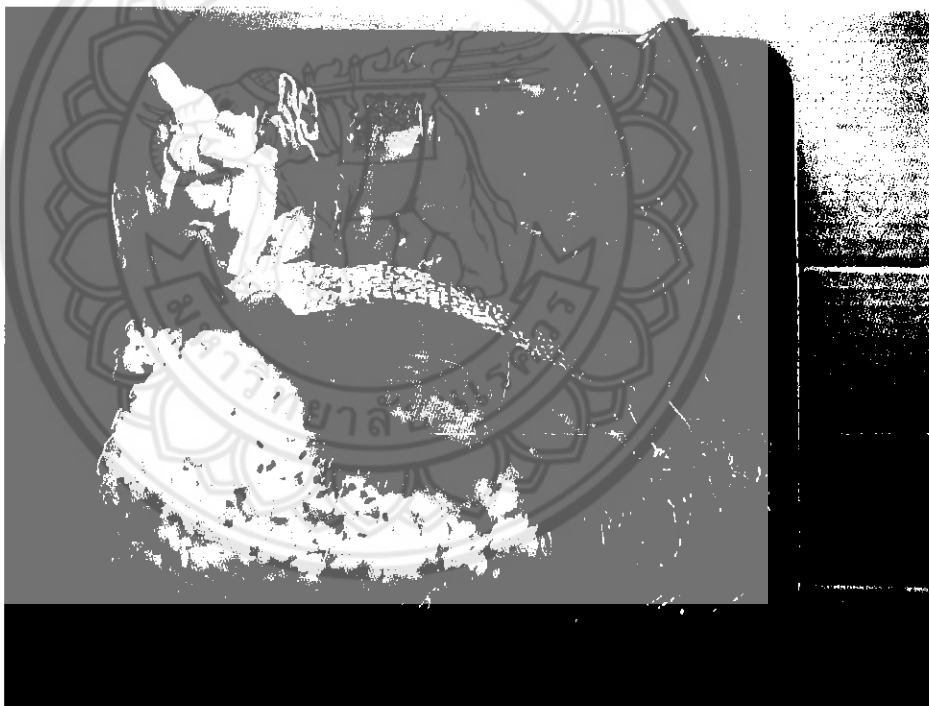


### 1.1อาหารชุดเป็นโตะ

เป็นโต หมายถึงอาหารที่จัดเตรียมใส่กล่องเพื่อสะดวกต่อการพกพาไปรับประทานนอกบ้าน หรือระหว่างการเดินทาง คล้ายกับข้าวกล่อง (lunch box) ของอเมริกา โดยส่วนมากกล่องที่ใส่จะมีลักษณะเป็นหลุมหลายหลุม เหมือนกับถาดหลุม เพื่อจะได้สามารถจัดอาหาร เช่น ข้าวสวย กับข้าว รวมถึงเครื่องเคียงอื่นๆ ใส่ลงในกล่องได้อย่างเป็นสัดส่วน

ปัจจุบันในประเทศญี่ปุ่นมีเป็นโตมากมายหลายชนิดให้เลือกรับประทาน ทั้งตามสถานีรถไฟภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อทั่วไป ส่วนในประเทศไทย สามารถหา รับประทานได้ตามภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นหลายๆ แห่ง

มีการสันนิษฐานว่าคำว่า ปิ่นโต ของไทย น่าจะเพี้ยนมาจากคำว่า เป็ยนตั้ง ของจีน และเป็นโตของญี่ปุ่นนี่เอง



ภาพ 2 เป็นโตะ หรืออาหารญี่ปุ่นแบบปิ่นโต

ที่มา: <http://wikipedia.org/wiki/เป็นโตะ>



ภาพ 3 อาหารชุดเบนโตะ  
ที่มา: WWW.banmuang.co.th



ภาพ 4 อาหารชุดเบนโตะ  
ที่มา: WWW.banmuang.co.th

## 1.2 ชูชิ

ชูชิ ได้แก่ หรือ ข้าวปั้นมีหน้า เป็นอาหารญี่ปุ่น ที่ข้าวมีส่วนผสมของน้ำส้มสายชู และกินคู่กับปลา เนื้อ หรือ ของควาชนิดต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่น ชูชิมักจะหมายถึงอาหารที่มีส่วนผสมของ ชูชิเมะชิ ( ข้าวที่ผสมน้ำส้มสายชู) และมีหน้าแบบต่างๆเป็นหน้า ที่นิยมได้แก่ อาหารทะเล ผัก ไข่ เห็ด เนื้อที่นำมาใช้อาจจะเป็นเนื้อดิบ หรือ เนื้อที่ผ่านกระบวนการทำอาหารแล้ว สำหรับในประเทศอื่น และชูชิส่วนใหญ่มักใส่วาซาบิ บนข้าวเพื่อให้ได้ความอร่อยมากยิ่งขึ้น

ในตอนนี้อาหารญี่ปุ่นนั้นได้รับความนิยมไปทั่วโลก คนไทยก็ชอบอาหารญี่ปุ่นเช่นกัน และก็ได้มีร้านอาหารญี่ปุ่นเกิดขึ้นมากมาย ถ้าพูดถึงสิ่งที่เป็นตัวแทนของอาหารญี่ปุ่นละก็คงจะเป็น ปลาดิบ,ชูชิ ,เทมปุระ, สุกียากี้,ชาบูชาบู (สุกี้หม้อไฟของญี่ปุ่น) และในครั้งนี้จะขอแนะนำประวัติของชูชิ ชูชิที่ได้รับความนิยมในไทยและชูชิที่ทุกคนรู้จักก็คือ เนื้อปลาดิบที่วางลงบนข้าวที่ผสมกับน้ำส้มสายชู สิ่งนี้เรียกว่า"เอโดะมาเอะชูชิ" และ"เอโดะมาเอะชูชิ"ค่อนข้างใหม่เมื่อเทียบกับประวัติศาสตร์จุดกำเนิดของชูชิ จะย้อนกลับไปศตวรรษที่ 7 หรือประมาณ 1400 ปีก่อน ในสมัยก่อนหลังจากที่จับปลาน้ำจืดขึ้นมาแล้ว เพื่อที่จะเก็บได้นานขึ้นก็จะเอาเครื่องในออกและหมักด้วยเกลือ วิธีการนี้ไม่ได้มีแค่ในเฉพาะญี่ปุ่นแต่ก็คงจะมีอยู่ทั่วโลกที่ญี่ปุ่นเพื่อที่จะเก็บให้อยู่นานขึ้นอย่างง่ายก็คือหลังจากที่เอาเครื่องในออกก็จะใส่ข้าวเข้าไป และด้วยการทำแบบนี้ก็สามารถเพิ่มกรดแลคติกที่ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ และสามารถยืดเวลาให้ปลาอยู่ได้นานขึ้นได้เป็นเวลาหลายเดือนในตอนแรกกรดแลคติกที่ใช้ในการหมักข้าว ก็จะมีละลายหายไป และก็จะถูกล้างออกไปในตอนที่ยกปลา แต่ถ้าเป็นในศตวรรษที่ 15 ในสมัยมุโรมาจิ ก็จะกินข้าวกับปลาก่อน ก่อนที่ข้าวจะละลาย เพราะว่าข้าวเป็นสิ่งที่สำคัญมากในญี่ปุ่น ในการที่จะทิ้งไปละก็เป็นอะไรที่ไม่อยากทำ และชูชิที่เรียกว่า "นามาเอะ"ก็ยังคงมีอยู่ในชื่อ "ฟูนะชูชิ" ที่จังหวัดชิกะ

ชูชิในตอนนี้มีรูปร่างหน้าตาที่ใกล้เคียงกับศตวรรษที่ 17 และช่วงต้นของสมัยเอโดะ ซึ่งในตอนนี้เป็นสิ่งที่ประติษฐที่ยิ่งใหญ่ แล้วก็เพื่อที่จะให้ปลาและข้าวอยู่ได้นานขึ้น ก็คือจะไม่ใช้การหมักแต่เป็นการใช้ประโยชน์จากการใส่น้ำส้มสายชูเข้าไป ในการใช้น้ำส้มสายชูจะทำให้ทำชูชิได้เร็วขึ้น และนอกจากนั้นยังทำให้ชูชิมีรสชาติอร่อยมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เลยทำให้ชูชิกลายเป็นอาหารที่ได้รับความนิยม

ในสมัยเอโดะ คือที่เอโดะเมืองหลวงของญี่ปุ่น(โตเกียวในปัจจุบัน) ในตอนค้ำก็จะมีการแผงลอยที่ขายชูชิอยู่เป็นจำนวนมาก แล้วก็ขายชูชิที่หั่นปลาเป็นชิ้นเล็กๆแล้วก็วางลงบนข้าวที่ผสมน้ำส้มสายชูเข้าไป นี่ก็คือจุดเริ่มต้นของ "เอโดะมาเอะชูชิ"ในปัจจุบัน และเวลานี้ชูชิได้ถูกกินเป็นทั้งอาหารว่างและอาหารจานหลัก หลังจากที่ดื่มเหล้าหรือตอนที่ท้องว่าง ตอนกลางดึก ก็เลือกที่จะทานเล็กน้อยได้

แล้วก็ปลาที่ใช้ทำซูชิ(เรียกว่าวัตถุดิบในการทำอาหาร)ก็เป็นการนำไปหมักกับน้ำส้มสายชู หรือดัม หรือว่านำไปย่าง ส่วนใหญ่จะไม่มีวัตถุดิบในการทำอาหารที่สดมา และซูชิที่มีในปัจจุบันก็ อย่างเช่น ซูชิหน้าปลาไหล, ซูชิหน้าปลาซาบะ, ซูชิเต้านูทอด

แล้วก็ปลาที่ใช้ทำซูชิ(เรียกว่าวัตถุดิบในการทำอาหาร)ก็เป็นการนำไปหมักกับน้ำส้มสายชู หรือดัม หรือว่านำไปย่าง ส่วนใหญ่จะไม่มีวัตถุดิบในการทำอาหารที่สดมา และซูชิที่มีในปัจจุบันก็อย่างเช่น ซูชิหน้าปลาไหล, ซูชิหน้าปลาซาบะ, ซูชิเต้านูทอด

การใช้วัตถุดิบทำอาหารที่สดๆมีมากกว่า100ปีแล้ว การที่มีน้ำแข็งขาย จึงทำให้ปลาสดๆ อยู่ได้นานขึ้น นอกจากนั้น การแพร่หลายของผู้เย็นทำให้มีประโยชน์ในการเก็บรักษาวัตถุดิบในการทำอาหารที่สด หลังจากนั้น ในสมัยเอโดะก็ได้แพร่ขยายเป็นวงกว้างในทั้งญี่ปุ่น การใช้วัตถุดิบที่สด ในการทำซูชิในปัจจุบันที่ไม่ว่าเมื่อไรก็สามารถทานได้ ก็เพราะว่าการแพร่หลายของการมีไฟฟ้า และตู้เย็น

ประวัติของซูชิซูชิ(sushi)หรือข้าวปั้นมีหน้าเป็นอาหารญี่ปุ่นที่ข้าวมีส่วนผสมของ น้ำส้มสายชูและกินคู่กับปลาเนื้อหรือของหวานชนิดต่างๆในประเทศญี่ปุ่นซูชิมักจะหมายถึงอาหารที่มีส่วนประกอบของซูชิเมะชิ (ข้าวที่ผสมน้ำส้มสายชู)และมีหน้าแบบต่างๆเป็นหน้าที่นิยมได้แก่ อาหารทะเลผักไข่เห็ดเนื้อที่นำมาใช้อาจจะเป็นเนื้อดิบหรือเนื้อที่ผ่านกระบวนการทำอาหารแล้ว สำหรับในประเทศอื่น

ซูชิหมายถึงการรวมกันระหว่างปลากับข้าวซูชิมีวิวัฒนาการมาเมื่อหลายร้อยปีมาแล้วซึ่ง เกิดจากความต้องการถนอมอาหารของคนญี่ปุ่นซูชินิยมหมายถึงนิงิริซูชิที่เป็นข้าวมาอัดเป็นก้อน และมีเนื้อปลาวางบนด้านหน้าเท่านั้นแม้ประวัติการทำซูชิจะมีในญี่ปุ่นมาเป็นเวลานานจนคน เข้าใจว่าเป็นของดั้งเดิมของญี่ปุ่นแต่เมื่อนักประวัติศาสตร์ของญี่ปุ่นสืบค้นหาที่มาของซูชิก็พบว่า ญี่ปุ่นรับเอาวัฒนธรรมการรับประทานอาหารประเภทปลาหมักกับข้าวมาจากประเทศแถบเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยและลาวการหมักปลามักทำกันแพร่หลายโดย เกษตรกรที่อาศัยอยู่ริมฝั่งโขงซึ่งในขณะเดียวกันก็ปลูกข้าวมีข้าวบริโภคกันอย่างอุดมสมบูรณ์จึงคิด วิธีรับประทานข้าวกับปลาหมักวัฒนธรรมการรับประทานแบบนี้เข้าสู่ญี่ปุ่นโดยผ่านประเทศจีน สมัยก่อนซูชิของญี่ปุ่นเป็นปลาหมักไม่ใช่ปลาดิบตั้งแต่สมัยเอโดะจึงเปลี่ยนแปลงมาเป็นของทะเล สดๆมีเครื่องเคียงเป็นขิงดองเนื่องจากทั้งขิงดองและวะชะบิมีสรรพคุณช่วยฆ่าเชื้อโรครูปแบบของซู ชิถูกพัฒนาไปตามความเหมาะสมของสังคมด้วยในตอนที่ชาวอเมริกันรู้จักซูชิใหม่ๆเป็นเรื่องยากที่ พวกเขาจะยอมรับการรับประทานของดิบจึงมีการคิดค้นซูชิม้วนโดยใส่ไส้เป็นผักต่างๆและไข่เป็น ดันตั้งชื่อว่าแคลิฟอร์เนียโรลเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและการลด น้ำหนักส่วนหนึ่งเพราะชาวตะวันตกคิดว่าข้าวเป็นธัญพืชด้วยปัจจุบันร้านซูชิในญี่ปุ่นพัฒนา

ก้าวหน้าไปมากเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าจำนวนมากมีการใช้เครื่องจักรผลิตซูชิไม่ต้องใช้คนปั้นที่ละชิ้นลูกค้าสั่งได้จากหน้าจอมอนิเตอร์ประจำโต๊ะที่งานซูชิมีชิพบันทึกเวลาการผลิตไว้หากเวลาผ่านไปราว40นาทีแล้วลูกค้ายังไม่หยิบไปเครื่องจะแยกซูชิงานนั้นจากสายพานทิ้งไปเป็นต้น

หน้าต่างๆของซูชิ ได้แก่ปลาแซลมอนปลาโอปลาทูน่าไข่หวานไข่กุ้งไข่ปลาปลาหมึกยักษ์ กุ้งสาหร่ายปลาซาบะปลากะพงไข่หอยเมดปลาดองแดงกวาปลาไหลประเภทของซูชิข้าวปั้นซูชิ (Sushi)หรือนิกิริซูชิ(Nigiri Sushi) คือข้าวเปรี้ยวที่นำมาปั้นเป็นก้อนเล็กๆแล้ววางปลาดิบขยลงบนหน้าอีกจานสำหรับข้าวปั้นซูชิหน้าต่างๆซึ่งใช้ได้ทั้งปลาดิบและอื่นๆเป็นท็อปปิ้ง

ข้าวห่อสาหร่ายข้าวห่อสาหร่าย (Maki Sushi หรือNori Maki Sushi) คือข้าวเปรี้ยวซูชิที่นำมาห่อในแผ่นสาหร่ายอบแห้งแล้วใส่ไส้จะได้อะไรก็ได้ตามชอบแต่ควรเลือกไส้แบบที่มีน้ำไม่มาก เพราะจะทำให้ข้าวแฉะได้ง่ายอีกทั้งห่อม้วนได้ยากขึ้นด้วยค้ชื่อเรียกก็ตามของที่เรานำมาใส่เป็นไส้ ( ไส้เรียงจากรูป ) เช่นค้ปะอันที่จริงแดงกวาญี่ปุ่นในภาษาญี่ปุ่นเรียกว่าคิวิแต่เนื่องมาจากนิทานโบราณเรื่องหนึ่งซึ่งตัวเอกคือค้มน้ำ(ค้ปะ)มันชอบกินแดงกวามากค้เลยนำเอาชื่อของมันมาตั้งชื่อ

แคลิฟอร์เนียโรลเมนูนี้เริ่มต้นครั้งแรกจากประเทศอเมริกาสันนิฐานว่าน่าจะเป็นรัฐแคลิฟอร์เนียเพราะในสมัยที่อาหารญี่ปุ่นเริ่มบูมชาวต่างชาติยังไม่นิยมทานของดิบ (ปลาดิบต่างๆ) ทางร้านก็จำเป็นต้องดัดแปลงเพื่อเหมาะกับผู้บริโภคจนได้เมนูนี้เป็นที่รู้จักทั่วไป

ฟูโตมากิ ( Futo Maki ) ข้าวเปรี้ยวซูชิที่นำมาห่อในแผ่นสาหร่ายอบแห้งแล้วใส่ไส้รวมมิตร เช่นผักกอก, ไข่ม้วน, ปูอัด, กุ้งต้มขยตามชอบขนาดจะอบอ้วนใหญ่แบบที่ใส่ไส้ได้อย่างเดียวอย่างข้าวห่อสาหร่าย ( Maki Sushi หรือNori Maki Sushi)

อินาริซูชิ ( Inari Sushi) เป็นแผ่นเต้าหู้ทอดที่มีลักษณะเป็นถุงนำไปต้มปรุงรสน้ำตาล + ซีอิ้วญี่ปุ่นมีรสออกหวานเค็มแล้วนำเอาข้าวเปรี้ยวซูชิมายัดใส่ข้างในซึ่งตัวข้าวนั้นอาจจะผสมงาขาวค้หรือเครื่องต่างๆตามชอบใส่ผสมลงไปก่อนนำมายัดใส่ได้

เทมากิซูชิTe maki sushi เพียงแค่เตรียมเครื่องปรุงทุกอย่างแบบเดียวกันกับข้าวห่อสาหร่าย ( Maki Sushi หรือNori Maki Sushi) ต่างกันที่ขนาดของแผ่นสาหร่ายเท่านั้นที่มีขนาดเล็กกว่า ( ขนาดฝ่ามือ ) เวลาทานก็ตัวใครตัวเือกตักข้าวใส่บนแผ่นสาหร่ายเกลี่ยบางๆให้ทั่วเลือกใส่ไส้ตามชอบห่อกันเองโดยจะจับม้วนเป็นกรวยซึ่งเป็นที่สนุกสนานกันทั้งครอบครัวหรือเวลาจัดงานสังสรรค์ปาร์ตี้ย่อย

ข้าวเปรี้ยวทรงเครื่อง - ชิราชิซูชิคือการนำเอาข้าวเปรี้ยวมาผสมกับเครื่องที่ต้มตุ๋นปรุงรสไว้แล้วโรยหน้าด้วยท็อปปิ้งตามชอบเช่นไข่เจียวแผ่นบางๆหั่นเป็นเส้นฝอย, ถั่วแขกต้มสุกหั่นขอยขย



เมนูนี้นิยมทานกันมากในเทศกาลฉลองวันเด็กผู้หญิงโอะฮินะมัดทสึริ (Ohinamatsuri) ในวันที่ 3 ของเดือนมีนาคม

ข้าวเปรี้ยวหน้าซีฟู้ดเมื่อเอ่ยถึงเมนูชิราชิซูชิ (Chirashi sushi) คนทั่วไปมักจะนึกถึงข้าวเปรี้ยวทรงเครื่องในลักษณะข้างต้นแต่อันที่จริงแล้วยังมีแบบที่ใช้ข้าวเปรี้ยวสีขาว (ไม่ผสมเครื่อง) แล้วจัดเรียง (หน้า) ด้วยปลา, กุ้ง, หอย, ปู ฯลฯ สดๆ ที่เรียกว่า Kaisen Chirashi Sushi หรือ Bara Chirashi Zuchi หรือหรือ Kaisen Don

โอชิซูชิคือการนำเอาข้าวเปรี้ยว ... ใส่ในพิมพ์โดยจัดวางเรียงเป็นชั้นๆ กับเครื่องที่เราชอบ พอเต็มพิมพ์แล้วก็ปิดฝากดอัดให้แน่นเทออกมาตัดขนาดรับประทาน

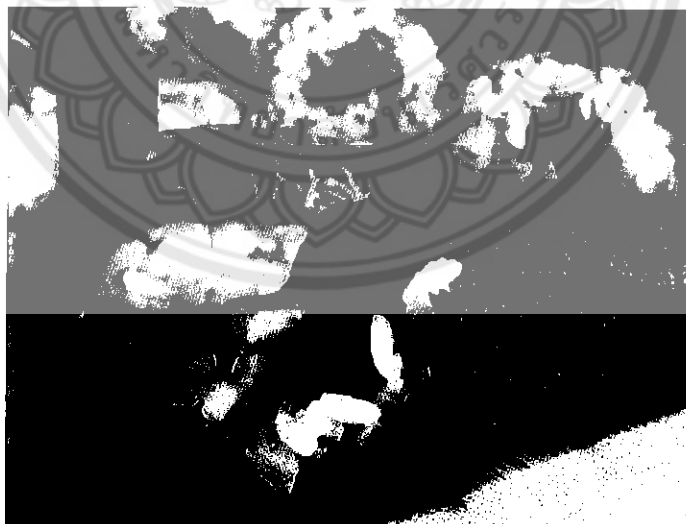
บัตเตระซูชิ (Battera Sushi) ลักษณะการทำเหมือนโอชิซูชิ (Oshi sushi) ต่างกันเพียงแต่ใช้หน้าเพียงชนิดเดียวที่นิยมมากที่สุดสำหรับเมนูนี้ก็คือหน้าปลาซาบะหมักน้ำส้มสายชูชิเมะซาบะ (Shime saba) บางทีก็จะนำไปห่อด้วยใบไม้เช่นใบพลับ, ใบซากุระใบไผ่ ฯลฯ เพื่อจะได้ความหอมของใบไม้เพิ่มขึ้น





ภาพ 5 ชุดที่ 1

ที่มา: <http://www.pbs.org/food/the-history-kitchen/history-of-sushi/>



ภาพ 6 ชุดที่ 2

ที่มา: <http://www.pbs.org/food/the-history-kitchen/history-of-sushi/>



ภาพ 7 ชูชิ3

ที่มา: <http://www.pbs.org/food/the-history-kitchen/history-of-sushi/>



## 2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง

1. Packaging หมายถึง งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้าตลอดจนประโยชน์ใช้สอย อาทิเช่น ความสะดวกสบายในการหยิบหิ้ว พกพาหรือการใช้ เป็นต้น

2. Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิต ภาชนะบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มห่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตราชื่อ (Brand name)

3. Packaging หมายถึง ผลรวมของศาสตร์ (Science) ศิลป์ (Art) และเทคโนโลยีของการออกแบบ การผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า เพื่อการขนส่งและการขายโดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

4. Packaging หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและเศรษฐศาสตร์เพื่อหาวิธีการรักษาภาพเดิมของสินค้าจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้ยอดขายมากที่สุดและต้นทุนต่ำสุด

5. Packaging หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะบรรจุ สิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์

6. Packaging เป็นทั้งศิลปะและวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองในหลายแง่โดยบุคคลฝ่ายต่างๆ ในกระบวนการผลิตสินค้า กล่าวคือ ฝ่ายเทคนิคจะคิดถึงปฏิกิริยาระหว่างภาชนะบรรจุกับผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ฝ่ายผลิตจะพิจารณาด้านทุนและประสิทธิภาพของระบบการบรรจุ ฝ่ายจัดซื้อจะคำนึงถึงต้นทุนของวัสดุทางการบรรจุ และฝ่ายขายจะเน้นถึงรูปแบบและสีล้นที่สะดุดตา ซึ่งจะช่วยในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้ Packaging ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมจะเกิดขึ้นได้จากการประนีประนอมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ภาชนะบรรจุซึ่งมีน้ำหนักเบาและราคาต้นทุนต่ำ แต่ในขณะเดียวกันมีรูปแบบสวยงาม และให้ความคุ้มครองอย่างเพียงพอแก่ผลิตภัณฑ์ภายในได้

7. Packaging หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดในขบวนการทางตลาดที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

8. Packaging หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

ในบางครั้งผู้ทางที่ดีที่สุดสำหรับเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจจะต้องนำเอาจำนวนที่ใช้จ่ายไปเข้ามา กล่าวอ้าง เช่น ในปี ค.ศ. 1980 สหรัฐอเมริกา ใช้เงินมากกว่า 50 พันล้านเหรียญไปในการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนนี้เป็นการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มากกว่าการโฆษณา โดยมีเหตุผลว่าการบรรจุภัณฑ์เป็นแนวโน้มต่อไปในการที่จะเข้าถึงการบริการตนเอง ( trend toward self service) ที่ต้องการให้บรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อมๆกันคือ ทั้งโฆษณาและ การขาย ( advertising and selling ) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ซึ่งรูปร่างลักษณะของภาชนะบรรจุ(container)และการออกแบบสี สัน รูปร่าง ตราฉลาก ข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่ใด ๆ ก็ตามควรที่จะมีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก3ประการอย่างกว้างๆต่อไปนี้คือ

1. ทำอย่างไรบรรจุภัณฑ์ จึงจะสื่อสารได้ทั้งจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์

เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปัง ด้วยพลาสติก ที่นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่งแล้วก็ยังสร้างความรู้สึกใหม่สดจากเตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย

2. บรรจุภัณฑ์ควรสร้างความพึงพอใจ เกียรติ และศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำ หน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมีได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่อง ในการนำมาใช้และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้ว ไม่ว่าจะบรรจุภัณฑ์นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ที่ใดก็ตาม หรือจนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไปจึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุดยกตัวอย่าง เช่น สินค้าประเภทบุหรี่ปุหรี่และ ซองบุหรี่ปุหรี่จะต้องถูกนำออกมาใช้จนกว่าบุหรี่ปุหรี่จะหมดถึง 20 ครั้งด้วยกัน และการนำบุหรี่ปุหรี่มาสูบแต่ละครั้งก็มักอยู่ในสายตาของเพื่อน ผู้ร่วมงานหรือผู้ใกล้ชิดตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้เอง การออกแบบบรรจุภัณฑ์บุหรี่ปุหรี่จึงต้องออกแบบให้สามารถสร้างความพอใจ มั่นใจ และเกิดความรู้สึกว่าเหมาะสมกับศักดิ์ศรีของผู้ใช้ที่นำออกมา ถึงแม้ว่าบุหรี่ปุหรี่ จะเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็น ต่อชีวิต ก็ตามแต่ถ้าได้รับการออกแบบที่ดีก็สามารถจะนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อด้วย เหตุผลเป็นส่วนตัวตามอำเภอใจและสามารถส่งเสริมการขายได้อีกด้วย

3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมา ให้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ สามารถจดจำได้ง่าย หรือกยิบฉวยได้ไว้ในร้านค้า เป็นที่ติดตามตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

การออกแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท individual package และ inner package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ ( product) ว่าเป็น

ผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมาซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้างเพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสม แก่การจับถือ หิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย ตัวอย่างเช่น กำหนด individual package ครีมเทียม สำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียม –

ฟลอยด์แล้วบรรจุใน กล่องกระดาษแข็งแบบพับ (folding carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์เป็นแบบผง จึงต้องการวัสดุ สำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์ บรรจุก็สามารถป้องกันความชื้นได้ดีสามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดี กว่าถุงพลาสติก อีกทั้ง เสริมสร้างภาพพจน์ความพอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิต ต่อมา การบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งก็เพราะว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (flexible) มีความอ่อนแอด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระทบกระแทกทะลุ ในระหว่างการขน ย้าย ตลอดจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าเพียงแค่นั้นตอนการกำหนด การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะต้องอาศัย ความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินใจร่วมใน กระบวนการ ออกแบบ เช่นราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้องพิจารณาว่ามี ความคุ้มทุน หรือเป็นไปได้ ในระบบการผลิต และจำหน่ายเพียงใด แล้วจึงจะมากำหนด เป็นรูปร่างรูปทรง (shape & form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่ง ว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกมาในรูปลักษณะอย่างไร ซึ่งรูปทรงเลขาคณิต รูปทรงอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสีย ในการบรรจุ การใช้เนื้อที่ และมีความเหมาะสมกับชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิด ก็มีข้อจำกัด และสามารถดัดแปลงประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุมาประกอบ จึงจะเหมาะสมดีกว่า หรือลดต้นทุนในการผลิตที่ดีที่สุดสิ่งต่างๆ เหล่านี้คือสิ่งที่ผู้ออกแบบ จะต้องพิจารณาประกอบด้วย

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ในขั้นตอนของการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบ มิใช่ว่าจะสร้างสรรค์ ได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายด้าน มาประกอบกัน จึงจะทำให้ผลงานออกแบบนั้นมีความสมบูรณ์ และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นของการออกแบบ โครงสร้างนี้ผู้ออกแบบ จึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการสเก็ต แนวความคิดของรูปร่างบรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียด ด้วยการเขียนแบบ (mechanical drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้ผู้ผลิต ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือเครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้น มาเพื่อการนำเสนอ

ต่อเจ้าของงาน หรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วย พิจารณาปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงาน ที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

ส่วนการออกแบบโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 outer package นั้นส่วนใหญ่เป็นบรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปแบบ ค่อนข้างแน่นอน และเป็นสากลอยู่แล้ว ตามมาตรฐานการผลิต ในระบบอุตสาหกรรม ที่สอดคล้องกับ ระบบการขนส่ง ที่เน้นการบรรจุ เพื่อขนส่งได้คราวละมาก ๆ เป็นการบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ หรือขนาดกลาง เช่น การขนส่งทางบก ทางเรือ ทางอากาศ เพื่อการส่งออก หรือภายในประเทศ การเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งจะต้องนำบรรจุเข้าตู้ container ขนาดใหญ่ที่มีมิติภายในแน่นอนดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท outer package จึงไม่นิยมออกแบบ ให้มีรูปร่าง แปลกใหม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ การการกระทบกระแทก การรับน้ำหนัก การวางซ้อน การต้านทาน แรงดันทะลุ หรือป้องกันการ เปียกชื้นจากไอน้ำ สภาพอากาศและอื่น ๆ เป็นต้น การออกแบบรูปร่าง รูปทรงภายนอก จึงมีลักษณะไม่แตกต่างกันนัก แต่อาจมีการแตกต่างภายนอกด้วยการออกแบบกราฟิก เพื่อแสดง ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์กลวิธีของการออกแบบสร้างบรรจุภัณฑ์ ประเภทนี้จึงเน้นการออกแบบเพื่อให้มี โครงสร้างที่สามารถ ใช้อำนวยความสะดวก และ ประหยัดเวลาในการประกอบ ให้มากที่สุด เช่นการประกอบรูปทรง ด้วยเทปกาวย สลัก ลึนพับซ้อน กัน หรือตามแบบให้มีโครงสร้างภายใน ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ หรือถ่ายแรงรับน้ำหนัก ด้วยการ ใช้ interior packing devices ทำให้เปิด-ปิดง่าย นำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้ไว และยังใช้วาง จำหน่ายจัดโชว์ และประชาสัมพันธ์การขาย ได้ทันทีที่ ถึงจุดหมาย ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดเหล่านี้ กำลังเป็นที่นิยม และเห็นความสำคัญกันมาก โดยเฉพาะภาวการณ์แข่งขันทางการค้าเช่นในสภาพ ปัจจุบันนี้

การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์การออกแบบกราฟิกหมายถึงการสร้างสรรค ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยา ต่อผู้อุปโภค บริโภคเช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการใช่วิธี การออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ ทางการค้า และ อาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้ วางไว้

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างสรรคได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่น ราบของวัสดุเช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบตีบุก หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุ ต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบกัน เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจทำได้ 2 กรณีคือ

ทำเป็นแผ่นฉลาก (label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท rigid forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์ บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์นี้ ส่วนใหญ่มักถือตามเชิงเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

การออกแบบกราฟิกถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วน ประกอบ ที่สำคัญเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมาโดยที่ลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์และฉลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

1. การสร้างทัศนคติที่ดึงดูดต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นฉลากได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค บริโภค แสดงออกถึงคุณภาพความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟิกจะสื่อความหมาย และปลุกฝังความรู้ความเข้าใจการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จรรยาบรรณที่เกิดความศรัทธา เชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่สุดด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟิกเพื่อ ให้สื่อความหมาย หรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ มาช่วยในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้ เช่นเดียวกับการใช้ภาพ และข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่คล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา โดยสังเกตจากกราฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษรหรือสีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกไป

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะ รูปทรง และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมามากได้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับผู้แข่งขันในตลาดมีมาก เห็นได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลาย ในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยา ซองปิดผนึก (pouch) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิก จึงมี





สำนักหอสมุด

1.6724644

บทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนของผลิตภัณฑ์ และ ผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจน ผิดแยกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งอื่น เป็นที่สะดุดตาและเรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำได้ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

1.1. ๒๕๕๕

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วน ประสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้ อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง (lay -out) ภาพประกอบ ข้อความสั้นๆ (slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรอง คุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถ เรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือน การสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นพนักงานขายเงียบที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อนั่นเอง

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุด ขายเป็นที่ สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงาน พิมพ์ 3 มิติและมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มี เพียง 2 มิติหรือด้านเดียว การออกแบบพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ อาจคำนึงถึงหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

- S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา
- A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง
- F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก
- E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

### หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 1. การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

บรรจุภัณฑ์มีบทบาท ที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำ หน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้า อันจะ นำไปสู่ยอดขายกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมาย ของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรี

คำนิยาม การตลาด คือกระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อ กลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการ และสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไร ตามที่ ต้องการ ตามคำนิยาม การตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะนั้น จำเป็นต้องหาข้อมูล จาก

ตลาดพร้อมทั้งค้นหาความต้องการ ของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภค สินค้าหรือบริการ ส่วน การตอบสนองความต้องการนั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อ ของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้

**สภาวะการจำหน่ายในสมัยใหม่**

ในระบบจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าวางขายอยู่เป็นนับพัน ประเภท แต่ละประเภทจะมีสินค้าที่เป็นคู่แข่งกันวางขายกันเป็นสิบเพื่อการเปรียบเทียบ เทียบ เลือกซื้อ ภายใต้อาคารขาย เช่นนี้ ผู้ซื้อจะใช้เวลาประมาณเศษ 2 ใน 3 ของเวลาที่อยู่ในร้านเดินจาก สินค้าประเภทหนึ่ง ไปยังสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ถ้าผู้ซื้อโดยเฉลี่ย ใช้เวลา 10 – 15 นาที ในการเลือกซื้อสินค้า และสมมติว่าโดยเฉลี่ยผู้ซื้อแต่ละคนจะซื้อสินค้าประมาณ 12 ชิ้น นั่นก็ หมายความว่า เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้านั้นมีเวลาเพียง 1 นาที ในสภาพความเป็นจริงเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จะแปรเปลี่ยนไปแล้วแต่ประเภทของสินค้า สินค้าบาง ชนิด เช่น ไข่ หมู ไก่ อาจใช้เวลาเลือกนาน กล่าวคือใช้เวลาประมาณ 20 – 50 วินาที ในขณะที่ สินค้าบางชนิด เช่น ข้าว น้ำอัดลม เป็นต้น จะใช้เวลาน้อยเพียงแค่ 10 วินาที จากปรากฏการณ์นี้ ย่อมเป็นที่ประจักษ์ว่า ในยุคนี้ผู้ซื้อใช้เวลาน้อยมาก ณ จุดขายในขณะที่มี สินค้าให้เลือกมากมาย ด้วยเหตุนี้ บรรรจักษ์ณ์ในยุคนี้จึงจำเป็นต้องออกแบบ ให้ได้รับความสนใจอย่างเร่งรีบ โดยมีเวลา ผ่านตาบหนึ่งในช่วงเวลา 10 – 50 วินาทีที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ ลูกค้าเพื่อตัดสินใจซื้อและวาง ลงในรถเข็น บทบาทของบรรรจักษ์ณ์ดังกล่าวนี้ เป็นบทบาททางการตลาดในปัจจุบัน ที่ได้รับความ นิยมมากขึ้นเรื่อย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรรจักษ์ณ์

บรรรจักษ์ณ์ เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้น บุคลากรที่ รับผิดชอบการพัฒนา บรรรจักษ์ณ์ทางกราฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้อง เป็นคนช่าง สังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรรจักษ์ณ์ที่ออกแบบนั้น เป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับ กิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลของผู้พัฒนาบรรรจักษ์ณ์ ควรรู้อีกคือ ด้าน การตลาด เนื่องจากบรรรจักษ์ณ์เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการตลาดการออกแบบบรรรจักษ์ณ์ จึงต้องคำนึงถึงหลักการและเทคนิคทางการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัด กลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการขาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการ จัดเรียง และบรรยากาศของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึง สถานที่ที่วางขายสินค้าเป็น ปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสด หรือวางขายในห้าง เป็นต้น

ขั้นตอนการออกแบบ

สิ่งที่ผู้ซื้อเสียความรู้สึกมากที่สุด คือ บรรรจุกณ์ที่ไม่สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการ หรือไม่สามารถทำงาน ได้ตามที่บรรยายบนบรรรจุกณ์ ตัวอย่างเช่น มีการโฆษณาบนบรรรจุกณ์ ว่าเป็นซองออกแบบใหม่ฉีกเปิดได้ง่าย แต่พอเปิดซองแล้วสินค้าเคลื่อนกระจายไปทั่วพื้น เป็นต้น เหตุการณ์ เช่นนี้ผู้บริโภคจะไม่ตำหนิบรรรจุกณ์ แต่จะไม่ยอมรับสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ เพราะถือว่าถูกหลอก ไม่ว่าจะบรรรจุกณ์ที่ว่าจะออกแบบมาสวยงามน่าประทับใจเพียงใด ในฐานะเจ้าของสินค้าจำต้อง ยอมรับว่า ออกแบบบรรรจุกณ์ มาไม่ดี จากตัวอย่างที่ยกมานี้เป็นที่ประจักษ์ว่าจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบไม่รอบคอบ โดยไม่ใส่ใจในสิ่งเล็กน้อยดังกล่าวนี้ จะมีผลกระทบต่อยอดขายของสินค้า เนื่องจากประสบการณ์ อันเลวร้าย ที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรรจุกณ์ จำต้องมีการวางแผนงาน และกำหนดจุดมุ่งหมายรองรับ ซึ่งมีหลายประการไว้อย่างชัดเจน ขั้นตอนการออกแบบอย่างสังเขปแสดงดังนี้

- เริ่มต้นด้วยการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายและตั้งชื่อตราสินค้าว่า Mrs. Paul's พร้อมรูปแบบตัวอักษร ที่สอดคล้องกับจุดยืนของสินค้า

- เมื่อใส่รายละเอียดลงไปบนบรรรจุกณ์ ด้วยการเน้นจุดขายว่าใช้ส่วนผสมอาหารจากธรรมชาติ พบว่าตราสินค้านั้นเล็กเกินไปจึงขยายตราสินค้าให้ใหญ่ขึ้น ลองเปลี่ยนพื้นข้างหลังเป็นพื้นสีเขียวและสีแดงเพื่อเปรียบเทียบความเด่น สะดุดตาของบรรรจุกณ์ที่ออกแบบ มีการทดลองเอาบรรรจุกณ์ที่ออกแบบลองวางขึ้นหิ้ง ณ จุดขายเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น และสำรวจความเห็นของกลุ่มเป้าหมาย บรรรจุกณ์สุดท้ายที่ทดสอบแล้วว่ากลุ่มเป้าหมายยอมรับมากที่สุด และสนองความต้องการของผู้ซื้อ

ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกของบรรรจุกณ์ที่จะคล้ายคลึงกับขั้นตอนการพัฒนาบรรรจุกณ์ แต่อาจจะมีส่วนปลีกย่อยที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

### การตั้งจุดมุ่งหมาย

ในการตั้งจุดมุ่งหมาย ในการออกแบบกราฟิก ของบรรรจุกณ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง ( Positioning ) ของบรรรจุกณ์ของ คู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรรจุกณ์ที่มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่ง ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้อง ค้นหาออกมา คือ จุดขายหรือ UPS ( Unique Selling Point ) ของสินค้าที่จะโฆษณาบนบรรรจุกณ์ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรรจุกณ์

### 2.2 การวางแผน

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นตอนเพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมาย และขอบเขตการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

2.2.1 ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง

2.2.2 ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งชั้นโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า หรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า

การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวย่อมต้องศึกษา สถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับล่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งกับคู่แข่งชั้น

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้

1. WHY ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน

2. WHO ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

3. WHERE ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

4. WHAT อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

5. WHEN เมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร

6. HOW อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจ ของบรรจุภัณฑ์ ที่ออกแบบ

7. HOW MUCH ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไร คำตอบที่ได้รับจากคำถาม 5W + H นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

### ขั้นตอนการวางแผนออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวางแผนเริ่มต้นด้วยจุดประสงค์ของการพัฒนา พร้อมด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ  
รายละเอียดการวางแผนต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

#### ขั้นตอนที่ 1: การวางแผน

- 1.1 กำหนดเวลา
- 1.2 ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นทำงาน
- 1.3 รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- 1.4 ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

#### ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล อันได้แก่

- 2.1 ข้อมูลการตลาด
- 2.2 สถานะ การแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด ( SWOT )
- 2.3 ข้อมูลจากจุดขาย
- 2.4 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

#### ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง

- 3.1 พัฒนาความคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ร่างต้นแบบ ประมาณ 3 – 5 แบบ
- 3.3 ทำต้นแบบ ประมาณ 2 – 3 แบบ

#### ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- 4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- 4.2 วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.3 เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

#### ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

- 5.1 เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- 5.2 ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและสัญลักษณ์ทางการค้า
- 5.3 ขึ้นแบบ

#### ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ

เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ จนถึงการควบคุมงานผลิตให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียมรายละเอียดการสั่งซื้อ ( Specification) เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการติดตามผลของบรรจุภัณฑ์ที่

ออกแบบไปแล้วว่าสามารถสนอง ตามจุดมุ่งหมาย ของการออกแบบและบรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร เพียงใด

#### เทคนิคการออกแบบ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้น สามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถ ในการออกแบบรูปทรงต่างๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และ พลาสติก ที่เห็นได้ชัด คือ กระจกโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอก เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตา และสร้าง ความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกตามที่ได้บรรยายอย่างละเอียดมาแล้ว ย่อมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดี แก่กลุ่มเป้าหมาย

##### 1. การออกแบบเป็นชุด ( Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมมากใช้กันมาก จากกราฟิกง่าย ๆ ที่เป็น จุด เส้น และภาพ มาจัดเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตา มีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกว่าเหมาะแก่การใช้งานเสริม ความรู้สึกว่าคุณค่าเงิน และความมั่นใจในตัวสินค้า

จากการออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดีถ้าออกแบบได้ตรงกับ รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์ม ของเสื้อผ้าคนที่ใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุดม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใครเห็น ก็ทราบชุดอะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทัน ที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็หลักการคล้ายคลึงกัน

การออกแบบเสื้อผ้าเป็นชุด ยังมีชื่อเรียก แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีชื่อเรียกจึงจำต้องยึดเอกลักษณ์บางอย่างบน บรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้ สัญลักษณ์ทางการค้าใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้รูปแบบ ของตัวอักษรจะต้องเป็นสไตล์เดียวกัน

##### 2. การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ ดูเป็นภาพที่ปะติดปะต่อหรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกล ตามรายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่าน และประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุด เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็น ในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนหนึ่งที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่ม เป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่นๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภคหรือสื่อโฆษณาต่างๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวังขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่นการทับเส้น และการพิมพ์ บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

### 3. การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว ให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้าดังกล่าวได้รับความนิยม ในวงกว้างก็สามารถนำออกขาย ในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพ การผลิต และมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิต แบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปประจำช่ลวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ นอกเหนือจากรายละเอียด ของกราฟิกการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ มีการออกแบบหิ้ว เพื่อความสะดวกในการนำกลับ

### 3. การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่างๆ ที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่างๆ

เทคนิคต่างๆดังกล่าวมาแล้วนี้เป็นเทคนิคที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย นอกเหนือจากเทคนิคการออกแบบกราฟิกแล้ว ในฐานะนักออกแบบกราฟิกยังจำต้องรู้ ถึงข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีทั้งในด้านการบรรจุ และการพิมพ์ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลของเครื่องจักรที่จะ ใช้ในการบรรจุ เช่นการขึ้นรูป การบรรจุ การปิด การขนย้าย พร้อมวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

- ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่มีโครงสร้างซับซ้อน มาก ๆ ผลการทดสอบความเข้ากันได้ ของผลิตภัณฑ์อาหาร และวัสดุบรรจุภัณฑ์ควรแจ้ง ไปยังนักออกแบบ กราฟิกด้วย – นักออกแบบกราฟิก ควรจะทราบถึงข้อจำกัดของโครงสร้างที่พัฒนา โดยฝ่ายเทคโนโลยี เช่น ช่องปากที่เปิดของบรรจุภัณฑ์ ความเหนียวชั้นของผลิตภัณฑ์ อายุขัยของ ผลิตภัณฑ์อาหาร การเก็บ การขนส่ง เป็นต้น

- รายละเอียดเกี่ยวกับการพิมพ์ ระบบการพิมพ์ ที่จะใช้กับวัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่จะเลือกใช้ จำนวนสีที่จะพิมพ์ได้ วิธีการเคลือบ ข้อจำกัดใด ๆ ที่เกี่ยวกับการพิมพ์เหล่านี้ เป็นรายละเอียดที่จำเป็นมาก สำหรับการออกแบบ กราฟิก

- ในกรณีที่สินค้าเดียวกันบรรจุในบรรจุภัณฑ์ ต่างประเภทกัน เช่น อาหารเหลวบรรจุในขวดและซอง นักออกแบบกราฟิก มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงข้อจำกัด ของบรรจุภัณฑ์แต่ละระบบ

- ในการออกแบบกราฟิก สำหรับวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน จะใช้เทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน กุญแจสำคัญของการออกแบบ ให้สัมฤทธิ์ผล คือ การสื่อสารระหว่าง แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ นักออกแบบ กราฟิก สามารถใช้ความคิดริเริ่มต่าง ๆ สร้างสรรค์งานทางศิลปะให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการออกแบบ

#### วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ส่วนใหญ่มี 2 ประการอย่างกว้างๆคือ

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

2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางแขนงศิลปะเข้าเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ



-ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์

-ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อ

ผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต

- ความมี ลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อุปโภคตลอดจนให้

เข้าใจ ถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

## 2.1.ความหมายบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ หมายถึงศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

จากความหมายพอสรุปได้ว่าบรรจุภัณฑ์นั้นหมายถึงเรื่องของวิทยาศาสตร์ และเรื่องของศิลปะที่ใช้เพื่อการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและทำให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์นั้นจะต้องปกป้องตัวสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีจากแหล่งผลิตจนถึงมือลูกค้าโดยไม่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นั้น ๆ จะต้องมีต้นทุนของการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป

## 2.2ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย
2. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้
3. แบ่งตามความคงรูป
4. แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

1. ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามวิธีบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

1.1 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ขั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

1.2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรก คือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระทบกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน ๘ 1 โหล , สบู่ 1 โหล เป็นต้น

1.3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่สำคัญต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

## 2. การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้ ซึ่งอาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package ก็ได้

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกันให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษา และการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

## 3. การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

3.1. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว (Glass Ware) เซรามิค (Ceramic) พลาสติกจำพวก Thermosetting ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด เครื่องปั้นดินเผา ไม้ และโลหะ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทานเมื่ออำนวยความสะดวกการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี

3.2. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบาง คุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง

3.3. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมนิยมสูงมากเนื่องจากมีราคาถูก ( หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลาสั้น ) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย

#### 4. แบ่งตามวัตถุประสงค์บรรจุภัณฑ์ที่ใช้

การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด จะแตกต่างกันออกไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objective Of Package) ที่คล้ายกันคือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

#### 2.3.หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

1. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) รองรับสินค้าให้รวมกันเป็นกลุ่มหรือตามรูปร่างของภาชนะนั้นๆ
2. ป้องกัน (Protect) ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ ยุบ สลาย เสียรูป หรือเสียหายอันเกิดจากสิ่งแวดล้อม
3. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้อยู่คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค
4. บ่งชี้ (Identify) หรือ แจ้งข้อมูล (Inform) แจ้งรายละเอียดต่างๆของสินค้าเกี่ยวกับ ชนิด คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยแสดงข้อมูลอย่างชัดเจน
5. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) ช่วยชักจูงในการซื้อขาย ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
6. ช่วยเพิ่มกำไร ช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาดโดยการเปิดตลาดใหม่หรือเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด
7. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
8. การแสดงตัว (Presentation) สื่อความหมาย ภาพพจน์ การออกแบบและสีสัน ความคุ้มค่าสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค/ผู้ใช้/ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน (ดวงฤทัย.2550)

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการดำเนินวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาหาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น เพื่อเป็นแนวทางอันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิแบบนำกลับ โดยผู้วิจัยกำหนดแนวทางการทำงานไว้ดังนี้

- 1.ศึกษาทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมารยาทและธรรมเนียมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น
- 3.ศึกษาและรวบรวมข้อมูลอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ
- 4.ทำการทดลองโดยใช้แบบสอบถามกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 5.วิเคราะห์และประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### วิธีดำเนินการวิจัย

- 1.ศึกษาทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์  
ทำการศึกษาข้อมูลหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับมารยาทและธรรมเนียมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น  
การศึกษาข้อมูลมารยาทและธรรมเนียมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่นนี้ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร
- 3.ศึกษาและรวบรวมข้อมูลอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ  
ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ จากเมนูยอดนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- 4.ทำการทดลองโดยใช้แบบสอบถามกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง  
ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์และนำไปเป็นข้อมูลในการออกแบบ
- 5.วิเคราะห์และประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
เมื่อผู้วิจัยได้ผลสรุปข้อมูลจากการทำแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนำข้อมูลที่  
ได้ไปออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิแบบนำกลับ

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มผู้นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ จำนวน 20 คน

## ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

1. ตัวแปรต้น (ตัวแปรอิสระ) เป็นการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล และความ ต้องการของมนุษย์ในการบริโภคอาหารตามวัฒนธรรมญี่ปุ่น
2. ตัวแปร (Dependent Variables) เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของกลุ่มผู้นิยมบริโภคอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ

## เครื่องมือและการพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบทดสอบการใช้งานบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งานบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทซูชิ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้ศึกษาวิจัยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยการนำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับมาด้วยตนเอง

## วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาการจัดจำแนก เช่น การจัดจำแนกตามความมาก ปานกลาง น้อย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นร้าน SUSHI BOY ตลอดจน การศึกษาแนวทางการออกแบบ วัสดุ กระบวนการ กรรมวิธีการผลิต และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยเรื่อง การออกแบบ บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนากัลร้านSUSHI BOY สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 1. จากการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ ร้านSUSHI BOY



ภาพ 8 ผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น ร้านSUSHI BOY

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิ ร้านSUSHI BOY เป็นซูชิที่มีความสดใหม่ ใฝ่ใจ ทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่ดีที่สุดจากทุกแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นผักสด ปลาสด และ เนื้อสัตว์ต่างๆ แม้กระทั่งน้ำซุสและซอสที่ใช้ภายในร้าน ล้วนแล้วแต่ได้รับการปรุงกันใหม่ๆ ตาม กรรมวิธีดั้งเดิมแบบญี่ปุ่นวันต่อวันภายในห้องครัวของเราทั้งสิ้น ลูกค้าน่าจะมั่นใจได้ในความสด อร่อย สะอาด ดีต่อสุขภาพ

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารข้าวกล่องชุดเบนโตะ เป็นอาหารญี่ปุ่นชุดข้าวกล่องที่มีอาหาร หลากหลายเมนูเพื่อสุขภาพตามฉบับญี่ปุ่นแท้ๆ ให้ลูกค้าได้เลือกรับประทาน

## 2.แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่น

2.1 ลักษณะวัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับนั้น เป็นกระดาษสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารที่มีการเคลือบผิวด้วย Polyethylene (PE) ชนิดที่เป็น Food grade เคลือบ 1 ด้าน



ภาพ 9 บรรจุภัณฑ์อาหารจากกระดาษ Food Grade

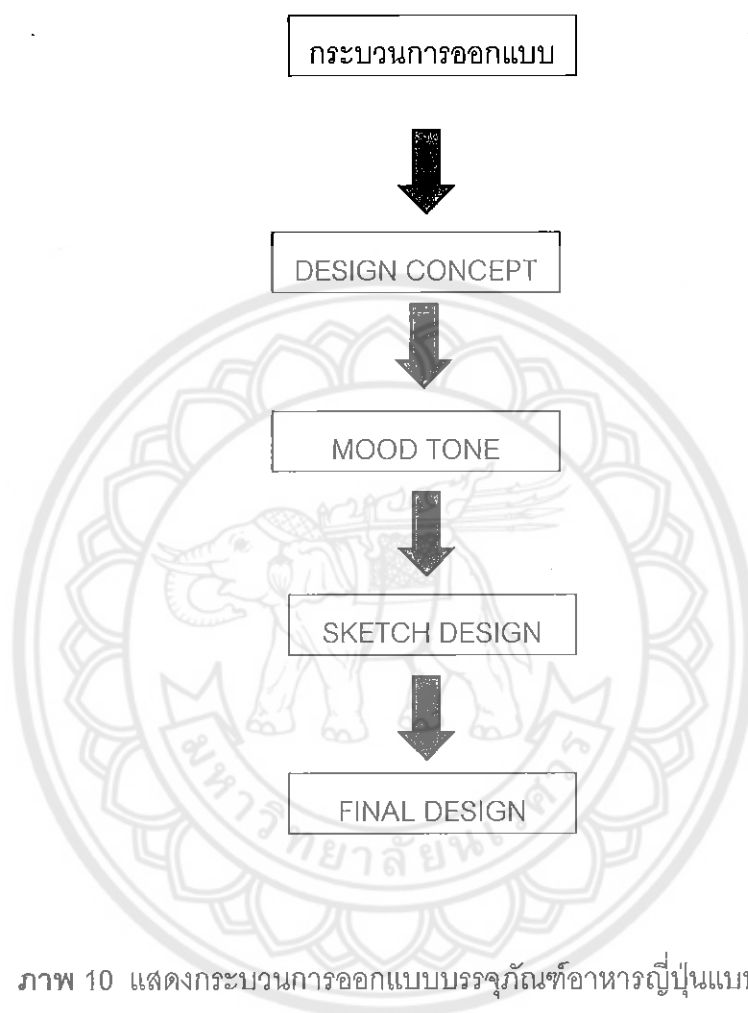
2.2 ลักษณะสีกลุ่มสีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับ จะใช้สีโทนร้อนเป็นหลัก โดยเลือกใช้สี 1-3 สี เพราะหากใช้สีมากกว่านี้จะทำให้บรรจุภัณฑ์ดูเลอะเทอะ ไม่สะอาดตา

2.3 ลักษณะของรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับ จะใช้อักษรรูปแบบ psi kittithada pro

2.4 ลักษณะรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับ ออกแบบโดยให้บรรจุภัณฑ์สามารถโชว์ผลิตภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นที่อยู่ภายใน พร้อมทั้งรูปลักษณ์ภายนอกยังสื่อถึงความสดใหม่ของอาหารที่อยู่ภายใน

จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการสร้างแนวคิด เพื่อใช้ในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการดังต่อไปนี้

## แนวความคิดการออกแบบ



ภาพ 10 แสดงกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับ

จากภาพที่ 10 สามารถสรุปได้ว่า ก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะต้องศึกษาพฤติกรรม และลักษณะต่างๆของผู้บริโภค ในรูปแบบ MOOD & TONE จากแรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบ MOOD & TONE มาทำการ SKETCH DESIGN จากนั้นเลือกมา 1 แบบ โดยกำหนดวัตถุประสงค์แนวคิดต่างๆและเลือกมาเป็น FINAL DESIGN





## DESIGN CONCEPT


COLOURFUL      DELICIOUS      FLEXIBLE

เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แสดงออกถึงความสดใหม่  
 นำรับประทาน ของอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิจากร้าน Sushi Boy  
 ลวดลายกราฟฟิคที่นำมาใช้เพื่อเป็นการสื่อถึงความสดใหม่ อร่อย  
 ของวัตถุดิบ เน้นสีส้มให้ดูสดใส เฟรช สดใหม่

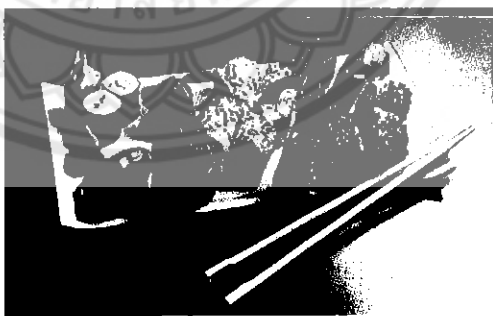
ภาพ 11 DESIGN CONCEPT

จากภาพที่ 11 DESIGN CONCEPT นำมาวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ


MOOD & TONE



## MOOD & TONE



colorful



ภาพ 12 MOOD & TONE



ภาพ 13 อารมณ์และโทนสี

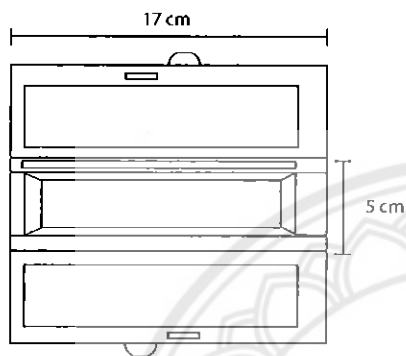


ภาพ 14 MOOD & TONE

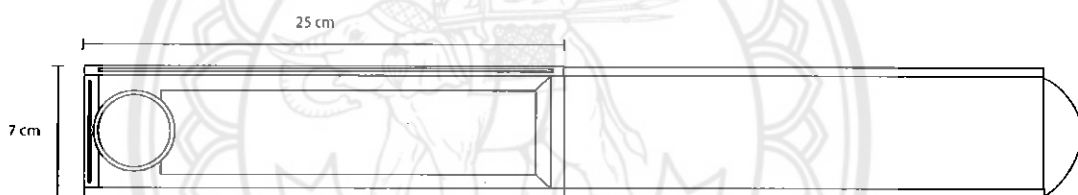
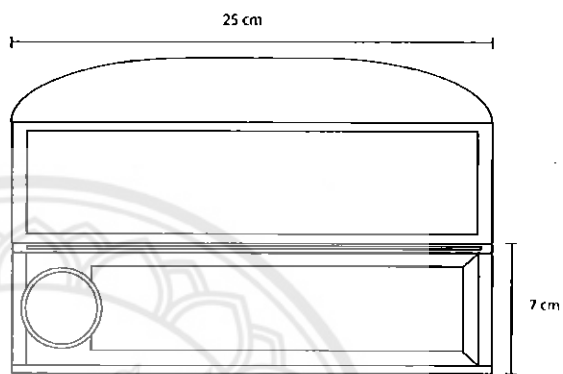
จาก อารมณ์และโทนสี ข้างต้น ได้นำมาทำการ ออกแบบร่าง ดังนี้

ขั้นตอนการร่าง

sushi roll

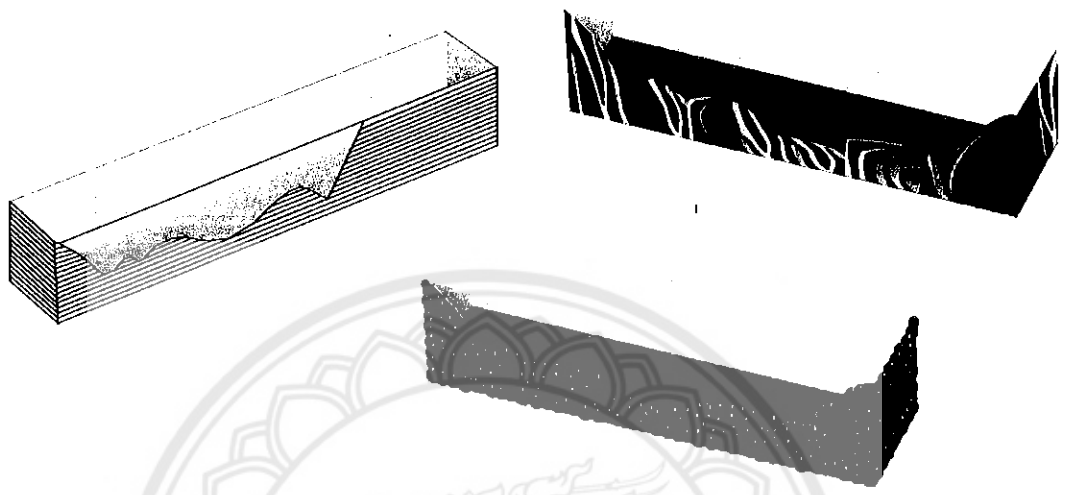


sushi 8 piece



sushi 8 piece

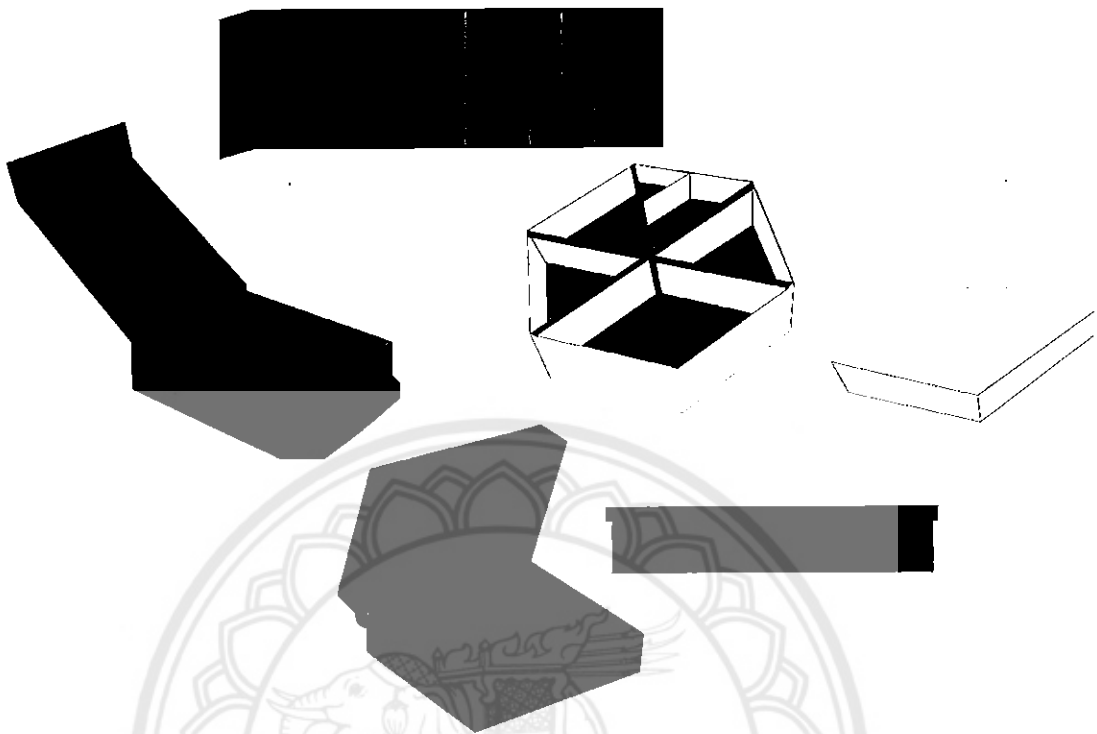
ภาพ 15 การออกแบบร่าง



ภาพ 16 การออกแบบร่าง

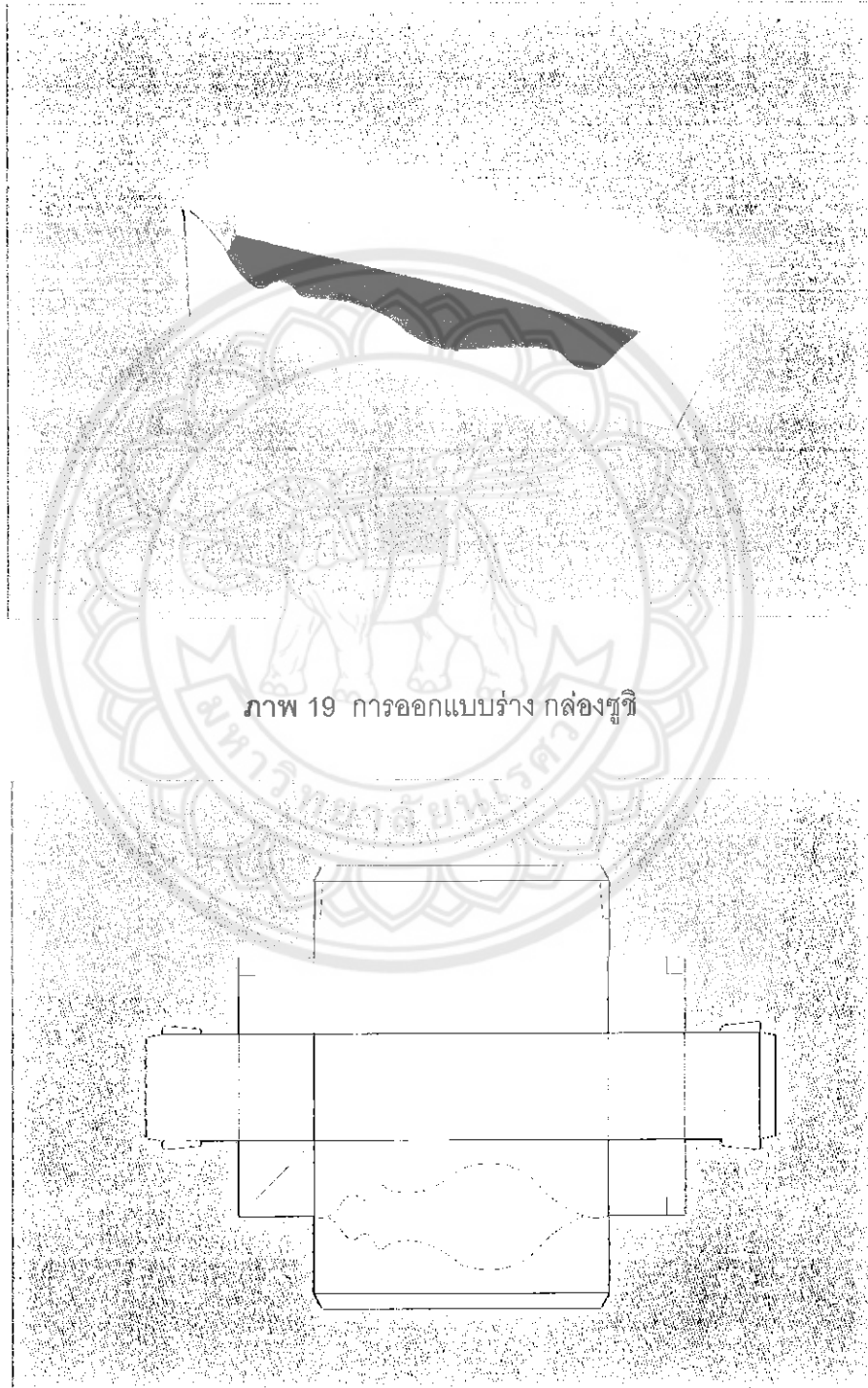


ภาพ 17 การออกแบบร่าง

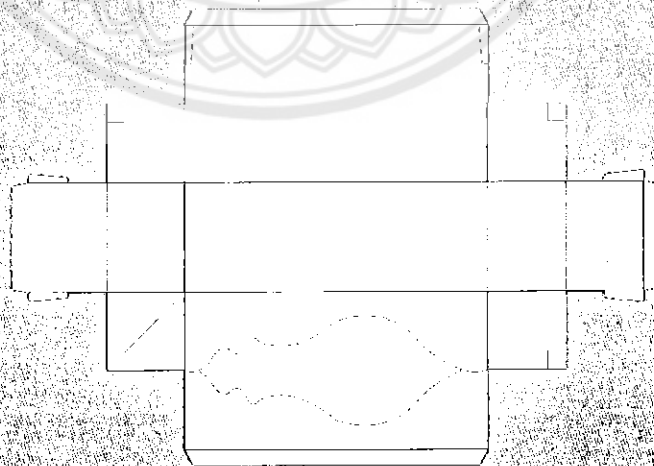


ภาพ 18 การออกแบบร่าง

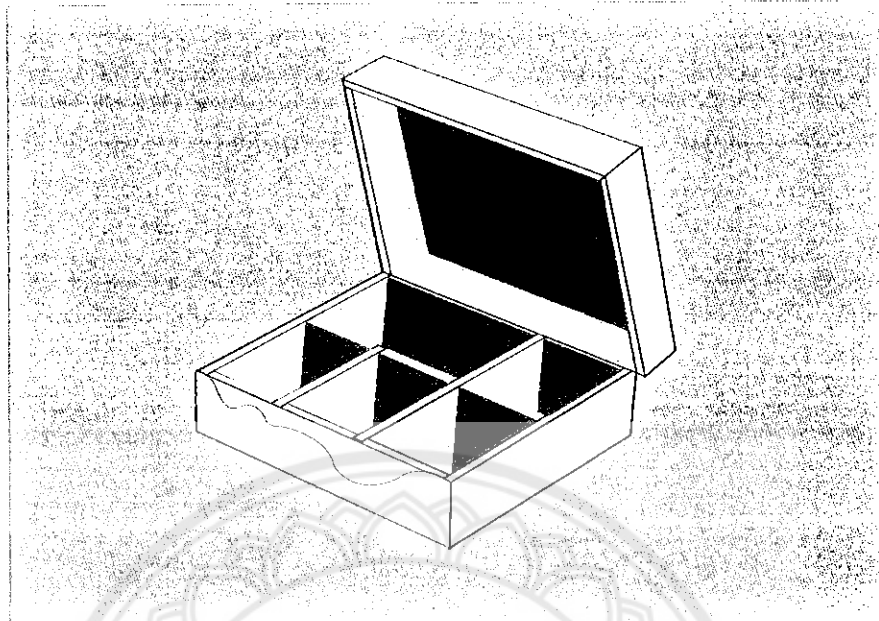
จากภาพ 15-18 ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวทางและแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับ โดยนำการออกแบบร่าง ช่างต้นมาพัฒนาารูปแบบ ซึ่งนำมาสู่การสร้างการออกแบบขั้นสุดท้าย ดังนี้



ภาพ 19 การออกแบบร่าง กล่องซูชิ



ภาพ 20 แปลนกล่องซูชิ

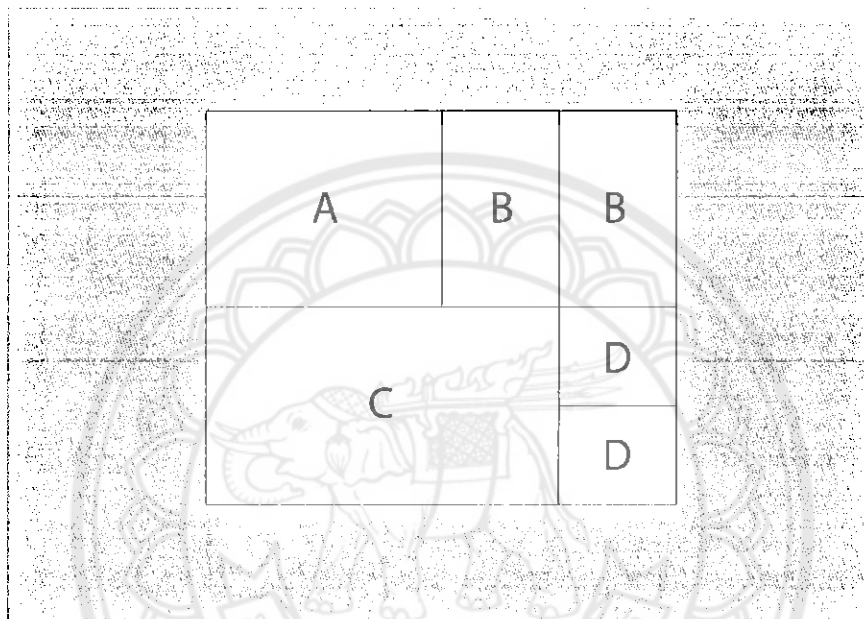


ภาพ 21 การออกแบบร่าง กล่องอาหารชุดเบนโตะ



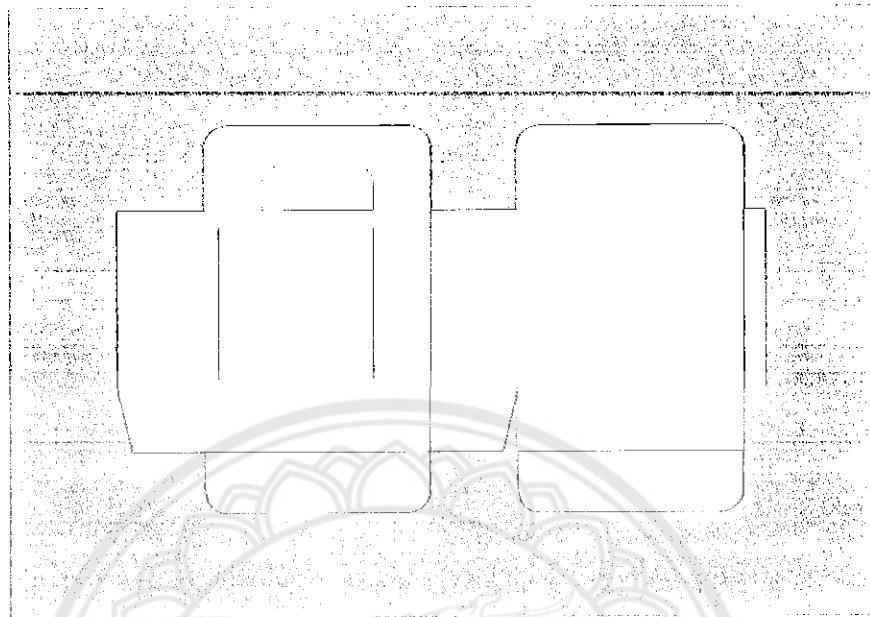
ภาพ 22 แผ่นกล่องอาหารชุดเบนโตะ

จากภาพ 19 – 20 แสดงภาพกล่องอาหารกล่องชุดเบนโตะและภาพแปลน เพื่อให้ตอบ  
 โจทย์ตามแนวความคิดการออกแบบที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ จึงได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารญี่ปุ่นแบบ  
 FLEXIBLE คือสามารถปรับเปลี่ยนตำแหน่งของกล่องบรรจุอาหารภายใน ได้ดังนี้



ภาพ 23 แปลนภายในกล่องอาหารชุดเบนโตะ



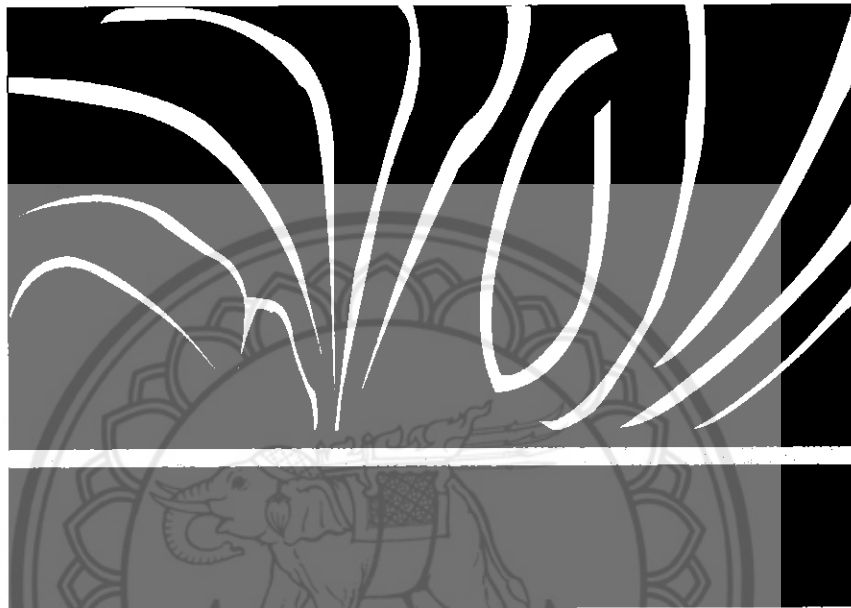


ภาพ 24 แพลนบรรจุภัณฑ์หิ้วกล่องซูชิ



ภาพ 25 แพลนบรรจุภัณฑ์หิ้วกล่องอาหารชุดเบนโตะ

จากนั้นผู้วิจัยได้นำ FINAL SKETCH มาทำการออกแบบเพิ่มกราฟฟิกให้มีความโดดเด่นสวยงาม โดยใช้ลวดลายของวัตถุที่นำมาปรุงอาหารเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ



ภาพ 26 กราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ที่ 1



ภาพ 27 กราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ที่ 2

สรุปผลจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับบ้านSUSHI BO



ภาพ 28 ผลการออกแบบขั้นสุดท้ายกล่องบรรจุภัณฑ์ซูชิ



ภาพ 29 ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย ฝากล่องบรรจุภัณฑ์ซูชิ



ภาพ 30 การออกแบบขั้นสุดท้ายบรรจุภัณฑ์กล่องเบนโตะ



ภาพ 31 การออกแบบขั้นสุดท้ายฝาบรรจุภัณฑ์กล่องเบนโตะ



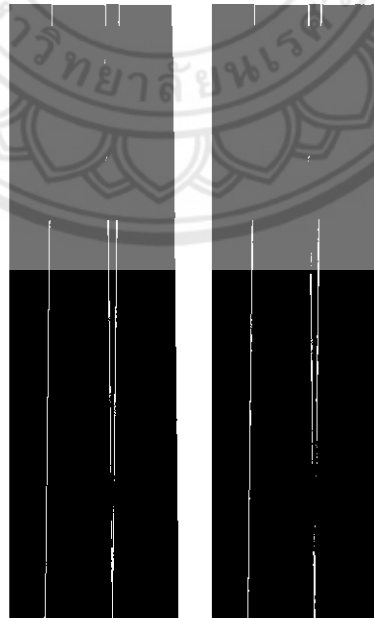
ภาพ 32 การออกแบบขั้นสุดท้ายบรรจุภัณฑ์หูหิ้ว



ภาพ 33 การออกแบบขั้นสุดท้ายของบรรจุภัณฑ์หิ้วแบบโต๊ะ



ภาพ 34 การออกแบบขั้นสุดท้ายสายรัดบรรจุภัณฑ์ซูชิและเบนโตะเบนโตะ



ภาพ 35 การออกแบบขั้นสุดท้ายบรรจุภัณฑ์บรรจุตะเกียบ

การสำรวจประเมินด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์และความเหมาะสมแสดงได้ดังนี้

รายการประเมิน	มาก	กลาง	น้อย
1.รูปแบบมีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์ส่วนตัว	●		
2.มีความทันสมัย	●		
3.สามารถผลิตได้จริง	●		
4.สามารถนำไปผลิตในเชิงธุรกิจได้		●	
5.มีความสวยงาม ดึงดูดผู้บริโภค	●		
6.ผลงานแสดงถึงข้อมูล			●
7.รูปแบบง่ายต่อการใช้งาน		●	
8.มีโครงสร้างที่เหมาะสม		●	
9.ตอบสนองผู้ใช้งาน	●		
10.การจัดองค์ประกอบ		●	



## บทที่ 5

### บทสรุป

จากการศึกษาวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับของร้าน SUSHI BOY ครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาค้นคว้า และวิธีการศึกษาตามหัวข้อดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับของร้าน SUSHI BOY โดยทำการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบให้มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับร้าน SUSHI BOY จากการวิเคราะห์ข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับของร้าน SUSHI BOY ที่มีความแปลกใหม่ โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์

#### อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับของร้าน SUSHI BOY จากการรวบรวมเอกสาร การวิเคราะห์ มีดังนี้

จากการบริโภคอาหารและรูปแบบการใช้ชีวิตของ คนญี่ปุ่น ทำให้ได้แง่คิดที่ว่า หากเราบริโภคอาหาร และดื่มเครื่องดื่มที่ไม่ดีร่างกายของเราก็จะแย่ ไปด้วยไม่ช้าก็เร็วแต่ถ้าหากเราดูแลตัวเอง ดีๆบริโภคแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ เราเอง จะมีความสุขและมีชีวิตที่ยืนยาว

จากวิถีการดำเนินชีวิตในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปคนในสังคมต่างเร่งรีบกับการทำงาน เพื่อแข่งกับเวลาที่มืออยู่อย่างจำกัดและยังต้องแข่งกับคนอื่นอีกด้วยทำให้พฤติกรรมหลายๆอย่าง เปลี่ยนไป รวมถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารซึ่งในสังคมมีแนวโน้มในการรับประทานอาหาร ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็วอาหารญี่ปุ่นประเภทซูชิจึงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องด้วยมีความสะดวกรวดเร็วในการรับประทาน

จากการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับของร้าน SUSHI BOY ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้วิเคราะห์ด้านต่างๆซึ่งถือเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารญี่ปุ่นแบบนำกลับเพื่อสร้างความสวยงามและโดดเด่นให้กับองค์กรได้

**ข้อเสนอแนะ**

1. ควรเพิ่มลูกเล่นให้กับตัวกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มากกว่านี้
2. ควรให้บรรจุภัณฑ์ระบุนิคมอาหาร ข้อมูลการบริโภคลงไปด้วย





## บรรณานุกรม

allalike-design,ความหมายของการออกแบบ,(Online) <http://allalikedesign.blogspot.com>

(5 มีนาคม 2557)

ความหมายและความสำคัญของลักษณะการบรรจุภัณฑ์ ,<http://www.crnfe.ac.th>

(5 มีนาคม 2557)

วิกิพีเดีย,อาหารญี่ปุ่น, <http://th.wikipedia.org>, (5 มีนาคม 2557)

วิกิพีเดีย,ซูชิ, <http://th.wikipedia.org>, (5 มีนาคม 2557)

วิกิพีเดีย,ราเม็ง, <http://th.wikipedia.org>, (5 มีนาคม 2557)

วิกิพีเดีย,เบนโตะ, <http://th.wikipedia.org>, (5 มีนาคม 2557)





