

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหารบ้านทะเล

PACKAGING DESIGN FOR BANTALAE FOOD



นางสาวมาลินี ลือกายา  
MS.MALINEE LUEGAYA

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปะการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2542

เลขที่.....  
เลขทะเบียน 38315  
วัน, เดือน, ปี - 4 S.A. 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากมีเหตุจำเป็นต้องแจ้งให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหารบ้านทะเล  
PACKAGING DESIGN FOR BANTALAE FOOD

โดย

นางสาวมาลินี ลือกายา

MS.MALINEE LUEGAYA



 วันที่ 28 สิงหาคม 2543

อาจารย์ที่ปรึกษา - อาจารย์เสริมสุข เสียรสุนทร

 วันที่ 28 ส.ค. 43

หัวหน้าภาควิชาศิลปะ - ผศ. จิระพงษ์ ภูมิจิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)	ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหาร " บ้านทะเล "
(ภาษาอังกฤษ)	PACKAGING DESIGN FOR BANTALAE FOOD
ชื่อ	นางสาวมาลินี ลือกายา
สาขา	วิชาน�택ศศิลป์ ภาควิชาน�택ศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เสริมสุข เขียรสุนทร
พ.ศ.	2542

### บทคัดย่อ

จากการศึกษาโครงการนี้วัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารทะเลแปรรูป เพื่อนำเสนอรูปแบบและแนวความคิดที่เหมาะสมกับกิจการและลักษณะของสินค้า ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจ โดยต้องคำนึงถึงหลักความเป็นจริง , การออกแบบ , ความสวยงาม ฯลฯ จึงต้องอาศัยการศึกษาค้นคว้าเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และทำอย่างไรให้ผู้บริโภครู้สึกพอใจและสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีการตอบสนองต่อสินค้า

สำหรับอาหารทะเลแปรรูป ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญต่อดัชนีบรรจุภัณฑ์มากนักและยังไม่สามารถแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค

## กิตติกรรมประกาศ

การทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ ประสบความสำเร็จมาได้ด้วยดี เนื่องมาจากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลทำการออกแบบและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่าน เพื่อนๆ อุตสาหกรรม famiry เป็นอย่างสูง ที่ช่วยให้คำปรึกษา , แนะนำปรับปรุงและแก้ไขจนงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

มาลินี ล้อกายา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์นับว่าเป็นส่วนสำคัญในการทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆดูน่าสนใจและเพื่อเป็นการรักษาให้สินค้าคงสภาพที่สมบูรณ์และสะดวกในการใช้สอย ซึ่งในปัจจุบันการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สินค้าดูน่าสนใจและสามารถสื่อให้เห็นว่าสินค้านั้นดูน่าเชื่อถือเพียงใด บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น เป็นห่อ เป็นหีบ เป็นกล่อง เป็นขวด เป็นลัง เป็นกระป๋อง ฯลฯ ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ออกแบบที่จะต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้านั้นๆและสามารถสร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้าให้เกิดความสวยงามและความน่าเชื่อถือ

สำหรับศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นโครงการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหารบ้านทะเล จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประเภทของสินค้า โดยใช้ความรู้ทางศิลปะ การออกแบบกราฟฟิค ประสานกับประโยชน์และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์มาสร้างสรรค์รวมกัน เพื่อให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่าและให้เกิดผลในเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภคมากกว่าเป็นเพียงแค่ส่วนประกอบหนึ่งในการทำอาหาร

นางสาวมาลินี ลือกายา

9 มี. ค. 43

## สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
บทที่	
1. บทนำ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหารบ้านทะเล	1
- ความสำคัญ	1
- เป้าหมายหลัก	1
- ขอบเขตของโครงการ	1
- แนวทางบรรจุเป้าหมาย	2
2. การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ประมง	3
- ผลิตภัณฑ์ประมงในประเทศไทย	3
- การถนอมอาหาร	4
- วิธีการแปรรูปเพื่อถนอมอาหาร	5
- จุดชีววิทยาของสัตว์น้ำแปรรูป	6
- ผลิตภัณฑ์ประมงแช่เยือกแข็ง	7
- ผลิตภัณฑ์ที่ทำให้แห้ง	7
- ผลิตภัณฑ์ประมงบรรจุกระป๋อง	8
3. เครื่องหมายการค้า	9
- ชนิดของเครื่องหมาย	9
- ข้อดีและข้อเสียของเครื่องหมาย	10
- ประโยชน์ของเครื่องหมาย	10
- วิธีการออกแบบเครื่องหมาย	11
4. บรรจุภัณฑ์	12
- บทบาทและหน้าที่ทางการตลาด	13
- ประเภทของบรรจุภัณฑ์	15
- ประเภทของวัสดุบรรจุภัณฑ์	15
- วัฒนาการบรรจุภัณฑ์	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การบรรจุอาหาร	18
5. การออกแบบบรรจุภัณฑ์	20
- การออกแบบภาชนะบรรจุและฉลาก	20
- บทบาทและหน้าที่ของกราฟฟิคของบรรจุภัณฑ์	22
6. การสร้างสรรค์ผลงาน	30
- เสนอแบบร่างครั้งที่ 1	30
- เสนอแบบร่างครั้งที่ 2	36
7. ผลงานขั้นสุดท้าย	40
สรุปผลและข้อเสนอนะ	55
บรรณานุกรม	56



# บทที่ 1

## บทนำ

### โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านอาหาร " บ้านทะเล "

#### ความสำคัญ

อาหารทะเลหรืออาหารทะเลแปรรูป มักเป็นที่สนใจแก่ผู้ที่มาเที่ยวทะเลเพื่อเป็นของฝากกลับบ้าน เพราะจะได้ความสด . ใหม่ และได้รสชาติที่ดีกว่า และเนื่องจากร้านขายอาหารประเภทนี้ไม่ได้มีเพียงร้านเดียว เพราะฉะนั้นทางร้านจึงต้องหาวิธีการสร้างความน่าสนใจให้กับร้าน

อาหารทะเลประเภทแปรรูปแล้ว บรรจุภัณฑ์ที่พบเห็นส่วนใหญ่จะไม่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน . เป็นที่จดจำแก่ผู้บริโภคได้ ทางร้านจึงควรมีการสร้างความน่าสนใจ เป็นที่จดจำแก่ผู้บริโภค และยังสามารเป็นที่แพร่หลายให้กับผู้บริโภคได้อีก

#### เป้าหมายหลัก

1. ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์ ( อาหารทะเล ) และนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบกราฟฟิก เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน

#### ขอบเขตของโครงการ

1. โฉนด
2. บรรจุภัณฑ์ ขนาด 250 กรัม
  - กุ้งอบกรอบ
  - หอยหวาน
  - ปลาอบกรอบ
  - ปลาหมึกแห้ง
3. บรรจุภัณฑ์ ขนาด 550 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กิ่งอบกรอบ
  - หอยหวาน
  - ฟูจ้อบกรอบ
  - ปลาอบกรอบ
  - ปลาหมึกอบกรอบ
4. บรรจุภัณฑ์ สำหรับซังกิไล
  5. ถุงหิ้ว มี 3 ขนาด
  6. ป้ายร้าน

#### แนวทางบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ
  - กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์
  - รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประมง
2. วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาและนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
3. สรุปลักษณะของงานโดยรวม
4. วางแนวทางการทำงาน
5. ออกแบบตามแนวทางที่วางไว้
6. ทำ Lay-Out ตรวจแก้แบบร่าง ปรับปรุงข้อบกพร่อง
7. นำเสนอผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การจัดจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ประมง

ผลิตภัณฑ์ประมง หมายถึงผลผลิตที่ได้จากการเอาสัตว์น้ำจากการประมงมาแปรรูปโดยวิธีการต่างๆ เพื่อจะได้เก็บสัตว์น้ำเหล่านั้นไว้บริโภคนานวันขึ้น ผลิตภัณฑ์ประมงอาจแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการหมัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการหมักสัตว์น้ำกับเกลือในอัตราส่วนที่พอเหมาะ เช่น กะปิ น้ำปลา ปลาร้า กุ้งจ่อม ไตปลา เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์ประมงประเภทตากแห้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการกำจัดความชื้นออกจากสัตว์น้ำ โดยการตากแห้ง หรือโดยทำเค็มแล้วมาตากแห้ง การตากแห้งอาจใช้แสงธรรมชาติ หรือใช้เครื่องมือช่วยให้ผลิตภัณฑ์แห้ง เช่น ไข่เตาอบ
3. ผลิตภัณฑ์ประมงประเภทของเค็มตากแห้ง วิธีหนึ่งซึ่งนิยมในการทำปลาเค็มตากแห้ง คือ “เคนท์ โพรเซส” วิธีนี้นิยมทำกันอย่างกว้างขวาง มักใช้ปลาที่มีไขมันต่ำ เช่น ปลาคอด
4. ผลิตภัณฑ์ประมงประเภทแช่เยือกแข็ง ได้แก่ กุ้งแช่แข็ง ปลาแช่แข็ง ปลาหมึกแช่แข็ง เป็นต้น
5. ผลิตภัณฑ์ประมงประเภทบรรจุกระป๋อง ได้แก่ กุ้งบรรจุในน้ำเกลือ บรรจุในซอสมะเขือเทศ ปลาทูน่าบรรจุในน้ำมัน เป็นต้น
6. ผลิตภัณฑ์ประมงประเภทอื่นๆ ได้แก่ ข้าวเกรียบ ปลาหมึกปรุงรส ปลาป่น เป็นต้น

#### ผลิตภัณฑ์ประมงในประเทศไทย

ปลาเค็ม	fish Dried
กุ้งแห้ง	Dried shrimp
ปลาหมึกแห้ง	Dried squid
หอยแห้ง	Dried shellfish
แมงกะพรุนแห้ง	Dried jellyfish
ปลาร้า	Fermented fish

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลาต้ม	Fermented fish
ปลาแจ่ว	Fermented fish
ปลาจ่อม	Fermented fish
น้ำปลา	Fermented fish sauce
กะปิ	Shrimp paste
บูดู	Fish sauce
ปลารมควันหรือปลากรอบ	Dried smoked fish
ปลาหยอง	Fish floss
ปลาหมึกกล้วย	Frozen squid
ปลาหมึกแช่แข็ง	Frozen shrimp
กุ้งแช่แข็ง	canned tuna
ปลาทูน่าบรรจุกระป๋อง	canned fish
ปลากะป๋อง	canned crab meat
เนื้อปูบรรจุกระป๋อง	canned baay clam
หอยลายบรรจุกระป๋อง	Fish ball
ลูกชิ้นปลา	Fish noodle
ปะหมี่ปลา	Surimi
เนื้อปลาบด	Fish meal
ปลาป่น	Shrimp crackers
ข้าวเกรียบกุ้ง	Fish crackers
ข้าวเกรียบปลา	
หอยหวาน	
สาหร่ายทะเล	

### การถนอมอาหาร

เป็นกรรมวิธีที่ทำให้อาหารไม่เน่าเสีย สามารถเก็บไว้ได้นานวัน วิธีถนอมอาหารมีหลักสำคัญ คือ ป้องกันการเน่าเสียจากจุลชีพต่างๆ ได้แก่ แบคทีเรีย รา ยีสต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิธีการแปรรูปเพื่อการถนอมอาหาร แบ่งเป็นวิธีใหญ่ๆ 5 วิธี คือ

1. วิธีการควบคุมอุณหภูมิ อาจทำได้ทั้งการลดอุณหภูมิ เช่น แช่เยือกแข็ง โดยการใส่น้ำแข็งทันทีที่จับสัตว์น้ำได้ หรือการแช่แข็ง ส่วนวิธีการเพิ่มอุณหภูมิ ได้แก่ การบรรจุกระป๋องหรือต้มให้เดือด

2. วิธีการกำจัดความชื้นออก ได้แก่

การตากแห้ง แบ่งเป็น การใช้แสงแดดธรรมชาติกับการช่วยให้ผลิตภัณฑ์แห้ง หลักการทำให้อาหารแห้งก็เพื่อลดปริมาณน้ำที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของจุลินทรีย์ออกจากผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถเก็บได้นานวันโดยปราศจากจุลินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาตากแห้งนิยมตองเกลือก่อน เพราะเกลือมีคุณสมบัติในการลด Water Activity ของอาหารลง ในการถนอมอาหารจะต้องทำให้น้ำที่มีอยู่ในอาหารหรือในผลิตภัณฑ์นั้นมีค่าต่ำสุดของปริมาณน้ำที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ

การทำเค็ม วิธีนี้ส่วนใหญ่ทำคู่ไปกับการตากแห้ง เช่น การทำปลาเค็มจะต้องตองปลาในน้ำเกลือก่อน เพื่อให้น้ำจากปลาลดลงและทำให้เกลือซึมไปในเนื้อปลา

การรมควัน ปัจจุบันการรมควันผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เพื่อทำให้รสชาติผลิตภัณฑ์ดีขึ้นมากว่าที่จะมุ่งถึงการเก็บรักษา กระบวนการรมควันมี 2 วิธี ที่ใช้กัน คือ " Cold Smoking " กับ " Hot Smoking " สำหรับ " Cold Smoking " อุณหภูมิที่ใช้ประมาณ 85 ฟ. และ " Hot Smoking " ใช้อุณหภูมิ 250 ฟ. สารเคมีที่พบในควันไฟคือฟีนอล ( phenols ) ซึ่งสารดังกล่าวนี้จะช่วยยับยั้งการทำงานของแบคทีเรีย ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรมควันสามารถเก็บไว้ได้นานขึ้น

กระบวนการหมัก การถนอมผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำโดยวิธีนี้เรียกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวว่าเฟอร์เม็นเต็ด ฟิช โปรดัค ( Fermented Fish Product ) หรือผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการหมัก

การใช้รังสี การถนอมอาหารโดยวิธีนี้ยังไม่นิยมใช้กันแพร่หลาย ปริมาณรังสีที่พอเหมาะสามารถฆ่าจุลินทรีย์แมลง และปรสิตต่างๆได้ นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่ยับยั้งปฏิกิริยาของเอนไซม์

การใช้สารเคมี วิธีนี้เป็นการถนอมอาหาร โดยใส่สารเคมีอาจเป็นสารกันหืนหรือสารกันบูด ซึ่งจัดไว้เป็นจำพวกสารเจือปน การใส่สารปรุงแต่ง เช่น น้ำตาล ผงชูรสลงในอาหารช่วยทำให้รสชาติดีขึ้น แต่ไม่ได้เป็นการถนอมอาหารโดยตรง

ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการถนอมอาหารอาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ป้องกันหรือกำจัดสิ่งปนเปื้อน
2. ยับยั้งการเจริญและหยุดกิจกรรมของจุลินทรีย์
3. ฆ่าจุลินทรีย์

ส่วนการแปรรูปสัตว์น้ำมีบทบาทที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. เป็นการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์นั้นๆ
2. แปรรูปจากวัตถุดิบเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ
3. รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ยาวนาน
4. รับประกันความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
5. ใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ

**จุดชีววิทยาของสัตว์น้ำที่แปรรูปโดยผ่านกระบวนการหมัก แชนะเยือกแข็ง ทำให้แห้ง และการบรรจุกระป๋อง**

**ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการหมัก**

ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการหมักหรืออาหารหมักดองนิยมบริโภคอย่างกว้างขวางในประเทศแถบตะวันออกมากกว่าประเทศในแถบตะวันตก โดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น เวียดนาม ลาว กัมพูชาและไทย มีการนำสัตว์น้ำที่ผ่านกระบวนการหมัก เช่น การทำกะปิ น้ำปลา ปลาร้า เป็นต้น

**ความสำคัญของกระบวนการหมัก**

เอนไซม์เป็นตัวการสำคัญที่สุดในการทำให้เกิดการเน่าเสียของปลาและสัตว์น้ำอื่นๆตลอดจนมีความสำคัญต่อกระบวนการหมัก การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการเจริญของแบคทีเรียที่อุณหภูมิต่างกันในการที่แบคทีเรียจะสร้างเอนไซม์ออกมา นั้นจะต่างกันทั้งชนิดและปริมาณของเอนไซม์ กล่าวคือ ในที่อุณหภูมิต่ำแบคทีเรียอาจจะสร้างเอนไซม์คนละชนิดกันกับในอุณหภูมิสูงแบคทีเรียที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหมัก จัดเป็นแบคทีเรียที่ให้ประโยชน์เพราะมีส่วนทำให้ผลิตภัณฑ์มีรสชาติและกลิ่นดีขึ้น

**ผลิตภัณฑ์ประมงแช่เยือกแข็ง**

รู้จักกันมานานแล้ว อเมริกาเริ่มพัฒนาอาหารแช่แข็งตั้งแต่ปี พ.ศ.2403 ส่วนประเทศไทยเริ่มผลิตภัณฑ์แช่แข็งตั้งแต่ปี พ.ศ.2505 สถิติการจับสัตว์น้ำของโลกในปี ค.ศ.1980 ได้มีการจับสัตว์น้ำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แช่แข็ง ซึ่งยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติที่เป็นข้อได้เปรียบหลายประการ คือ

1. สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน 6 เดือนถึง 1 ปี โดยคุณภาพยังดีเลิศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มีการสูญเสียวิตามินในอาหารน้อยกว่าการแปรรูปโดยวิธีอื่นๆ เช่น การบรรจุกระป๋อง
3. ง่ายและสะดวกต่อการดูแลรักษาและขนส่ง

การใช้อุณหภูมิต่ำถนอมอาหารเป็นการทำให้ปฏิกิริยาทางเคมีและปฏิกิริยาจากเอนไซม์ของอาหารดำเนินไปอย่างช้าๆ หรือหยุดการเจริญ พบว่าแบคทีเรีย ยีสต์ และรา บางชนิดสามารถเจริญได้อย่างช้าๆ ที่อุณหภูมิต่ำกว่าจุดเยือกแข็ง ดังนั้นที่อุณหภูมิ 0 ซ. หรือที่อุณหภูมิต่ำกว่า 0 ซ. หลายๆ ของสารจึงไม่สามารถป้องกันการเน่าเสียของอาหารได้

### ผลิตภัณฑ์ที่ทำให้แห้ง

การทำให้อาหารแห้ง หรือการนำเอาน้ำออกจากอาหาร เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันมานานตั้งแต่เริ่มแรกในการเก็บรักษาอาหาร และในปัจจุบันก็ยังคงมีการเก็บรักษาอาหารแบบพื้นเมืองตามวิธีดังกล่าวเช่นกัน การปรับปรุงกรรมวิธีในการทำให้อาหารแห้งนอกจากคำนึงถึงระยะเวลาที่สั้นในการผลิต ยังคำนึงถึงกรรมวิธีใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงคุณภาพอาหารให้ดีขึ้นทั้งในแง่การผลิตและการเก็บรักษาอาหาร ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรักษาอาหารแห้งก็คือ น้ำ เนื่องจากจุลินทรีย์สามารถใช้น้ำในการเจริญได้นั่นเอง

ดังนั้นในการถนอมอาหารจะต้องทำให้อาหารมีน้ำน้อยกว่าค่า Minimum เพื่อป้องกันการเจริญของจุลินทรีย์

การทำให้อาหารแห้งมีอยู่หลายวิธี เช่น

1. การรมควัน มีวัตถุประสงค์ใหญ่ๆ 2 ประการ คือ เพื่อเป็นการเพิ่มรสชาติอาหารตามต้องการ และเพื่อช่วยในการเก็บถนอมอาหาร สิ่งอื่นที่เป็นผลพลอยได้จากการรมควันอาหาร เช่น สีและความนุ่มของอาหาร กระบวนการรมควันช่วยป้องกันไม่ให้เกิดผลิตภัณฑ์เน่าเสีย

2. การทำเค็มและตากแห้ง วิธีตากแห้งอาจใช้วิธีธรรมชาติโดยการตากแดดหรือใช้เครื่องอบแห้ง ในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์โดยการตากแห้งมักทำควบคู่ไปกับการทำเค็ม

3. การทำอาหารแช่แข็งและแห้ง วิธีการแช่แข็งและทำให้แห้งอาศัยหลัก 3 ประการ คือ

- 3.1 ใช้ความร้อนน้อยที่สุด

- 3.2 เก็บตัวอย่างภายใต้สภาวะสุญญากาศ

- 3.3 เก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำ และความชื้นต่ำสุดของอาหารแช่เย็นแข็งและแห้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ผลิตภัณฑ์ประมงบรรจุกระป๋อง

สิ่งที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าความร้อนสามารถฆ่าจุลินทรีย์ได้ ดังนั้นในวงการอุตสาหกรรมอาหาร จึงให้ความสนใจกับความร้อนขึ้นมากกว่า Vegetative cell ของจุลินทรีย์ถูกทำลายด้วยความร้อนได้ง่ายกว่าและสปอร์ของแบคทีเรียก็ทนต่อความร้อนได้ดีกว่าสปอร์ของเชื้อราและยีสต์ ค่า Water activity มีความสำคัญกับการทนความร้อนของจุลินทรีย์ ดังนั้นจุลินทรีย์ที่อยู่ในอาหารเหลวจึงถูกทำลายง่ายกว่าจุลินทรีย์ที่พบในอาหารแข็ง

### การเสียบของอาหารกระป๋อง

โดยทั่วไปการเสียบของอาหารกระป๋องมีสาเหตุใหญ่อยู่ 3 ประการ คือ

1. การเสียบเนื่องจากปฏิกิริยาทางเคมี
2. การเสียบเนื่องจากปฏิกิริยาทางฟิสิกส์
3. การเสียบเนื่องจากจุลินทรีย์

ปัจจัยต่างๆที่ทำให้อาหารกระป๋องเสียบ

1. วัตถุดิบ อาจมาจาก ดิน น้ำ อากาศ คนค และสัตว์
2. เครื่องปรุง มักเป็นสื่อนำจุลินทรีย์มาสู่อาหาร เช่น แป้ง น้ำตาล
3. อุปกรณ์ในโรงงาน มักเป็นแหล่งของจุลินทรีย์
4. กระป๋อง ควรล้างทำให้แห้งก่อนนำไปบรรจุอาหาร
5. น้ำที่ใช้ในการ cooling จุลินทรีย์จากแหล่งน้ำอาจปนเปื้อนเข้าไปได้ ถ้ากระป๋องรั่ว

## บทที่ 3

### เครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์

เครื่องหมายการค้าหมายความว่า เครื่องหมายซึ่งใช้หรือจะใช้เป็นเครื่องหมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้านั้นๆ เป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้ทำขึ้น

#### ชนิดของเครื่องหมายต่างๆ

เครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ในปัจจุบันสามารถ แบ่งออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ซิมโบล (SYMBOLS) เป็นเครื่องหมายที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับกิจการของบริษัท หน่วยงานต่างๆ สามารถให้ความหมายด้วยตัวเองโดยไม่มีตัวหนังสือเลย เช่น เครื่องหมายบริษัทเชลล์ หรือเครื่องหมายของธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น
2. พิกโตกราฟ (PICTOGRAPHS) เป็นเครื่องหมายที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับการสาธารณะโดยไม่มีตัวหนังสือประกอบเป็นการใช้ภาพแทนคำพูด เช่น เครื่องหมายหน้าห้องน้ำ
3. เลตเตอร์มาร์ค (LETTERMARKS) เป็นเครื่องหมายที่มีแต่ตัวหนังสือ ใช้กับกิจการของบริษัทและหน่วยงานต่างๆ โดยจะต้องเป็นตัวย่ออ่านเรียงเป็นคำไม่ได้ เช่น เครื่องหมายของบริษัท สยามเอ็ม เป็นต้น
4. โลโก้ (LOGO) เป็นเครื่องหมายที่มีแต่ตัวหนังสือ อ่านเป็นคำได้ หรือเป็นชื่อเฉพาะ เช่น เครื่องหมายบริษัทบาจ่า เป็นต้น
5. คอมบิเนชันมาร์ค (COMBINATION MARKS) เป็นเครื่องหมายที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือ ผสมกันใช้ในกิจการของบริษัท สโมสร สมาคมต่างๆ เช่น เครื่องหมายของรองเท้าไนกี้
6. เทรดมาร์ค (TRADEMARKS) คือเครื่องหมายทั้ง 5 ชนิดที่กล่าวมาและได้รับการจดทะเบียนแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข้อดีและข้อเสียของเครื่องหมายแต่ละชนิด

### 1. ซิมโบล

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ง่ายและสะดวก

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนได้ (ซ้ำกัน) และสิ้นเปลืองมากในการพัฒนารูปแบบที่ดี

### 2. พิกโตกราฟ

ข้อดี เป็นสากลนำไปใช้ได้ (อธิบายด้วยภาพ)

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนเมื่อนำไปใช้ในที่ชนบทรูปนิยมต่างกันมาก ๆ

### 3. เลตเตอร์มาร์ค

ข้อดี เป็นชื่อย่อของบริษัทซึ่งง่ายแก่การจดจำ

ข้อเสีย ต้องใช้ทุนสูงในการออกแบบ และมีการแข่งขันมาก

### 4. โลโก้

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ไม่ซ้ำใครและทำง่าย

ข้อเสีย มีการซ้ำซ้อนในการมอง และจำได้ยาก

### 5. คอมบิเนชันมาร์ค

ข้อดี ใช้เป็นเครื่องหมายที่สื่อความหมายที่ดี

ข้อเสีย ซับซ้อนมากในการออกแบบ

## ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า

โดยทั่วไปเครื่องหมายการค้าทั้งหลาย ทำหน้าที่หลัก 2 ประการ คือ

1. มุ่งรักษาประโยชน์ของเจ้าของกิจการ
2. ทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าและบริการได้

ประโยชน์ทางอ้อมของเครื่องหมายการค้า ยังมีอีกหลายประการ เช่น ทำหน้าที่เป็นตัวเตือนความจำทำให้สินค้านั้นให้ดูน่าเชื่อถือเพราะคนไทยหลาย ๆ คนชอบสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ นอกจากนี้ก็เป็นตัวช่วยสื่อความหมายให้ลูกค้าได้รู้ว่าสินค้าหรือกิจการนั้นเป็นอะไร เช่น เครื่องหมายของบริษัทการบิน ซึ่งมักจะเอารูปนกมาเป็นเครื่องหมายการค้า เพราะรูปนกมีความหมายว่าเป็นการบิน บางบริษัทยังออกแบบเครื่องหมายรูปนกบวกับความรวดเร็วเข้าไปอีกด้วย เพื่อให้เครื่องหมายการค้าทำประโยชน์ให้กับกิจการค้าได้มากที่สุด ผู้ออกแบบควรศึกษาเสียก่อนว่าสินค้านั้นหรือกิจการค้านั้นเป็นอะไร ผู้ซื้อหรือใช้บริการเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลประเภทใด ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการนี้ทางภาษาการตลาดจะเรียกว่า “กลุ่มเป้าหมาย” กลุ่มเป้าหมายจะเป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาก่อนจะทำการออกแบบ เราจะต้องศึกษาว่า กลุ่มเป้าหมายของเราจะอยู่ในวัยไหนมีอาชีพอะไรเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาอยู่ในระดับเฉลี่ยชั้นใด ฐานการเป็นอยู่เป็นเช่นไร สินค้าชิ้นนั้นจะจำหน่ายคนในเมืองใหญ่หรือเมืองเล็ก ขายให้แก่ชาวต่างชาติ หรือคนในประเทศส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศด้วยหรือไม่ และรสนิยมของผู้ซื้อสินค้าเป็นอย่างไร

### วิธีการออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการที่นักออกแบบออกแบบสิ่งใดก็ตาม เขาจะต้องมีขั้นตอนในการออกแบบ ซึ่งบางครั้งอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่โดยรวมๆ แล้ว เราสามารถแบ่งขั้นตอนในการออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การออกแบบเบื้องต้น เป็นการออกแบบโดยการร่างภาพขนาดเล็ก ๆ มาก ๆ เพื่อแสดงแนวความคิดของผู้ออกแบบออกมา วิธีนี้เรียกว่า การทำแบบร่าง (PRELIMINARY หรือ THUMBNAILS)
2. ขั้นกลั่นกรอง เป็นการพัฒนาแบบจากการออกแบบเบื้องต้น โดยนำมาคัดเลือก ออกแบบใหม่ ตรวจสอบ ขยายหรือทำให้ดีขึ้นวิธีนี้เรียกว่า การพัฒนาแบบร่าง (REFINEMENT หรือ ROUGH)
3. ขั้นวิเคราะห์ เป็นการเลือกแบบ เปรียบเทียบเพื่อหาแบบที่ดีที่สุดเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า ขั้นตอนที่ 3 นี้เรียกว่า การวิเคราะห์ (ANALYZE หรือ COMPS)
4. ขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นสุดท้ายของการออกแบบ คือการนำแบบนั้นไปใช้จริง (โดยได้รับการตัดสินใจจากลูกค้าผู้ให้ออกแบบ) ขั้นนี้เรียกว่า การออกแบบงานจริง (DECIDE หรือ PRINT)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### บรรจุภัณฑ์

แต่ดั้งเดิมการซื้อขายในตลาดสินค้าโดยทั่วไป เป็นการซื้อขายใช้ประโยชน์จากตัวสินค้าเดิมที่ สินค้าทุกประเภทย่อมจะมีคุณสมบัติ และประโยชน์ใช้สอยเฉพาะตัวของมันเอง ดังนั้นผู้บริโภคย่อมต้องการประโยชน์เหล่านี้โดยตรง ประกอบกับการแข่งขันทางการตลาดของผลิตภัณฑ์มีค่อนข้างน้อย ผู้บริโภคจึงมีความรู้สึกที่ดีต่อสินค้านั้น ๆ และจะเลือกซื้อแต่สินค้าเหล่านี้เสมอมา หรือทางการตลาดเราเรียกว่าสินค้านั้นได้รับความไว้วางใจสูง (Brand Loyalty) ปัจจุบันนี้สินค้าถูกผลิตมากขึ้น แข่งขันกันด้วยคุณภาพ ประสิทธิภาพ ประโยชน์ใช้สอย ราคาขาย การบริการหลังการขาย มีของแถมของแถม ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา ตัวสินค้าแม้จะมีต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคทั่วไป (Consumer Product) ก็ยังทุ่มค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์กันมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคทั่วไป (Consumer Product) ก็ยังทุ่มค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์มากขึ้น จุดนี้เอง คือที่มาของการเพิ่มคุณค่าของสินค้า โดยการใช้บรรจุภัณฑ์ "The package is what people buy, the product is what people use" นั้นหมายถึงว่า ภาพชนะบรรจุ คือตัวที่ผู้บริโภคซื้อ แต่ผลิตภัณฑ์คือตัวที่ผู้บริโภคจะใช้ตัวที่ผู้บริโภคจะใช้ การซื้อซ้ำหรือไม่ซื้อซ้ำนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ภาพชนะบรรจุจะช่วยให้การซื้อครั้งแรกสัมผัสฤทธิ์ผล แต่การซื้อครั้งแรกถือว่ามีความสำคัญมาก เพราะว่าถ้าไม่มีครั้งแรก จะไม่มีครั้งที่ 2 ครั้งที่ 3 และครั้งต่อไป นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยแล้วสิ่งที่สำคัญจะต้องสะอาด และสร้าง (Brand Image) หรือภาพลักษณ์ทางการตลาดให้ได้ โดยจะต้องสร้างให้ถูกรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายด้วย ส่วนแบ่งทางการตลาดมีมากขึ้นผู้ผลิตสินค้าจึงต้องหาช่องทางเข้าแทรกแซงกลุ่มเป้าหมายโดยการแจกแจงแยกแยะประเภทของกลุ่มเป้าหมายให้ย่อยละเอียดออกไปได้มากเท่าไร ก็ยิ่งเป็นการดีมากขึ้นเท่านั้น

จุดประสงค์สำคัญในการออกแบบลักษณะภาชนะบรรจุอาจแบ่งได้เป็น 2 ประการสำคัญ คือ เพื่อประโยชน์ในการใช้งานทางกายภาพประการหนึ่ง และเพื่อประโยชน์ในเชิงจิตวิทยาอีกประการหนึ่ง ประการแรกที่กล่าวถึงหมายถึงการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะที่จะคุ้มครองผลิตภัณฑ์ สามารถผลิต บรรจุขนส่ง เก็บรักษา นำวางจำหน่าย ตลอดจน คุปโภค บริโภคผลิตภัณฑ์นั้นได้โดยสะดวก ส่วนประการหลังออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ภาชนะบรรจุ และสลากมีคุณลักษณะที่สามารถส่งเสริมการจำหน่ายได้แก่การสร้างบุคลิกพิเศษให้กับผลิตภัณฑ์ดึงดูดความสนใจและแสดงให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์เป็นต้น

### บทบาทและหน้าที่ทางการตลาดของบรรจุภัณฑ์

#### 1. การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน ( CONTAIN AND PROTECT )

บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไวเพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษหรือบาดแผลอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

#### 2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ ( IDENTIFICATION )

บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้สื่อการค้า เครื่องหมายการค้า ชื่อผู้ผลิตและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องมือบ่งชี้ เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัด มองหาได้ง่าย ตัวอักษรจึงควรมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือแตกต่างกัน ซึ่งนอกจากจะง่ายต่อการจดจำแล้ว ยังช่วยไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการหยิบฉวยผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการทั้งของร้านค้าปลีกและผู้บริโภคได้ติดอีกด้วย

#### 3. การอำนวยความสะดวก(CONVENIENCE)

ในแง่ของการผลิตและการตลาดนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคงแข็งแรงที่จะวางซ้อน(STACING) ทับกัน ได้หลายชั้น เพื่อประหยัดพื้นที่ในระดับการขายปลีกก็เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดรูปร่างที่ลง ตัวง่ายและสะดวกต่อการเรียงซ้อนในชั้นวางของหรือจัดแสดงโชว์ ดังนั้นเราจึงไม่ค่อยพบเห็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปสามเหลี่ยมหรือลักษณะพิเศษเฉพาะในร้านขายของชำมากนักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคนั้นเป็นการอำนวยความสะดวกในแง่ของการนำไปใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งานและการเก็บรักษาเมื่อสินค้าถึงมือผู้บริโภค ผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระร่างกายของมนุษย์ เช่นมีขนาดเหมาะสมมือ สะดวกต่อการจัด ถือ หิ้ว มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับสภาวะการใช้งาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค(CONSUMER APPEAL)

การที่บรรจุกภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีนั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆอย่าง อาทิ ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏเป็นรูบบรรจุกภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้างสิ่งทีประกอบเป็นรูปลักษณ์บรรจุกภัณฑ์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค(TO FIT THE CONSUMER'S NEED) เช่น

-ออกแบบให้บรรจุกภัณฑ์มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการขนาด ปริมาณ ตลอดจนงบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน

-การใช้สีบนบรรจุกภัณฑ์ ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน เช่น ใช้สีแดง ชมพู เขียว ฟ้ำ กับบรรจุกภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางหรือ อาหาร เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึก สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น

-การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุกภัณฑ์ ให้ตรงกับมโนทัศน์เฉพาะกรณีเทศกาล โอกาสพิเศษ และวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมสมัย(CONTEMPORARY PERIOD)

สิ่งหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคด้วยเช่นกัน เช่น เทศกาลวันแห่งความรัก วันปีใหม่ วันตรุษจีน ฯลฯ ซึ่งบรรจุกภัณฑ์จะเปิดตัวแสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าจะนำไปใช้โอกาสหรือกรณีใดจึงจะเหมาะสม บางกรณีบรรจุกภัณฑ์อาจจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ด้วยการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการนำไปใช้และให้ความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินตราที่จ่ายออกไป เช่น การรวมผลิตภัณฑ์ขายเป็นชุดหรือหน่วยบรรจุรวม (UNIT PACKAGING) เป็น 2,4,6,8,12 หรืออาจมากกว่า ทำให้ผู้บริโภครู้สึกสะดวกในการขนถ่าย ประทับใจในวัสดุและการออกแบบ โดยเฉพาะเกิดความรู้สึกว่ามีราคาถูกลง เมื่อเทียบราคาต่อหน่วยบรรจุ บางครั้งอาจจะสร้างบรรจุกภัณฑ์ให้สามารถแปลงหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุอย่างอื่น เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายในหมดแล้วได้อีก สร้างความรู้สึกต่อผู้บริโภคว่าได้ของแถม(PREMIUM) ที่มีประโยชน์เพิ่มขึ้นมา กลยุทธ์และวิธีการที่กล่าวมานี้ นับว่าเป็นสิ่งที่บรรจุกภัณฑ์ได้นำหน้าทีดึงดูด ความสนใจให้เกิดพฤติกรรม การซื้อ การขาย การนำไปใช้ อันจะนำมาซึ่งวัฏจักรที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลง ในระบบเศรษฐกิจอีกต่อไป

#### 5. การเศรษฐกิจ(ECONOMIC)

บรรจุกภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เพราะถือเป็นต้นทุนการผลิต อีกอันหนึ่งทำให้เกิดผลกำไรแก่ผู้ผลิต เกิดการว่างจ้าง การใช้แรงงาน ตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่างๆในการนำมาสร้างบรรจุกภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประเภทของบรรจุภัณฑ์

เราสามารถแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. INDIVIDUAL PACKAGE หรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชิ้นแรก คือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ เช่น การกำหนดให้มีรูปร่างลักษณะต่างๆเป็นขวด กระจก หลอด ถุง กล่อง ฯลฯ ซึ่งอาจจะทำให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับ ถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

2. INNER PACKAGE หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นใน คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สองมีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชิ้นแรกเข้าไว้ด้วยกันหรือเป็นชุดในการจำหน่ายรวม ตั้งแต่ 2-24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชิ้นแรก คือการป้องกันรักษาสินค้าผลิตภัณฑ์จาก น้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

3. OUTER PACKAGE หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้ว ผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ หีบไม้ ลัง กล่อง ขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า เลขที่ ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ลักษณะนี้ เป็นการแบ่งตามประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิตหรือนักการตลาดอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่ถึงอย่างไรบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทที่ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ที่คล้ายกันคือ

1. เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ TO PROTECT PRODUCT
2. เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ TO DISTRIBUTE PRODUCT
3. เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ TO PROMOTE PRODUCT

## ประเภทของวัสดุบรรจุภัณฑ์

วัสดุบรรจุภัณฑ์ โดยพื้นฐานแล้วสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ประเภทเซรามิกส์(CERAMICS) รวมทั้งเครื่องแก้ว(GLASSWARE) และเครื่องลายคราม(CHINAWARE)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขวดแก้วจะประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ 3 ส่วน คือ ปาก ลำตัวและก้น ทั้งนี้เพราะวิธีการทำแก้วของขวดแก้วจะแบ่งแก้วของขวดแก้วออกเป็น 3 ที่สำคัญส่วนปากต้องสัมพันธ์กับการเลือกฝา วิธีบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในขวดและวิธีนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ ปากขวดแก้วชนิดที่นิยมใช้กัน มีดังนี้

1. ปากฝาจีบ(CROWN FINISH) เช่น ขวดเบียร์ น้ำอัดลม
2. ปากเกลียวธรรมดา(SCREW FINISH) เช่น ขวดยา และขวดอาหารบางชนิด
3. ปากเกลียวพิเศษหรือเกลียวบิดขาด(R.O.P.P. FINISH) เช่น ขวดยา น้ำอัดลม น้ำหวาน เครื่องดื่มบำรุงกำลัง
4. ปากเกลียวล็อค(TWIST-OFF FINISH) เช่น ขวดแยม ขวดอาหารที่ต้องผ่านการอบฆ่าเชื้อ
5. ปากคอร์ก(CORK FINISH) เช่น ขวดยาฉีด ปากขวดน้ำเกลือ

2. ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพืช ผัก (VEGETABLE PRODUCTS) ได้แก่ ไม้ เยื่อไม้ ยางไม้ เส้นใยจากพืชผัก ในรูปของกระดาษ สิ่งทอ เช่น ผ้า หรือเครื่องจักสาน เป็นต้น

กระดาษเป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้มากมาย ซึ่งต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถตัด ดัด พับ งอได้ง่าย สร้างเป็นรูปร่าง รูปทรง ขึ้นมาเป็นถุง กลัง ช่องได้หลายวิธี ดังนั้น คุณสมบัติของกระดาษที่ทำมาจากเยื่อไม้ธรรมดา จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพมากขึ้น โดยการผึ่งหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่นๆและทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภท เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง กระดาษทนน้ำมัน เป็นต้น

3. ประเภทโลหะ(METALS) เช่น แผ่นเหล็กอาบดีบุก(TINPLATE) อลูมิเนียม โลหะผสม(ALLOY) อลูมิเนียมแผ่นเปลว(ALUMINIUM FOIL) ทองแดง(COPPER) ทองเหลือง(BRASS) ได้แก่ ภาชนะบรรจุในรูปของกระป๋อง ถังโลหะ เป็นต้น

โลหะมีคุณสมบัติแข็งแรง ทนทาน การเคลือบผิวภายในจะช่วยลดการสึกกร่อน ซึ่งเกิดจากปฏิกิริยาระหว่างโลหะกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ไม่มีการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซ แต่มีจุดอ่อนอยู่ตรงรอยต่อหรือฝา

4. ประเภทพลาสติก(PLASTICS) เป็นวัสดุจากการสังเคราะห์ของพวก POLYMERS ส่วนมากทำมาจาก PETROLEUM OIL

พลาสติกผลิตได้จากวัตถุดิบหลายแหล่ง เช่น ผลิตผลทางการเกษตร ได้แก่ CELLULOSE จากพืชใช้ผลิต CELLULOSE ACETATE หรือ CELLOPHANE ปีโตรเลียมและถ่าน

หินใช้ผลิต POLYETHYLENE POLYPROPYLENE หรือปีโตรเลียมและหินแร่ผลิต POLYVINYL เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CHLORIDE ,POLYVINYLIDENE CHLORIDE แต่ในวงการอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก ส่วนมากใช้ผลิตภัณฑ์จากปิโตรเลียม

ปัจจุบันความนิยมในการใช้พลาสติกเป็นวัสดุในการผลิตภาชนะบรรจุ หีบห่อในรูปต่างๆตลอดจนถึงประติษฐ์อื่นๆสำหรับใช้เป็นส่วนประกอบในการบรรจุผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งจัดเป็นประเภทได้หลายประเภท

โดยปกติแล้วได้มีการจัดแบ่งประเภทของพลาสติกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

### 1. ประเภท THERMOSETTING

พวกนี้สามารถให้ความร้อนแล้วพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปของหีบห่อได้เพียงครั้งเดียวเมื่อแข็งตัว แล้วไม่สามารถทำให้หลอมตัวด้วยความร้อนหรือพิมพ์ใหม่ได้ เช่น ภาชนะพลาสติกจำพวก ถ้วย ชาม ภาชนะเมลามีน

### 2. ประเภท THERMOPLASTIC

พวกนี้สามารถให้ความร้อนทำให้หลอมตัว แล้วพิมพ์ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายๆ ครั้งตามต้องการ เช่น ภาชนะพลาสติกของทัฟเพอร์แวร์ ถุงพลาสติกใสใสขนม ขวดน้ำโพลาริส ฯลฯ

## วิวัฒนาการบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยสำหรับอาหารว่างและอาหารแห้ง

ความจริงอาหารแห้งนี้เรามีกันมาแต่โบราณ เช่น การทำเนื้อเค็ม ข้าวตัง ท็อฟฟี่ เป็นต้น การใช้บรรจุภัณฑ์ได้เริ่มตั้งแต่การใช้พืช เช่น ใบบัว ใบตอง ต่อมาก็ถึงยุคของกระดาษ ที่นิยมกันมากก็คือ กระดาษหนังสือพิมพ์ ใช้พับถุงใส่อาหารอย่างแพร่หลาย ทั้งๆที่หมึกพิมพ์ที่อยู่บนกระดาษนั้นอาจติดกับอาหารที่บรรจุด้วยก็ได้ ต่อมาเมื่อราว ค.ศ.1960 เป็นต้นมา ก็เป็นยุคของพลาสติก ถุงพลาสติกต่างๆเข้ามามีบทบาทอย่างรวดเร็วและมากมายในรูปแบบสีลันต่างๆกัน เหตุที่ถุงพลาสติกได้รับความนิยมอย่างมากในการบรรจุหีบห่อ ก็คือน้ำหนักเบา สามารถยืดหยุ่นได้รักษารูปทรงอาหารให้คงเดิมได้ กันความชื้นได้ดีกว่ากระดาษ และสามารถพิมพ์สีลันต่างๆได้สวยงาม แต่ข้อเสียคือ สลายตัวยากซึ่งเป็นปัญหากับท่อระบายน้ำทั่วไป ปัจจุบันในตลาดเมืองไทยจะพบว่าร้อยละ 90 ต่างๆ ใช้พลาสติกเป็นภาชนะบรรจุ เช่น บะหมี่สำเร็จรูป ผงเครื่องเทศ มะพร้าวแห้ง อาหารว่าง เช่น ข้าวเกรียบกุ้ง ขนมปังกรอบ ชนิดต่างๆ ความรู้ของผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่า การใส่ถุงพลาสติกนั้นว่าสะอาดปลอดภัยแล้วแต่ในแง่ของวิชาการจะมีแนวคิดที่ต่างกัน เพราะจากการสำรวจพบว่า บรรดาผู้ผลิตอาหารแห้งเหล่านี้กว่าร้อยละ 50 ไม่มีความรู้ทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหารดีพอ อาหารบางชนิดอาจทำปฏิกิริยากับถุงพลาสติกที่บรรจุอยู่ การบรรจุที่ใช้ชนิดวัสดุภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้องหรือไม่ได้มาตรฐาน ก่อให้เกิดความหืนและเชื้อรา สีหมึกที่พิมพ์อยู่บนถุงอาจมีผลต่ออาหารที่บรรจุได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การผลิตอาหารแห้ง อาหารว่าง ของประเทศไทยจะมีผลิตภัณฑ์ที่ไว้ในได้ก็เฉพาะที่ผลิตจากโรงงานขนาดใหญ่ที่ได้มาตรฐานเท่านั้น อุตสาหกรรมในครัวเรือนย่อมจะไม่ค่อยสนใจต่อผลกระทบที่จะมีถึงผู้บริโภค เมื่อพูดถึงอาหารแห้งที่จะบรรจุด้วยขบวนการสุญญากาศหรืออัดก๊าซแล้ว ประเทศไทยยังล้าหลังกว่าประเทศข้างเคียง เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย มากพอสมควร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตไม่กล้าลงทุนใช้เครื่องบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ซึ่งเป็นผลให้ต้นทุนสินค้าสูง ราคาขายก็จะสูงไปด้วย แต่หากผู้บริโภคต้องการจริงๆ คิดว่าผู้ผลิตก็คงจะสามารถผลิตให้ได้ แต่ผู้บริโภคก็ต้องรับภาระในราคาสินค้าที่สูงขึ้น แลกกับการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย ซึ่งหากมองในเชิงการค้าระหว่างประเทศแล้ว การบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานย่อมส่งผลให้เกิดการส่งออกของผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี

**การบรรจุอาหารประเภทอาหารว่างและอาหารแห้ง  
บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารว่างหรืออาหารแห้งควรมีคุณสมบัติดังนี้**

1. ต้องป้องกันกลิ่นรสมิให้สูญหายได้
2. ต้องป้องกันการเกิดเหินได้
3. ต้องป้องกันการซึมผ่านของอากาศหรือความชื้นได้

**ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหารว่างอาหารแห้ง**  
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. Rigid Form เป็นหีบห่อชนิดที่ทำด้วยวัสดุของแข็ง มีความแข็งแรง รักษารูปทรงและป้องกันการกระแทกได้ดี
2. Semirigid Form เป็นหีบห่อที่ทำด้วยวัสดุแข็ง ยืดหยุ่นได้พอประมาณ ในการรับหรือบรรจุผลิตภัณฑ์
3. Flexible Form เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถยืดหยุ่นได้ตามรูปร่างผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ

Flexible Package วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันแพร่หลายที่สุดในทุกวันนี้ อาจกล่าวได้ว่าจัดอยู่ในกลุ่มของ Flexible Package ซึ่งทำจากพลาสติกนั่นเอง ในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบรรจุอาหารแห้งหรืออาหารว่าง มักจะใช้กรรมวิธีถนอมอาหารเป็นเกณฑ์ของการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ควบคู่ไปกับความเหมาะสมด้านอื่นๆ ในประเทศแถบยุโรป การบรรจุอาหารแห้ง เช่น กาแฟผง นมผง มักบรรจุด้วยขบวนการสุญญากาศหรือวิธีอัดอากาศเฉื่อย(ไนโตรเจน) ในอาหารที่บรรจุเพื่อยืดอายุการเก็บผลิตภัณฑ์ให้เก็บได้นานที่สุด การใช้วัสดุแผ่นพลาสติกติดแผ่นบางไม่

เหมาะสมที่จะบรรจุด้วยขบวนการสุญญากาศหรืออัดด้วยก๊าซเฉื่อย จำเป็นต้องเสริมโครงสร้างหีบห่อด้วยกระดาษแข็งหรือโลหะหรือพลาสติกแข็ง

Flexible Package Forms แบ่งออกเป็น 2 จำพวก

1. Patial enclosures การใช้มิได้มุ่งหวังที่จะหุ้มห่อหรือยึดถือผลิตภัณฑ์อย่างสมบูรณ์ เป็นการทำหน้าที่ในรูปของฉลากมากกว่า

2. Total enclosures ปิดผนึกห่อหุ้มอย่างมิดชิด

Wrappers-Waxed paper ใช้บรรจุหีบห่อ พวกเนย เนยเทียม อาหารพวกเนื้อสัตว์

Foil(tin) ใช้บรรจุพวกขนมปังกรอบ ช็อกโกแลต

Cellophane ใช้กันมากในปัจจุบัน ปกติจะเคลือบด้วยสารบางชนิด สามารถต้านทานการซึมผ่านของน้ำและอากาศได้ดี และสามารถผนึกได้ด้วยความร้อน ใช้กันแพร่หลายทั้งในอาหารสด แห้งและแม้กระทั่งอาหารประเภทไขมัน

Twist Wraps การผนึกผลิตภัณฑ์ด้วยการปิดหัวท้าย เช่น พวก ท็อฟฟี่

Folded Wraps บางทีเรียกว่า Parcel Wrap หรือ Envelop Wrap หรือ Bias Wrap เป็นหีบห่อแบบพับหัวท้าย ใช้กับขนมหวานจำพวกลูกกวาด ขนมปังกรอบชนิดต่างๆ

Sack,Bags,Pouches and envelop เป็นวัสดุทำจากกระดาษ พลาสติก หรือผ้าฝ้าย ดิบเป็นหีบห่อที่ได้ใช้มากับอาหารแห้ง จำพวก น้ำตาล ข้าวสาร เกลือ ฯลฯ พิล์มพลาสติกแบบนี้กำลังเป็นที่นิยมในการบรรจุภัณฑ์ซูด หรือมัดเป็นโหล เช่น นมกล่องที่กำลังขายดีในขณะนี้ จัดเป็น 6 กล่องต่อหนึ่งแพค การแกมผลิตภัณฑ์ก็มักใช้การรัดฟิล์มนี้หุ้มห่อรวมกันไปโดยอาศัยการหดตัวของพลาสติกเมื่อถูกความร้อน ในต่างประเทศนิยมใช้บรรจุจำพวก ไก่สด ไก่วง กันอย่างแพร่หลาย

## บทที่ 5

### การออกแบบบรรจุภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ส่วนใหญ่มีอยู่ 2 ประการอย่างกว้างๆคือ

1. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยต่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา
2. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ เช่น
  - ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
  - ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต
  - ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

### การออกแบบภาชนะบรรจุและฉลาก

การออกแบบลักษณะกราฟฟิกซึ่งมีปรากฏอยู่บนภาชนะ 3 มิติทุกรูปทรง ไม่ว่าภาชนะนั้นจะเป็นกล่อง ขวด หลอด หรืออย่างอื่นใดก็ตาม ย่อมแตกต่างไปจากการออกแบบงานกราฟฟิกโดยทั่วไป ซึ่งกระทำบนพื้นผิววัสดุที่มีเพียง 2 มิติ เป็นแผ่นแบนราบและอยู่ลำพังโดดเดี่ยว เช่น แผ่นภาพ แผ่นโปสเตอร์ เป็นต้น

สาเหตุที่กล่าวว่าการออกแบบรูปทรง 3 มิติแตกต่างไปจากการออกแบบบนพื้นผิว 2 มิติ ก็เพราะลักษณะการมองเห็นชิ้นงาน 2 มิติ เราจะเห็นเพียงพื้นผิวด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งอาจเป็นด้านหน้า หรือด้านหลังอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เมื่อเรามองชิ้นงาน 3 มิตินั้น เราจะเห็นพร้อมกันหลายด้าน ซึ่งอาจเป็นด้านหน้า ด้านบนพร้อมทั้งด้านข้างของรูปทรงนั้นเป็นต้น ยกตัวอย่างกล่องรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งมีผิวใช้งานอยู่ทั้งสิ้น 6 ด้านด้วยกัน เมื่อเรามองกล่องดังกล่าวนี้ เราอาจเฝ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มองเห็นเพียงด้านใดด้านหนึ่งหรืออาจมองเห็นด้านที่ประชิดกันอยู่นั้นพร้อมๆกัน 2 หรือ 3 ด้าน ทั้งนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะมุมมองในแต่ละกรณี ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ ในการออกแบบกล่องซึ่งเป็นรูปทรง ที่ประกอบขึ้นด้วยพื้นผิวหลายด้านต่อเนื่องกัน จึงจำเป็นต้องมีข้อควรสังเกตเป็นพิเศษว่า รายละเอียดทางกราฟฟิก ได้แก่ ภาพ สีและอักษร ที่ปรากฏอยู่บนแต่ละด้านนั้นจะต้องจัดวางไว้ใน ลักษณะที่มองเห็นพร้อมกันได้โดยไม่ขัดสายตาคือไม่ว่าจะมองด้านใดพร้อมกันกับด้านอื่นที่อยู่ประชิด กัน ทั้งนี้กระทำได้โดยออกแบบให้งานกราฟฟิกในแต่ละด้านมีลักษณะที่สัมพันธ์กัน สอดคล้องกัน กลมกลืนกัน ต่อเนื่องกัน หรือดูเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับด้านอื่นๆที่อยู่ใกล้เคียงกัน

การออกแบบลักษณะกราฟฟิกโดยทำงานแต่ละด้านแยกออกจากกันตามลำพัง ขาดความสัมพันธ์ที่แต่ละด้านใกล้เคียงควรมี เพื่อประกอบกันขึ้นเป็นรูปทรงอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น งานปฏิ มากรรม กรรมซึ่งผู้ชมสามารถชมได้โดยรอบ ภาชนะบรรจุและสลากโดยทั่วไปมิได้วางนิ่งอยู่คงที่ หากมีการเคลื่อนไหวทั้งโดยพนักงานของร้านค้าเมื่อจัดวางจำหน่ายและโดยผู้บริโภค ระหว่างการ พิจารณาเลือกซื้อและการใช้ ก็จะทำให้เกิดมุมมองหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงไปไม่มีที่สิ้นสุด ในการออก แบบจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ด้วยการออกแบบลักษณะกราฟฟิกซึ่งได้ ผลทั้งในแง่ความงามและในเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภค หลายข้อข้างต้นมีจุดมุ่งหมายที่จะให้เกิดผล ทางจิตวิทยา โดยใช้ภาชนะบรรจุและสลากเป็นสื่อทำการสื่อสาร นักออกแบบอยู่ในฐานะผู้ส่งสาร นักออกแบบจำเป็นต้องถ่ายทอดสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภค เข้าใจความหมายตรงตามเจตนาที่วางไว้ พร้อมทั้งให้เกิดการตอบสนอง ซึ่งในที่นี้ หมายถึงการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ จึงจะเรียกว่าเป็นการสื่อสารที่สัมพันธ์ผลตามความประสงค์การ ทำให้สำเร็จไม่ใช่ของง่ายจำเป็นต้องคำนึงถึงฐานะของผู้บริโภคโอกาส กาลเทศและสภาพแวดล้อม เป็นองค์ประกอบสำคัญในการพิจารณาออกแบบ

การปฏิบัติงานออกแบบเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นลูกค้าเป้าหมาย อายุ เพศ การศึกษา ฐานะ ประสบการณ์ อุปนิสัยและรสนิยมอันจะมีผลต่อทัศนคติและความรู้สึกที่จะมีต่อผลิตภัณฑ์และลักษณะภาชนะบรรจุ ตลอดจนจนถึงการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้น พร้อมกับจะศึกษาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่มีอยู่ใน ตลาด ลักษณะวางจำหน่าย ตลอดจนแนวทางการโฆษณา ฯลฯ เพื่อจะได้นำข้อมูลเหล่านั้นมา วิเคราะห์ และวางนโยบายได้ถูกต้องว่าควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงการตลาดอย่างไรดำเนินการออกแบบ เช่นใด กำหนดสาระสำคัญอันใดที่ควรสื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และจะแสดงออกได้ด้วยวิธีการ เช่น ใดจึงจะได้ผล เมื่อผ่านขั้นตอนการออกแบบแล้ว ควรจะมีการทดสอบและวิเคราะห์แบบเหล่านั้นว่ามีผลอย่างไรบ้างต่อกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าการดำเนินการทั้งสิ้น เพื่อ

ให้เป็นแบบภาชนะบรรจุและลักษณะกราฟฟิกทำหน้าที่ได้สำเร็จลุล่วงสมตามความประสงค์ที่ได้วาง เองสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไฉนนั้นจะต้ออาศัยการร่วมมือประสานกันเป็นอย่างดี ระหว่างผู้ชำนาญการในเรื่องการตลาด การออกแบบ และการวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค

การออกแบบลักษณะกราฟฟิคบนภาชนะบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟฟิค หมายถึง การกำหนดลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตลอดจนรายละเอียดทางกราฟฟิคของภาชนะบรรจุและสลาก ในอันที่จะส่งผลเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เกิดการตอบสนองซึ่งได้แก่ความสนใจ ความนิยม และการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นต้น นักออกแบบอาศัยการจัดองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ลวดลาย สัญลักษณ์ อักษรและสี ฯลฯ เพื่อให้เกิดผลสามารถสื่อความหมายตามที่ต้องการให้ผู้บริโภครับรู้

ในการออกแบบกราฟฟิคนั้น ควรดำเนินการไปพร้อมกัน และให้สัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์และรูปลักษณะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งก่อนเริ่มต้นออกแบบ ก็จำเป็นต้องศึกษา ค้นคว้าทำการสำรวจให้เข้าใจถึงปัจจัยและสภาพของการผลิต การจำหน่าย ว่ามีวัตถุประสงค์ตามหลัก 5W 2 H คือ WHY? WHO? WHEN? WHERE?

การออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวราบของวัสดุ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบติบูกหรือแผ่นอลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อน นำวัสดุต่างๆเหล่านี้ประกอบหรือแผ่นป้ายไปติดบนบรรจุภัณฑ์ ประเภทRIGID FIRMS ที่ขึ้นรูปเป็นภาชนะบรรจุแล้วแล้วหรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุรูปทรง 3 มิติ โดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

บทบาทและหน้าที่ของกราฟฟิคของบรรจุภัณฑ์

1. สร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต

กราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นสลาก ได้ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค แสดงออกถึงคุณงามความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟฟิคจะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ตลอดจนการสร้างความต้องการของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพ จนกระทั่งเกิดความศรัทธาเชื่อถือในผู้ผลิตในผลที่สุดด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดและประเภทของผลิตภัณฑ์

ใช้ลักษณะกราฟฟิคเพื่อสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยการใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาจอาศัยองค์ประกอบอื่นๆในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งจะสามารถสื่อให้เข้าใจความหมายได้ เช่นเดียวกับ

การใช้ภาพและข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไปและที่เห็นชัดก็เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและยาเป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางและอันใดคือยา ทั้งนี้โดยการสังเกตจากลักษณะกราฟฟิก เช่น ลักษณะอักษร หรือสีที่ใช้คงนํ้าออกแบบจัดไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น

### 3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ

ลักษณะรูปทรงและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภททั้งนี้เพราะกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับคู่แข่งในตลาดมีมาก ดังที่เห็นได้จากผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรงและโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยา ขงปิดผนึกและกล่องกระดาษเป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟฟิกจึงมีบทบาทมาก หน้าที่แสดงเอกลักษณ์หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัด ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตาและจดจำได้รวดเร็ว

### 4. การแสดงสรรพคุณและวิธีการใช้ของผลิตภัณฑ์

การให้ข่าวสาร ข้อมูล ส่วนผสมหรือส่วนประกอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติสรรพคุณวิธีการใช้อย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัยการออกแบบ การจัดวาง(LAY-OUT) ภาพประกอบ ข้อความสั้นๆ (SLOGAN) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรองคุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟฟิก เพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือน การสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็น "พนักงานขายเงียบ"(THE SILENT SALESMAN) ที่ทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้านั้นต่อผู้บริโภค

### 5. คงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดหรือในเครือผู้ผลิตเดียวกัน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกัน ให้คงรักษาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนเองเอาไว้ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยตลอด นอกจากจะทำให้การโฆษณาประทับใจ ปลุกฝังความทรงจำให้ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีแล้ว ยังส่งผลพลอยได้สำคัญติดตามมาอีกประการหนึ่งกล่าวคือเมื่อผู้บริโภคได้เลือกซื้อ ลองใช้เกิดความคุ้นเคยและความไว้วางใจในคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งของผู้ผลิตแล้ว ต่อมาเมื่อทำการผลิตและแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดโดยออกแบบถ่ายทอดเอาลักษณะเฉพาะของผู้ผลิตให้ให้เห็นในบรรจุภัณฑ์ใหม่ ผู้บริโภคก็จะจำได้และให้ความสนใจทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อเนื่องกันไปอีกทอดหนึ่ง เกิดผลดีระยะยาวต่อทั้งผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตเองทั้งนี้การรักษาเอกลักษณ์เฉพาะตนของผลิตภัณฑ์หรือของผู้ผลิตก็ดี ไม่จำเป็นต้องออกแบบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม้อนุญาตให้นำไปโฆษณาตามการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้คงเหมือนของเดิมสิ้นเชิงทุกครั้งไปเมื่อมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เพราะสามารถดัดแปลงสร้างสรรคงานใหม่ได้โดยการยึดความรู้สึกหรือบรรยากาศซึ่งเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตนของชุดผลิตภัณฑ์หรือของผู้ผลิตไว้

#### 6. เพิ่มความเด่นเมื่อเรียงจำหน่ายสินค้า

จากสภาพการจำหน่ายในปัจจุบัน สินค้าจะถูกเรียงบนหิ้งชั้นต่างในร้านค้า รอคอยผู้บริโภคโดยอาจไม่มีคอยบริการแนะนำ ภาชนะบรรจุและสลากต้องทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค หากนำลักษณะการวางเรียงสินค้าในที่จำหน่ายมาพิจารณาดูก็จะเห็นทอกลักษณะที่จะเพิ่มพลังความเด่นของสินค้าที่เรียงหน้าเป็นหมวดหมู่อยู่บนชั้นเหล่านี้ได้ ทั้งนี้โดยออกแบบลักษณะกราฟฟิคด้วยวิธีการต่างๆให้ภาชนะบรรจุ เช่น กล่อง ฯลฯ ซึ่งวางอยู่เคียงข้างกัน ช่วงเสริมกำลังความเด่นซึ่งกันและกัน เช่น ออกแบบให้ลวดลายบนกล่องหนึ่งสัมพันธ์หรือต่อเนื่องกับลวดลายบนกล่องอีกกล่องหนึ่งซึ่งวางอยู่เคียงข้าง เมื่อนำกล่องมาวางเรียงต่อกันจำนวนมาก ก็จะเห็นเด่นชัดเป็นลวดลายต่อเนื่องกันเป็นบริเวณกว้าง สามารถเรียกความสนใจจากผู้บริโภคได้ดี

#### 7. ให้ผลต่อเนื่องกับการโฆษณาแนะนำผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อมวลชน

การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดในปัจจุบัน จะนิยมทำโดยการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน ในหลายลักษณะ ไม่ว่าจะอาศัยสื่อใดก็ตาม จะพบว่า ภาชนะบรรจุและสลากมักจะเป็นตัวแสดงสำคัญในการแพร่ภาพโฆษณาแนะนำสินค้าเหล่านั้น ดังนั้นในการออกแบบภาชนะบรรจุและสลากจึงจำเป็นต้องพิจารณาให้มีลักษณะที่ใช้งานโฆษณาได้สะดวก จดจำง่ายและคุ้นเคยได้โดยรวดเร็ว เป็นสำคัญ ผลการวิจัยปรากฏว่า ภาพกราฟฟิคที่มีลักษณะตรงไปตรงมา ใช้ภาพชัดเจน มีองค์ประกอบในการออกแบบไม่ซับซ้อน มักจดจำได้ไม่ยาก โดยเมื่อผู้บริโภคได้รับรู้การโฆษณาแนะนำให้รู้จักผลิตภัณฑ์ใหม่ จากสื่อดังกล่าวข้างต้นเป็นอันดับแรกแล้ว อันดับต่อมาก็เป็นบทบาทหน้าที่ของภาชนะบรรจุและสลากเอง ที่จะต้องทำการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นให้สำเร็จ ณ ที่วางจำหน่าย จึงจะกล่าวได้ว่าเป็นการรับช่วงหน้าที่ต่อเนื่องกันตลอดทั้งกระบวนการโฆษณา ภาชนะบรรจุจะทำหน้าที่นี้ได้ผลในตลาดของการแข่งขันซึ่งมีผลิตภัณฑ์นานาชนิดให้เลือกอย่างมากมายในที่จำหน่าย ดังเช่นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ใช้งานเกี่ยวกับสุขอนามัยและผลิตภัณฑ์เคมีที่ใช้ในครัวเรือน ฯลฯ ซึ่งวางขายในร้านผู้บริโภคจะตัดสินใจเปรียบเทียบว่าผลิตภัณฑ์ใดจะมีคุณภาพดีหรือไม่ ผิดแผกจากกันประการใด และเมื่อตัดสินใจซื้อฉบับล้นก็ปรากฏแนวโน้มว่า จิตใต้สำนึกจะมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ โดยอาศัยการเปรียบเทียบลักษณะภาชนะบรรจุนั่นเอง เห็นอันใดดีกว่าก็พลอยมีผลให้คิดต่อเนื่องไปถึงผลิตภัณฑ์นั้นด้วยว่าจะมีคุณภาพเหนือคู่แข่งชั้น ดังนั้นภาชนะบรรจุและสลากจึงมีคุณค่าอย่างยิ่งยวดในเชิงโฆษณา สมควรที่จะพิจารณาให้ความสำคัญในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 8. เพิ่มประโยชน์และหน้าที่ใหม่ให้กับภาษาระบบบรรจุ

ถุงหิ้ว มีไว้ใช้สำหรับบรรจุรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อจากร้านค้า ในขณะที่เดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตร้านค้า ฯลฯ ไปด้วยแล้วแต่กรณี ถุงหิ้วมิได้จำกัดสถานที่ทำการโฆษณาไว้เพียงที่จุดจำหน่ายเท่านั้นแต่ขยายบริเวณกว้างขวางออกไปถึงตามถนนผ่านสถานที่ต่างๆ ผ่านสายตาผู้คนนับไม่ถ้วน ถุงหิ้วจึงทำหน้าที่เหมือนป้ายโฆษณาเคลื่อนที่อาศัยใช้ผู้บริโภคเป้นพนักงานพาไปในทำนองเดียวกับภาษาระบบบรรจุเครื่องสำอางซึ่งมิใช่ออกแบบไว้เพียงเพื่องานบรรจุเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงฐานะและรสนิยมของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องให้ดูมีราคา มีคุณค่า เป็นต้น ประโยชน์ใช้สอยในเชิงป้ายโฆษณา ดังกล่าวไว้ข้างต้น นี้สามารถทำให้เกิดขึ้นได้กับภาษาระบบบรรจุในลักษณะอื่นๆ มิได้มีข้อจำกัดใช้ไว้เพียงแต่ถุงเท่านั้น การหาโอกาสที่จะใช้นั้นต้องพิจารณาจากความเป็นไปได้เพียงใดในแต่ละสภาพสังคมด้วย การออกแบบกราฟฟิคให้แก่บรรจุภัณฑ์ มีหลักกว้างๆ ในการสื่อความหมาย ซึ่งมาจากสระในภาษาอังกฤษ คือ A E I O U

### A=Attractive

การสร้างจุดสนใจให้น่าสนใจความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้หันมาหาละเอียดต่างๆ วิธีการในการสร้างจุดสนใจมีดังนี้

-สีส้ม การให้สีที่สดหรือสีที่ตัดกันในวงจรร การเลือกใช้คู่สีที่ตรงกันข้ามในวงจรรสี เช่น เขียวกับแดง จะเห็นว่าอยู่ตรงข้ามกันในวงจรรสี

-การเลือกใช้ภาพประกอบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยภาพประกอบจะจำแนกได้เป็ๆ ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพจากเทคนิคการพิมพ์ ภาพสัญลักษณ์ สินค้าที่ต้องการความเข้าใจง่ายๆ หรือไม่เกี่ยวข้องกับภาพถ่ายที่ปรากฏ อาจใช้ภาพวาดและให้สีสวยๆ ที่เหมาะกับสินค้า ถ้าต้องการความแตกต่างกึ่งง่ายๆ สบายๆ จะใช้ภาพจากเทคนิคการพิมพ์ก็ได้ และถ้าหากต้องการจะตัดทอนรายละเอียดลง ก็อาจใช้รูปทรงเรขาคณิตแทนเพียงเพื่อให้เห็นว่าเป็นรูปร่างของอะไรเท่านั้น บางครั้งอาจมีการจัดองค์ประกอบที่แตกต่างจากองค์ประกอบทั่วไปที่เคยจดกันมา ได้แก่ การตะแคงตัวอักษรให้ทำมุมกับรูปภาพ หรือวางตัวอักษรรอบภาพ เป็นต้น มีบรรจุภัณฑ์หลายประเภทที่ไม่มีภาพประกอบแต่มีแค่ข้อความ สิ่งที่ทำให้สะดุดตาจึงมีเพียงการจัดองค์ประกอบเท่านั้น ส่วนประกอบสำคัญของบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย

1. โลโก้สินค้า หมายถึง สัญลักษณ์ที่ใช้แทนผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นโดยจะมีหรือไม่ก็แล้วแต่ผลิตภัณฑ์ โดยบางครั้งอาจใช้ชื่อแทนโลโก้ก็ได้

2. โลโก้ผู้ผลิต เป็นโลโก้ที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าเรียบร้อยแล้ว มักเป็นโลโก้ของบริษัทผู้ผลิตโดยจะต้องมีชื่อที่อยู่ครบตามกฎหมาย

3. ภาพประกอบเพื่อเพิ่มความเข้าใจในตัวสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1ภาพถ่าย-เป็นภาพประกอบที่ช่วยในการสร้างจินตนาการเกี่ยวกับตัวสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์โดยมากมักเป็นสินค้าประเภทอาหาร เพราะภาพถ่ายสามารถช่วยสร้างบรรยากาศต่างๆได้ดี

3.2ภาพวาด-เป็นภาพประกอบที่มักจะช่วยสร้างภาพพจน์ให้แก่ตัวสินค้าได้มาก โดยมีเทคนิคในการวาดที่แตกต่างกันไป

4. ข้อความบอกสรรพคุณ มีขนาดสั้นๆเป็นตัวอักษรที่เล็กรองลงมาจากรูปชื่อ หรือโลโก้ของผลิตภัณฑ์อาจมีหรือไม่มีก็ได้

5. ตรารับประกันคุณภาพ เช่น อักษร ออย.-ใช้เป็นตรารับประกันการตรวจสอบจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว ได้แก่ สินค้าประเภทอาหารและยา อักษรอมก.-ใช้เป็นตรารับประกันคุณภาพจากกระทรวงอุตสาหกรรมว่าเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานแล้ว ได้แก่ สินค้า วัสดุก่อสร้างที่ผลิตในประเทศไทย

6. ข้อความระบุคุณสมบัติ เป็นของความละเอียดปลีกย่อย สินค้าบางประเภทก็ถูกบังคับโดยทางราชการให้เขียนกำกับไว้ด้วย เช่น อาหารกระป๋อง จะต้องมีข้อความส่วนผสมระบุเอาไว้ด้วย สินค้าประเภทยา จะต้องมีชื่อตัวยาที่เป็นส่วนผสมไว้ข้างขวดเสมอตามกฎหมาย

7. จำนวนบรรจุ ในทางกฎหมาย จะต้องให้ผู้บริโภคทราบจำนวนบรรจุแน่ชัด โดยถ้าเป็นของเหลวจะมีหน่วยเป็นลูกบาศก์เซนติเมตรหรือซีซี. ถ้าเป็นของแข็งจะเป็นจำนวนกรัมหรือถ้าเป็นจำนวนที่นับได้แล้วมีการบรรจุรวมก็ต้องลงข้อความจำนวนบรรจุไว้ด้วยจะเห็นว่า การจัดองค์ประกอบจะเป็นเรื่องยุ่งยาก เพราะมีข้อมูลมากมาย หากขยายให้มีขนาดเท่าๆกัน จะทำให้แน่นและสิ้นกรอบทางบรรจุภัณฑ์อย่างแน่นอน อย่างไรก็ตามการจัดองค์ประกอบนั้นจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาดเสมอ

#### E=EMOTION

อารมณ์และความรู้สึกนั้นจะเป่ไปตามหลักจิตวิทยาในการสร้างสรรคองค์ประกอบในการออกแบบจำพอจะจำแนกได้เป็ฯ จังหวะ สีลา ได้แก่การใช้เส้นในรูปแบบต่างๆ เส้นโค้งก็จะอ่อนไหว เส้นตรง เส้นดิ่ง ก็จะมีมั่นคงแข็งแรงเด็ดเดี่ยว เลือกใช้ให้เหมาะสมกับตัวสินค้า เพื่อสื่อความรู้สึกได้ชัดเจน บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องทราบทันทีว่าภายในบรรจุสินค้าประเภทใด ในส่วนของตัวอักษรจะต้องเลือกแบบให้เหมาะสมกับอารมณ์และภาพลักษณ์ของสินค้า ภาพประกอบก็ควรจะใช้เทคนิคให้เหมาะสม เช่น สินค้าประเภทอาหาร ต้องใช้ภาพถ่ายอาหารที่ดูน่ารับประทาน ด้วยการซูมมุมมองเข้าไปให้ใกล้เพื่อให้ดูน่ารับประทานยิ่งขึ้น สีส้นก็มีส่วนสำคัญในการสร้างอารมณ์ให้แก่บรรจุภัณฑ์ ด้วยการจับคู่สีที่เหมาะสม เช่น ใช้สีสะอาดตากับสินค้าเด็กอ่อน ใช้สีตัดกัน เพื่อสร้างความสนุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนาน ก่อนเปิดไปพบกับของเล่นในกล่องหรือการใช้สีขี้ริ้มๆ เทา น้ำตาล ดำ กับสีน้ำตาลผู้ใหญ่หรือคนทำงาน

### I=IMAGE

หมายถึง ภาพพจน์ของตัวสินค้าเป็นส่วนที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ทันทีในระยะใกล้กว่าสินค้าในบรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าประเภทใด ซึ่งทำได้โดย

-สีฉ่ำ การเลือกสีฉ่ำให้เหมาะสมกับภาพพจน์ของสินค้า การต้องการหรูหราอาจใช้สี METALLIC หรือ บั้มทองเคให้เหมาะสมกับคุณค่าของสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์

-การเลือกแบบด้วยตัวอักษรให้ได้ภาพพจน์ของสินค้า เช่น การใช้อักษรแบบโรมันกับสินค้าที่เก่าแก่เคร่งขรึม น่าเกรงขาม

-ภาพประกอบ การเลือกใช้เทคนิคภาพประกอบเป็นการแสดงภาพพจน์ของตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี เช่น การเลือกใช้ภาพวาดกับงานที่ต้องการความสดใส ความเป็นธรรมชาติ บอกถึงรสนิยมทางด้านศิลปะ

-การจัดองค์ประกอบ เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพพจน์ ต้องการให้มีภาพพจน์แบบใดตามข้อมูลทางการตลาด การจัดองค์ประกอบสามารถช่วยได้

-วัฒนธรรมนิยม คือ การนำศิลปะและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องกับงาน แสดงภาพพจน์ตามวัฒนธรรมนั้นๆ เช่น กระบวนการใช้สีแบบไทยๆ สีเขียว สีแดง และสีทองที่มักใช้กันในโบสถ์ เป็นต้น

### O=Operation

หมายถึง การจัดระบบในการปฏิบัติงานออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ จะมีกระบวนการโดยสังเขปดังนี้

1. สรุปรูปข้อมูล ความต้องการและกลยุทธ์ทางการตลาดและจิตวิทยาตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
2. วิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลดิบที่ได้มาวิเคราะห์หาผลสรุปที่จะใช้ในงานออกแบบ รวมถึงการเลือกวัสดุและเทคนิควิธีการที่เหมาะสม
3. สังเคราะห์ข้อมูล จนได้เป็นแบบร่างหลายๆแบบ จากนั้นก็นำมาประชุมปรับปรุงแบบร่างแล้วทำหุ่นจำลองเพื่อทดลองดูการสื่อสารความหมาย เช็คว่าถูกต้องหรือไม่
4. การนำเสนอข้อสรุปในแบบร่างมาทำเป็นรูปแบบที่เข้าใจได้ชัดเจน เหมือนของจริงที่ปรากฏวาดเป็นภาพ Perspective
5. การทดสอบเพื่อเช็คความถูกต้องในด้านรูปแบบ ด้วยการทดสอบการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## U=Unity

หมายถึงความเป็นเอกภาพ ด้วยการออกแบบให้กับสินค้าของบริษัทเดียวกันหรือสินค้าชุดเดียวกัน อาจมี Corporate Identity ที่โลโก้ สี รูปแบบหรือตัวอักษร ฯลฯ เพื่อเป็นการตอกย้ำทางการตลาดและแสดงถึงความต่อเนื่องของงาน ดังนั้น เมื่อต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่เป็นจำนวนมากกว่า 1 ชิ้นใน 1 ชุด จำเป็นจะต้องมีความต่อเนื่องหรือซ้ำกันโดยเปลี่ยนแปลงเฉพาะส่วนซึ่งมักเป็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสี รูปร่าง การจัดองค์ประกอบที่ซ้ำกันโดยยึดหลักเดิมแต่เปลี่ยนที่ภาพประกอบกับสี

-ภาพประกอบอาจเป็นรูปที่เกี่ยวข้องกัน มีมุมมองเดียวกัน แต่ต่างกันที่ตัวสินค้าหรือบางครั้งก็เป็นรูปเดียวกันแต่สีต่างกัน

-สัญลักษณ์ มีสัญลักษณ์ที่เหมือนกัน เปลี่ยนแต่สีเท่านั้น

-สีสัน มักเป็นส่วนที่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดเพราะเห็นได้ชัดเจนที่สุด

ขั้นตอนการออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

### 1. กำหนดขอบเขตของปัญหา(Problem Identification)

เป็นขั้นตอนของการตั้งเกณฑ์และความต้องการของนักออกแบบเอง โดยทั่วไปมักเกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตของปัญหา ข้อเรียกร้อง ข้อจำกัด เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลในการนำเสนอ เช่น การประสานความคิดระหว่างนักออกแบบ ผู้ขาย ผู้ผลิต โดยร่วมกันปรึกษา เพื่อกำหนดขอบเขตให้แคบเข้าเพื่อหาข้อสรุปเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ

-รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคบริโภค

-แนวโน้มทางการตลาด ฯลฯ

-พื้นฐานทางเทคนิค ฯลฯ ซึ่งผลและข้อสรุปที่ได้จะเป็นข้อมูลสำหรับวางแผนการ

ออกแบบในขั้นต่อไป

### 2. การเสนอแนวความคิดเบื้องต้น(Preliminary Ideas)

เป็นการลำดับความคิดออกมาหลายๆแบบ ด้วยการร่างภาพอย่างหยาบๆ(Rough Sketches) โดยอาศัยข้อมูลที่สรุปได้จากข้อ 1 เพื่อให้ได้แนวคิดและจินตภาพ ที่สัมพันธ์กับโครงสร้างของผลิตภัณฑ์และภาชนะบรรจุออกมาหลายๆแบบ ซึ่งอาจร่างภาพได้ทั้งรูปด้านและรูปทัศนียภาพ ในมุมมองต่างๆโดยมีการกำหนดรูปร่าง รูปทรง สีสัน การจัดวางตำแหน่งของข้อความ ภาพประกอบและอื่นๆไว้อย่างคร่าวๆ เพื่อศึกษาถึงการใช้นาตาการแบ่งสัดส่วนบนพื้นที่ของบรรจุภัณฑ์อย่างไรจึงจะเหมาะสม และให้ผลต่อการมอง ในแต่ละรูปแบบอย่างไรบ้างนี่ก็เพื่อจะได้เลือกแบบที่ดีที่สุดไว้พัฒนาในลำดับต่อไป

### 3. การพัฒนาและการแก้ไขแบบ(Design Refinement)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นขั้นตอนการนำแบบร่างมาพัฒนาารูปแบบ มีการขยายรายละเอียดส่วนประกอบย่อยต่างๆให้เห็นชัดกำหนดขนาดสัดส่วน สี ลวดลาย และภาพประกอบ มีการจัดวางตำแหน่งและแสดงรูปลักษณะ(LAY-GRAPHIC)ให้ใกล้เคียงกับแบบเหมือนจริง(RENDERING) มากที่สุด เพื่อนำเสนอให้เกิดการยอมรับ หรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้เป็นไปตามลักษณะที่ผู้ผลิตและทีมงานต้องการ

#### 4. การวิเคราะห์ผลงานออกแบบ(Design Analysis)

ผลงานออกแบบที่ปรากฏบนแผ่นกระดาษ อาจจะเป็นที่พึงพอใจของทุกฝ่าย แต่อย่างไรก็ตาม งานออกแบบ 2 มิตินี้ก็ยังไม่ถือว่าสมบูรณ์ เพราะต้องจัดทำเป็นบรรจุภัณฑ์จำลอง 3 มิติ เท้าของจริง(Prototype) เสียก่อน เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนการตัดสินใจนำไปสร้างเป็นแบบจริง เช่น การทดสอบการจัดวาง การตั้ง การมองในทิศทางต่างๆ ความชัดเจนของการอ่านตามสภาพของแสงสีระดับต่างๆ รวมทั้งการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้น และการทดสอบความคิดเห็น ความรู้สึกที่มาต่อแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

#### 5. การสร้างต้นแบบเพื่อการพิมพ์(Mechanical Or Art-Work)

เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้ออกแบบต้องจัดเตรียมต้นฉบับที่สมบูรณ์ด้วยการเขียนแบบและจัดวางองค์ประกอบต่างๆ เช่น ลวดลาย ข้อความและภาพประกอบ การกำหนดสีตัวอย่าง ตลอดจนคำสั่งต่างๆที่ใช้ติดต่อสื่อสารความเข้าใจกันระหว่างผู้ออกแบบและช่างเทคนิคทางการพิมพ์ เพื่อให้ได้ผลพิเศษตามที่ต้องการ เป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์สามารถนำไปถ่ายเป็นฟิล์มโบรไมด์(BROMIDE) แยกสี ทำเพลทแม่พิมพ์ได้สวยงามและคมชัด

#### 6. การผลิต(Production)

ในขั้นการผลิตจริงนี้ ส่วนใหญ่เป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายโรงงาน ที่ต้องผลิตออกมาให้ตรงตามที่นักออกแบบกำหนดไว้ แต่ถึงอย่างไรผู้ออกแบบก็ต้องคอยติดตามดูผลงานที่สำเร็จออกมาจริง โดยทั่วไปแล้วฝ่ายโรงพิมพ์จะผลิตผลงานออกมาจำนวนหนึ่งก่อน เพื่อให้ผู้ออกแบบได้ตรวจสอบครั้งสุดท้าย(Proof) ก่อนการผลิตออกมาจำนวนมากๆ ผู้ออกแบบจะได้สามารถตรวจสอบคุณภาพของผลผลิต เช่น ความชัดเจน คุณค่าของสี ความประณีตและคุณภาพการพิมพ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน หรือความต้องการ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้เช่น การแก้ไขให้เข้มหรืออ่อนลง การลดเปอร์เซ็นต์ของสี เป็นต้น ส่วนการแก้ไขเพลทแม่พิมพ์ใหม่ เพื่อเพิ่มหรือลดนั้นมักไม่กระทำกัน เพราะนั่นหมายถึงต้นทุนการผลิตจะเพิ่มสูงขึ้นด้วยและยังหมายถึงการขาดประสิทธิภาพในขบวนการออกแบบอีกด้วย

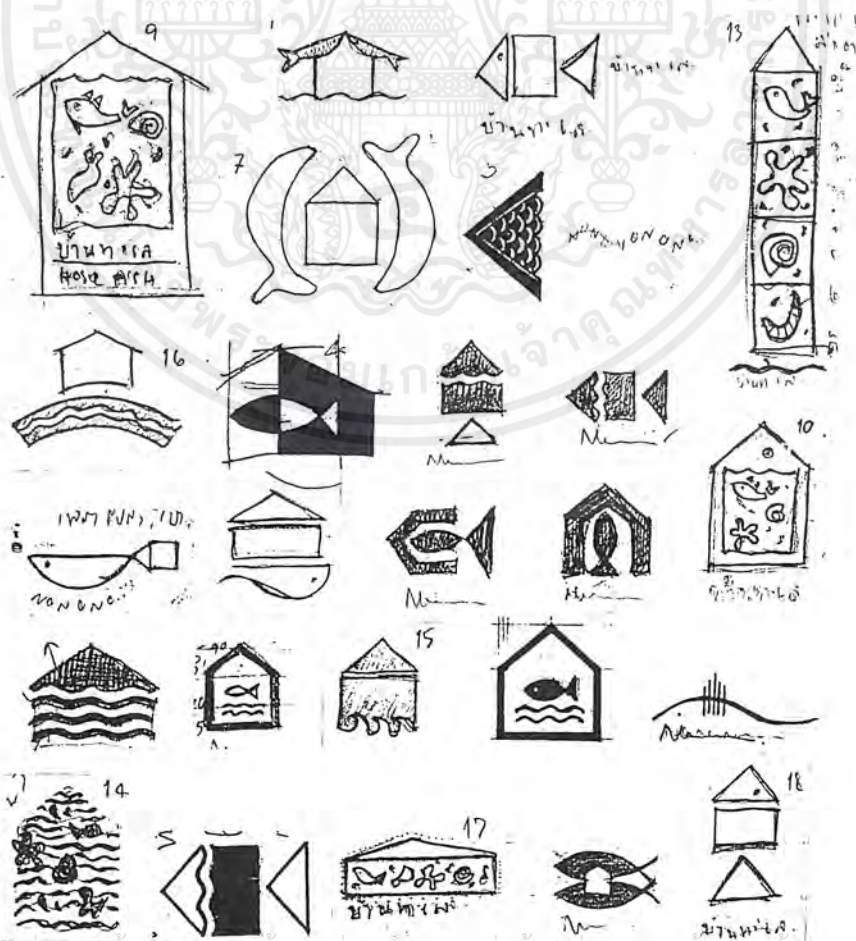
## บทที่ 6

### การสร้างสรรค์ผลงาน

#### เสนอแบบร่างครั้งที่ 1

##### 1. โลโก้

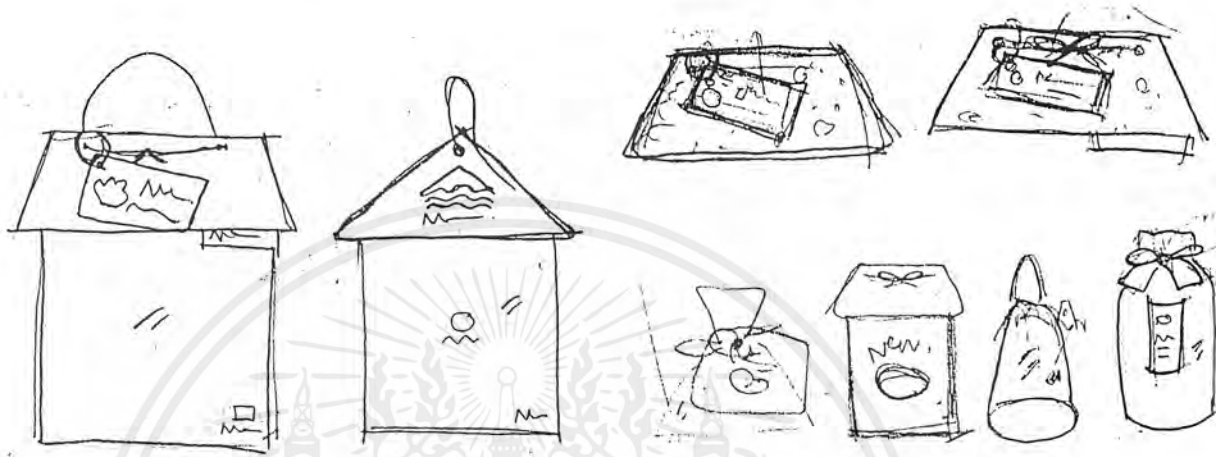
นำสิ่ง 3 สิ่งมารวมเป็นเรื่องเดียวกัน คือ นำส่วนของหลังคาบ้าน เพื่อแสดงความเป็นบ้าน , ส่วนของตัวปลาเพื่อสื่อถึงสัตว์น้ำ และส่วนของตัวคลื่นเพื่อสื่อถึงความเป็นทะเล โดยนำสิ่งทั้ง 3 สิ่งมาประกอบเข้าด้วยกัน โดยนำตัวปลามาจัดวางไว้บนหลังคา และทำตัวคลื่นให้เป็นลักษณะของตัวบ้านเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ , เป็นที่จดจำ และสามารถบ่งบอกถึงประเภทของกิจการได้



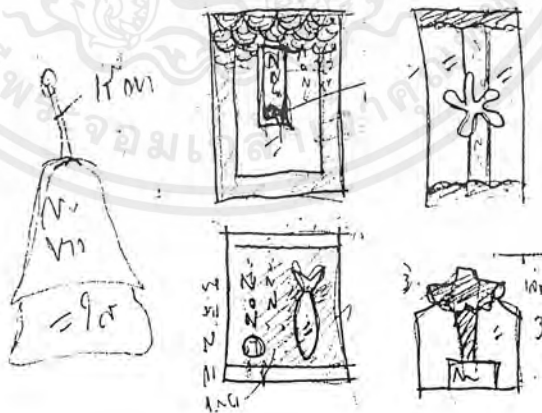
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. บรรจุภัณฑ์ ขนาด 250 กรัม

Concept 1 : เป็นการโชว์ให้เห็นสินค้า โดยนำส่วนของหลังคา สัตว์น้ำ ตัวคลื่น มาประกอบใช้เข้าด้วยกัน เพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์



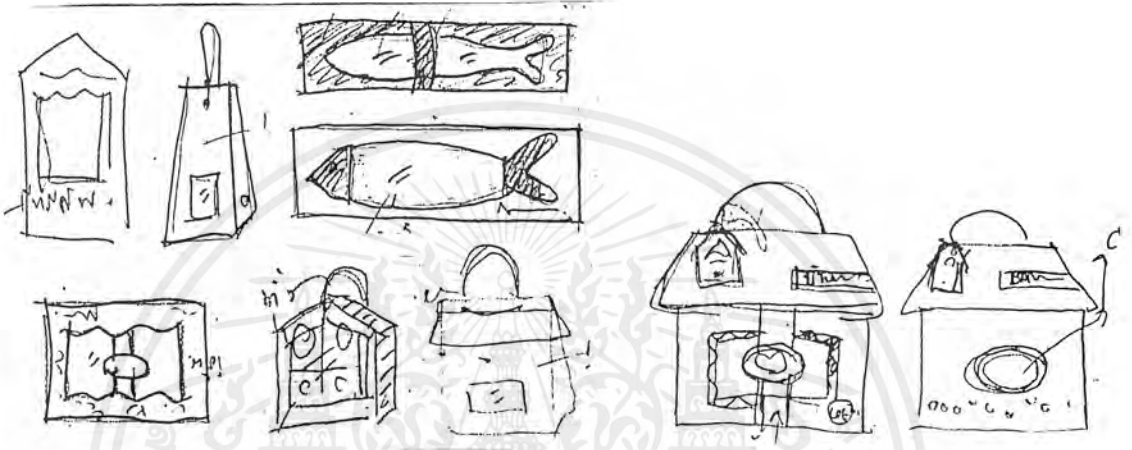
Concept 2 : มีการโชว์ให้เห็นสินค้าบ้างเล็กน้อย โดยนำส่วนของตัวคลื่น สัตว์น้ำ มาประกอบใช้เข้าด้วยกัน



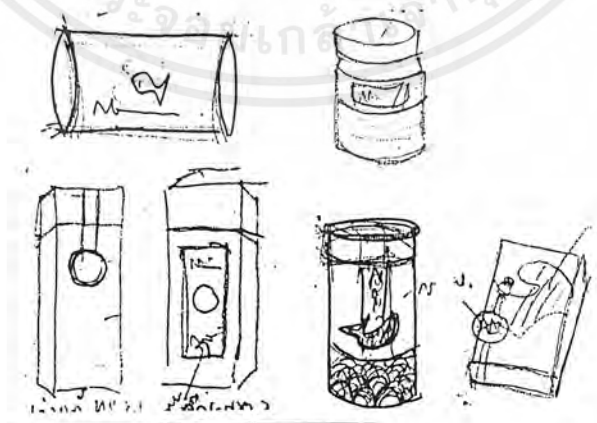
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. บรรจุภัณฑ์ ขนาด 550 กรัม

Concept 1 : เป็นการโชว์ให้เห็นสินค้าบ้างเล็กน้อย โดยการเจาะให้เห็นสินค้าข้างใน การออกแบบทำการออกแบบให้เป็นตัวบ้าน เพื่อความเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำ และเพื่อให้เข้ากับชื่อร้าน



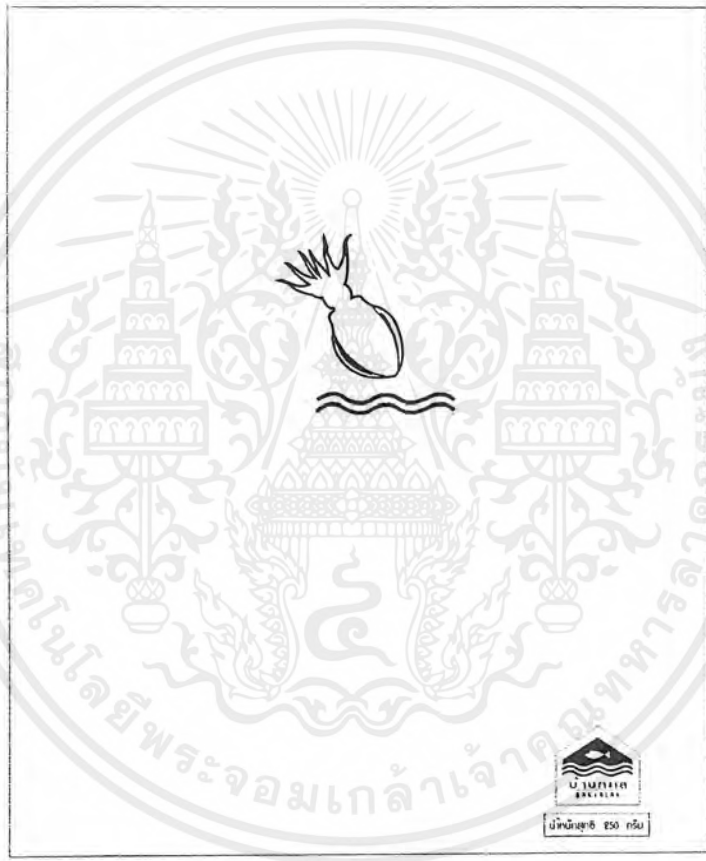
Concept 2 : ไม่มีการโชว์สินค้า โดยนำส่วนของตัวคลื่น สัตว์น้ำ มาประกอบใช้เข้าด้วยกัน



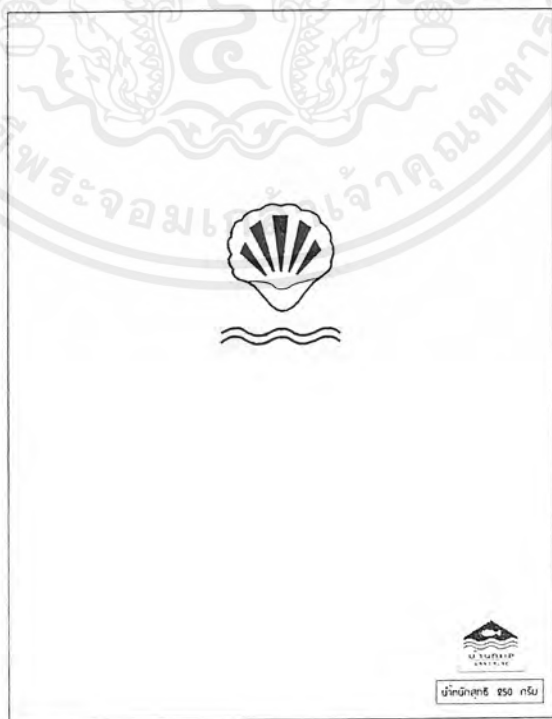
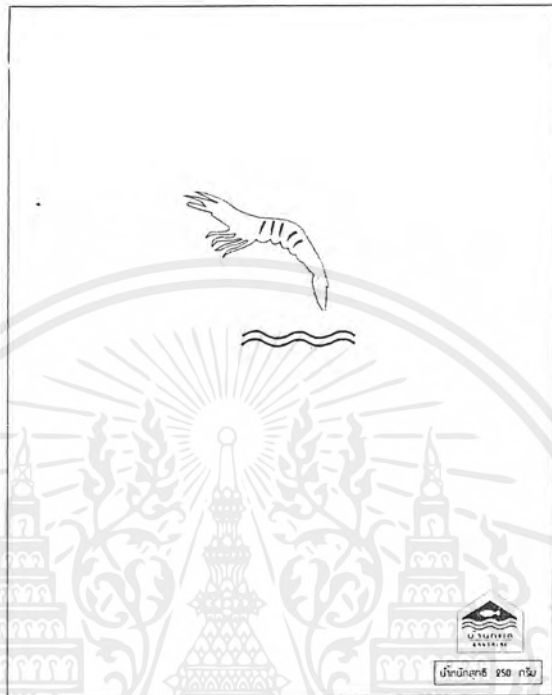
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. บรรจุภัณฑ์ สำหรับซังกิไล

จะบรรจุอยู่ในถุงพลาสติกใส โดยนำสัตรน้ำ ตัวคลื่น มาประกอบให้เข้าด้วยกัน และมีโลโก้กำกับไว้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



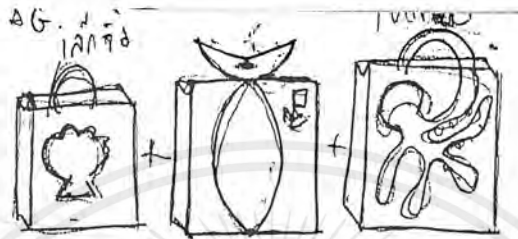
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ถุงหิ้ว มี 3 ขนาด

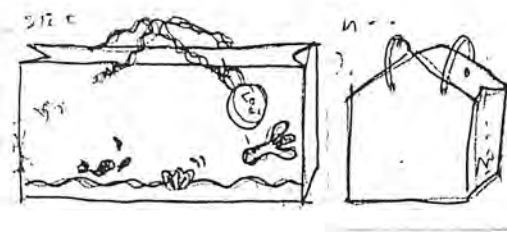
Concept 1 : นำเอาลักษณะของสัตว์น้ำมาประกอบใช้ โดยแบ่งขนาดถุงตามขนาดของสัตว์น้ำ คือ สัตว์น้ำที่มีขนาดเล็กก็เป็นถุงเล็ก สัตว์น้ำที่มีขนาดใหญ่ก็เป็นถุงใหญ่



Concept 2 : นำเอาลักษณะของอุปกรณ์การจับสัตว์น้ำมาใช้ โดยมีการจัดวางให้อุปกรณ์การจับสัตว์น้ำเลื่อนขึ้นไปเรื่อยๆของแต่ละถุง คือ ถุงขนาดเล็กอุปกรณ์การจับสัตว์น้ำก็อยู่ล่างสุด ถุงขนาดกลางก็เลื่อนขึ้นไปมาอีก จนถึงขนาดใหญ่จะเป็นเบ็ดตกปลาทำเป็นให้หูหิ้วเชื่อมต่อกับเบ็ด



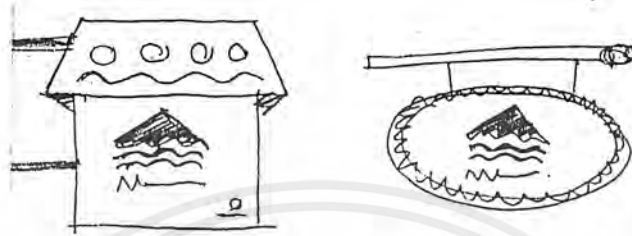
Concept 3 : นำลักษณะของบ้าน โลโก้ มาประกอบใช้ โดยทำตัวถุงให้เป็นรูปบ้าน เพื่อความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่จดจำ



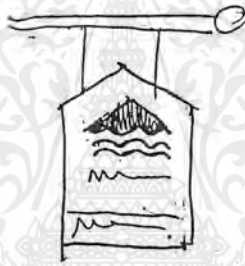
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ป้ายร้าน

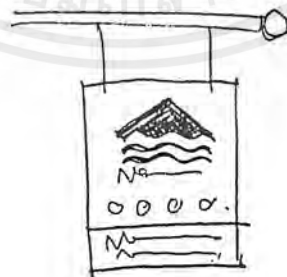
Concept 1 : ทำป้ายให้เป็นตัวบ้านแบบ 3 มิติ เพื่อความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่จดจำต่อผู้บริโภค



Concept 2 : ทำเป็นลักษณะบ้านแบบแบน โดยนำโลโก้ ตัวคลื่น สัตว์น้ำมาใช้



Concept 3 : ทำให้มีลักษณะเรียบง่าย คือ เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมธรรมดา แต่นำโลโก้ ตัวคลื่น สัตว์น้ำต่างๆ มาประกอบใช้เข้าด้วยกันเพื่อให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

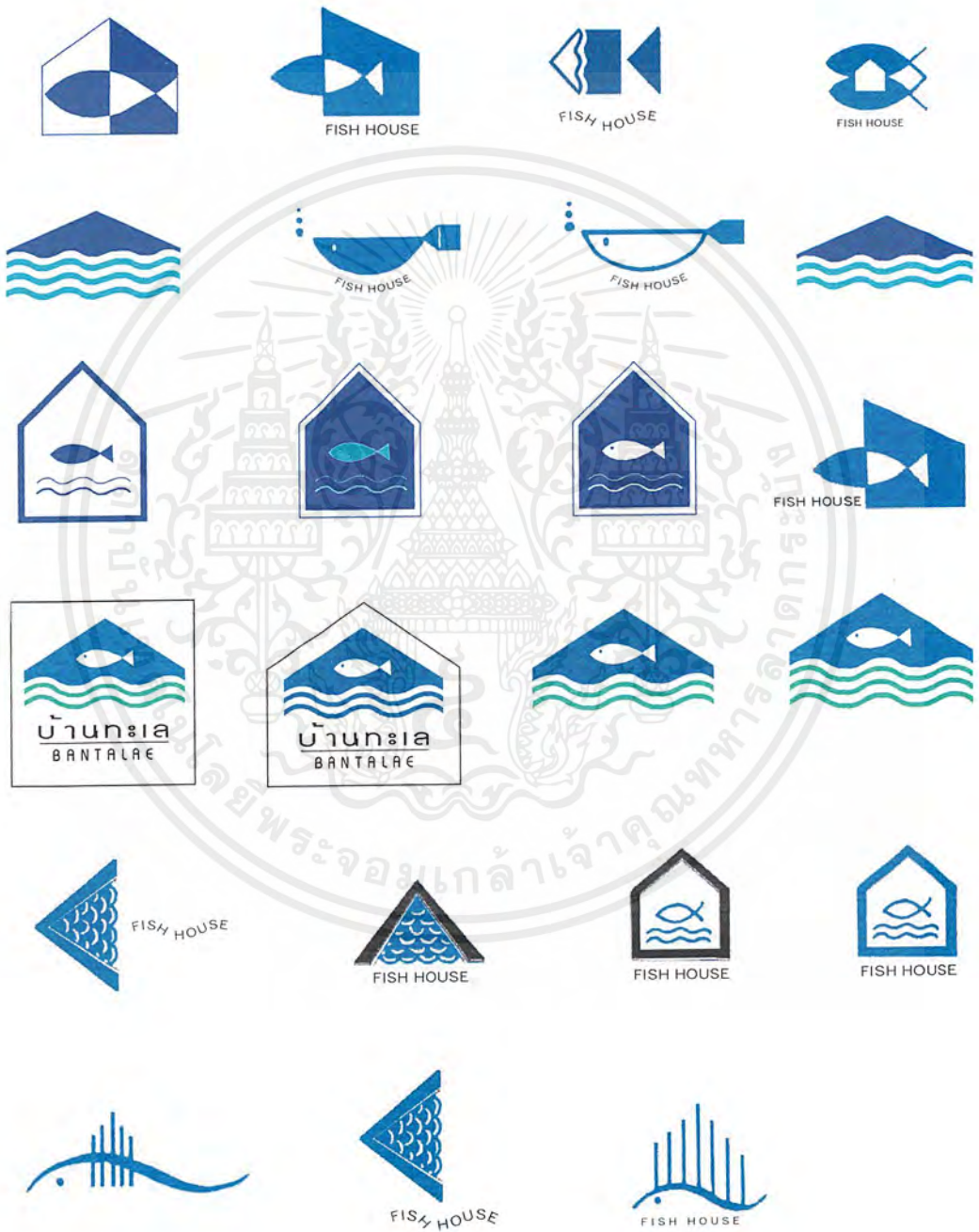


- สีที่ใช้ในการออกแบบ มีสีหลักอยู่ 3 สี คือ ขาว ฟ้ำ น้ำเงิน เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศความเป็นทะเล แต่ก็มีการใช้สีอื่นบ้างเพื่อความแตกต่างของแต่ละประเภทสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## เสนอแบบร่างครั้งที่ 2

### 1. โลโก้



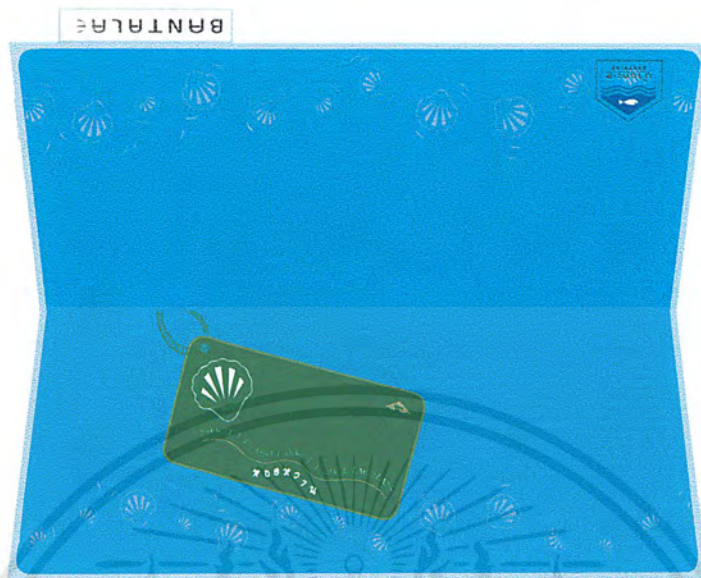
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. บรรจุภัณฑ์ ขนาด 250 กรัม

เป็นการโชว์ให้เห็นสินค้า ( Concept 1 ) เพราะมีสินค้าจำนวนน้อย โดยนำส่วนของหลังคาบ้าน(เพื่อให้เข้ากับโลโก้ ชื่อร้าน ) , ลวดน้ำ , ตัวคลื่น มาประกอบใช้เข้าด้วยกันเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ โดยออกแบบให้ชื่อของสินค้าทำดเป็นเหมือนป้ายห้อยลงมาเหมือนมีป้ายแขวนอยู่ และมีเชือกผูกไว้สามารถหิ้วได้เพื่อที่เวลาที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าจำนวนน้อยๆจะได้หิ้วไปได้เลยไม่ต้องบรรจุลงถุงหิ้ว เพื่อเป็นการประหยัดถุงหิ้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บ้านทะเล

บ้านทะเล

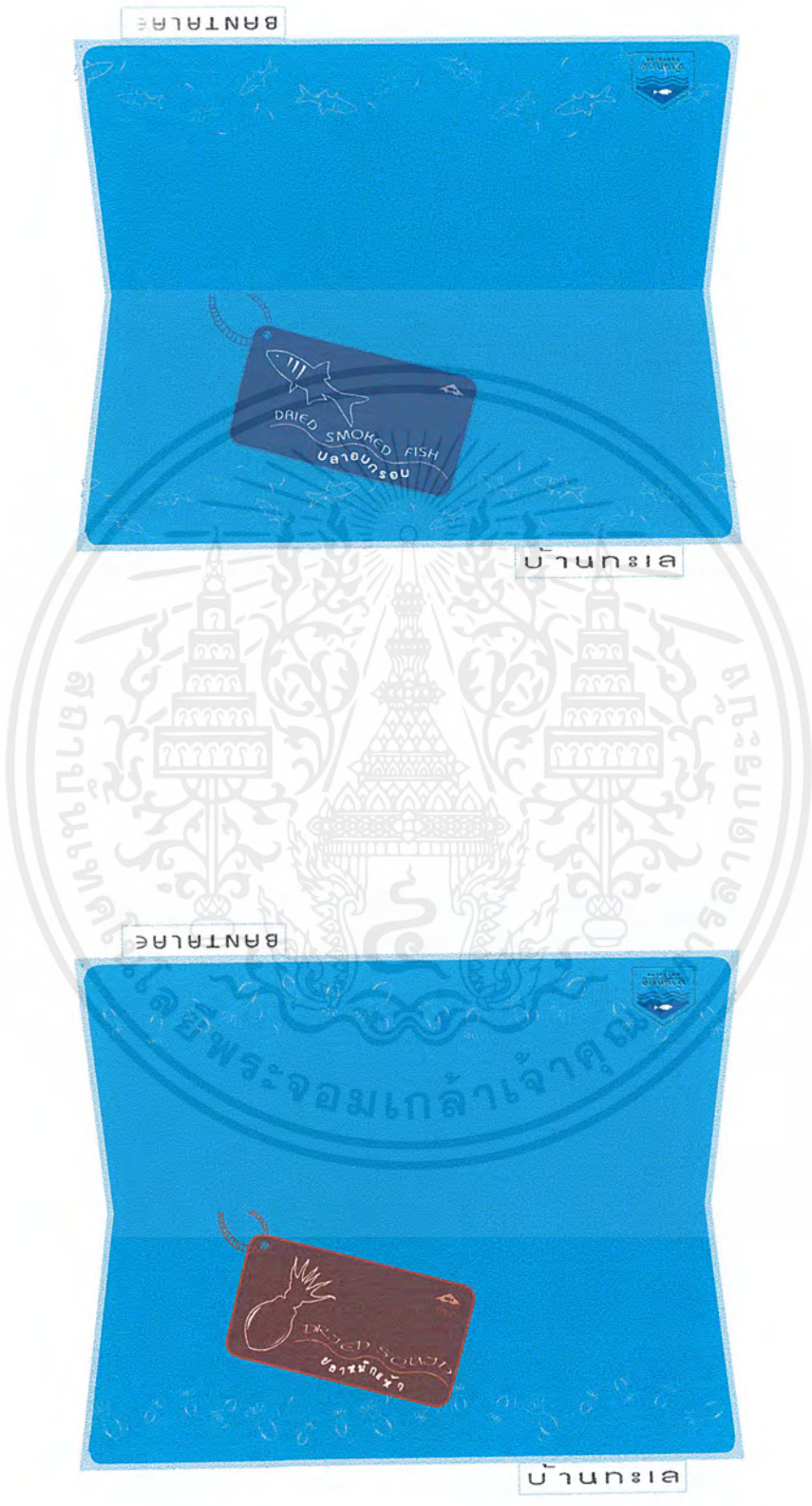


บ้านทะเล



บ้านทะเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์ ขนาด 250 กรัม  
ส่วนหน้า



บ้านทะเล

ส่วนหลัง



BANTALAE

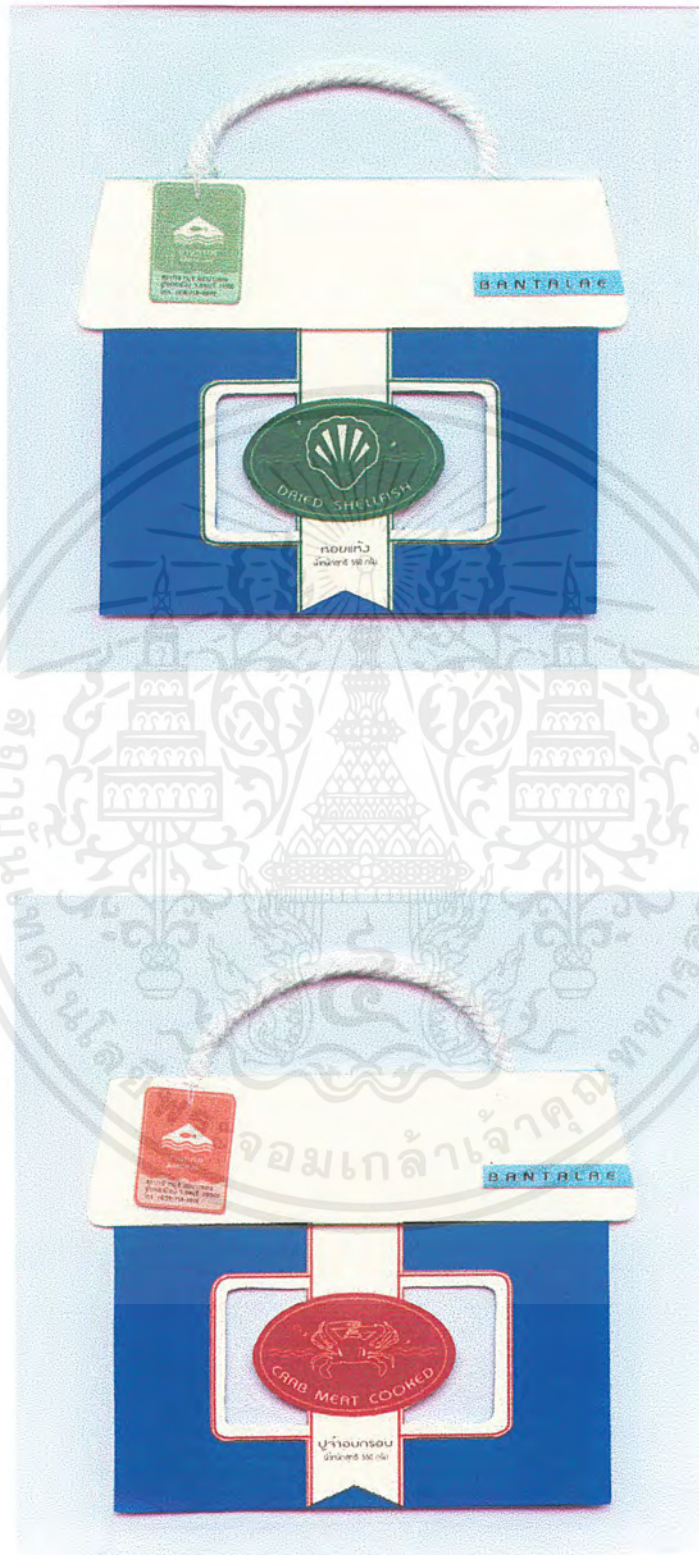
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. บรรจุภัณฑ์ ขนาด 550 กรัม

โซวีให้เห็นสินค้าบ้างเล็กน้อย ( Concept 1 ) สินค้าบรรจุอยู่ในกล่องเพราะมีจำนวนไม่น้อย โดยออกแบบให้มีหูหิ้วด้วยซึ่งหูหิ้วสามารถถอดได้และแพ็คไว้ได้อย่างเดิมได้ ส่วนการออกแบบตัวกล่องได้ทำการออกแบบให้เป็นตัวบ้าน เพื่อความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยึดจำ ส่วนตัวบ้านทำเป็นเหมือนหน้าต่างโดยเจาะให้เห็นสินค้าข้างใน และมีรูปสัตว์น้ำ , กระเชือกของน้ำ( เพื่อแสดงถึงความสด ) , คลื่น มาประกอบใช้เข้าด้วยกันเพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้าอะไร ส่วนในส่วนของหลังคาออกแบบให้ดูเรียบง่ายโดยมีแต่ชื่อร้านกำกับไว้และมีนามบัตรห้อยอยู่เพื่อสะดวกในการติดต่อ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์ ขนาด 550 กรัม  
ส่วนหน้า



ส่วนหลัง - ด้านข้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์ ขนาด 550 กรัม  
ส่วนของซี้อฉลาดกินค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นามบัตรที่แขวนไว้กับหูหิ้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. บรรจุก้นท์ สำหรับซังกิโด



5. ถุงหิ้ว

นำเอาลักษณะสัตว์น้ำมาใช้ (Concept 1) โดยนำเอาสัตว์น้ำ, คลื่น โดยแบ่งขนาด ถุงตามขนาดของสัตว์น้ำ คือ สัตว์น้ำที่มีขนาดเล็กก็เป็นถุงเล็ก สัตว์น้ำที่มีขนาดใหญ่ก็เป็นถุงใหญ่ได้ไปเรื่อยๆ ในส่วนของหูหิ้วแขวนห้อยลงมาเพื่อให้เข้าเซ็ทกันกับบรรจุก้นท์ตัวอื่นๆ และเพื่อสะดวกในการติดต่อกัน



- นามบัตรที่แขวนไว้กับหูหิ้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. ป้ายร้าน

ทำให้มีลักษณะเรียบง่าย (Concept 3) โดยออกแบบให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมธรรมดา นำโลโก้, สัตว์น้ำต่างๆ, คลื่น มาประกอบให้เข้าด้วยกันเพื่อให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

## ผลงานชิ้นสุดท้าย

โลโก้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ ขนาด 250 กรัม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ ขนาด 550 กรัม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรจุมัณฑ์ สำหรับซังกิโด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ถุงหิ้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ป้ายร้าน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลงานรวม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์พบว่า มีสิ่งต่างๆที่ต้องคำนึงถึงมากมายในการออกแบบ เช่น สามารถสื่อให้เห็นถึงความเป็นทะเล , ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานจริง , วัสดุที่นำไปใช้ และต้นทุนการผลิต ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นเงื่อนไขที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบทั้งสิ้น การทำงานภายใต้ข้อจำกัดเหล่านี้ย่อมมีอุปสรรคตามมาอย่างแน่นอน แต่ปัญหาทุกอย่างย่อมสามารถแก้ไขได้ หากอาศัยสติปัญญาและความเพียรพยายาม

### ข้อเสนอแนะ

1. โลโก้ที่ออกแบบยังไม่ค่อยสื่อถึงว่าร้านนี้เป็นร้านที่ขายอาหารทะเล เพราะยังสื่อไม่ชัดว่าเป็นร้านที่ขายอาหาร
2. บรรจุภัณฑ์มีความเป็นสากลมากขึ้น และมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือถึงคุณภาพและความสะอาดของผลิตภัณฑ์ภายใน
3. บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ต่างจากสินค้าอื่นและเป็นที่ยึดจำแก่ผู้บริโภค
4. การออกแบบป้ายร้านดูเรียบง่ายเกินไป ดูแล้วยังไม่ค่อยมีเอกลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

มีทนา แสงจินดาวงษ์. จุลชีววิทยาของผลิตภัณฑ์ประมง : ภาควิชาผลิตภัณฑ์ประมง

อัจฉรา พุ่มฉัตร. การควบคุมอาหารและการผลิตอาหาร : กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 2535

ประชิด ทิถบุตร. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2531

ชมรมเด็ก. พิภพกล่องของขวัญ. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น

ม.ป.ม. ห่อกล่องให้สวย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์หมึกจีน