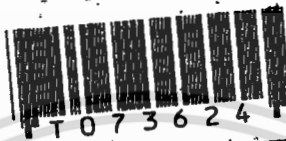


สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR BAN LAM BUA AT SUPANBURI



วิวัตรชัย สัจจารียกุล

VIWATCHAI SATJARIYAKUL

๗
๑๗๔๔๗
๒๕๕๐

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

73624

26 ก.ค. 2550

b. 11801642
i.

สารบัญนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

พ.ศ. 2550

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR BAN LAM BUA AT SUPANBURI



A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF

MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสารนิพนธ์	การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
นักศึกษา	นายวิวัตรชัย สัจจาริยกุล
รหัสประจำตัว	47065354
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2550
อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์	รศ.สถาพร คิบุญมี ณ ชุมแพ

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ได้แก่ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในร้านจำหน่ายของฝาก จังหวัดสุพรรณบุรี ในรอบ 2 สัปดาห์ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตและจำหน่ายกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี แบบประเมินผลงานการออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์ ประเมินความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ขนมกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน

Thematic Paper Title	Study and Development of Packaging for Ban Lam Bua at Supanburi
Student	Mr. Viwatchai Satjariyakul
Student ID.	47065354
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Year	2007
Thematic Paper Advisor	Associate Professor Sataporn D. Na - Chumphae

ABSTRACT

The purpose of this study were to study and development of packaging for Ban Lam Bua at Supanburi and to study the customer's satisfaction in the developed packaging.

The samples of this study were 30 customers or tourists who visited and bought the products from Supanburi souvenir shop in particular two weeks Questionnaire has been utilized as the major tool of this study. The data were collected through on the questionnaire on manufacturer/seller and customer's satisfaction. The questionnaire was designed by the specialist academics, to covers all the basic necessities that would effect the consumer's sastisfaction on the design of the packaging for Ban Lam Bua at Supanburi

The study can be concluded that the design evaluation from professor selected package design alternative 3 and the target groups were high satisfaction at 0.05 significant level and satisfy the package design at high level in every ways.

กิตติกรรมประกาศ

สารานิพนธ์การศึกษาและพัฒนาบรรพบุรุษชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยจึงขอประกาศเกียรติคุณต่อบุคคล และสถาบันตามลำดับดังนี้

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับ รองศาสตราจารย์ สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ ที่ปรึกษาสารานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สารินุตร และรองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์ กรรมการสอบสารานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะ จนในที่สุดทำให้สารานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่สละเวลาในการประเมินงานวิจัยและให้คำแนะนำ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างสูงต่องานวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคุณล้าควน อภิเดช หัวหน้ากลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ และให้การสนับสนุนในการทำการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่สาว และน้องสาว ที่เป็นแรงผลักดัน เป็นกำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากสารานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นแนวทางเพื่อการศึกษาและประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป ให้มีคุณภาพและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไป

วิวิตรชัย สัจจาริยกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	VI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว.....	7
2.2 บรรจุภัณฑ์.....	8
2.3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมของต่างประเทศ.....	14
2.4 หลักการออกแบบ.....	23
2.5 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	24
2.6 ภาพประกอบ.....	33
2.7 การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์.....	38
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
3.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์.....	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4.1 ผลสรุปแบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตและจำหน่ายกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี.....	52
4.2 ผลสรุปแบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทาง ด้านบรรจุภัณฑ์.....	54
4.3 ผลสรุปแบบแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี.....	58
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะวิจัย	63
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	63
5.2 อภิปรายผล.....	67
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	68
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก	72
ก. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	73
ข. ผลการประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	82
ค. แบบร่างบรรจุภัณฑ์.....	86
ง. ภาพถ่าย.....	102
จ. หนังสือราชการ.....	106
ประวัติผู้เขียน.....	117

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุกัญชาขนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี.....	56
4.2 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	56
4.3 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความพึงพอใจ.....	60
4.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบรรจุกัญชาขนม กลุ่มชนมหวาน บ้านลำบัวฯ เพื่อการศึกษาเปรียบเทียบตามเกณฑ์ความพึงพอใจในระดับมาก 3.50 (N=30)	62
ข 1 แสดงผลการหาคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ.....	85

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Glico Pocky ของประเทศญี่ปุ่น.....	14
2.2 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมของฝัก ของประเทศญี่ปุ่น.....	15
2.3 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Almond Board ของประเทศญี่ปุ่น.....	15
2.4 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Meiji Galbo ของประเทศญี่ปุ่น.....	16
2.5 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Fujiya Look ของประเทศญี่ปุ่น.....	16
2.6 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Panettone และ Pandoro ของประเทศอิตาลี.....	17
2.7 ภาพบรรจุภัณฑ์ Jimmy's Fruit Cake ของประเทศสหรัฐอเมริกา.....	17
2.8 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมของ Gadaland ประเทศอิตาลี.....	18
2.9 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมของ Gadaland ประเทศอิตาลี.....	18
2.10 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ประเทศอิตาลี.....	19
2.11 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ประเทศอิตาลี.....	19
2.12 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ประเทศอิตาลี.....	20
2.13 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ประเทศอิตาลี.....	20
2.14 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Glico Cacao Chip In Chocolate ของประเทศญี่ปุ่น.....	21
2.15 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Fujiya Peko Cafe ของประเทศญี่ปุ่น.....	21
2.16 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Chantilly ของประเทศญี่ปุ่น.....	22
2.17 ภาพบรรจุภัณฑ์ไอศกรีม Wall's Magnum ของประเทศฟินแลนด์.....	22
2.18 ภาพประกอบแบบลายเส้น.....	36
2.19 ภาพประกอบแบบลายสกรีน.....	36
2.20 ภาพประกอบแบบผสมระหว่างลายเส้นและลายสกรีน.....	37
2.21 ภาพประกอบแบบภาพสีธรรมชาติ.....	37
2.22 การทำงานของเครื่องพิมพ์เฟลกโซกราฟี.....	39
2.23 การทำงานของเครื่องพิมพ์ออฟเซต.....	40
2.24 การทำงานของเครื่องพิมพ์โรโตกราฟี.....	41
2.25 การทำงานของเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท (Ink-Jet Printer)	42
3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	51

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.1 บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบเดิม.....	53
4.2 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 1.....	54
4.3 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 2.....	55
4.4 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 3.....	55
4.5 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 3.....	57
ค 1 ภาพหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1.....	87
ค 2 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะขาววัง กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1.....	88
ค 3 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะนมข้น กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1.....	89
ค 4 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมลูกเต๋า กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1.....	90
ค 5 ภาพบรรจุภัณฑ์ไส้สุพรรณ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1.....	91
ค 6 ภาพหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2.....	92
ค 7 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะขาววัง กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2.....	93
ค 8 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะนมข้น กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2.....	94
ค 9 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมลูกเต๋า กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2.....	95
ค 10 ภาพบรรจุภัณฑ์ไส้สุพรรณ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2.....	96
ค 11 ภาพหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3.....	97
ค 12 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะขาววัง กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3.....	98
ค 13 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะนมข้น กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3.....	99
ค 14 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมลูกเต๋า กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3.....	100
ค 15 ภาพบรรจุภัณฑ์ไส้สุพรรณ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3.....	101
ง 1 การสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ จังหวัดสุพรรณบุรี.....	103
ง 2 คุณคำควน อภิเดช หัวหน้ากลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ จังหวัดสุพรรณบุรี.....	103
ง 3 การประเมินผลการออกแบบ โดย อาจารย์วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์.....	104
ง 4 การประเมินผลการออกแบบ โดย คุณกิตติศักดิ์ ลาภวัฒนะมงคล.....	104
ง 5 การตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย.....	105

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเมืองสมัยโบราณ ได้มีการค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีว่ามีอายุไม่ต่ำกว่า 3,500-3,800 ปี ตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ พุณัน อมราวดี ทวารวดี ศรีวิชัย สุพรรณบุรีเดิมมีชื่อเรียกว่าเมือง “ทวารวดีศรีสุพรรณภูมิ” หรือ “พันธุมบุรี” ต่อมาเมื่อสิ้นยุคพันธุมบุรี พระเจ้า กาแต (เชื้อสายไทยปนพม่า) ได้เสด็จเสวยราชย์ต่อ แล้วย้าย เมืองมาอยู่ทางฝั่งขวาของแม่น้ำท่าจีน ทรงสร้างวัดสนามไชย และบูรณะวัดป่าเลไลยก์ หลังจากนั้นพระเจ้าอู่ทองได้ย้ายเมืองไปอยู่ทางฝั่งใต้ (ทิศตะวันตกของแม่น้ำท่าจีน แล้วเมืองนี้จึงมีชื่อใหม่ว่า อู่ทอง แล้วมาเปลี่ยนชื่อเป็น “สุพรรณบุรี” ในสมัยขุนหลวงพระจ้าว นับเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญมาก จนถึงยุครัตนโกสินทร์ในสมัยรัชกาลที่6 เมืองสุพรรณบุรีก็ได้ย้ายมาอยู่ทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำท่าจีน (แม่น้ำสุพรรณ) ในปัจจุบัน (ผู้จัดการออนไลน์.2547) [online]

จังหวัดสุพรรณบุรีถือเป็นจังหวัดเก่าแก่ ที่มีชื่อเสียงในหลายๆ ด้าน เช่น โบราณสถานที่มีความสำคัญทางด้านศิลปวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว ธรรมชาติและภูมิประเทศทั้งงดงาม ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และยังเป็นที่ยึดโยงอย่างดีในเรื่องรสชาติที่ดีของขนมหวาน ขนมอบต่างๆ ซึ่งได้รับความสนใจ จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างมาก จึงนิยมซื้อขนมจากจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่ว่าจะเป็นร้านขายขนมที่มีชื่อเสียง หรือจุดขายของฝากต่างๆ เพื่อเป็นของฝากกลับไปด้วย

ในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้ริเริ่มให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ONE TAMBON ONE PRODUCT : OTOP) ขึ้นมา โครงการนี้เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาล มีเป้าหมายมุ่งเน้นให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยภาครัฐ พร้อมทั้งจะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและทางอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งใน และต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีปรัชญาอยู่ว่า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการ ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการ พื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global)
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึง การบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกัน แพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (ไทยตำบลคอตคอม.2545) [online]

กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวได้ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จากกลุ่มแม่บ้านเล็กๆ ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 57 ถนนโคกครามพรหมแดน หมู่9 บ้านลำบัว ตำบลโคกคราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมี นางลำดวน อภิเดช เป็นหัวหน้ากลุ่ม เดิมกลุ่มสตรีบ้านลำบัว ประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วนใหญ่ เมื่อมีเวลาได้เข้าร่วมกิจกรรมงานพัฒนาชุมชน และเนื่องจากสตรีส่วนใหญ่มีฝีมือในการทำขนมหวานพื้นบ้าน และด้วยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของทางรัฐบาล ทางราชการ จึงได้จัดให้มีการรวมกลุ่ม และให้การสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทำขนมสาธิต ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยได้เชิญวิทยากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีความรู้ความชำนาญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่เคหกิจ อาจารย์จากโรงเรียนมัธยมในตำบลมาช่วยสอนจนสามารถได้สูตรขนมสาธิตที่อร่อยเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และนอกจากนั้นยังมีขนมหวานอื่นๆ อีกหลายชนิด ได้แก่ ขนมสาธิต ขนมเบี๊ยะ ขนมโมจิ ขนมลูกเต๋า ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมบ่าบั่น ข้าวเหนียวแดง ข้าวตู ถั่วกวน ทองม้วน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งจากลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว อีกทั้งยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี (มผช.1/2546 13 ก.ย. 2547 12 ก.ย. 2550) นอกจากนั้นกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวยังได้รับรางวัลด้านผลิตภัณฑ์จากกระทรวงเกษตร และ สหกรณ์ และจากกระทรวงมหาดไทยอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านรสชาติ ด้านคุณภาพ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ แต่ในด้านบรรจุภัณฑ์นั้นทางกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวยังไม่ได้มีการพัฒนามากนัก (ไทยค้าปลีกคอตคอม.2545) [online] โดยส่วนใหญ่ยังคงเป็นลักษณะของถุงพลาสติกใส หรือถาดโฟมห่อด้วยพลาสติกที่ยังไม่ได้แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของร้าน ทำให้ขนมของกลุ่มดูขาดความน่าสนใจ

อีกทั้งในปัจจุบันนี้ ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ดังนั้นการปรับปรุงภาพลักษณ์ เพื่อให้สินค้าของตนเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจึงเป็นสิ่งสำคัญ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสื่อโฆษณา และสามารถแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของร้านได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการให้บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว มีรูปแบบที่สวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อติดมือกลับไปบ้านด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

1.2.2 เพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี รูปแบบใหม่อยู่ในระดับมาก

1.4 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จะออกแบบตามวัตถุประสงค์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีอยู่ 2 ประการ คือ

1.4.1 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถอำนวยความสะดวกด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีขนาดที่เหมาะสมกับการบรรจุสินค้า มีความปลอดภัยต่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน มีประสิทธิภาพในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย การอุปโภค และการมีลักษณะโครงสร้างที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.2 เพื่อสร้างบรรจุกณ์ทำให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของบรรจุกณ์ให้มีสมบัติต่างๆ เช่น

- ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
- ความมีลักษณะพิเศษ ที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัทผู้ผลิต ได้แก่การใช้สี การใช้กราฟฟิก และภาพประกอบที่สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ได้ดี เป็นต้น

- ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคบริโภค ตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ (ประชิด ทิณบุตร. 2531 : 77-90)

ซึ่งจากกรอบแนวคิดนี้ ผู้วิจัยจะใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดความพึงพอใจในการออกแบบบรรจุกณ์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ด้วย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยไว้ดังนี้

1.5.1 ศึกษาข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุกณ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

1.5.2 ออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุกณ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี โดยคัดเลือกสินค้าที่ได้รับความนิยมได้แก่

- ขนมสาลี่
- ขนมเปียะชาววัง
- ขนมเปียะนมข้น
- ขนมลูกเต๋า

1.5.3 ประชากร ได้แก่ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในจุดจำหน่ายของฝาก จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน

1.5.4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในจุดจำหน่ายของฝาก จังหวัดสุพรรณบุรี ในรอบ 2 สัปดาห์ จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.5.5 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว หมายถึง กลุ่มแม่บ้านในหมู่บ้านบ้านลำบัว ตำบลโคกคราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี เดิมประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วนมาก เมื่อมีเวลาได้เข้าร่วมกิจกรรมงานพัฒนาชุมชน และสตรีส่วนใหญ่มีฝีมือในการทำขนมหวานพื้นบ้าน ทางราชการจึงได้รวมกลุ่ม และสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทำขนมสาธิต ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยได้เชิญวิทยากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีความรู้ความชำนาญ ได้แก่เจ้าหน้าที่เทคนิคจากโรงเรียนมัธยมในตำบลมาช่วยสอนจนสามารถได้สูตรขนมสาธิตที่อร่อย เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และนอกจากนั้นยังมีขนมหวานอื่นๆ อีกหลายชนิด โดยมี นางลำดวน อภิเดช เป็นหัวหน้ากลุ่ม ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 49 คน

1.6.2 ขนมสาธิต ส่วนประกอบคือ แป้งสาธิต ไข่เป็ด น้ำตาลทรายและผงฟู ผสมตามสูตรแล้วอบและตัดเป็นเป็นรูปสี่เหลี่ยม ร้านแรกที่ทำให้สาธิตเมืองสุพรรณฯ โด่งดังเป็นที่รู้จักกันคือร้านแม่บัวใน อ. บางปลาม้า ซึ่งเดิมทำขนมสาธิตตัดห่อใบตองขายผู้สัญจรทางเรือที่ผ่านทำนบน้ำตาลบางปลาม้า ต่อมาร้านอื่น เช่น ร้านขวัญจิต ศรีประจันต์ ร้านเอกชัย ร้านเจริญชัย ฯลฯ ก็ได้พัฒนารสชาติตามมา

1.6.3 ขนมเปี๊ยะ หมายถึง ขนมที่ชาวจีนชอบรับประทาน และนิยมใช้ประกอบพิธีมงคลหรือในพิธีไหว้บรรพบุรุษ และในพิธีสำคัญ ๆ ของชาวจีน มีเปลือก 2 ชั้นเป็นแป้งบาง มีหลากหลายขนาด และมีไส้หลายแบบ

1.6.4 ขนมโมจิ หมายถึง ขนมอบชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นลูกกลมๆ ขนาดประมาณ 3-4 ซม. คล้ายขนมเปี๊ยะ มีไส้ต่างๆ มีกลิ่นหอมนมสด

1.6.5 ขนมลูกเต๋า หมายถึง ขนมอบชนิดหนึ่ง ลักษณะเป็นทรงลูกบาศก์ ขนาดประมาณ 2 ซม. คล้ายลูกเต๋า มีไส้เป็นถั่ว หรือฟัก มีรสหอมหวาน

1.6.6 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ และเพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพ ตลอดจนแจ้งรายละเอียดสินค้า และช่วยส่งเสริมการขาย

1.6.7 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ หมายถึงบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม 2 ด้านได้แก่

1.6.7.1 บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในด้านโครงสร้างและการใช้สอย ของบรรจุภัณฑ์ คือ มีรูปแบบโครงสร้างที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี มีความเหมาะสมในการบรรจุผลิตภัณฑ์ และมีความปลอดภัยในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

1.6.7.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในด้านการสื่อสาร คือ องค์ประกอบของกราฟิกมีความเหมาะสม มีเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าได้ดี และมีการใช้ภาพประกอบที่เหมาะสม



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในกาศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัย ได้ศึกษาจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยแยกเป็นข้อๆดังต่อไปนี้

- 2.1 กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว
- 2.2 บรรจุภัณฑ์
- 2.3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมของต่างประเทศ
- 2.4 หลักการออกแบบ
- 2.5 การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.6 ภาพประกอบ
- 2.7 การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวได้ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จากกลุ่มแม่บ้านเล็กๆ ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 57 ถนนโคกครามพรหมแดน หมู่ 9 บ้านลำบัว ตำบลโคกคราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมี นางลำควน อภิเดช เป็นหัวหน้ากลุ่ม เดิมกลุ่มสตรีบ้านลำบัว ประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วนใหญ่ เมื่อมีเวลาได้เข้าร่วมกิจกรรมงานพัฒนาชุมชน และเนื่องจากสตรีส่วนใหญ่มีฝีมือในการทำขนมหวานพื้นบ้าน และในช่วงที่มีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ของรัฐบาลในขณะนั้น ทางราชการจึงได้จัดให้มีการรวมกลุ่ม และให้การสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทำขนมสาธิต ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยได้เชิญวิทยากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีความรู้ความชำนาญ ได้แก่เจ้าหน้าที่เคหกิจ อาจารย์จากโรงเรียนมัธยมในตำบลมาช่วยสอนจนสามารถได้สูตรขนมสาธิตที่อร่อย เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และนอกจากนั้นยังมีขนมหวานอื่นๆ อีกหลายชนิด ได้แก่ ขนมสาธิต ขนมเปียะ ขนมโมจิ ขนมลูกเต๋า ขนมชั้น ขนมหม้อแกง ขนมบ้าบิ่น ข้าวเหนียวแดง ข้าวตู ถั่วกวน ทองม้วน เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งจากลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากกลุ่มฯ อีกทั้งยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี (มผช. 1/2546 13 ก.ช. 2547 12 ก.ช. 2550) นอกจากนั้นกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวยังได้รับรางวัลด้าน

เอกสารที่จัดทำขึ้นนี้เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขนมหวานบ้านลำบัว ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 บรรจุกัณฑ์

2.2.1 ความหมายของการบรรจุกัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ

ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ดังนี้

การบรรจุกัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการทางตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ (สุดาตวง และปราณี, 2529 : 128)

การบรรจุกัณฑ์ หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะหุ้มห่อสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า (จรูญ และดำรงศักดิ์, 2528 : 109)

การบรรจุกัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือการบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้ เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกัน และรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพให้ใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่าหีบห่อ หรือบรรจุกัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญหนึ่งในของกระบวนการผลิตและหีบห่ออาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ได้หลายอย่างอาทิเช่น วัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น (คารณิ, 2524 : 29)

โดยสรุปแล้วบรรจุกัณฑ์ จึงหมายถึง หน่วรูปแบบวัสดุภายนอกทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในการค้าและการบริโภค (ประชิด, 2531 : 21)

2.2.2 ความสำคัญของบรรจุกัณฑ์

ในสภาวะการณ์ตลาดทุกวันนี้ บทบาทของบรรจุกัณฑ์ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยแต่เดิมในการทำบรรจุกัณฑ์เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของสินค้าที่ผู้ผลิตมุ่งเพียงการเก็บถนอมรักษาสินค้า แต่ในปัจจุบันในสภาวะที่การแข่งขันทางการตลาดได้ทวีความรุนแรงขึ้น สินค้าทุกชนิดได้อาศัยการวิจัยและเทคโนโลยีขั้นสูงที่มุ่งพัฒนาสินค้าของตนให้เหนือคู่แข่ง ทำให้สินค้าแต่ละชนิดถูกพัฒนาขึ้นไปในขั้นสูงจนยากต่อการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค เพราะคุณภาพ และราคาใกล้เคียงกัน ในสภาพเช่นนี้สินค้าต่างๆ จึงจำเป็นต้องหาทางออกให้กับตนเอง ในการที่จะดึงดูดครองตลาดให้สูงขึ้นหรือรักษาสวนครองตลาดของตนไว้ ซึ่งเป็นที่ทราบกันคืออยู่แล้วในเวทีการแข่งขันทางการตลาดนั้นผู้ที่ไม่ก้าวหน้าก็เท่ากับเป็นการถอยหลัง ครอบงำที่สินค้ายังไม่ถูกพัฒนาให้ดีกว่าปัจจุบัน ผู้ผลิตจำเป็นต้องหาลูกเล่นต่างๆ เข้ามาในกระบวนการการตลาด เพื่อสู้รบกับคู่แข่งในสายผลิตภัณฑ์ต่างๆ หนทางหนึ่งที่ได้ทวีความเข้มข้นขึ้นทุกทีก็คือ “การบรรจุกัณฑ์” ดังนั้นจะเห็นได้ว่า บรรจุกัณฑ์ มีความสำคัญต่อการตลาดในปัจจุบัน ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ไม่อาจรู้ได้ว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่ห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุกฎหมายจะเป็นเครื่องชี้นำให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าคืออะไร รวมทั้งทำหน้าที่เป็นตัวอธิบายสรรพคุณ บ่งบอกลักษณะวิธีการใช้ หรือแหล่งผลิตให้ผู้บริโภคได้ทราบ รวมทั้งข้อความต่างๆ ที่กฎหมายกำหนดอย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจในสินค้าที่ซื้อไป
- บรรจุกฎหมายป้องกันมิให้สิ่งที่อยู่ภายในฉลากโฆษณา รั่วไหล หรือมีการฉกฉวยเปิดดู สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เจ้าของธุรกิจสามารถรักษามาตรฐาน ชื่อเสียง ตลอดจนรักษายอดจำหน่ายไว้ได้
- บรรจุกฎหมายมีส่วนช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ในกรณีที่มีการแข่งขันกันมากๆ ทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกสินค้าออกจากกันโดยดูที่บรรจุกฎหมาย ซึ่งทำให้สินค้าแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจนป้องกันการซื้อทดแทนจากสินค้าคู่แข่ง
- บรรจุกฎหมายช่วยในการขยายตลาด และรักษาส่วนครองตลาด ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงหีบห่อจะช่วยให้เกิดการตื่นตัวในสายตาผู้บริโภค หรือช่วยในการแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด บรรจุกฎหมายที่ดีต้องมีลักษณะเด่นชัด สามารถแสดงตนอย่างชัดเจนเมื่อวางแสดงเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้านั้นๆ ได้
- บรรจุกฎหมายมีส่วนช่วยในการเพิ่มยอดขาย โดยดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ เมื่อได้พบเห็นหรือตัดสินใจซื้อเมื่อได้เปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้ว บรรจุกฎหมายช่วยสร้างภาพพจน์ให้กับสินค้าและความทรงจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ของผู้ผลิตด้วย ก่อให้เกิดความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ (Brand loyalty) ตราสัญลักษณ์

2.2.3 บทบาทและหน้าที่

อัตราการแข่งขันด้านการค้าขายในภาวะเศรษฐกิจของโลกปัจจุบัน นับวันจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งนับเป็นสภาวะการณ์หนึ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดจนมีการคิดค้นกลยุทธ์ กลวิธีการตลาดขึ้นมาอย่างมากมาย โดยมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกัน คือ การได้มาซึ่งความสนใจจากลูกค้าและเงินตรา ฐานะร่ำรวยทางเศรษฐกิจในที่สุด

ด้วยเหตุดังกล่าวบรรจุกฎหมายจึงได้รับความสำคัญขึ้นมาเป็นอย่างมากและเป็นองค์ประกอบหลักที่ผู้ผลิตนำมาเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขัน ดังนั้นสินค้าและบรรจุกฎหมายจึงเป็นของกลุ่มมาตลอด ยิ่งสินค้าผลิตภัณฑ์มีการคิดค้นแข่งขันกันมากเท่าใด การบรรจุกฎหมายก็จะได้รับการพัฒนาขึ้นตามไปมากเท่านั้น จนกระทั่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า บรรจุกฎหมายมีความสำคัญสำหรับสินค้า และการตลาดอย่างจะขาดซึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งมิได้ เพราะบรรจุกฎหมายได้แสดงบทบาทและหน้าที่ในการตลาดดังต่อไปนี้คือ

2.2.3.1 การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน (Containment and protection)

บรรจุกฎหมายที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหายเนื่องจากการขนส่งป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไว เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษ หรือบาดเจ็บอันเนื่องมาจากบรรจุกฎหมายที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

2.2.3.2 การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification)

บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคได้ทันที โดยการใช้ชื่อการค้า (Trade name) เครื่องหมายการค้า (Trade mark) ชื่อผู้ผลิต ลักษณะ และประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องมือบ่งชี้ เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัดมองเห็นได้ง่าย ตัวอักษรจึงควรมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือแตกต่างกัน ซึ่งนอกจากจะง่ายต่อการจดจำแล้ว ยังช่วยลดความผิดพลาดในการหยิบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการ ทั้งของร้านค้าปลีกและผู้บริโภคได้อีกด้วย

2.2.3.3 การอำนวยความสะดวก (Convenience)

ในแง่ของการผลิตและการตลาดนั้น บรรจุภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการขนส่ง และการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคง แข็งแรง สามารถที่จะวางซ้อน (Stacking) ทับกันได้หลายชั้น เพื่อประหยัดพื้นที่ ในระดับการขายปลีกก็เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีรูปร่างที่ลงตัว ง่ายและสะดวกในการเรียงซ้อนในชั้นวางของหรือจัดแสดง ดังนั้นเราจึงไม่ค่อยพบเห็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปสามเหลี่ยมหรือลักษณะพิเศษเฉพาะในร้านขายของชำมากนัก ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคนั้นเป็นการอำนวยความสะดวก ในแง่การนำไปใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งานและการเก็บรักษาเมื่อสินค้าถึงมือผู้บริโภค ผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระร่างกายของมนุษย์ เช่น มีขนาดเหมาะสมมือ สะดวกต่อการจับ ถือ หิ้ว มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับสภาพการใช้งาน เป็นต้น

2.2.3.4 การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (Consumer appeal)

การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้คตินั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆ อาทิเช่น ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือ สิ่งที่น่ามาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้าง สิ่งทีประกอบเป็นรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค (To fit the consumer's needs) เช่น

- การออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการขนาด ปริมาณ ตลอดจนงบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน
- การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน เช่น ใช้สีแดง ชมพู เขียว ฟ้า กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง หรืออาหารเพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึก สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น
- การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับโน้ตพิเศษเฉพาะกรณี เทศกาล

โอกาส เทศและวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคด้วย เช่น เทศกาลวันแห่งความรัก วันปีใหม่ ฯลฯ ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะแสดงตัวให้ผู้บริโภคทราบว่าควรจะนำไปใช้ในโอกาสหรือกรณีใดจึงจะเหมาะสม

บางกรณีบรรจุภัณฑ์อาจจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ด้วยการถืออำนาจความสะดวกในการนำไปใช้และให้ความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินตราที่จ่ายออกไป เช่น การรวมผลิตภัณฑ์ขายเป็นชุดหรือหน่วยบรรจุรวม (Unit packaging) เป็น 2 4 6 8 12 หรืออาจมากกว่า ทำให้ผู้บริโภครู้สึกสะดวกในการขนถ่าย ประทับใจในวัสดุและการออกแบบ โดยเฉพาะเกิดความรู้สึกว่ามีราคาถูก เมื่อเทียบราคาต่อหน่วยบรรจุ บางครั้งอาจจะสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแปลงหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุอย่างอื่นได้เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายในหมดไปแล้ว ซึ่งเป็นการ สร้างความรู้สึกต่อผู้บริโภคว่าได้ของแถม (Premium) ที่มีประโยชน์เพิ่มขึ้นมา กลยุทธ์และวิธีการดังที่กล่าวมาแล้ว จึงนับว่าเป็นสิ่งที่บรรจุภัณฑ์ได้กระทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจให้เกิดพฤติกรรมซื้อ การขาย การนำไปใช้ อันจะนำมาซึ่งวัฏจักรที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลง ในระบบเศรษฐกิจอีกต่อไป

2.2.3.5 การเศรษฐกิจ (Economy) บรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่สำคัญอีก

ประการหนึ่งก็คือ เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เพราะถือว่าเป็นต้นทุนการผลิตอีกอันหนึ่ง ที่ทำให้เกิดผลกำไรต่อผู้ผลิต เกิดการจ้าง เกิดการใช้แรงงาน ตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่างๆ มาสร้างให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่ 4 ประการที่กล่าวมาข้างต้นต่างๆ ที่มีผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์ได้แก่

- ราคาของวัสดุบรรจุภัณฑ์ (Cost of packaging materials)
- ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ (Cost of manufacturing the package)
- ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง (Cost of storage and shipping)
- ราคาของเครื่องมือเครื่องจักร ที่ใช้ในการผลิตและบรรจุผลิตภัณฑ์ (Cost of equipment used to manufacture and fill package)
- ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง (Cost of associated labor)

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ มิใช่เพียงมีผลต่อการกำหนดราคาสินค้านั้น แต่ยังทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนไปอย่างครบวงจร ซึ่งอาจจะดีขึ้นหรือตกต่ำลงไปก็ได้ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของมวลมนุษยย์ในแต่ละยุคสมัยได้ดีอีกด้วย (ประชิด, 2531 : 22-30)

2.2.4 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นพาหนะนำผลผลิตจากกระบวนการผลิต ผ่านการขนย้ายไปเก็บในคลังสินค้า ระบบการขนส่ง ระบบการจัดจำหน่าย เปิดโอกาสให้เลือกซื้อ เอื้ออำนวยความสะดวกในการบริโภคพร้อมทั้งกำจัดซากบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย จากขั้นตอนต่างๆ เหล่านี้การแยกประเภทของบรรจุภัณฑ์อาจแยกได้หลายลักษณะแล้วแต่จุดมุ่งหมายการแยกประเภท ดังนี้

2.2.4.1 บรรจุภัณฑ์แบ่งตามการออกแบบด้วยหลักการในการออกแบบ สามารถจำแนกประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้เป็น 3 จำพวก คือ

- บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสที่จะบริโภค บรรจุภัณฑ์นี้จะได้รับการโยนทิ้งเมื่อมีการเปิดและบริโภคสินค้าภายในจนหมด เช่น ซองบรรจุน้ำตาล เป็นต้น บรรจุภัณฑ์นี้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวสินค้า
- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น หรือด้วยเหตุผลในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่เห็นได้ทั่วไป เช่น กล่องกระดาษแข็งของหลอดยาสีฟัน ถูพลาสติกใส่ซองน้ำตาล 50 ซอง เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์นี้ คือ การป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามนี้ จึงต้องคำนึงถึงความสามารถในการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง ส่วนข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ขนส่งจะช่วยให้การจัดส่งเป็นไปอย่างสะดวกและถูกต้อง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามนี้จึงเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Distribution packaging) (ปิ่นและสมพร, 2541 : 10-12)

2.2.4.2 บรรจุภัณฑ์แบ่งตามวัสดุ

บรรจุภัณฑ์แยกตามวัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตได้ 4 ประเภท คือ

- กระดาษ นับว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีใช้กันมากและมีแนวโน้มมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการนำกลับมารีไซเคิลได้ง่ายอันเป็นผลต่อการรณรงค์สิ่งแวดล้อม กระดาษนับเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ด้วยการปลูกป่าทดแทน ส่วนกระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีหลายประเภท และสามารถพิมพ์ตกแต่งเพิ่มเติมได้ง่าย และสวยงาม นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้ เนื่องจากสามารถพับได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

- พลาสติก นับว่าเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงมาก คุณสมบัติของพลาสติก คือ มีน้ำหนักเบา ป้องกันการซึมผ่านของอากาศและก๊าซได้ระดับหนึ่ง สามารถต่อต้านการทำลายของเชื้อแบคทีเรีย และเชื้อรา มีสมบัติหลายอย่างที่สามารถเลือกใช้งานที่เหมาะสม พลาสติกบางชนิดยังเป็นฉนวนกันความร้อนอีกด้วย พลาสติกที่ใช้ในวงการบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภท การศึกษาคุณสมบัติของพลาสติกแต่ละประเภทมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุกฎภัณฑ์พลาสติกที่เลือกใช้ทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์

- แก้ว นับว่าเป็นบรรจุกฎภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องการทำปฏิกิริยากับสารเคมีชีวภาพต่างๆ เมื่อเทียบกับวัสดุบรรจุกฎภัณฑ์อื่นๆ และรักษาคุณภาพสินค้าได้ดีมาก ข้อดีของแก้ว คือ มีความใสและทำเป็นสีต่างๆ ได้ สามารถทนต่อแรงกดได้สูงแต่เปราะแตกง่าย ในด้านสิ่งแวดล้อม แก้วสามารถนำกลับมาใช้ได้หลายครั้ง อาจถึง 100 ครั้ง และสามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ สิ่งที่ต้องระวังในการบรรจุ คือ ฝาขวดแก้วจะต้องเลือกใช้ฝาที่ได้ขนาด และต้องสามารถปิดสนิทแน่นเพื่อช่วยรักษาคุณภาพ และยืดอายุของสินค้า

- โลหะในอุตสาหกรรมบรรจุกฎภัณฑ์อาหาร วัสดุที่ใช้มี 2 ชนิดคือ

1. เหล็กเคลือบดีบุก เป็นบรรจุกฎภัณฑ์ที่แข็งแรงป้องกันอันตรายจากสิ่งแวดล้อม และสภาวะอากาศ การลงทุนในการผลิตไม้สูงนักและไม่สลับซับซ้อน สามารถใช้บรรจุกฎภัณฑ์อาหารได้ดี เนื่องจากสามารถปิดผนึกได้สนิทและฆ่าเชื้อได้ด้วยความร้อน ในแง่ของสิ่งแวดล้อม สามารถแยกออกจากขยะได้ง่ายด้วยการใช้แม่เหล็ก

2. อะลูมิเนียม มักจะใช้ในรูปของอะลูมิเนียมฟอยล์หรือกระป๋อง มีน้ำหนักเบาอีกทั้งมีความแข็งแรงทนต่อการซึมผ่านของอากาศ ก๊าซ แสง และกลิ่นรสได้ดี ในรูปของเปลวอะลูมิเนียมมักใช้เคลือบกับวัสดุอื่น ซึ่งให้ภาพลักษณ์ที่ดีเนื่องจากความเงาแวบของอะลูมิเนียมและเป็นตัวนำความร้อนได้ดี (ปุ่นและสมพร, 2541 : 12)

2.2.5 ปัญหาเกี่ยวกับบรรจุกฎภัณฑ์

มีปัญหาบางประการที่เกิดขึ้นในการเลือกใช้บรรจุกฎภัณฑ์ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าควรคำนึงถึงเป็นอย่างมากและหาแนวทางเตรียมการแก้ไขไว้ล่วงหน้า

2.2.5.1 ปัญหาต้นทุนของสินค้า (Cost) การเลือกบรรจุกฎภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีขึ้นสวยงามมากขึ้นหรือแตกเป็นหีบห่อย่อยๆ บรรจุนาขนาดเล็ก เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นให้มากขึ้น เป็นการเพิ่มต้นทุนของสินค้าหรือค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย ค่าขนส่ง ค่าเก็บรักษาสินค้าอาจสูงขึ้น เมื่อบรรจุกฎภัณฑ์นั้นไม่เหมาะสม ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องเลือกวิธีการที่ได้ผลในการดำเนินงานขายสินค้าไปยังผู้บริโภคหรือร้านค้าต่างๆ ตามความเป็นจริง

2.2.5.2 ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม (Ethics) เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์อยู่เสมอว่า นักการตลาดไม่มีคุณธรรมไม่รับผิดชอบต่อสังคมแม้แต่การใช้บรรจุกฎภัณฑ์ที่ลงตาเพื่อตักตวงผลประโยชน์ หรือใช้แล้วไม่เหมือนคำโฆษณาที่ระบุไว้ในฉลาก ฯลฯ เป็นจุดที่เราต้องคำนึงถึงด้วยเช่นกัน อาจจะต้องมีการพิสูจน์คุณภาพ หรือระบุปริมาณสุทธิในหีบห่ออย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เป็นการหลอกลวงผู้บริโภค

2.1.5.3 กฎระเบียบข้อบังคับตามกฎหมาย (Legal Problem) ซึ่งผู้ผลิตสินค้าบางชนิดได้ถูกกำหนดโดยกฎหมายอย่างเคร่งครัด เช่น ยาฆ่าโรค ห้ามโฆษณาสรรพคุณของยาในส่วน

หน้าของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป มีข้อมูลที่ต้องแสดงส่วนประกอบของอาหารและปริมาณสุทธิโดยชัดเจนบนหีบห่อ ต้องใช้กระป๋องโลหะที่มีความหนาของสังกะสีเคลือบตามที่กำหนดสำหรับอาหารแต่ละประเภททั้งนี้เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดของผู้บริโภคและเป็นการคุ้มครองความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคด้วย

2.1.5.4 สร้างมลภาวะเป็นพิษแก่สภาพแวดล้อม (Environment) ปัญหาเรื่องกองขยะมีอยู่ทั่วไป ฝนตกเล็กน้อยน้ำก็ท่วม เนื่องจากสามารถย่อยสลายไปได้ แต่เมื่อมีการนำเอาวัสดุใหม่ๆ ที่ทำลายยาก เช่น โลหะหรือพลาสติกมาใช้จึงเกิดปัญหาขึ้น ดังนั้นถ้าคิดว่าจะนำเอาวัสดุชนิดใดมาใช้ จึงควรคิดถึงการทำลายหรือผลที่จะตามมา หรือคิดหนทางสนับสนุนการแก้ไขมลภาวะไว้ล่วงหน้าด้วย

2.3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมของต่างประเทศ

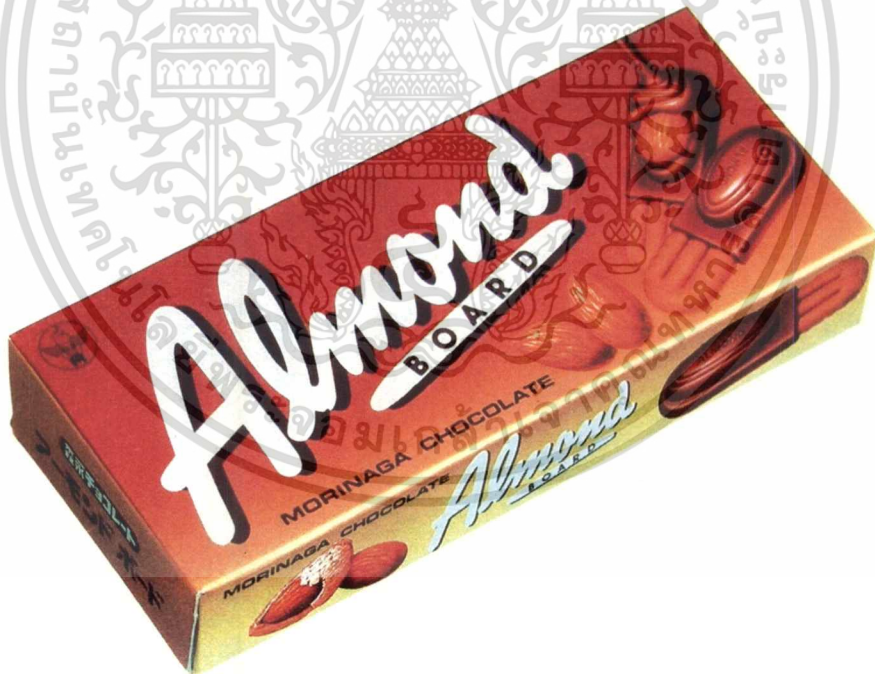


ภาพที่ 2.1 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Glico Pocky ของประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมของฝาก ของประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 2.3 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Almond Board ของประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Meiji Galbo ของประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 2.5 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Fujiya Look ของประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง



ภาพที่ 2.6 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Panettone และ Pandoro ของประเทศอิตาลี



ภาพที่ 2.7 ภาพบรรจุภัณฑ์ Jimmy's Fruit Cake ของประเทศสหรัฐอเมริกา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.8 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมของ Gadaland ประเทศอิตาลี



ภาพที่ 2.9 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมของ Gadaland ประเทศอิตาลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ประเทศอิตาลี



ภาพที่ 2.11 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ของประเทศอิตาลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.12 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ของประเทศอิตาลี



ภาพที่ 2.13 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Walcor Chocolate ของประเทศอิตาลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

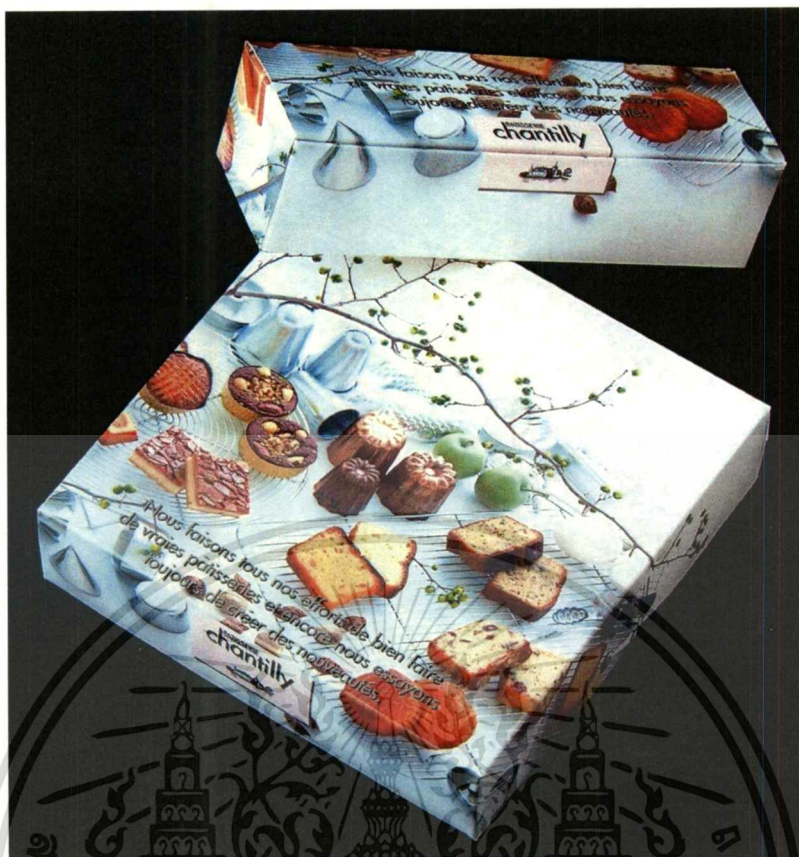


ภาพที่ 2.14 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Glico Cacao Chip In Chocolate ของประเทศญี่ปุ่น



ภาพที่ 2.15 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Fujiya Peko Cafe ของประเทศญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.16 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนม Chantilly ของประเทศญี่ปุ่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารภาพที่ 2.17 ภาพบรรจุภัณฑ์ไอศกรีม Wall's Magnum ของประเทศฟินแลนด์ ซึ่งด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 หลักการออกแบบ

โสธรชัย นันทวัชรวิบูลย์ (2545: 35) กล่าวถึง บรรทัดฐานในการออกแบบกราฟิก (Graphic Design Criteria) ไว้ 3 ข้อ ได้แก่

2.4.1 การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย

งานออกแบบกราฟิกนั้น การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย เป็นข้อที่สำคัญมากที่สุดในการออกแบบทั้งหมด และมีอิทธิพลกับงานที่ออกแบบ เช่น งานออกแบบหนังสือ ต้องอ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ไม่วางรกตา หรืองานออกแบบเว็บไซต์ แม้จะสวยงามอย่างไร หากต้องใช้เวลาในการโหลดช้า ทำให้ผู้ใช้งานต้องใช้เวลาารอนาน ก็ไม่นับว่าเป็นงานออกแบบเว็บไซต์ที่ดี หรืองานออกแบบซีดีรอม หากปุ่มที่มีไว้สำหรับเลือกกดเพื่อเข้าไปดูในส่วนต่างๆ ของเนื้อหานั้น วางเรียงกระจัดกระจาย ทำให้ผู้ใช้งานมองหายาก เรียกได้ว่าเป็นการออกแบบที่ไม่สนองต่อประโยชน์ใช้สอย เป็นงานออกแบบที่ไม่ดี โดยเฉพาะสตรีซึ่งเป็นเพศที่มีความรู้สึกต่อความงามมากเป็นพิเศษ เหตุนี้จึงมีการรังสรรค์เครื่องประดับสำหรับอวัยวะบางส่วน เพื่อส่งเสริมความสวยงามแก่ร่างกาย ดังคำพังเพยที่ว่า “ไก่อ่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง”

2.4.2 ความสวยงามพึงพอใจ (Aesthetic)

ในงานที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีพอๆ กัน ความงามจะเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของงาน โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก ซึ่งถือเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่น ความสวยงามจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีอิทธิพลในงานออกแบบกราฟิกอย่างมาก

2.4.3 การสื่อความหมาย (Meaning)

งานศิลปะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อมันสามารถสื่อความหมายออกมาได้งานกราฟิกก็เช่นกัน หากงานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบได้ หรือไม่สามารถสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป

การสื่อความหมายเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามไปการสื่อความหมายที่ดีต้องตอบสนองแนวความคิดที่ได้วางไว้แต่ต้น ในการออกแบบเชิงพาณิชย์ (Commercial Art) การสื่อความหมายเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด

2.5 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบภาชนะบรรจุนั้น จะต้องให้ภาพที่ปรากฏขึ้นสื่อความหมายตามที่ผู้ออกแบบต้องการให้ผู้บริโภคได้รับรู้อย่างมีหลักการเกี่ยวข้องกับสมบัติของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายที่จะบริโภคซึ่งเมื่อนำเอาสินค้าวางจำหน่ายในตลาดแล้ว ทำให้ผู้ซื้อ ผู้บริโภค มีความรู้สึกตอบสนองนิยมและตัดสินใจเลือกสินค้านั้นในที่สุด สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ภาพเหล่านั้นจะต้องไม่สื่อความหมายในแง่ของการหลอกลวง หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค ดังนั้นบริษัทต่างๆ จึงทุ่มค่าใช้จ่ายมหาศาลให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะสภาพตลาดในอนาคตที่มีลักษณะบริการตนเอง (Self-service) มากขึ้น

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใดๆ ก็ตาม ควรที่จะมีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการอย่างกว้างๆ ต่อไปนี้คือ (Bovee and Arens, 1982 : 431-432)

1. ทำอย่างไร บรรจุภัณฑ์จึงจะสามารถสื่อสารได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์ (How it communicates verbally and nonverbally) เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปังด้วยพลาสติก ที่นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความสดชื่นด้วยสีและการตกแต่งแล้วก็ยังสร้างความรู้สึกละมุนจากเตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย
2. บรรจุภัณฑ์ควรสร้างความพึงพอใจ เกียรติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ (The prestige desired) แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมีได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อ (Point Of Purchase) เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่องในการนำมาใช้ และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้วไม่ว่าบรรจุภัณฑ์นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ ณ ที่ใดก็ตาม หรือจนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด
3. บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมา (Its Stand out appeal) ให้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย หรือหีบฉวยได้ไว้ในร้านค้า เป็นที่ติดตาตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

2.5.1 วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ส่วนใหญ่มียู่ 2 ประการอย่างกว้างๆ คือ

2.5.1.1 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถเอื้ออำนวยคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยต่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่ายและการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้ และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่

2.5.1.2 เพื่อสร้างบรรจุกณ์ทำให้สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของบรรจุกณ์ให้มีสมบัติต่างๆ เช่น

- ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
 - ความมีลักษณะพิเศษ ที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต
 - ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อุปโภคบริโภค
- ตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ (ประชิด, 2531 : 77-90)

2.5.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุกณ์

บรรจุกณ์เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบมี 3 มิติ ที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ดั่งนั้นบุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนาบรรจุกณ์ทางกราฟฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้ว ยังจะต้องเป็นคนช่างสังเกตมีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรจุกณ์ที่ออกแบบนั้นเป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลของผู้พัฒนาบรรจุกณ์ควรรู้ มีดังนี้

2.5.2.1 ด้านการตลาดเนื่องจากบรรจุกณ์เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรจุกณ์จึงต้องคำนึงถึงหลักการและเทคนิคทางด้านการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการจำหน่าย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องทราบวิธีการจัดเรียงและบรรยากาศของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึงสถานที่ที่วางขาย สินค้าเป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสดหรือวางขายในห้าง เป็นต้น

แนวทางในการออกแบบทั่วไป คือ การเปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่ง การเปรียบเทียบนี้ไม่ใช่การเปรียบเทียบเพื่อลอกเลียนแบบ แต่เป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดเด่นของสินค้าเพื่อขาย (Unique selling point) การใช้คำว่า “ใหม่” “สด” หรือ “ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ” ล้วนเป็นคำบรรยายที่จะเน้นถึงจุดขายของสินค้า คำบรรยายดังกล่าวจำเป็นต้องเป็นสิ่งที่มีผลิตได้และปฏิบัติได้จริง ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบมีคำว่า “ใหม่” ผู้ผลิตต้องมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้ผลิตมีความสดและใหม่ ตามคำกล่าวอ้างจริง และต้องมั่นใจว่าในตลาดหาสินค้าที่ทดแทนหรือคล้ายคลึงกันได้ยาก

2.5.2.2 ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ การออกแบบบรรจุกณ์จะประสบความสำเร็จได้ ต่อเมื่อผู้ออกแบบและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ สมบัติเด่นของสินค้าที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยั้งที่จะต้องสร้างขึ้น มา มิฉะนั้นจะไม่ทราบเลยว่า จะเสนออะไรเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อ และกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการออกแบบบรรจุกณ์ก็จะต้องไม่สามารถบรรลุถึงจุดเป้าหมาย

2.5.2.3 กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเองหรือไม่ได้เป็นผู้บริโภคอาจแยกตามสถานะทางสังคมการออกแบบที่ดีจะต้องทราบความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่บริโภค ความสะดวกในการนำอาหารออกจากบรรจุกณ์มาบริโภค เป็นต้น สถานะของผู้บริโภคที่ควรคำนึงถึงมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

- เพศ
- ระดับการศึกษา
- เชื้อชาติ
- ศาสนา
- ย่านที่พักอาศัย
- อาชีพ
- สถานะครอบครัว
- ขนาดครอบครัว
- สถานะทางสังคมเศรษฐกิจ
- สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ฯลฯ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นโดยไม่ได้ทำการศึกษาวิจัย อาจจะต้องใช้วิธีการสังเกต แล้วประเมินจากสิ่งที่สังเกต ซึ่งจะได้นำข้อมูลทีวิเคราะห์ หรือรวบรวมได้ส่งต่อไปให้นักออกแบบเพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย

สิ่งที่พึงให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้ซื้อไม่ได้เป็นผู้บริโภค เช่น สินค้าของฝาก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังมีความสำคัญที่จะต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีและเพิ่มคุณค่าแก่สินค้าให้เหมาะสมกับเป็นสินค้า ฝากจากแดนไกล โดยบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องสร้างมโนภาพ (Imaginary) ที่ติดตัวสินค้า พร้อมทั้งมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึง ความสะดวกในการนำกลับและพิจารณาถึงระยะเดินทางพอสมควรก่อนจะถึงมือผู้บริโภคด้วย ยกตัวอย่างเช่น ไอศกรีมที่บรรจุขายในปริมาณ และขนาดบริโภคของครอบครัว ควรจะพิจารณาใส่น้ำแข็งแห้งเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าในระหว่างทาง เป็นต้น

2.5.2.4 กฎข้อบังคับในกรณีของบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์การของรัฐที่เข้ามา มีบทบาทควบคุม ดูแลคือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พร้อมหมายเลขกำกับ

ปรากฏการณ์ใหม่ สำหรับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ คือ การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์หรือฉลากด้วยสัญลักษณ์รหัสแท่งที่เรียกว่า “บาร์โค้ด” (Bar Code) ซึ่งเป็นรหัสประจำตัวสินค้า เพื่อความสะดวกในการคิดเงินและตัดสต็อกของผู้ขายปลีก

2.5.2.5 ช่องทางการจำหน่าย กฎเกณฑ์สำคัญของผลิตภัณฑ์อาหาร คือ อายุการเก็บของสินค้าโดยปกติอาหารสด เช่น กว๊วเตี๋ยสด กระยาสารท เป็นต้น มีอายุการเก็บที่สั้นเพียงไม่กี่วัน เนื่องจากสูญเสียสภาวะคุณสมบัติของอาหาร ด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ เช่น ถ้ามีการประยุกต์ใช้วิธีการปรับสภาวะบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ (Modified atmosphere packaging) สำหรับกว๊วเตี๋ยสดพร้อมกับการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บสินค้าและส่งขายได้ทั่วราชอาณาจักรแทนที่จะขายเฉพาะที่ตลาดสดหรือส่งขายวันต่อวันด้วยเหตุนี้การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมย่อมช่วยเพิ่มโอกาสในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีมากขึ้น โดยการส่งให้พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีกหรือส่งขายให้แก่ห้างร้าน การส่งตรงไปยังศูนย์รวบรวมกระจายสินค้า (Distribution Center หรือ DC) เป็นต้น หรือพิจารณาช่องทางการจำหน่าย เริ่มจากการขายหน้าบ้าน ตลาดสด และขยายไปถึงการขายสู่ห้างใหญ่ที่มีศูนย์รวบรวมกระจายสินค้า ย่อมมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทาง

2.5.2.6 สภาวะการแข่งขัน การเก็บข้อมูลของกลุ่มแข่งขันเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ออกแบบมาเด่นกว่าคู่แข่งภายใต้สภาวะช่องทางการจำหน่าย หรือจุดขายที่เป็นจริง เช่น การวางขาย ณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่มีชั้นชั้นวางวางอย่างเรียบร้อยเช่นเดียวกับในซูเปอร์มาร์เก็ต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ย่อมต้องคำนึงถึงความสามารถในการวางเรียงซ้อนได้อย่างมั่นคง เนื่องจากไม่มีชั้นชั้นวางรองรับ เป็นต้น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยการลอกเลียนแบบของกลุ่มแข่งขันเป็นสิ่งที่ไม่สมควร ทำอย่างยิ่งเพราะมีวัฏจักรชีวิตบรรจุภัณฑ์สั้นมาก ในทางปฏิบัติทั่วไปการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ตั้งไว้และสร้างความแตกต่างในการออกแบบ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการออกแบบ

2.5.2.7 สิ่งแวดล้อม แม้ว่าในประเทศไทยยังไม่มียักษ์ใหญ่ หรือหน่วยงานของรัฐ ออกกฎข้อบังคับต่อการควบคุมดูแลปัญหา ของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง แต่กระแสการรณรงค์ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสภาพสิ่งแวดล้อม ได้รับความสนใจจากชุมชนเมืองมากยิ่งขึ้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่นำกลับมาผลิตใหม่ สามารถลดปริมาณขยะและกำจัดได้ง่าย จึงเป็นจุดขายเพื่อเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายได้อย่างดี

สิ่งสำคัญที่สุดของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพราะว่าปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการออกแบบอาจเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยทางด้านตลาดและช่องทางการจำหน่าย ด้วยเหตุนี้ความต้องการด้านตัวสินค้า และบรรจุภัณฑ์จำต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านการผลิตและความสามารถในการแปรรูปบรรจุภัณฑ์เป็นเกณฑ์

2.5.3 องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตามที่ได้ทราบกันแล้ว องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อยให้เลือก องค์ประกอบต่างๆ ที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และ สินค้า นั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบต่างๆบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ (Class) ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย

- ชื่อสินค้า
- ตราสินค้า
- สัญลักษณ์ทางการค้า
- รายละเอียดของสินค้า
- รายละเอียดส่งเสริมการขาย
- รูปภาพ
- ส่วนประกอบของสินค้า
- ปริมาตรหรือปริมาณ
- ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี)
- รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น

เมื่อมีการเก็บข้อมูลของรายละเอียดต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วจึงเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จุดมุ่งหมายต่างๆ ไปในการออกแบบมีดังนี้

2.5.3.1 เค้น (Stand out) ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง ตัวบรรจุภัณฑ์จะต้องออกแบบให้เด่นสะดุดตา (Catch the eye) จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกอบกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรงและขนาดซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์หรืออาจใช้การตั้งตราสินค้าให้เด่น เป็นต้น

2.5.3.2 ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand image differentiate) เป็นความรู้สึกลึกซึ้งที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย เมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์การออกแบบตราภาพพจน์ให้มีความแตกต่างนี้ เป็นวิธีการออกแบบที่แพร่หลายมาก

2.5.3.3 ความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นพาณิชย์ศิลป์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมทั้งหมด เริ่มจากการก่อให้เกิดความสนใจด้วยความเด่น เปรียบเทียบรายละเอียดต่างๆ เพื่อจงใจให้ตัดสินใจซื้อ สร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ จึงก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ “ซื้อฉันสิ” (Buy Me) จึงนับเป็นรูปธรรมสุดท้ายที่บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้เกิดขึ้นด้วยเหตุนี้ การชักจูงหวานล่อมโดยรูป คำบรรยาย สัญลักษณ์ หรือรางวัลที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับ ข้อมูสร้างให้เกิดความรู้สึกอย่างเป็เจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น (ปุ่น และสมพร, 2541 : 182-186)

2.5.4 องค์ประกอบของการออกแบบ

2.5.4.1 จุด (Dot) เป็นองค์ประกอบอันดับแรกของการออกแบบมีความหมายในตัวเอง แสดงให้เห็นพลังในการขยายหรือรวมตัวได้ จุดมีขนาดแตกต่างกันและสามารถก่อให้เกิดความรู้สึกต่างๆ เช่น ถ้านำมาวางห่างกัน 2 จุดในพื้นที่หนึ่ง จะทำให้รู้สึกของทิศทาง และเมื่อนำมาวางเรียงกันเป็นกลุ่ม ก็จะแสดงความรู้สึกของพลังที่รวมกันเป็นเอกภาพ และถ้าเพิ่มขนาดของจุดให้แตกต่างกันบ้าง ก็จะทำให้รู้สึกมีความหลากหลายมากขึ้น ช่วยให้เกิดความรู้สึกเร้าสายตาและตื่นเต้น

2.5.4.2 เส้น (Line) คือ จุดหลายจุดที่เรียงกันเป็นแถว และถ้ามีหลายแถวจะก่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวไปมาในทิศทางต่างๆ กัน สามารถแสดงให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้ายโดยปกติแล้วเส้นมีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

- เส้นตรง คือ เส้นที่มีทิศทางไปในแนวเดียวกันตลอด ทิศทางดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นไปในแนวต่างๆ และมีชื่อเรียกตามทิศทางไปด้วย เช่น เส้นราบซึ่งมีทิศทางไปในแนวนอน เส้นตั้ง มีทิศทางไปในแนวตั้งฉาก และเส้นทแยงมีทิศทางไปในแนวเฉียงทำมุมกับแนวนอน น้อยหรือมากกว่า 90 องศา นอกจากนี้แล้วถ้าเส้นเปลี่ยนทิศทางกะทันหันไม่ว่าจะเป็นบนล่าง ซ้าย หรือ ขวา ก็จะมีลักษณะเป็นหัก เรียกว่า “เส้นหัก”

เส้นสามารถสื่อความหมายได้หลากหลายเช่น

1. เส้นระดับหรือเส้นราบ มีความหมายและแสดงออกถึง ความสงบ และเยือกเย็น ความราบเรียบ ความกว้างใหญ่ไพศาล การพักผ่อน ความจัดชิด ขาดความมีชีวิตชีวา

2. เส้นตั้งฉากหรือเส้นตั้ง มีความหมายและแสดงออกถึงความยุติธรรม ความมั่นคงแข็งแรง ความสง่า น่าเกรงขาม ความทะเยอทะยานในสิ่งที่สูงกว่า การสร้างตัว การเชิดชู และความซื่อตรง

3. เส้นเฉียงหรือเส้นทแยง มีความหมายและแสดงออกถึง ความเคลื่อนไหว ความมีชีวิตชีวาสามารถพาสายตาจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้ ในสัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องหมาย เช่น เครื่องหมายจราจร เส้นทแยงนี้หมายถึง การห้าม

4. เส้นหัก มีความหมายและแสดงออกถึงความเปลี่ยนแปลง ความตื่นเต้น ซึ่งขัดกันกับความรู้สึกธรรมดา

- เส้นโค้ง คือ เส้นที่มีทิศทางไปในแนวเดียวกันแล้วค่อยๆ เปลี่ยนองศาไปช้าๆ ก็จะเป็นเส้นโค้งได้ มีความหมายและแสดงออกถึง ความอ่อนโยน ละมุนละไม เคลื่อนไหวและไม่หยุดนิ่ง มีลีลาคล้ายๆ กับเกลียวคลื่น ดูสวยงามและมีชีวิตชีวา

2.5.4.3 รูปร่าง (Shape)

เมื่อเราเขียนเส้นหนึ่งไม่ว่าจะเป็นเส้นตรงหรือเส้นโค้งย่อมจะมีจุดเริ่มต้น และจุดสิ้นสุด และถ้าเรานำเอาปลายของเส้นมาเชื่อมต่อกัน ก็จะเกิดบริเวณพื้นที่ขึ้น ซึ่งมีเส้นเป็นขอบรูปนอกที่แสดงถึงอาณาเขตหรือบริเวณ บริเวณนี้เรียกว่า “รูปร่าง” มีลักษณะแบนไม่มีความหนาเป็นรูป 2 มิติ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ารูปร่างเกิดจากเส้นและทิศทางที่มีปลายทั้งสองมาบรรจบกัน รูปร่างเหล่านี้ต่างมีความหมายในตัวเองซึ่งจะรับรู้ได้ เช่น

- รูปร่างสี่เหลี่ยม มีความหมายและแสดงออกถึง ความรู้สึกสงบ ตรงไปตรงมา และซื่อสัตย์
- รูปร่างสามเหลี่ยม มีความหมายและแสดงออกถึง ความมีพลังให้ความรู้สึกโต้แย้งและตึงเครียด
- วงกลม มีความหมายและแสดงออกถึง ความรู้สึกอบอุ่น มีความปลอดภัย และเป็นอมตะไม่มีวันสิ้นสุด
- รูปร่างอิสระ มีความหมายและแสดงออกถึง ความรู้สึกที่เป็นอิสระ

2.5.4.4 รูปทรง (Form)

รูปทรงมีวิวัฒนาการมาจากเส้นเช่นเดียวกับรูปร่างแต่มีลักษณะแตกต่างกันกล่าวคือ รูปทรงมีลักษณะเป็น 3 มิติ เป็นรูปร่างที่มีความหนา รูปทรงที่เป็นแท่งตัน ไม่โปร่ง เรียกว่า “มวล” (Mass) ส่วนรูปทรงที่ภายในโปร่ง ไม่ทึบเป็นแท่งตัน เรียกว่า “ปริมาตร” (Volume) รูปทรงแต่ละชนิดจะให้ความรู้สึกแก่เราต่างๆ กันด้วย เช่น

- รูปทรงสี่เหลี่ยม มีความหมายและแสดงออกถึง ความแข็งแรง และมั่นคงแน่นอน
- รูปทรงกลม มีความหมายและแสดงออกถึง ความรู้สึกเคลื่อนไหว
- รูปทรงกระบอกสูง มีความหมายและแสดงออกถึงความรู้สึกสง่างาม
- รูปทรงอิสระ มีความหมายและแสดงออกถึง ความรู้สึกที่เป็นอิสระ

จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง เป็นพื้นฐานขององค์ประกอบของการออกแบบ แต่ยังมีลักษณะขององค์ประกอบของการออกแบบ ซึ่งเป็นรายละเอียดช่วยเสริมเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของผลงาน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องทราบถึงลักษณะต่างๆ ขององค์ประกอบของการออกแบบด้วย

2.5.4.5 ลักษณะต่างๆ ขององค์ประกอบของการออกแบบ

1. ขนาด (Size) คือ บริเวณพื้นที่ซึ่งเป็นขอบเขตของรูปร่างหรือรูปทรง ซึ่งมีต่างๆ กัน ความแตกต่างจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเปรียบเทียบระหว่างกัน ซึ่งเราสามารถที่จะรับรู้ได้ด้วยสายตา การที่เราทราบหรือรับรู้ขนาดของสิ่งต่างๆ นั้น เรามักจะพิจารณาจากพื้นที่หรือบริเวณตัววัตถุเป็นเกณฑ์ หรือทราบจากพื้นที่หรือบริเวณโดยรอบตัววัตถุ นอกจากนี้แล้วขนาดยังไม่สามารถใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อให้เกิดความรู้สึกเรื่องระยะหรือความลึก ว่าใกล้ไกลเพียงใด เช่น ก้อนวัตถุที่มีขนาดใหญ่ จะรู้สึก ว่าวัตถุก้อนนั้นอยู่ใกล้ตัวเรา แต่ถ้าเป็นวัตถุก้อนเล็กแล้วเราจะรู้สึกว่าวัตถุก้อนนั้นห่างไกลจากตัวเรา ไปทันที ในทำนองเดียวกัน เราสามารถสังเกตเห็นถึงความประสานกลมกลืนและความขัดแย้ง เกิดขึ้นในวัตถุดังกล่าวอีกด้วย กล่าวได้คือวัตถุที่ขนาดใกล้เคียงกันและวางใกล้กันจะก่อให้เกิด ความรู้สึกประสานกลมกลืน แต่ถ้าวัตถุมีขนาดแตกต่างกันและวางอยู่ใกล้กัน จะก่อให้เกิด ความรู้สึกขัดแย้ง ดังนั้น เมื่อจะมีการออกแบบงานในลักษณะ 2 มิติ หรือ 3 มิติก็ได้ จะต้องคำนึงถึง ขนาดด้วย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

2. ทิศทาง (Direction) รูปร่างพื้นฐาน (สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม) มี ลักษณะแสดงออกให้เห็นทิศทางต่างๆ กัน รูปสี่เหลี่ยมแสดงให้เห็นทิศทางในแนวราบและตั้งฉาก รูปสามเหลี่ยมมีทิศทางแสดงในแนวเฉียง รูปวงกลมมีทิศทางในแนวโค้ง ทิศทางเหล่านี้มี ความหมายและเป็นหลักสำคัญที่นักออกแบบจำเป็นต้องนำไปใช้ในการใช้งานของตน ทิศทางใน แนวตั้งฉาก - นอนแสดงออกถึงความมั่นคง เป็นความหมายพื้นฐานหลักที่ใช้กันมากในงาน ออกแบบทุกประเภท ทิศทางในแนวเฉียงแสดงถึงการสร้างความตื่นเต้นต่อการรับรู้ทางตา ทิศทาง ในแนวโค้ง แสดงออกถึงการไม่อยู่กับที่เดินทางไปรอบๆ มีความช้าและอบอุ่น ทิศทางเหล่านี้มีพลัง และมีความสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อความหมายในการออกแบบ

3. พื้นที่ว่าง (Space) พื้นที่ว่าง คือ บริเวณว่างที่อยู่โดยรอบวัตถุต่างๆ ถ้า เปรียบตัวเราเป็นวัตถุซึ่งมีสภาพเป็นมวล (Mass) แล้ว ความว่างดังกล่าวเป็นบริเวณพื้นที่ลบ ส่วน พื้นที่ที่เป็นตัวเรานั้นเป็นพื้นที่บวก ในการออกแบบงานประเภท 2 มิติ จะต้องกำหนดกรอบพื้นที่ (Space frame) เป็นรูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม หรือรูปร่างอิสระเสียก่อน แล้วจึงจะสร้างรูปร่าง หรือรูปทรงตามที่ต้องการลงในกรอบพื้นที่อีกทีหนึ่ง

4. ระยะ-ความลึก (Distance-depth) ในการสร้างความรู้สึกของระยะความ ลึกลงในภาพนั้น จะใช้เส้นระดับตา ก่อน แล้วค่อยๆ เพิ่มระดับของเส้นขึ้นเรื่อยๆ ก็จะทำให้รู้สึกมี ระยะ-ความลึกของพื้นที่มากขึ้น และความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับพื้นหลังมีส่วนสร้างความรู้สึก ของความลึกให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ เช่น

- ระยะที่เกิดจากขนาด
- ระยะที่เกิดจากความเข้ม
- ระยะที่เกิดจากที่ตั้ง
- ระยะที่เกิดจากการซ้อนของภาพ
- ระยะที่เกิดจากการแยกตัว
- ระยะที่เกิดจากเส้นขอบภาพ
- ระยะที่เกิดจากความโปร่งแสง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับระยะที่เกิดจากกรอบพื้นที่นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ลักษณะผิว (Texture) หมายถึง ลักษณะภายนอกของสิ่งต่างๆ ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เปลือกไม้ เปลือกหอย เนื้อผ้า ผิวนอกของเครื่องเรือน หรือฝาผนังห้อง ผิวนอกของสิ่งต่างๆ นี้มีลักษณะต่างๆ กัน เช่น มัน ด้าน ละเอียด หยาบ เรียบ ขรุขระ เรารับรู้ในเรื่องเหล่านี้ได้ทางตาและการสัมผัส ลักษณะผิวเกี่ยวข้องกับลวดลาย เช่น ระลอกคลื่นในน้ำ หรือลายผ้าที่เกิดจากการทอ ลักษณะผิวมีบทบาทสำคัญสำหรับงานออกแบบทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ เพราะมีสมบัติช่วยสร้างความเข้าใจและตื่นเต้นให้กับผู้ได้สัมผัส นอกจากนี้แล้ว ยังมีสมบัติพิเศษอีก คือ ลักษณะผิวที่หยาบ เช่น ฝ้าย ไม้ หรือหิน จะดูดซึมแสงสว่าง ส่วนพื้นผิวละเอียดหรือเป็นมัน เช่น ฟ้าชาติน โลหะที่ขัดผิว กระຈก จะสะท้อนแสง และผิวที่มีลักษณะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบในลักษณะ 3 มิติมาก เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับตกแต่งสถานที่ และงานด้านสถาปัตยกรรม

6. ลวดลาย (Pattern) จะปรากฏอยู่บนพื้นผิว (Surface) ของรูปร่างหรือรูปทรง มีอาณาเขตจรดของกรอบพื้นที่ เช่น ลวดลายของผ้าลาย แผ่นไม้สัก ลายของเสียดาว ลายผ้าต่างๆ ฯลฯ นักออกแบบอาจคิดลวดลายใหม่ เพื่อเสริมสร้างผลงานให้น่าสนใจยิ่งขึ้น

7. ความเข้ม (Value) คือ จำนวนความมืด และสว่างของแสงที่ตกกระทบลงยังพื้นที่ หรือวัตถุมิความแตกต่างกันตั้งแต่ ขาว เทาอ่อน เทาเข้ม ไปจนถึงดำ ความเปลี่ยนแปลงหรือจำนวนความเข้มนี้เอง ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกในการรับรู้ได้หลายประการ เช่น เกิดความเคลื่อนไหว เกิดระยะใกล้-ไกล เกิดความลึก-ตื้น เกิดความแตกต่างของขนาด ความกลมหรือความหนา ซึ่งส่วนมากเป็นการเพิ่มลักษณะ 2 มิติให้เป็น 3 มิติ ในการออกแบบและสร้างผลงาน

8. สี (Color) ในบรรดาองค์ประกอบในการออกแบบทั้งหมด สีมีบทบาทสำคัญ มีพลัง สามารถสร้างปฏิกิริยา ให้กับอารมณ์ได้อย่างมหาศาล สีมีผลกับจิตใจมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง การออกแบบจึงได้มีการจัดระเบียบความรู้เรื่องสีให้เป็นระบบ เพื่อให้การใช้สีในการสร้างผลงานมีประสิทธิภาพ

9. ทศนิยมภาพ (Perspective) ทศนิยมภาพ คือ ระบบการสร้างงาน 3 มิติบนพื้นที่ 2 มิติ เช่น แผ่นกระดาษ หรือผ้าใบ เพื่อให้ได้ภาพลวงตาหรือทัศนมายาที่และดูเหมือนภาพที่เป็นอยู่จริงตามธรรมชาติ (อุรุวิศ, 2544 : 15-33)

2.6 ภาพประกอบ

2.6.1 ความหมายของภาพประกอบ

ภาพประกอบ คือ หลักฐานที่จะช่วยอธิบายให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระมากขึ้นทั้งยังเป็นสิ่งช่วยตกแต่งให้สิ่งพิมพ์ดูสวยงาม ภาพประกอบเป็นผลงานการสร้างสรรค์ของศิลปินแต่ละคน อาจจะมีลักษณะเป็นลายเส้น ขาวดำ มีการให้แสงเงาอ่อนแก่หรืออาจใช้สีหลายสีก็ได้ แต่การสร้างสรรคผลงานจะต้องมีลักษณะน่าสนใจปลูกเร้าความรู้สึกสามารถโน้มน้าความนึกคิดของผู้อ่าน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมมีจินตนาการและสนุกกับการอ่าน(ชาญศิลป์ กิตติโชติพาณิชย์, 2544 : 51)

ภาพประกอบ คือ ภาพพิมพ์ประกอบในสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อช่วยให้ผู้ที่อ่านเรื่องราวจากตัวหนังสือเข้าใจเรื่องราวได้ดีขึ้น ทำให้สิ่งพิมพ์สวยงามน่าสนใจ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520 : 99)

ภาพประกอบ คือ ตัวบอกคุณสมบัติ เล่าเรื่องสิ่งที่ต้องการชี้แนะ บอกเล่าให้รู้กระจ่าง ที่ผู้ดูสามารถดูแล้วรู้เรื่องเข้าใจกระจ่างชัดในทันที เป็นสิ่งสำคัญโน้มน้าวให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกตอบสนอง บางกรณีภาพประกอบจะให้ความเข้าใจได้ดีกว่าการพรรณนา (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, 2539 : 47)

ภาษาภาพ มีคุณสมบัติในการเผยแพร่ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการสื่อสารชนิดใดๆ ด้วยภาษาภาพนี้ มนุษย์เราสามารถแสดงออกและถ่ายทอดประสบการณ์ของมนุษย์ออกมาในรูปทรงของวัตถุ การสื่อสารด้วยภาพเป็นสากล และมีความเป็นนานาชาติภาษาภาพไม่รู้จักข้อจำกัดของถิ่น คำศัพท์หรือไวยากรณ์และแม้คนที่ไม่สามารถอ่านหนังสือก็รับรู้เข้าใจได้เท่าๆ กับคนอ่านหนังสือได้ ภาษาภาพสามารถใช้สื่อความจริง (Facts) แนวคิด (Ideas) ได้กว้างกว่าวิธีการสื่อสารอื่นใดเกือบทั้งหมด (ชัยบูรณ์ ศิริชนะวัฒน์, 2535:3 อ้างถึงในเลอสม สดาศิตานนท์, 2540:14)

มนุษย์พบเห็นสิ่งพิมพ์มากมายในชีวิตประจำวัน และในบรรดาสิ่งพิมพ์ที่มนุษย์พบเห็นเป็นกิจวัตรนั้น ภาพเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ ภาพสามารถก่อให้เกิดผลกระทบมากมายต่อผู้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้พบเห็นด้วยเหตุผลสำคัญหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก ภาพมีส่วนช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้หรือผู้พบเห็นโดยทั่วไป ประการที่สอง ภาพช่วยอธิบายเนื้อหาและแนวคิดของข้อความที่ปรากฏและช่วยเพิ่มคุณค่าและความงามให้สิ่งพิมพ์ ประการที่สาม ภาพก่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้พบเห็นและช่วยให้ผู้ใช้สิ่งพิมพ์จดจำสิ่งพิมพ์ได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ภาพยังมีความสำคัญต่อการช่วยพิสูจน์หลักฐาน เพื่อยืนยันความจริงที่เกิดขึ้น รวมทั้งใช้ในการอ้างอิง และประโยชน์อื่นๆ อีกมาก ภาพประกอบที่ใช้ในสิ่งพิมพ์มีหลายประเภท เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด แผนภูมิ ตารางประกอบ ฯลฯ การรู้เลือกใช้ภาพประกอบให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถเพิ่มคุณค่าให้สิ่งพิมพ์อย่างมหาศาล (จินทนา ทองประยูร, 2537 : 52)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 วัตถุประสงค์ของการใช้ภาพประกอบ

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการนำเอาภาพมาใช้สร้างสรรค์ในงานออกแบบกราฟฟิค ดังนี้

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างบุคลิกของสิ่งพิมพ์ ทำให้ผู้ดูหรือผู้อ่านได้รับรู้และยอมรับในรูปแบบ ลักษณะเด่นเฉพาะและส่วนประกอบต่างๆ ในงานพิมพ์นั้นๆ
2. เพื่อสร้างความสวยงามทางศิลปะของสิ่งพิมพ์ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและนำเสนอภาพ มุ่งที่จะใช้ภาพเพื่อการเสนอเนื้อหา และเน้นการสร้างคุณค่าทางความสวยงามและเป็นการพัฒนาความคิด ความรู้สึก ตลอดจนการก่อให้เกิดความงอกงามในจิตใจ
3. เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นและกลุ่มเป้าหมายโดยตรงไม่ว่าจะเป็นรูปแบบภาพการจัดวาง เนื้อหาภายในภาพตลอดจนสีสันทึ่ปรากฏ จะเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดความสนใจในสื่ออื่นๆ
4. เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเกิดความง่ายในการจดจำรูปภาพ และแนวทางการออกแบบนั้นจะทำให้เกิดความชัดเจนของเนื้อหาสาระมากยิ่งขึ้น ภาพจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจสาระง่ายยิ่งขึ้นบุคลิกของการออกแบบจะช่วยเน้นความทรงจำได้ดียิ่งขึ้น
5. เพื่อปิดบังความด้อยในคุณภาพของวัสดุพิมพ์ อาจจะเป็นเหตุผลของความจำกัดในด้านงบประมาณ หรือความจำกัดอันเนื่องมาจากขีดจำกัดของวัสดุที่อยู่ จะเป็นเหตุผลประกอบที่จะทำให้สิ่งพิมพ์นั้นด้อยความน่าสนใจลงไปบ้าง รูปภาพและการออกแบบที่ดีจะช่วยดึงดูดความสนใจและลดความสนใจเกี่ยวกับจุดด้อยลงไปได้บ้าง
6. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อความหมายการออกแบบ และการใช้ภาพที่เหมาะสมจะช่วยให้การสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์และเข้าใจได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และเพิ่มความชัดเจนของสาระได้มากยิ่งขึ้น

ธัม วสินเกษม และ วันชัย ศิริชนะ (2530) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ ดังนี้

- เพื่อให้เนื้อหาสาระข่าวสารข้อมูลหรือเรื่องราว
- เพื่ออธิบาย หรือช่วยอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจได้ง่าย
- เพื่อกระตุ้นให้อยากรู้อยากเห็น
- เพื่อตกแต่ง หรือเพิ่มความสวยงามให้กับสิ่งพิมพ์
- เพื่อให้อารมณ์ บรรยากาศของเนื้อหา หรือของสิ่งพิมพ์นั้น

2.6.3 รูปแบบภาพประกอบ

วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2539) กล่าวถึงรูปแบบของภาพประกอบ ดังนี้

1. รูปแบบเหมือนจริง (Realistic Style) เป็นรูปแบบที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ความถูกต้อง และบรรยากาศของความเป็นจริงขณะนั้น นิยมใช้กับภาพถ่าย ใช้ภาพเป็นภาพประกอบหน้าปกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ประกอบหนังสือวิชาการต่างๆ ที่ต้องการความถูกต้อง เพราะต้องการความเข้าใจง่ายต่อการรับรู้ของคนทั่วไป

2. รูปแบบดัดแปลงธรรมชาติ (Modulation Style) เป็นรูปแบบที่สร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องราว เนื้อหาซึ่งไม่มีในธรรมชาติ เช่น ภาพการ์ตูน ภาพซ้อน(เทคนิคการถ่ายภาพหรือการจัดองค์ประกอบในการเขียนภาพให้ซ้อนกัน)

3. รูปแบบอิสระ (Free Style) เป็นรูปแบบที่ไม่แสดงเรื่องราว เนื้อหา อาจจะเป็นเพียงลวดลาย รูปทรงแปลก หรือต้องการความสวยงามของสีอันมากกว่าเนื้อหาเป็นต้น

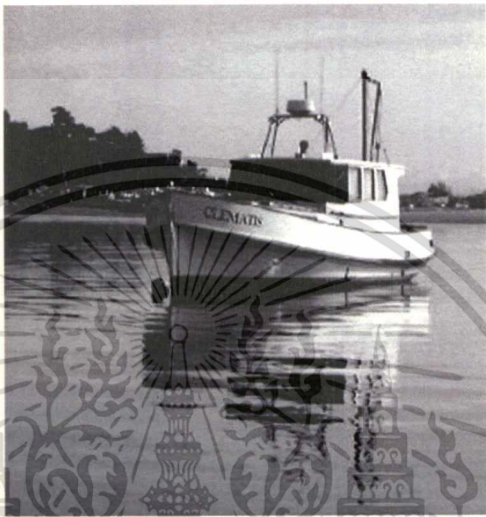
กำธร สติรกุล (2521) แบ่งภาพประกอบตามวิธีการพิมพ์เป็น 4 ลักษณะดังนี้

1. ภาพลายเส้น เป็นภาพที่มีลักษณะเส้นดำบนพื้นกระดาษขาวหรือเส้นที่แสดงภาพเป็นสีขาวบนพื้นกระดาษสีดำจะไม่มีส่วนใดในภาพที่เป็นน้ำหนักรายละเอียดกลางหรือเป็นสีเทาภาพต้นแบบตามลักษณะนี้ยังที่จะสามารถจะนำไปทำต้นแบบแม่พิมพ์ได้ไม่ต้องถ่ายแผ่นสกรีน



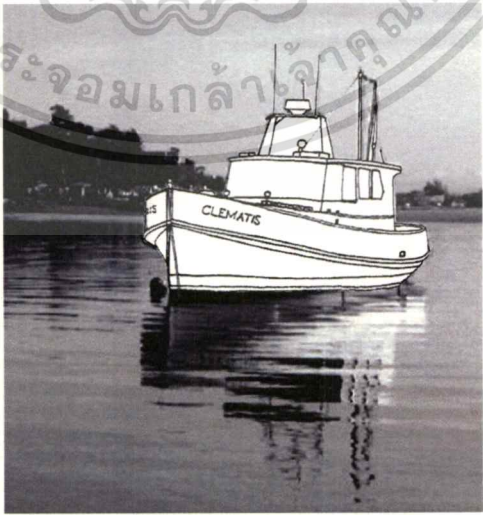
ภาพที่ 2.18 ภาพประกอบแบบลายเส้น

2. ภาพลายสกรีน คือ ภาพที่แสดงน้ำหนักของแสง และเงาในภาพมีหลายระยะ ตั้งแต่น้ำหนักเข้ม กลาง และอ่อน จะต้องนำภาพมาถ่ายผ่านสกรีนก่อนทำแม่พิมพ์ ภาพที่พิมพ์ออกมาจะมีแสงและเงา มีสีอ่อนแก่น้ำหนักต่างๆ กันในภาพนั้น เป็นภาพที่พิมพ์ต้นฉบับจากภาพถ่ายภาพเขียนด้วยพู่กัน สีน้ำ สีน้ำมัน เป็นต้น ภาพสกรีนนี้สร้างภาพเหมือนได้มากกว่าวิธีอื่น มักจะเป็นภาพที่มีรายละเอียดมาก



ภาพที่ 2.19 ภาพประกอบแบบลายสกรีน

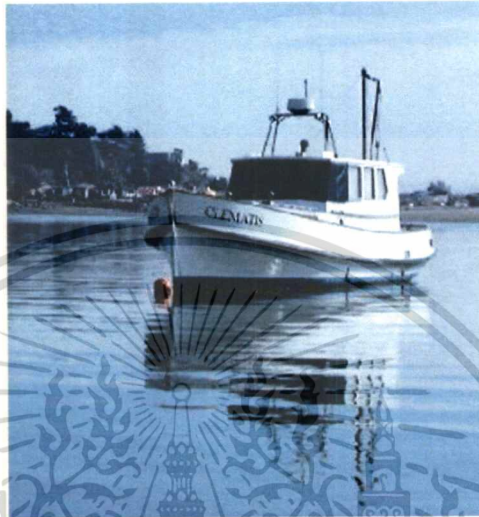
3. ภาพผสมระหว่างลายเส้นและลายสกรีน คือ การสร้างภาพที่มีลายเส้น และลายสกรีนปนกัน เช่น การสร้างให้บางส่วนของภาพมีลักษณะเป็นลายเส้น และบางส่วนของภาพเป็นลายสกรีนด้วยในภาพเดียวกัน



ภาพที่ 2.20 ภาพประกอบแบบผสมระหว่างลายเส้นและลายสกรีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ภาพสีและภาพสีธรรมชาติ ภาพสีอาจเป็นภาพถ่ายเส้นหรือลายสกรีนก็ได้ โดยการใช้สีประกอบในภาพด้วย ทำให้ภาพน่าดูและเหมือนของจริงยิ่งขึ้นแต่ภาพสีธรรมชาตินั้นเป็นภาพถ่ายสกรีนและอย่างน้อยจะต้องใช้สี 4 สีจึงจะพิมพ์ภาพออกเป็นสีธรรมชาติได้ อย่างไรก็ตามในการพิมพ์ภาพที่ต้องการคุณภาพดีมาก ๆ อาจต้องพิมพ์สีเพิ่มเป็น 5 หรือ 6 สีที่เพิ่มขึ้นเรียกว่าเป็นสีพิเศษ



ภาพที่ 2.21 ภาพประกอบแบบภาพสีธรรมชาติ

2.6.4 คุณสมบัติของภาพประกอบที่ดี

ภาพประกอบที่ดีควรจะช่วยขยายความให้เข้าใจเรื่องได้ สามารถสร้างอารมณ์ของเรื่องทำให้เนื้อเรื่องเด่นขึ้น และต้องมีความสอดคล้องกับเนื้อหา (ปทุมรัตน์ พิชญ์ไพบูลย์, 2542 : 59)

ภาพประกอบที่ดีต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. คุณสมบัติในการเล่าเรื่องได้ดี (Story telling Quality) เป็นภาพที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ดี
2. คุณสมบัติในการเป็นภาพที่ถ่ายทำได้ดี (Photographic Quality) เป็นเรื่องของเทคนิคการถ่ายภาพที่มีการร่วมมือกับผู้จัดพิมพ์และนักเขียน
3. คุณสมบัติในการเป็นภาพที่เร้าอารมณ์ผู้อ่าน (Impact Quality) เป็นภาพที่ทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ต่างๆ ได้
4. คุณสมบัติในการเป็นภาพที่ดูแล้วเข้าใจง่าย (Simplicity Quality)
5. คุณสมบัติในด้านความสวยงาม (Beauty Quality)

ภาพที่นำมาใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ควรเป็นภาพที่เร้าใจ และสื่อความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างแจ่มชัด รวมทั้งสามารถสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้ด้วย (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และ วินัส อัสวสิทธิถาวร, 2538 : 61)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

เครื่องพิมพ์ทำหน้าที่ถ่ายทอดหมึกเหลวลงไปยังพิมพ์ (Substrate) ตามตำแหน่ง (Image Area) และแบบ (Pattern) ที่ต้องการระบบการพิมพ์อาจมีอยู่หลายประเภท แต่ทั่วระบบการพิมพ์กว่า 80% ที่ใช้บรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

แบบถ่ายผ่าน (Relief) ระบบพิมพ์ประเภทนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ระบบการพิมพ์พื้นนูน ได้แก่ แบบเพลกโซกราฟี (Flexo Graphy) แบบเลตเตอร์เพรส ซึ่งเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing)

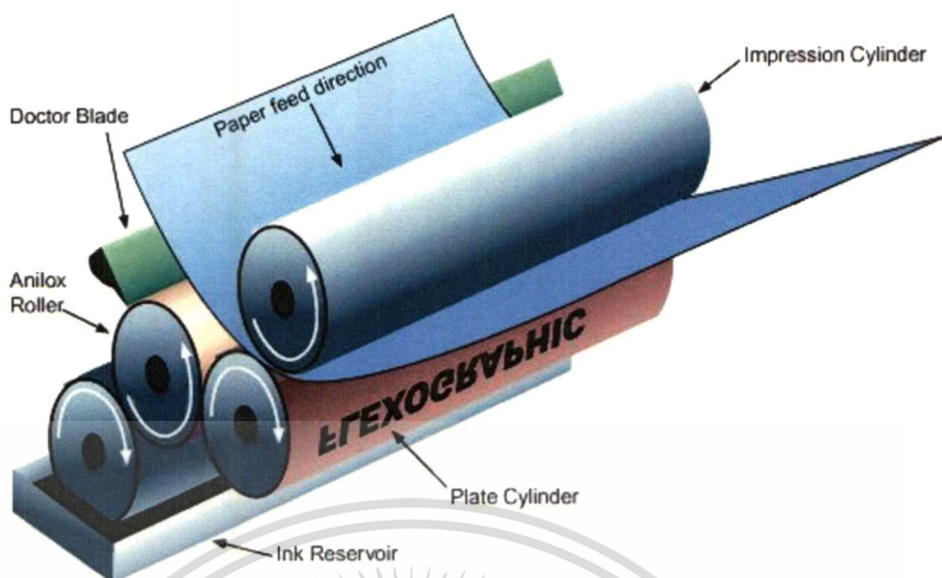
เครื่องพิมพ์แบบนี้ใช้ส่วนที่นูนออกมาเป็นที่ยถ่ายผ่านหมึก วิธีการพิมพ์แบบนี้ นับเป็นวิธีการแรกเริ่มที่ใช้ในการพิมพ์ เช่น ป้ายตราข้างซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายตามสำนักงาน เป็นตัวอย่างที่ดีของการพิมพ์แบบนี้ เครื่องพิมพ์แบบนี้ตัวแม่พิมพ์อาจจะทำจากโลหะยางโพลิเมอร์หรือสารผสม ขึ้นอยู่กับงานพิมพ์ ตัวแม่พิมพ์อาจจะอยู่ในรูปเป็นแผ่นแบนราบหรือติดรอบโมหรือไซลินเดอร์ (Cylinder) ที่หมุนในขณะพิมพ์ งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ใช้แม่พิมพ์ที่มีวนบนไซลินเดอร์หรือเรียกว่าโมแม่พิมพ์

เครื่องพิมพ์แบบถ่ายผ่านที่นิยมได้แก่ เลตเตอร์เพรส และเพลกโซกราฟี เครื่องพิมพ์เลตเตอร์เพรสนี้ใช้แม่พิมพ์ที่ทำจากโลหะ เครื่องพิมพ์เลตเตอร์เพรสมักใช้หมึกที่ผสมด้วยน้ำมันและมักใช้การพิมพ์ฉลากและวัสดุเคลือบหลายชั้น แม่พิมพ์ที่ใช้กับเลตเตอร์เพรสจะใช้ได้นานกว่า ทนทานกว่า และพิมพ์ได้คมชัดกว่าแม่พิมพ์ที่ใช้กับเพลกโซกราฟีที่ทำจากโพลิเมอร์

2.7.1 เครื่องพิมพ์เพลกโซกราฟี

แม่พิมพ์หรือตัวเพลที่ใช้ในการพิมพ์ของเครื่องพิมพ์เพลกโซจะเป็นแบบยึดหยุ่น ด้วยเหตุนี้การพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์เพลกโซต้องระมัดระวังในแรงกด ถ้าแรงกดมีมากเกินไปจะทำให้หมึกที่พิมพ์ปลิ้นออกมาอยู่ข้าง ๆ สิ่งพิมพ์ ที่เรียกตามวิชาการว่า Gain นอกจากนี้ยังมีผลต่อความเข้มของสีที่พิมพ์อีกด้วย ความละเอียดในการพิมพ์แบบเพลกโซจะค่อนข้างหยาบ คือ ได้เพียง 60 – 120 จุดต่อนิ้ว (dpi)

ขณะที่พิมพ์หมึกพิมพ์เพลกโซจะถูกกดให้ขอบของบริเวณที่พิมพ์เป็นเส้นขาด ๆ ที่เรียกว่า “Halo Effect” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ปกติของการพิมพ์ระบบนี้ ด้วยเหตุนี้ ในการใช้เครื่องพิมพ์เพลกโซจึงควรหลีกเลี่ยงงานที่ละเอียดมาก ๆ หรือสีที่เต็มพื้นที่ (Solid Color) การพิมพ์ในระบบนี้จึงเหมาะกับสิ่งพิมพ์ที่มีผิวค่อนข้างหยาบ และใช้ในวงการบรรจุภัณฑ์ในการพิมพ์กล่องกระดาษ ลูกฟูก ลูกกระดาษ บรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม และฉลาก



ภาพที่ 2.22 การทำงานของเครื่องพิมพ์เฟลกโซกราฟี

2.7.2 เครื่องพิมพ์แบบเลตเตอร์เพรสหรือออฟเซตแบบแห้ง

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นทรงกลม เช่น กระป๋องโลหะไม่มีจุดรวมฉาก (Registration Mark) บนเส้นรอบวงเหมือนกับวัสดุสิ่งพิมพ์แบบเรียบ ด้วยเหตุนี้เวลาพิมพ์กระป๋องจึงใช้วิธีถ่ายผ่านหมึกที่จะพิมพ์ลงบนโมยางที่เรียกว่า Blanket Cylinder แล้วถ่ายผ่านสีทั้งหมดจากโมยางนี้ลงสู่กระป๋อง โมยางจะหมุนผ่านพื้นผิวบนกระป๋อง และถ่ายผ่านสีจากหน่วยพิมพ์แต่ละหน่วยลงไปบนกระป๋องจากการหมุนครบ 1 รอบ หมึกที่ใช้พิมพ์จะยังเปียกชื้นอยู่ ดังนั้น หลังการพิมพ์จึงจำเป็นต้องอบให้แห้งด้วยแสงยูวีหรือเตาอบความร้อน

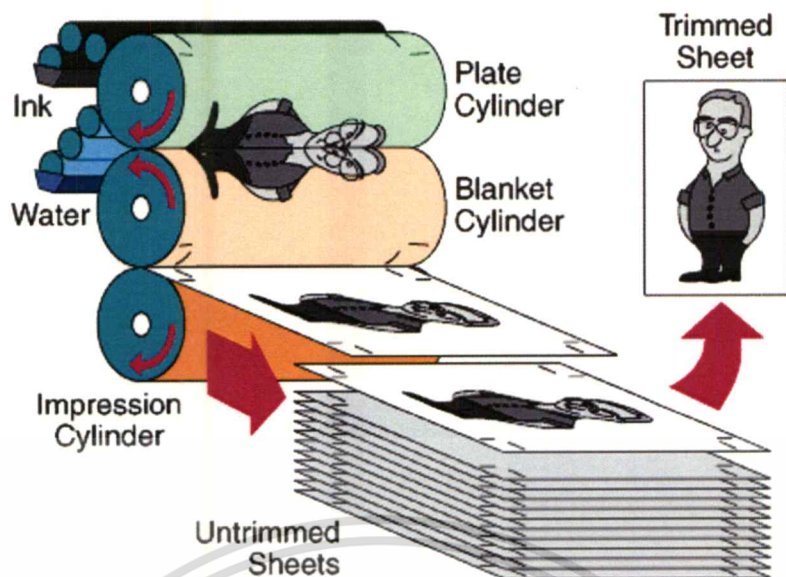
เครื่องพิมพ์ในระบบนี้รู้จักในนามของออฟเซตแบบแห้ง สีพิมพ์ในแต่ละจุดจะไม่

ทับกัน ดังนั้น เมื่อมองผ่านแว่นขยายจะเห็นช่องว่างระหว่างจุดแต่ละจุดที่พิมพ์บนผิวของสิ่งที่พิมพ์ ด้วยเหตุนี้จึงไม่ค่อยนิยมพิมพ์สีหลากหลายสีมากนัก (full-color) ตัวอย่างเช่น กระป๋องน้ำอัดลมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังสามารถสังเกตเห็นรอยเส้นทับบนกระป๋อง ตามแนวความสูงของกระป๋องซึ่งเป็นรอยเส้นที่เกิดจากสีที่เกาะกัน

2.7.3 แบบแบนราบ (Plano Graphic) ที่นิยมใช้ ได้แก่ ระบบลิโธกราฟี (Lithography) หรือ แบบออฟเซตลิโธกราฟี (Offset Lithography)

เครื่องพิมพ์ที่ทำงานในแนวแบนราบนี้ มีอีกชื่อหนึ่งว่า ลิโธกราฟฟี (Lithography) ความหมายของแบนราบ คือ บริเวณที่ถูกพิมพ์และไม่ได้พิมพ์ต่างอยู่ในระนาบเดียวกัน ตัวแม่พิมพ์หรือเพลทซึ่งมีลักษณะแบนราบและแว่วบจะส่งผ่านหมึกไปสู่โมยาง ก่อนพิมพ์ลงไปยังสิ่งที่พิมพ์ วิธีส่งหมึกผ่านโมยางจะช่วยยืดอายุของแม่พิมพ์ ถ้าปล่อยให้พิมพ์สัมผัสกับสิ่งที่พิมพ์ทุกครั้งพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.23 การทำงานของเครื่องพิมพ์ออฟเซต

หัวใจสำคัญของการพิมพ์แบบเบนราบ คือการทำงานของเพลทแม่พิมพ์และตัวหมึกพิมพ์ที่มีน้ำมันเป็นฐาน เพลทแม่พิมพ์จะถ่ายหมึกพิมพ์ตรงบริเวณที่จะพิมพ์ ส่วนบริเวณที่ไม่พิมพ์นั้นจะเป็นเยื่อบาง ๆ ของน้ำ ด้วยเหตุนี้จึงมีลูกกลิ้งที่ให้ความชื้นบนผิวของลูกกลิ้งแม่พิมพ์ ตามที่แสดงไว้ในรูป ส่วนปริมาณหมึกที่จะพิมพ์นี้ถูกควบคุมปริมาณด้วยจำนวนลูกกลิ้งส่งถ่ายหมึกเป็นชุด

การพิมพ์แบบลิโทกราฟีนี้มักใช้กับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์กระดาษ เช่น กล่องกระดาษแข็ง ฉลากสอศสียหลาย ๆ สี เป็นต้น เครื่องพิมพ์ที่ใช้ส่วนใหญ่จะป้อนกระดาษเป็นแผ่น ถ้ากระดาษยังเรียบและมันแวววาวจะยังพิมพ์สอศสีได้สวยงาม

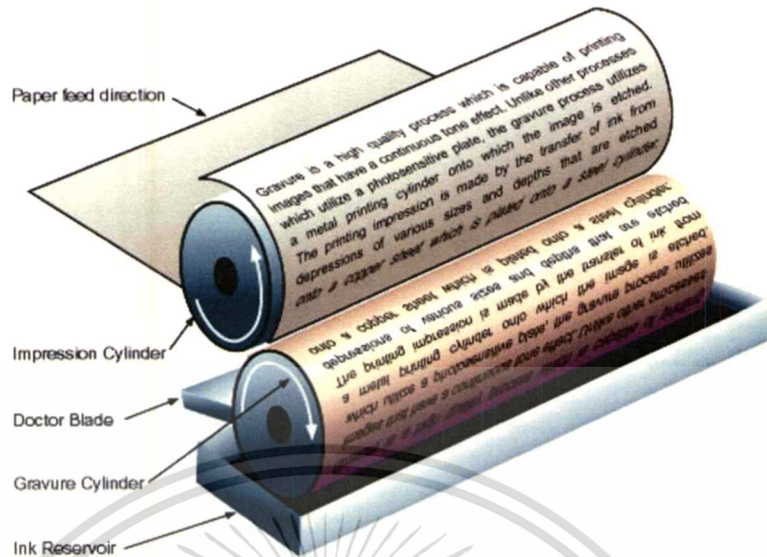
สำหรับกระป๋องที่ต้องการสอศสีสวยงาม จะใช้ระบบออฟเซตลิโทกราฟีนี้พิมพ์ลงไปในแผ่นโลหะก่อนจะนำไปขึ้นรูปเป็นกระป๋อง แล้วทำการอบแห้ง พร้อมทั้งเคลือบด้วยแสงยูวีหรือเตาอบความร้อน

2.7.4 แบบโรโตกราฟัวร์ (Rotogravure) หรือเรียกแบบย่อว่า กราวัร์

เครื่องพิมพ์กราวัวร์จะส่งหมึกผ่านโดยแม่พิมพ์ที่กัดเป็นรูเล็ก ๆ ตามขนาดและความลึกแตกต่างกัน โดยใช้ปฏิกิริยาทางเคมีและการเจียรผิวของโมแม่พิมพ์ให้เรียบ ในยุคสมัยใหม่จะใช้การเจาะรูด้วยแสงเลเซอร์หรือหัวเข็มทำด้วยเพชร ตัวลูกกลิ้งแม่พิมพ์นี้ทำจากเหล็กชุบด้วยทองแดง พร้อมทั้งเคลือบโครเมียมในชั้นตอนสุดท้ายเพื่อเพิ่มความแข็งแรง สามารถใช้แม่พิมพ์ได้ทนทาน โมที่พาหมึกพิมพ์นี้จะมีใบมีดที่เรียกว่า Doctor Blade ทำการปาดสีบริเวณปากรูให้เรียบ

สิ่งที่พิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ควรมีผิวเรียบที่สามารถรับถ่ายหมึกที่เป็นจุด ๆ นี้อย่างรวดเร็ว นับได้ว่าเป็นระบบพิมพ์ทำให้คุณภาพการพิมพ์ที่ดีและแม่พิมพ์สามารถให้งานได้ทนนานกว่าระบบพิมพ์อื่น ๆ ดังนั้นจึงเหมาะกับการพิมพ์ที่มีเป็นปริมาณมาก ๆ อย่างต่อเนื่อง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.24 การทำงานของเครื่องพิมพ์โรโตกราฟัวร์

2.7.5 แบบไร้สัมผัส (Non-contact) หรือแบบไม่ใช้ระบบการกดพิมพ์ เป็นระบบใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในระยะ 10 ปี ที่ผ่านมา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์แบบไร้สัมผัสแบบอิงค์เจ็ท (Ink-Jet Printer) เป็นระบบการพิมพ์แบบไร้สัมผัสที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน เนื่องจากความรวดเร็วในการพิมพ์ และการพิมพ์ลงบนวัสดุ ๆ ก็ได้ เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท จะทำงานโดยใช้วิธีพ่นหยดหมึกขนาดเล็ก ในปริมาณที่เหมาะสมลงบนสิ่งที่ต้องการจะพิมพ์ จึงให้ประสิทธิภาพในการพิมพ์ที่ดีกว่าแบบอื่น ๆ เนื่องจากตัวอักษรคมชัดและสะอาด ระบบอิงค์เจ็ทสามารถพิมพ์ได้เร็วถึง 300 เมตรต่อนาทีต่อแถวหรือเกือบ 2000 ตัวอักษรต่อนาที ส่วนหมึกที่ใช้กับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทเป็นหมึกผสมสารเคมีแบบฐานน้ำ (Water-based Inks) ซึ่งแห้งเร็ว และตัวหมึกเองโดยส่วนใหญ่สามารถละลายได้ด้วยความร้อน จึงสามารถขจัดปัญหาการทำความสะอาดเครื่องพิมพ์

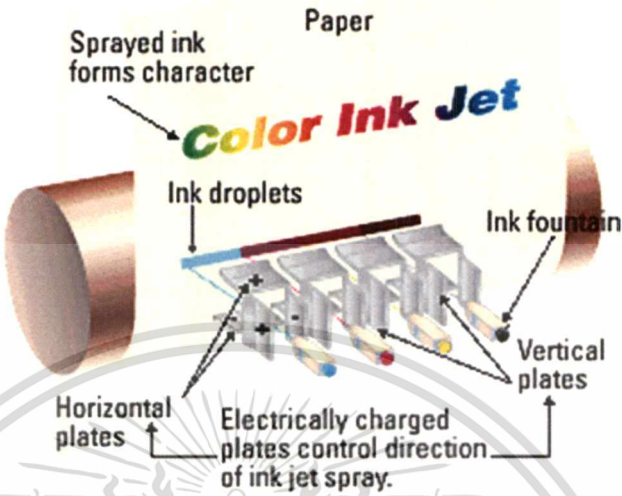
เนื่องจากหมึกที่ใช้กับเครื่องอิงค์เจ็ท เป็นหมึกแบบเชื่อน้ำ จึงไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม ระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้กับการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์อาหารในบางโรงงาน ผลิตภัณฑ์อาหารกว่า 200 รายการของการผลิต สามารถใช้ระบบนี้ในการพิมพ์ ลงบรรจุภัณฑ์ทุกประเภท โดยมีการพิมพ์มากกว่า 1.2 ล้านครั้งต่อวัน และประมาณ 320 วันต่อปี นอกเหนือจากนี้บรรจุภัณฑ์ที่ต้องฆ่าเชื้อด้วยความร้อนสามารถใช้หมึกพิเศษที่ทนความร้อนได้สูงกว่า 120 เซลเซียส โดยที่สีไม่หลุดลอก

คุณสมบัติพิเศษของเครื่องพิมพ์แบบอิงค์เจ็ท คือ ให้การพิมพ์ที่ละเอียดมากจึงสามารถพิมพ์ลงในพื้นที่ขนาดเล็ก ๆ ได้โดยหมึกไม่เลอะเทอะเปรอะเปื้อนออกมา โดยเฉพาะการพิมพ์บาร์โค้ด ซึ่งมีพื้นที่ขนาดเล็ก ๆ เรียงกัน นอกจากนี้ยังเหมาะสมกับการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์หรือฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขณะที่บรรจุโดยการเติมวันที่หมดอายุ น้ำหนัก ราคา และวันที่บรรจุลงในช่องว่างขนาดเล็กที่กำหนดไว้



ภาพที่ 2.25 การทำงานของเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท (Ink-Jet Printer)

นอกจากการแบ่งด้วยระบบการพิมพ์ดังกล่าวนี้ เครื่องพิมพ์ยังสามารถแบ่งตามวิธีการป้อนแบบเป็นแผ่น ป้อนเป็นม้วน โดยปกติเครื่องพิมพ์ที่ป้อนเป็นม้วนจะใช้กับกระดาษที่ยืดตัวได้ง่าย เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ในกรณีที่แปรรูปวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องบรรจุ (Form-Fill-Seal) มักจะใช้วัสดุที่เป็นม้วน เพราะตัวเครื่องจะทำการขึ้นรูปเอง ดังนั้นวัสดุจึงต้องพิมพ์ส่งเป็นม้วนและมีจุดหรือเส้นดำหนาประมาณครึ่งเซนติเมตร ไว้ให้ตาแมว (Photoelectric cell) ของเครื่องคอยจับจุดรวมฉาก (Registration Mark) เพื่อให้ขึ้นรูปได้ขนาดแต่ละถุงตามต้องการ

ระบบการพิมพ์แต่ละแบบดังกล่าวนี้ จะแตกต่างกันในแง่ของคุณลักษณะหมึกการส่งผ่านหมึกและการทำให้ติดบนสิ่งตีพิมพ์ อย่างไรก็ตามระบบการพิมพ์ทั้งหมดยกเว้นแบบไร้สัมผัสจะต้องใช้ตัวกลางในการส่งผ่านหมึกที่เรียกว่าโมแมพิมพ์ซึ่งมีเพลท (Plate) ที่ติดอยู่

การเลือกระบบการพิมพ์ขึ้นกับปัจจัยหลาย ๆ ประการ แต่ปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

- 1) ปริมาณของงานพิมพ์ จำนวนสีที่พิมพ์ต่อหน่วยพื้นที่ (Impression Work) และความละเอียดของงานพิมพ์
- 2) งานที่ออกแบบ กราฟิกที่ออกแบบบนบรรจุภัณฑ์อาจจะเป็นลายเส้น (Line Work) งานพิมพ์หลายสี (Full Color) ความแวววับของงานพิมพ์ เป็นต้น จะเลือกใช้ระบบที่แตกต่างกัน
- 3) สิ่งพิมพ์ (Substrate) วัสดุใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และใช้พิมพ์งาน ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ และแก้ว การเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันจะได้คุณภาพการพิมพ์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากความสามารถในการดูดซับสีที่ไม่เหมือนกัน ความนิ่ม และความแข็งแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องพิมพ์ให้เหมาะสมกับวัสดุแต่ละประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และใช้เฉพาะในวงจำกัดเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) รูปทรงสิ่งทอที่พิมพ์ ซึ่งอาจจะเป็นมันหรือแผ่นตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ตัวบรรจุภัณฑ์ที่จะพิมพ์อาจจะเป็นรูปทรงกลมหรือไม่เป็นรูปทรงเรขาคณิตใด ๆ เลย

5) ความต้องการคุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น ป้องกันน้ำ ป้องกันสารเคมี หรือเป็นฉนวนความร้อน เป็นต้น

วิธีการจัดหาเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์มีทั้งเครื่องจักรที่ผลิตในประเทศและเครื่องจักรที่นำเข้าจากต่างประเทศเครื่องจักรที่นำเข้านั้นอาจจะมีอยู่ในสต็อกที่สามารถดูสภาพการใช้งานและหลักการทำงานของเครื่องได้ ส่วนเครื่องจักรที่มีระดับเป็นล้าสมัยมากขึ้นไปนั้น มักจะต้องนำเข้าและสั่งทำเป็นราย ๆ ไป (รุ่งอรุณ และคณะ, 2541)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สีห์ภูมิ ศรีโสภา (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูป จังหวัดสิงห์บุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาก การพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของฝาก และประเมินประสิทธิภาพผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาก ทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาด ผลการวิจัยสรุปว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูป จังหวัดสิงห์บุรี ในรูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิมในทุกๆด้าน และบรรจุภัณฑ์ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูป จังหวัดสิงห์บุรีในรูปแบบใหม่ มีประสิทธิภาพการใช้งาน ทั้งในด้านการทนแรงกดทับ และการต้านแรงสั่นสะเทือนได้มากกว่ารูปแบบเดิม

นนทกรณ์ แจกั้น (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมจีนอบแห้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมจีนอบแห้ง ของกลุ่มผู้ผลิตตำบลบางพระ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อทดสอบประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมจีนอบแห้งของกลุ่มผู้ผลิตตำบลบางพระ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผลการวิจัยทำให้ได้บรรจุภัณฑ์ขนมจีนอบแห้งชั้นในเป็นซองพลาสติกประกบ ชนิด OPP ที่ช่วยป้องกันความชื้นได้ และบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษที่ช่วยป้องกันการแตกหักจากการวางเรียงชั้น โดยผลการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างสรุปว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ขนมจีนอบแห้ง ของกลุ่มผู้ผลิตตำบลบางพระ จังหวัดฉะเชิงเทรา และมีความเห็นว่ามี ความสวยงามและเหมาะสมในทุกๆด้าน

ประชิด ทิณบุตร (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเนื้อหารายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาระดับอนุปริญญา สาขาวิชาเอกออกแบบนิเทศศิลป์วิทยาลัยครูสวนดุสิต สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเนื้อหารายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาระดับอนุปริญญา สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาเรียนรู้ในรายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นควรให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบรรจุภัณฑ์ทั่วไป เรียนรู้ในวัสดุบรรจุภัณฑ์และการใช้งาน ผู้เรียนควรเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้าใจหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความสามารถในการเสนอผลงานออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความรู้ในเรื่องการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ มีความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ผู้เรียนควรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถปรับตัวเข้ากับงานและผู้ร่วมงานได้ มีความรู้ความเข้าใจในหลักจิตวิทยา และความต้องการของผู้บริโภค บริโภค มีความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับและพระราชบัญญัติต่างๆและมีความสามารถในการออกแบบกราฟฟิก



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยของแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 ขั้นตอนการวิจัย

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ครอบคลุมประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.1.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และจากการสัมภาษณ์จากหัวหน้า กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ นางลำดวน อภิเดช หัวหน้ากลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นต่างๆ นำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์จากข้อมูลเบื้องต้น เพื่อพิจารณาการใช้งาน และความเป็นไปได้ในการผลิตจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้หัวหน้ากลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจผลการออกแบบ

3.1.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้มีคุณวุฒิปริญญาโท หรือ เอก ด้านการออกแบบ หรือผู้มีประสบการณ์ การทำงานด้านที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 5 ปี ให้การวิเคราะห์และประเมินผลงานการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ นพคุณ นิสามณี รองคณบดีฝ่ายพัฒนาและกิจการพิเศษ คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
2. อาจารย์วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ ตำแหน่งอาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาศิลปกรรม หัวหน้าโปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

3. นายกิตติศักดิ์ ลาภวัฒนะมงคล ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท พรินต์ติ้ง โซลูชั่น จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่าการนำเอกสารไปใช้ทางอื่น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.3 ประชากร ได้แก่ ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในร้านจำหน่ายของฝาก จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน

3.1.4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในร้านจำหน่ายของฝาก จังหวัดสุพรรณบุรี ในรอบ 2 สัปดาห์ จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

3.2.1 การกำหนดลักษณะเครื่องมือ

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

3.2.1.1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อใช้สอบถามข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี และความต้องการบรรจุภัณฑ์ โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกำหนดรูปแบบ (Formal Interview) คือมีการกำหนดโครงสร้างของคำถามไว้เรียบร้อยแล้ว

3.2.1.2 แบบประเมินผลงานการออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ

เพื่อใช้ประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ทำการประเมินโดยผู้มีความเชี่ยวชาญโท หรือเอก ด้านการออกแบบ หรือผู้มีประสบการณ์ การทำงานด้านที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 5 ปี ให้การวิเคราะห์และประเมินผลงานการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ นพคุณ นิสามณี รองคณบดีฝ่ายพัฒนาและกิจการพิเศษ คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
2. อาจารย์วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ ตำแหน่งอาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาศิลปกรรม หัวหน้าโปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
3. นายกิตติศักดิ์ ลาภวัฒนะมงคล ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท พรินต์โซลูชั่น จำกัด

โดยแบบประเมินแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3.2.1.3 แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อใช้ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านรูปลักษณ์ และด้านการใช้งาน โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ขนมที่พัฒนาขึ้นใหม่ โดยการดูจากหุ่นจำลอง เพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจ ด้วยแบบประเมินค่า (Scale Question)

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามก่อนการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลโดยมีวิธีการดังนี้

3.2.2.1 การพิจารณาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ทั้งแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ที่วัดแต่ละจุดประสงค์ โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item of Congruent : IOC) โดยการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. ดร.จตุรงค์ เถาหะเพ็ญแสง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.2.2.2 การปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ

ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือการวิจัยหลังจากได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน และพิจารณาอีกครั้งจากอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมกับงานวิจัยก่อนการนำไปใช้

3.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

3.3.1 การสร้างแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

แนวคิดในการออกแบบ ได้จากการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนม ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว และศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปผลให้สอดคล้อง และตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต เพื่อใช้ในการกำหนดแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ทางเลือก

3.3.2 การพัฒนางานออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนมของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว และความต้องการเบื้องต้นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้ประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินผลงานการออกแบบจำนวน 3 ทางเลือก สรุปผลและออกแบบปรับปรุงให้เหลือ 1 ทางเลือก

3.3.3 การพัฒนาผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายและสร้างหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์

จากการพิจารณาผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ นำไปพัฒนาปรับปรุงในขั้นสุดท้าย สร้างหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ (Mock up) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวต่อไป

3.3.4 การศึกษาความคิดเห็น

นำผลงานที่ผ่านการพัฒนาขั้นสุดท้ายพร้อมกับหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ (Mock up) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลงาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบรรจุกณ์ช์ขนมของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว และความต้องการเบื้องต้นจากหัวหน้ากลุ่ม และสมาชิกกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวจังหวัดสุพรรณบุรีและเวปไซด์เกี่ยวกับของฝากจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นต้น

3.4.2 การศึกษาข้อมูลภาคทุติยภูมิ เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกณ์ช์, การผลิตและการออกแบบบรรจุกณ์ช์ เป็นต้น

3.4.3 การประเมินผลงานการออกแบบบรรจุกณ์ช์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงในขั้นสุดท้าย แล้วสร้างหุ่นจำลองบรรจุกณ์ช์ (Mock up) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุกณ์ช์ขนม ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุกณ์ช์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติและการแปรผลข้อมูลโดยแบ่งขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

3.5.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุกณ์ช์ขนม

ศึกษาข้อมูลบรรจุกณ์ช์ขนม จากการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เพื่อใช้ในการกำหนดขนาด น้ำหนักของบรรจุกณ์ช์ขนม การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมสำหรับเก็บรักษานม สรุปและแปรผลโดยการบรรยาย เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการออกแบบบรรจุกณ์ช์ต่อไป

3.5.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุกณ์ช์

นำข้อมูลที่ได้จากข้อมูลเบื้องต้นทำการออกแบบบรรจุกณ์ช์ จำนวน 3 ทางเลือก ประเมินผลงานออกแบบบรรจุกณ์ช์ขนมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณารับจุกณ์ช์ทั้ง 3 ทางเลือก วิเคราะห์สรุปให้เหลือ 1 ทางเลือก จัดลำดับค่าคะแนน (Rating scale) โดยเลือกจากระดับความเหมาะสม 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปและแปรผลโดยการบรรยาย กำหนดคะแนนคำตอบแบบประเมินค่าเป็นคะแนนดังนี้

- | | |
|---|--------------------|
| 5 | หมายถึง มากที่สุด |
| 4 | หมายถึง มาก |
| 3 | หมายถึง ปานกลาง |
| 2 | หมายถึง น้อย |
| 1 | หมายถึง น้อยที่สุด |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้โดยแบ่งเกณฑ์ ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

3.5.3 ขั้นตอนการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ สรุปและแปลผลโดยการบรรยาย กำหนดคะแนนคำตอบแบบประเมินค่าเป็นคะแนนดังนี้

5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก
3	หมายถึง ปานกลาง
2	หมายถึง น้อย
1	หมายถึง น้อยที่สุด

โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้โดยแบ่งเกณฑ์ ดังนี้

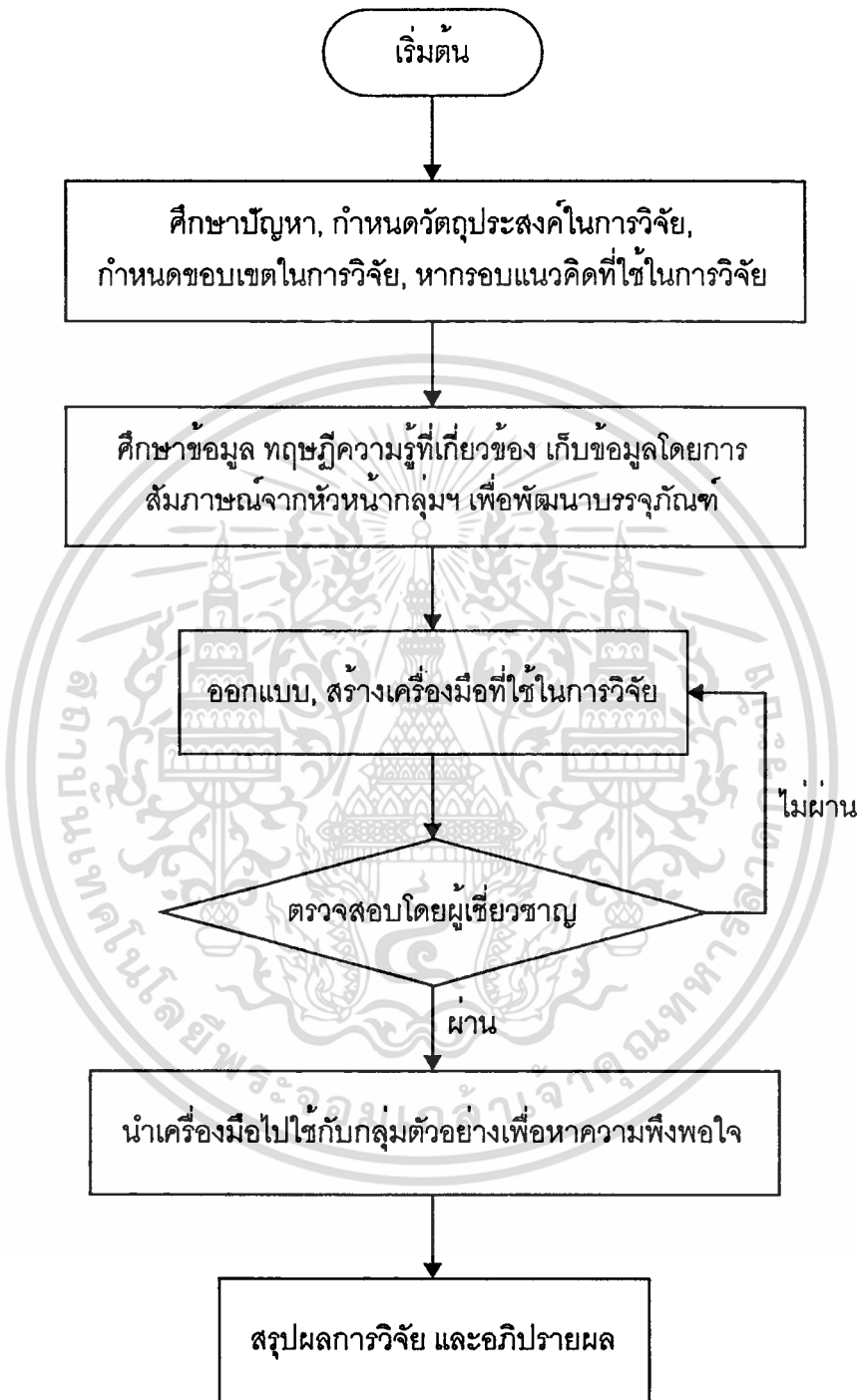
4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

3.5.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
3. การทดสอบสมมุติฐานการวิจัยใช้ t-test แบบ One Sample Test

3.6 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 ผลสรุปข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

4.2 ผลสรุปแบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์

4.3 ผลสรุปแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

4.1 ผลสรุปแบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตและจำหน่าย กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

สัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลได้ดังนี้

4.1.1 กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จากการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้าน ตั้งอยู่ที่บ้าน เลขที่ 57 ถนนโคกครามพรหมแดน หมู่ 9 บ้านลำบัว ตำบลโคกคราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมี นางลำดวง อภิเดช เป็นหัวหน้ากลุ่ม เดิมกลุ่มสตรีบ้านลำบัว ประกอบอาชีพทำนาเป็นส่วนใหญ่ เมื่อมีเวลาได้เข้าร่วมกิจกรรมงานพัฒนาชุมชน และเนื่องจากสตรีส่วนใหญ่มีฝีมือในการทำงานขนมหวานที่บ้าน และในช่วงที่มีโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ONE TAMBON ONE PRODUCT : OTOP) ของรัฐบาลในขณะนั้น ทางราชการจึงได้จัดให้มีการรวมกลุ่ม และให้การสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทำขนมสาลี ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยได้เชิญวิทยากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีความรู้ความชำนาญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่เคหกิจ อาจารย์จากโรงเรียนมัธยมในตำบลมาช่วยสอนการทำขนม

4.1.2 ปัจจุบันกลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี มีขนมทั้งหมด 11 ประเภท ได้แก่ ขนมสาลี่รสต่างๆ, ขนมเปียะขาววัง, ขนมเปียะนมข้น(ขนม โมจิ), ขนมลูกเต๋า, ขนมทองม้วน, ขนมชั้น, ข้าวตูเสวย, ข้าวเหนียวแดง, ขนมบ้าบิ่น, ถั่วกวน และขนมหม้อแกง

4.1.3 รูปแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้านั้น เดิมยังไม่มีเครื่องหมายการค้าที่แน่นอน จึงสามารถเปลี่ยนหรือทำใหม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 บรรจุภัณฑ์ของเดิมที่ใช้อยู่ในแต่ละประเภทสินค้าจะมี 2 ขนาด ยกเว้นสาละจะมีขนาดเดียว โดย 2 ขนาดจะเป็นขนาดใหญ่เพื่อเน้นเป็นของฝากและขนาดเล็กที่เน้นขายในท้องถิ่น ส่วนใหญ่จะเป็นถุงพลาสติกใส ติดสติ๊กเกอร์เพื่อบอกประเภทขนมเท่านั้น



ภาพที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบเดิม

4.1.5 วิธีการบรรจุขนม บรรจุขนมลงในถุงพลาสติกที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์โดยตรงเลย โดยใช้แรงงานคนในการบรรจุทีละถุงเพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพไปในตัวด้วย

4.1.6 ไม่สะดวกที่จะซื้อเครื่องมือในการบรรจุที่ทันสมัย เนื่องจากถนัดที่จะใช้ การบรรจุแบบเดิมมากกว่า เพราะมีแรงงานคนมาก และการบรรจุด้วยเครื่องมือมีต้นทุนสูง

4.1.7 ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบปัจจุบันนี้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ไม่สวย ไม่ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าเท่าที่ควร และเนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถป้องกันสินค้าไม่ให้เสียรูปทรงได้

4.1.8 กราฟิคที่มีอยู่ในปัจจุบันที่เป็นแบบเก่า ดูแล้วเซย แต่ก็พอสื่อสารให้เข้าใจได้

4.1.9 ต้องการให้มีตราสัญลักษณ์ที่สวยงาม และชัดเจน บ่งบอกได้ถึงผู้ผลิต (อยากให้มีรูปดอกบัว) และอยากให้มีสีสรรสวยงามสะดุดตา

4.1.10 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบสวยงาม ไม่ซ้ำกับของคนอื่น และต้องการให้เป็นกล่อง หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงกว่าปัจจุบันเพื่อป้องกันสินค้าภายในได้ดีกว่าปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลสรุปแบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์สรุปผลได้ดังนี้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เลือกกลุ่มสินค้าตัวอย่างที่นำมาทำการออกแบบ และทำหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ ไว้ 4 ชนิด ได้แก่ สาลี่สุพรรณ, ขนมเปียะชาววัง, ขนมเปียะนมข้น, ขนมลูกเต๋า โดยได้ออกแบบและทำหุ่นจำลองไว้ 3 ทางเลือก สำหรับการประเมินผลตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์ 3 ท่านตามลำดับดังนี้

4.2.1 บรรจุภัณฑ์ขนม (สาลี่สุพรรณ, ขนมเปียะชาววัง, ขนมเปียะนมข้น, ขนมลูกเต๋า) กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ชุดที่ 1 ออกแบบโดยใช้โทนสีแดงเข้ม ตัดกับสีครีม และใช้การเจาะช่องหน้าต่างขนาดใหญ่ เพื่อให้มองเห็นสินค้าภายในได้ชัดเจน รูปแบบของโครงสร้างออกแบบให้มีรูปร่างเหมือนบ้าน ไม่เป็นกล่องสี่เหลี่ยมธรรมดา



ภาพที่ 4.2 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 1

4.2.2 บรรจุภัณฑ์ขนม (สาลี่สุพรรณ, ขนมเปียะชาววัง, ขนมเปียะนมข้น, ขนมลูกเต๋า) กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ชุดที่ 2 ออกแบบโดยใช้สีโทนแดงสด ตัดกับสีขาว และแซมด้วยสีทองของชื่อสินค้า ภาพประกอบใช้ภาพประกอบแบบเหมือนจริงวางเป็นเนื้อที่ 60% ของพื้นที่หน้ากล่อง รูปแบบของโครงสร้างออกแบบให้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยม ยกมุมด้านหน้าเพื่อให้มีลักษณะเป็นป้ายบอกชื่อสินค้า และมีการเจาะช่องหน้าต่าง ขนาดไม่ใหญ่มากนัก เนื่องจากมีภาพประกอบที่มีลักษณะเหมือนจริงอยู่ด้านหน้าแล้ว



ภาพที่ 4.3 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 2

4.2.3 บรรจุภัณฑ์ขนม (สตีสู่พรรณ, ขนมเปียะขาววัง, ขนมเปียะนมข้น, ขนมลูกเต๋า) กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ จังหวัดสุพรรณบุรี ชุดที่ 3 ออกแบบโดยใช้โทนสีทอง ตัดกับสีครีม และแซมด้วยสีน้ำตาลของตัวอักษร ภาพประกอบใช้ภาพประกอบแบบเหมือนจริงวางเป็นเนื้อที่ 70% ของพื้นที่หน้ากล่อง รูปแบบของโครงสร้างออกแบบให้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมคางหมู และมีการเจาะช่องหน้าต่าง ขนาดไม่ใหญ่มากนัก เนื่องจากมีภาพ ประกอบที่มีลักษณะเหมือนจริงอยู่ด้านหน้าแล้ว



ภาพที่ 4.4 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น					
	แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3	
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
1. โครงสร้างและการใช้สอยของบรรจุภัณฑ์						
1.1 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.67	0.58	3.33	0.58	4.33	0.58
1.2 รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	4.00	0.00	3.33	0.58	4.33	0.58
1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี	3.67	0.58	3.67	0.58	5.00	0.000
รวม	3.78	0.19	3.44	0.39	4.56	0.39
2. การสื่อสารของบรรจุภัณฑ์						
2.1 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	4.00	0.00	4.67	0.58
2.2 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี	3.67	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58
2.3 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ดี	3.67	0.58	4.00	0.000	4.00	0.00
2.4 การจัดองค์ประกอบกราฟฟิก เช่น สี สัน ลวดลาย ภาพประกอบ ตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเหมาะสม	4.00	0.00	3.67	0.58	4.33	0.58
2.5 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายใน มีความชัดเจนครบถ้วน	4.00	1.00	4.00	0.00	4.33	0.58
2.6 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย	4.00	0.00	4.33	0.58	4.67	0.58
2.7 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี	4.33	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58
2.8 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย	3.00	0.00	4.33	0.58	4.67	0.58
2.9 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีการจัดวางรูปแบบได้เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์	3.67	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58
2.10 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี	3.33	0.58	4.33	0.58	4.33	0.58
รวม	3.77	0.15	4.07	0.15	4.40	0.17
รวมทุกด้าน	3.77	0.04	3.76	0.14	4.48	0.17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ท่าน พบว่า โดยรวมบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 2 ด้านมากที่สุดคือ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.167 รองลงมาคือบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 2 ด้าน 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.035 และลำดับสุดท้ายคือบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 2 ด้าน 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.144 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.5 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ชุดที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลสรุปแบบสอบถามความคิดเห็น ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่มีต่อผลงานออกแบบ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ที่อยู่	คนในท้องถิ่น	12	40
	นักท่องเที่ยว	<u>18</u>	<u>60</u>
	รวม	30	100
2. เพศ	ชาย	10	33.3
	หญิง	<u>20</u>	<u>66.7</u>
	รวม	30	100
3. อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	3	10.0
	20-30 ปี	<u>15</u>	<u>50.0</u>
	31-50 ปี	11	36.7
	50 ปีขึ้นไป	1	3.3
	รวม	30	100
4. การศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	16.7
	มัธยมศึกษา, วิชาชีพ	6	20.0
	ปริญญาตรี	<u>17</u>	<u>56.7</u>
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	6.7
	รวม	30	100
5. อาชีพ	รับจ้าง	2	6.7
	ข้าราชการ	4	13.3
	พนักงานบริษัท	<u>16</u>	<u>53.3</u>
	ธุรกิจส่วนตัว	2	6.7
	แม่บ้าน	2	6.7
	อาชีพอื่นๆ	4	13.3
	รวม	30	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	16.7
	5,001 - 10,000 บาท	5	16.7
	10,000 - 20,000 บาท	14	46.7
	มากกว่า 20,000 บาท	6	20.0
	รวม	30	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวนักมากที่สุดคือร้อยละ 60 รองลงมาเป็นคนในท้องถิ่น ร้อยละ 40 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือเพศหญิงร้อยละ 66.7 ส่วนเพศชายจำนวนร้อยละ 33.3 อายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ 20-30 ปี ร้อยละ 50 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-50 ปี ร้อยละ 36.7 และต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 10 ที่น้อยที่สุดคืออายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ ด้านการศึกษาของกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือผู้ที่เรียนจบระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.7 รองลงมาคือระดับ มัธยมศึกษา, วิชาชีพ ร้อยละ 20 ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 16.7 ที่น้อยที่สุดคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 6.7 ด้านอาชีพกลุ่มอาชีพที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ กลุ่มพนักงานบริษัท ร้อยละ 53.3 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพข้าราชการ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 13.3 เท่ากันทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มอาชีพที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มอาชีพรับจ้าง, ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ร้อยละ 6.7 เท่ากันทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนระดับรายได้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือระดับรายได้ 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 46.7 รองลงมาคือระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 20 ระดับรายได้ที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือระดับรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท และระดับรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 16.7 เท่ากันทั้ง 2 ระดับรายได้

ตารางที่ 4.3 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความพึงพอใจ

รายการประเมิน	Mean	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. โครงสร้างและการใช้สอยของบรรจุภัณฑ์			
1.1 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.50	0.57	มาก
1.2 รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	3.97	0.32	มาก
1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี	3.97	0.62	มาก
รวม	3.81	0.34	มาก
2. การสื่อสารของบรรจุภัณฑ์			
2.1 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.77	0.57	มาก
2.2 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี	3.83	0.46	มาก
2.3 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ดี	4.00	0.64	มาก
2.4 การจัดองค์ประกอบกราฟฟิก เช่น สีต้น ลวดลาย ภาพประกอบ ตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเหมาะสม	3.80	0.48	มาก
2.5 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายใน มีความชัดเจนครบถ้วน	4.07	0.25	มาก
2.6 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย	3.83	0.59	มาก
2.7 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี	3.70	0.79	มาก
2.8 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย	3.87	0.51	มาก
2.9 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีการจัดวางรูปแบบได้เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์	4.00	0.64	มาก
2.10 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี	4.63	0.56	มากที่สุด
รวม	3.95	0.28	มาก
สรุปความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 2 ด้าน	3.88	0.27	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ และตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.271 โดยแบ่งรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างและการใช้สอยบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.335 พบว่าหัวข้อ 1.2 รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.320 และหัวข้อ 1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับหัวข้อ 1.2 คือ 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.615 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในหัวข้อ 1.1 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.572 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. ด้านการสื่อสารของบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.283 พบว่าหัวข้อ 2.10 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.556 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในหัวข้อ 2.5 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายใน มีความชัดเจนครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.254 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในหัวข้อ 2.3 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ดี และหัวข้อ 2.9 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีการจัดวางรูปแบบได้เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากันคือ 0.643 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก หัวข้อ 2.8 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.507 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก หัวข้อ 2.2 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.461 และหัวข้อ 2.6 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับหัวข้อ 2.2 คือ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.592 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก หัวข้อ 2.4 การจัดองค์ประกอบกราฟฟิก เช่น สี สัน ลวดลาย ภาพประกอบตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.484 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก หัวข้อ 2.1 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.568 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในหัวข้อ 2.7 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.794 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบรรณรักษ์ชั้นม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ เพื่อการศึกษาเปรียบเทียบตามเกณฑ์ความพึงพอใจในระดับมาก 3.50 (N=30)

รายการ	Mean	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจ	3.88	0.27	7.680	.000*

* P < 0.05

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเป็น 3.88 และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ t-test แบบ One Sample Test พบว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบรรณรักษ์ชั้นม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯอยู่ในระดับมาก ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาและพัฒนาบรรพบุรุษชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัย ได้สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.6 ผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรพบุรุษชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

5.1.1.2 เพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบรรพบุรุษชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลแบ่งตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

5.1.2.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรพบุรุษชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบรรพบุรุษ และจากการสัมภาษณ์จากหัวหน้า และสมาชิก กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ นางลำควน อภิเดช หัวหน้ากลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว และสมาชิกในกลุ่ม โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วรวบรวมข้อมูลและข้อคิดเห็นต่างๆ นำมาออกแบบบรรพบุรุษจากข้อมูลเบื้องต้น เพื่อพิจารณาการใช้งาน และความเป็นไปได้ในการผลิตจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยให้หัวหน้ากลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจผลการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้มีคุณวุฒิปริญญาโท หรือ เอก ด้านการออกแบบ หรือผู้มีประสบการณ์ การทำงานด้านที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 5 ปี ให้การวิเคราะห์และประเมินผลงาน การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

5.1.2.3 ประชากร ได้แก่ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในจุดจำหน่าย ของฝากจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 100 คน

5.1.2.4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ลูกค้า และนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้า ในจุดจำหน่ายของฝาก จังหวัดสุพรรณบุรี ในรอบ 2 สัปดาห์ จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

5.1.3.1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อใช้สอบถามข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี และความ ต้องการบรรจุภัณฑ์ โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกำหนดรูปแบบ (Formal Interview) คือมีการ กำหนดโครงสร้างของคำถามไว้เรียบร้อยแล้ว

5.1.3.2 แบบประเมินผลงานการออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ

เพื่อใช้ประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ทำการ ประเมินโดยผู้มีความรู้ปริญญาโท หรือ เอก ด้านการออกแบบ หรือผู้มีประสบการณ์การทำงานด้าน ที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 5 ปี ให้การวิเคราะห์และประเมินผลงานการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่ม ขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 ท่าน โดยแบบประเมินแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลงานการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

5.1.3.3 แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อใช้ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัวฯ ในด้านรูปลักษณ์ และด้านการใช้งานโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบ สอบถามเป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ขนมที่ พัฒนาขึ้นใหม่ โดยการดูจากหุ่นจำลอง เพื่อนำไปประเมินความพึง พอใจ ด้วยแบบประเมินค่า (Scale Question)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การพิจารณาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ทั้งแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index of Item Objective Congruent: IOC) โดยการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ

2. การปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ

ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือการวิจัยหลังจากได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน และพิจารณาอีกครั้งจากอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมกับงานวิจัยก่อนการนำไปใช้

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.4.1 การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบรรจุกณ์ชนมของกลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว และความต้งการเบื่องต้นจากหัวหน้ากลุ่ม และสมาชิกกลุ่มชนมหวานบ้านลำบัวจังหวัดสุพรรณบุรีและเวปไซด์เกี่ยวกับของฝากจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นต้น

5.1.4.2 การศึกษาข้อมูลภาคทุติยภูมิ เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกณ์ชนม, การผลิตและการออกแบบบรรจุกณ์ชนม เป็นต้น

5.1.4.3 การประเมินผลงานการออกแบบบรรจุกณ์ชนมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงในขั้นสุดท้าย แล้วสร้างหุ่นจำลองบรรจุกณ์ชนม (Mock up) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุกณ์ชนมของกลุ่มชนมหวานบ้านลำบัวต่อไป

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุกณ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติและการแปรผลข้อมูลโดยแบ่งขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

5.1.5.1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุกณ์ชนม

ศึกษาข้อมูลบรรจุกณ์ชนม จากการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เพื่อใช้ในการกำหนดขนาด น้ำหนักของบรรจุกณ์ชนม การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมสำหรับเก็บรักษาชนม สรุปและแปรผลโดยการบรรยาย เพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนการออกแบบบรรจุกณ์ชนมต่อไป

5.1.5.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

นำข้อมูลที่ได้จากข้อมูลเบื้องต้นทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ทางเลือก ประเมิน ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณารายบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ทางเลือก วิเคราะห์สรุปให้เหลือ 1 ทางเลือก จัดลำดับค่าคะแนน (Rating scale) โดยเลือกจากระดับความเหมาะสม 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปและแปลผลโดยการบรรยาย

5.1.5.3 ขั้นตอนการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง สอบถามความคิดเห็นของกลุ่ม ตัวอย่างเกี่ยวกับผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม ของกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ สรุปและแปลผลโดยการบรรยาย

5.1.5.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้ t-test แบบ One Sample Test

5.1.6 ผลการวิจัย

5.1.6.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มสินค้าตัวอย่างที่นำมาทำการออกแบบ และทำหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ ไว้ 4 ชนิด ได้แก่ สาลี่สุพรรณ, ขนมเปียะขาววัง, ขนมเปียะนมข้น, ขนมลูกเต๋า โดยได้ออกแบบและทำหุ่นจำลองไว้ 3 รูปแบบ หลังจากนั้นได้รับการประเมินผลตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์ 3 ท่าน

ผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ท่าน มีความเห็นโดยรวมว่าบรรจุภัณฑ์ขนมกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยของแต่ละด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3 ออกแบบโดยใช้โทนสีทอง ตัดกับสีครีม และแซมด้วยสีน้ำตาลของตัวอักษร ภาพประกอบใช้ภาพประกอบแบบเหมือนจริงวางเป็นเนื้อที่ 70% ของ พื้นที่หน้ากล่อง รูปแบบของโครงสร้างออกแบบให้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมคางหมู และมีการเจาะช่องหน้าต่างรูปดอกไม้นานหน้ากล่องเพื่อให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้

5.1.6.2 การหาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ใดทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์

ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ และตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยแบ่งรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างและการใช้สอยบรรจุภัณฑ์ ผลที่ได้คือมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่ว่า “รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ มีความสอดคล้องต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน” และหัวข้อที่ว่า “บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และในหัวข้อที่ว่า “บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์” มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. ด้านการสื่อสารของบรรจุภัณฑ์ ผลที่ได้คือมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่ว่า “ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และในหัวข้อที่ว่า “บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี” มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ ได้เลือกกลุ่มสินค้าตัวอย่างที่นำมาทำการออกแบบ และทำหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ ไว้ 4 ชนิด ได้แก่ สาลี่สุพรรณ, ขนมเปียะขาววัง, ขนมเปียะนมข้น, ขนมลูกเต๋า โดยได้ออกแบบโดยใช้โทนสีทอง ตัดกับสีครีม และแซมด้วยสีน้ำตาลของตัวอักษรภาพประกอบใช้ภาพประกอบแบบเหมือนจริงวางเป็นเนื้อที่ 70% ของ พื้นที่หน้ากล่อง รูปแบบของโครงสร้างออกแบบให้มีรูปร่างแปลกกว่ากล่องปกติทั่วไป โดยเป็นสี่เหลี่ยมคางหมู และมีการเจาะช่องหน้าต่างรูปดอกไม้วาดหน้ากล่องเพื่อให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประชิต ทินบุตร (2531 : 77-90) ที่กล่าวไว้ว่า “ความมีลักษณะพิเศษ ที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต ได้แก่ การใช้สี การใช้กราฟฟิก และภาพประกอบที่สามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ได้ดี” และจากการที่มีผลิตภัณฑ์หลายชนิด ทำให้การออกแบบต้องการความเป็นเอกภาพ โดยการออกแบบเป็นชุด (Package Uniform) โดยการทำบางอย่างบนตัวบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความเชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 200) ที่กล่าวไว้ว่า “การออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดี การออกแบบเป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์มของเสื้อผ้าที่คนใส่ เมื่อใครเห็นก็ทราบว่าชุดอะไร แม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าที่แตกต่างกัน การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนั้นก็ยังมีลักษณะคล้ายกัน จึงต้องยึดสัญลักษณ์บางอย่างบนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน”

5.2.2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัวฯ โดยรวมทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยแบ่งรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างและการใช้สอยบรรจุภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องความปลอดภัยของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต่อสินค้าภายใน และความน่าสนใจของรูปแบบและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประชิด ทิณบุตร (2531 : 22-30) ที่กล่าวไว้ว่า “การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับโน้ตพิเศษเฉพาะกรณี เทศกาล โอกาส เทศและวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมสมัย ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค”

2. ด้านการสื่อสารของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องภาพ ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เลอสม สถาปิตานนท์ (2540 : 14) ที่กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารด้วยภาพเป็นสากล และมีความเป็นนานาชาติภาษาภาพไม่รู้จักข้อจำกัดของถิ่น คำศัพท์หรือไวยากรณ์และแม้คนที่ไม่สามารถอ่านหนังสือก็รับรู้เข้าใจได้เท่าๆ กับคนอ่านหนังสือได้ ภาษาภาพสามารถใช้สื่อความจริง (Facts) แนวคิด (Ideas) ได้กว้างกว่าวิธีการสื่อสารอื่นใดเกือบทั้งหมด”

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านโครงสร้างและการใช้สอยบรรจุภัณฑ์

- การหาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ทำให้ได้เห็นว่าความพึงพอใจที่มีต่อหั่วข้อที่ว่า บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทำให้ได้ทราบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้อาจจะทำการเผื่อพื้นที่ภายในกล่องมากเกินไป เพื่อให้ง่ายต่อการบรรจุ แต่อาจจะเป็นผลเสียต่อการขนส่งได้

- ระหว่างการวิจัยพบว่า บรรจุภัณฑ์ของสาเกสุพรรณ มีความแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์อื่นๆ อย่างชัดเจน ทั้งลักษณะการบรรจุ และขนาดของขนม ในการนำไปใช้จริง จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องความหนาของกระดาษที่จะนำมาใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากขนาดของขนมทำให้กล่องต้องมีความหนามาก การใช้กระดาษที่หนาขึ้นจะช่วยป้องกันปัญหาการยุบตัวของบรรจุภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ด้านการสื่อสารของบรรจุภัณฑ์

การหาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ ทำให้ได้เห็นว่าความพึงพอใจที่มีต่อหัวข้อที่ว่า บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากหัวข้อนี้เอง ทำให้คิดว่าควรนำลวดลายที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย หรือสัญลักษณ์ท้องถิ่นมาผสมผสานบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้บรรจุภัณฑ์แสดงความเป็นไทย หรือแสดงความเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้มากกว่านี้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ด้านโครงสร้างและการใช้สอยบรรจุภัณฑ์

- ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ประเภทที่จะใช้ขายในท้องถิ่น เช่นบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กลง บรรจุจำนวนน้อยขึ้นลง เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายภายในท้องถิ่น และเป็นการสร้างตลาดใหม่ต่อไปในอนาคตได้

2. ด้านการสื่อสารของบรรจุภัณฑ์

- ควรนำรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่นี้ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของกลุ่ม ขนมหวานบ้านลำบัวด้วย เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ทางร้าน และทำให้ลูกค้าติดภาพลักษณ์

- ควรใส่รายละเอียดของสินค้าลงไปบนบรรจุภัณฑ์ด้วย เพื่อให้ลูกค้าได้รู้ว่า ทางกลุ่มฯ ยังมีขนมประเภทอื่นๆ ที่วางขายอีก

บรรณานุกรม

- จรูญ โกสีย์ไกรนิรมล, ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท. 2528. การตลาดเพื่อการส่งออก. กรุงเทพฯ : ไนน์
 ชาญศิลป์ กิตติโชติพาณิชย์. 2544. การศึกษาความสำคัญของวิวัฒนาการการออกแบบสิ่งพิมพ์
 โฆษณาไทย ที่มีต่อการสอนสาขาออกแบบนิเทศศิลป์ ระดับปริญญาตรี ในสถาบัน
 อุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย
 ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. 2537. การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
 วังอักษร
 ไทยตำบล คอท คอม. 2545. ข้อมูลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. [Online]. Available :
<http://www.thaitambon.com/OTOP/Info/Info1A.htm>
 ไทยตำบล คอท คอม. 2547. ข้อมูลกลุ่มชุมชน กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว. [Online]. Available :
<http://www.thaitambon.com/tambon/tcommdesc.asp?sme=01112613481&ID=720401>
 นนทกรณ์ แจกัณ. 2548. “การศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมจีนอบแห้ง” วิทยานิพนธ์
 ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 นวลน้อย บุญวงษ์. 2539. หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ โอ เอส พรินต์ติ้ง เฮาส์
 ประชิด ทิณบุตร และคณะ. 2543. เอกสารสอนชุดวิชาการออกแบบทางการพิมพ์หน่วยที่ 1-7.
 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
 ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์หิ
 เสง
 ผู้จัดการออนไลน์. 2547. สุพรรณบุรี. [Online]. Available : <http://manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9470000080049>
 รุ่งอรุณ วัฒนวงศ์และคณะ. 2541. เอกสารการสอนรายวิชาความรู้เฉพาะวิชาชีพหลังการพิมพ์ 3,
 หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
 เลอสม สถาปิตานนท์. 2540. การออกแบบคืออะไร. กรุงเทพฯ : 49 Graphic & publication
 Co.,Ltd.
 สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2545. การใช้กระดาษเพื่อการหีบห่อ.

กรุงเทพ : อรุณการพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- สนั่น ปัทมะทิน. 2520. **ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน (อังกฤษ-ไทย)**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สีห์ภูมิ ศรีโสภา. 2548. “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูป จังหวัดสิงห์บุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .
- โสรัช นันทวัชรวิบูลย์. 2545. **Be Graphic ผู้เดินทาง Graphic Designer**. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน จำกัด
- Bovee, C. and Arens, W. 1982. **Contemporary Advertising (Paperback)**. Boston : Richard D. Irwin
- Fabio C. 2004. **The Happy Books Design Series: Packaging Parade**. Mondena : Happy Books
- Japan Package Design Association. 2001. **Package Design in Japan Biennial vol.9**. Tokyo : Rikuyosha
- Japan Package Design Association. 2002. **Package Design JPDA Member's Work Today 2002**. Tokyo : Rikuyosha
- Nippo. 1986. **'86 Japan Packaging Design**. Tokyo : Nippo Co.,Ltd.
- Pro Carton Finland. 2005. **Carton board resembling other materials is a winner of the design competition and on the retail shelves**. [Online]. Available : <http://finland.procarton.com/html/index.php?page=4&thid=3>



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มชนวนบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
- แบบประเมินผลงานการออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ
- แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตและจำหน่าย
กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
สำหรับการวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
โดย นายวิวัตรชัย สัจจารียกุล
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1. เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2. เพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

แบบสัมภาษณ์ ผู้ผลิตและจำหน่ายกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
ตอนที่ 2 หัวข้อสัมภาษณ์ผู้ผลิตและจำหน่าย กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ นามสกุล
- 1.2 ประสบการณ์ด้านการผลิตและจำหน่ายขนมหวานบ้านลำบัวจังหวัดสุพรรณบุรี ปี
- 1.3 ตำแหน่ง, หน้าที่

ตอนที่ 2 หัวข้อสัมภาษณ์ผู้ผลิตและจำหน่าย กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

- 2.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
.....
.....
.....
- 2.2 ประเภทของขนม
.....
.....
.....
- 2.3 ตราสัญลักษณ์, เครื่องหมายการค้า ของเดิมเป็นอย่างไร มีที่มาอย่างไร เปลี่ยนแปลงได้หรือไม่
.....
.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 บรรจุภัณฑ์ของเดิมเป็นอย่างไร มีกี่ขนาด

.....

.....

.....

2.5 มีวิธีการบรรจุขนอย่างไร

.....

.....

.....

2.6 สามารถซื้อเครื่องมือในการบรรจุที่ทันสมัยได้หรือไม่

.....

.....

.....

2.7 ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์คืออะไร

.....

.....

.....

2.8 กราฟิคบนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อรายละเอียดของสินค้าได้ชัดเจนหรือไม่

.....

.....

.....

2.9 ต้องการให้มีข้อมูลเพิ่มเติมอะไรในบรรจุภัณฑ์

.....

.....

.....

2.10 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว ที่ท่านต้องการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แบบประเมินผลการออกแบบ
(ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านบรรณรักษ์)
โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรณรักษ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
โดย นายวิวัตรชัย สัจจารียกุล
นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1. เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรณรักษ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
- 2. เพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบรรณรักษ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

แบบประเมินผลการออกแบบบรรณรักษ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

แบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน
- ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรณรักษ์
- ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

- 1.1 ชื่อ นามสกุล
- 1.2 สถานที่ทำงาน
- 1.3 ระดับการศึกษา
() ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก
- 1.4 ประสบการณ์ในการทำงาน
() 5-10 ปี () 11-15 ปี () 15 ปีขึ้นไป
- 1.5 ตำแหน่งทางวิชาการ หรือตำแหน่งบริหาร
 - 1.5.1
 - 1.5.2
 - 1.5.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยม ตามความระดับความคิดเห็นของท่าน

- 5 หมายถึง มากที่สุด
4 หมายถึง มาก
3 หมายถึง ปานกลาง
2 หมายถึง น้อย
1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น														
	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
1. โครงสร้างและการใช้สอยของบรรจุภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.1 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
1.2 รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน															
1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี															
2. การสื่อสารของบรรจุภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.1 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
2.2 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี															
2.3 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ดี															
2.4 การจัดองค์ประกอบกราฟฟิก เช่น สี สัน ลวดลาย ภาพประกอบ ตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเหมาะสม															
2.5 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายใน มีความชัดเจนครบถ้วน															
2.6 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย															
2.7 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี															
2.8 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย															
2.9 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีการจัดวางรูปแบบได้เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์															
2.10 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบคำถามในครั้งนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรณกิจชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย นายวิวัตรชัย สัจจาริยกุล

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรณกิจชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อหาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบรรณกิจชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่

แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรณกิจชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน () ให้เป็น (/) ตามข้อมูลที่ท่านเลือก

- | | | |
|--------------|-------------------------|-------------------------|
| 1.1 ที่อยู่ | () คนในท้องถิ่น | () นักท่องเที่ยว |
| 1.2 เพศ | () ชาย | () หญิง |
| 1.3 อายุ | () ต่ำกว่า 20 ปี | () 20-30 ปี |
| | () 31-50 ปี | () 50 ปีขึ้นไป |
| 1.4 การศึกษา | () ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | () มัธยมศึกษา, วิชาชีพ |
| | () ปริญญาตรี | () สูงกว่าปริญญาตรี |
| 1.5 อาชีพ | () รับจ้าง | () ข้าราชการ |
| | () พนักงานบริษัท | () ธุรกิจส่วนตัว |
| | () แม่บ้าน | () อื่นๆ |
| 1.6 รายได้ | () ต่ำกว่า 5,000 บาท | () 5,001 - 10,000 บาท |
| | () 10,000 - 20,000 บาท | () มากกว่า 20,000 บาท |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยม ตามความระดับความคิดเห็นของท่าน

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
1. โครงสร้างและการใช้สอยของบรรจุภัณฑ์	5	4	3	2	1
1.1 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
1.2 รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน					
1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี					
2. การสื่อสารของบรรจุภัณฑ์	5	4	3	2	1
2.1 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2.2 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี					
2.3 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ดี					
2.4 การจัดองค์ประกอบกราฟฟิก เช่น สี ลวดลาย ภาพประกอบ ตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเหมาะสม					
2.5 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายใน มีความชัดเจนครบถ้วน					
2.6 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย					
2.7 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี					
2.8 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย					
2.9 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีการจัดวางรูปแบบได้เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์					
2.10 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบคำถามในครั้งนี้





ภาคผนวก ข

ผลการประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- การหาคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา

**การหาคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ
บรรจุกัณฑ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี**
โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุกัณฑ์ชนม กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย นายวิวัฒน์ชัย สัจจารียกุล

นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง : โปรดพิจารณาข้อความในแต่ละรายการ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

- | | |
|----------|---|
| 1 คะแนน | สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับนิยาม |
| 0 คะแนน | สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับนิยาม |
| -1 คะแนน | สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับนิยาม |

ข้อคำถาม	ผลการพิจารณา			คะแนนเฉลี่ย
1. โครงสร้างและการใช้สอยของบรรจุภัณฑ์	1	0	-1	
1.1 บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
1.2 รูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน				
1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ดึงดูดความสนใจได้ดี				
2. การสื่อสารของบรรจุภัณฑ์	1	0	-1	
2.1 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
2.2 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี				
2.3 กราฟฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้าได้ดี				
2.4 การจัดองค์ประกอบกราฟฟิก เช่น สี ลวดลาย ภาพประกอบ ตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ต่างๆ มีความเหมาะสม				
2.5 การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายใน มีความชัดเจนครบถ้วน				
2.6 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย				
2.7 บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดี				
2.8 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีความทันสมัย				
2.9 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีการจัดวางรูปแบบได้เหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์				
2.10 ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ข.1 แสดงผลการหาคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อที่	ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			รวมคะแนน	IOC	สรุปผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1.1	1	1	0	2	0.67	มีความเที่ยงตรง
1.2	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
1.3	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.1	0	1	1	2	0.67	มีความเที่ยงตรง
2.2	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.3	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.4	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.5	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.6	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.7	0	1	1	2	0.67	มีความเที่ยงตรง
2.8	0	1	1	2	0.67	มีความเที่ยงตรง
2.9	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง
2.10	1	1	1	3	1	มีความเที่ยงตรง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 1 ภาพหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 2 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะชาววัง กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1



ภาพที่ ค 3 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะนมข้น กลุ่มชนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 4 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมลูกเต๋า กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 5 ภาพบรรจุภัณฑ์สลัดสุพรรณ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 6 ภาพหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 7 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะชาววัง กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 8 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะนมข้น กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 2



ภาพที่ ค 10 ภาพบรรจุภัณฑ์สาส์นสุพรรณ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว๑ แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



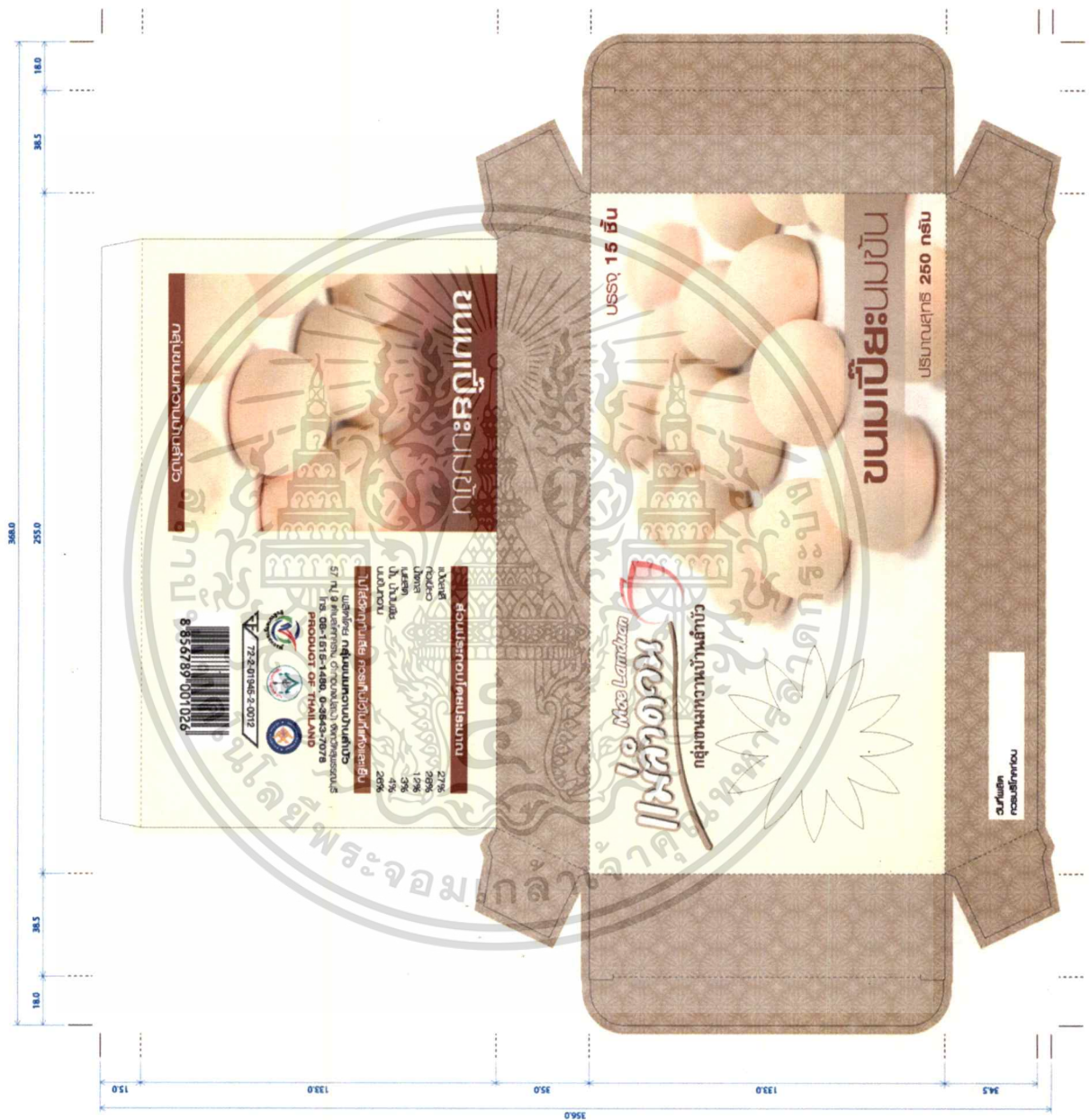
ภาพที่ ค 11 ภาพหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวานบ้านตำบั่วฯ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ก 12 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะชาววัง กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 13 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะนมข้น กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 14 ภาพบรรจุภัณฑ์ขนมลูกเต๋าดำ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ค 15 ภาพบรรจุภัณฑ์สาริสุพรรณ กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัวฯ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



- ภาพถ่ายการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มชนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี
- ภาพถ่ายการประเมินผลงานการออกแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิ
- ภาพถ่ายการตอบแบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

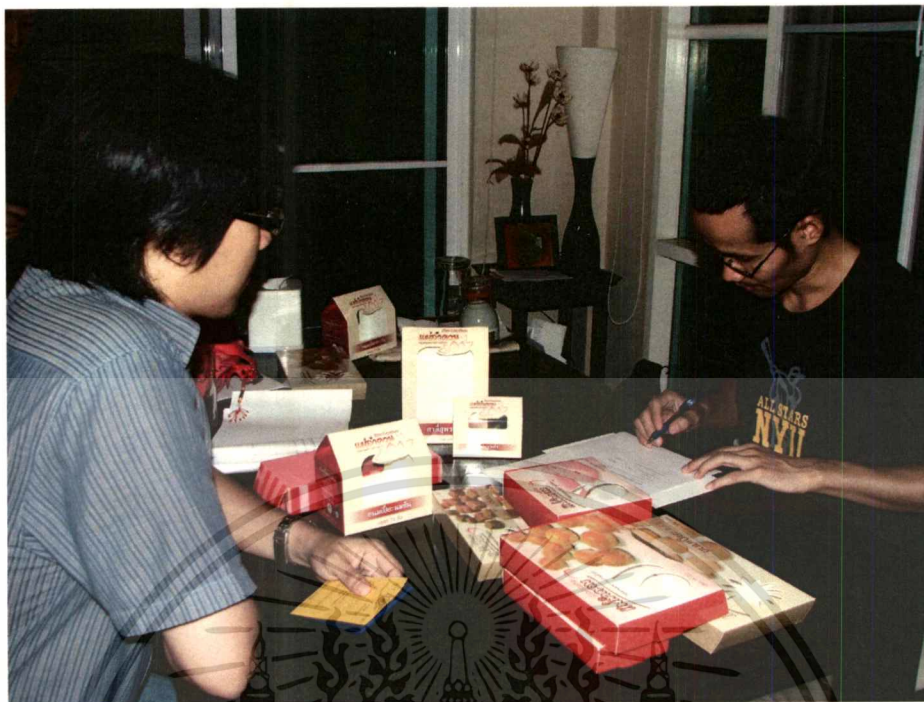


ภาพที่ ง 1 การสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มชนมหรานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ ง 2 คุณถ้ำควน อภิศร หัวหน้ากลุ่มชนมหรานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้ทางสำนักงานศิลปวัฒนธรรมแห่งชาติ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชนเผ่า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

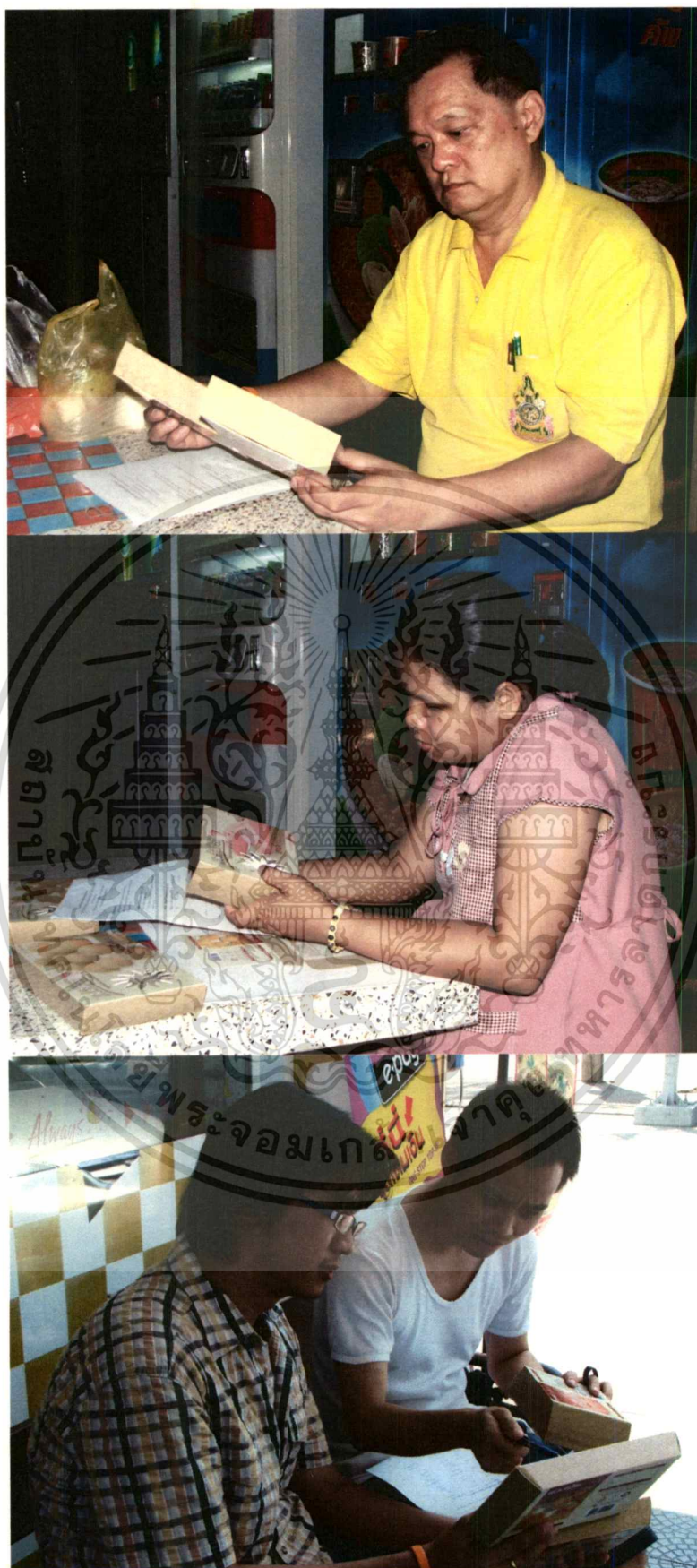


ภาพที่ ง 3 การประเมินผลการออกแบบโดย อาจารย์วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์



ภาพที่ ง 4 การประเมินผลการออกแบบโดย คุณกิตติศักดิ์ ลาภวัฒนะมงคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ๕ การตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 4776

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๖ พฤศจิกายน ๒๕๔๙

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน หัวหน้ากลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจาริยกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตอาหาร คณะเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์จะขอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ การบรรจุหีบห่อ และการทำขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี ถ่ายภาพขั้นตอนการทำงานขนมหวาน เพื่อประกอบการจัดเตรียมหัวข้อและเค้าโครงสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมหวาน กลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าว และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 0-2326-4325

โทรสาร. 0-2326-4325

ยินดีต้อนรับ
คณบดี
คณบดี
คณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่หรือใช้เพื่อการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณบดี ๐๖/๑๕



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0056

วันที่ ๙ มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจาริกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่า มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายวิวัตรชัย สัจจาริกุล มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0056

วันที่ ๕ มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจาริกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายวิวัตรชัย สัจจาริกุล มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



ใบขอกู้ความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0056

วันที่ ๕ มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน คร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจาริกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนม กลุ่มขนมหวาน บ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่า มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายวิวัตรชัย สัจจาริกุล มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี



ที่ ศธ 0524.04/ 0562

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

12 กุมภาพันธ์ 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินผลงานออกแบบเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ นพคุณ นิสามณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินผลงานออกแบบเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจารียกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุดมศึกษา
มหาวิทยาลัย สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว
จังหวัดสุพรรณบุรี”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่อง
ดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินผลงานออกแบบดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่า
มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ
นายวิวัตรชัย สัจจารียกุล มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0562

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

12 กุมภาพันธ์ 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินผลงานออกแบบเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินผลงานออกแบบเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจาริกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินผลงานออกแบบดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่า มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายวิวัตรชัย สัจจาริกุล มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0562

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

12 กุมภาพันธ์ 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและประเมินผลงานออกแบบเพื่อการวิจัย

เรียน นายกิตติศักดิ์ ลาภวัฒนะมงคล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินผลงานออกแบบเพื่อการวิจัย

ด้วย นายวิวัตรชัย สัจจาริยกุล นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกลุ่มขนมหวานบ้านลำบัว จังหวัดสุพรรณบุรี”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและประเมินผลงานออกแบบดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่า มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจสอบและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของนายวิวัตรชัย สัจจาริยกุล มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบ สป/สผ/อสป/001-ก

หน้า 1 ของจำนวน 3 หน้า

 คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☐ การประดิษฐ์ ☒ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ☐ อนุสิทธิบัตร ข้าพเจ้าผู้ลงลายมือชื่อในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่2) พ.ศ.2535 และพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่3) พ.ศ.2542	สำหรับเจ้าหน้าที่	
	วันรับคำขอ 6 ส.ค. 2558	เลขที่คำขอ
	วันยื่นคำขอ	0702000570
	สัญลักษณ์จำแนกการประดิษฐ์ระหว่างประเทศ	
	ใช้กับแบบผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์	
1.ชื่อที่แสดงถึงการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ กล่อง	วันประกาศโฆษณา	เลขที่ประกาศโฆษณา
2.คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้เป็นคำขอสำหรับแบบผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกันและเป็นคำขอลำดับที่ ในจำนวน คำขอ ที่อื่นในคราวเดียวกัน	วันออกสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร	เลขที่สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร
3.ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร และที่อยู่ (เลขที่ ถนน ประเทศ) นายศอาทร ศิบุญมี ณ. รพ. 296/1 ซอยเรือเทลิง (อมร) แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 นายวิศิษฐ์ สัจจาริขกุล 1535/48 ซอยจันทร์ 8 ถนนจันทร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120	3.1 สัญชาติ ไทย	3.2 โทรศัพท์ 08-9444-4527 , 08-1694-9703
	3.3 โทรสาร	3.4 อีเมล
4.สิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☒ ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ ☐ ผู้รับโอน ☐ ผู้ขอรับสิทธิโดยเหตุอื่น	5.ตัวแทน (ถ้ามี) ที่อยู่ (เลขที่ ถนน จังหวัด รหัสไปรษณีย์)	
6.ผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ และที่อยู่ (เลขที่ ถนน ประเทศ) นายศอาทร ศิบุญมี ณ. รพ. 296/1 ซอยเรือเทลิง (อมร) แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120 นายวิศิษฐ์ สัจจาริขกุล 1535/48 ซอยจันทร์ 8 ถนนจันทร์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120	5.1 ตัวแทนเลขที่	5.2 โทรศัพท์
	5.3 โทรสาร	5.4 อีเมล
7.คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิม	ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบายได้อื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ ในวันเดียวกับคำขอรับสิทธิบัตร เลขที่ วันอื่น เพราะคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้แยกจากหรือเกี่ยวข้องกับคำขอเดิมเพราะ	
☐ คำขอเดิมมีการประดิษฐ์หลายอย่าง ☐ ถูกคัดค้านเนื่องจากผู้ขอไม่มีสิทธิ ☐ ขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ		

หมายเหตุ ในกรณีที่ไมอาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้จัดทำเป็นเอกสารแนบท้ายแบบพิมพ์นี้โดยระบุหมายเลขกำกับข้อและหัวข้อที่แสดงรายละเอียด
 เพิ่มเติมหดงกล่าวด้วย

8.การยื่นคำขออนุญาตออกวีซ่า				
วันยื่นคำขอ	เลขที่คำขอ	ประเทศ	สัญญาอนุญาตจำแนกการ ประคินระหว่างประเทศ	สถานะคำขอ
8.1				
8.2				
8.3				
8.4 ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนี้ในวันที่ได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรในต่างประเทศเป็นครั้งแรกโดย ☐ ได้ยื่นเอกสารหลักฐานพร้อมคำขอนี้ ☐ ขออื่นเอกสารหลักฐานหลังจากวันยื่นคำขอนี้				
9.การแสดงผลการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรได้แสดงผลการประดิษฐ์ที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัด วันแสดง วันเปิดงานแสดง ผู้จัด				
10.การประดิษฐ์เกี่ยวกับจุลชีพ				
10.1 เลขทะเบียนฝากเก็บ	10.2 วันที่ฝากเก็บ	10.3 สถาบันฝากเก็บ/ประเทศ		
11.ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอยื่นเอกสารภาษาต่างประเทศก่อนในวันที่ยื่นคำขอนี้ และจะจัดยื่นคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร นี้ที่จัดทำเป็นภาษาไทยภายใน 90 วัน นับจากวันยื่นคำขอนี้ โดยขอเป็นภาษา ☐ อังกฤษ ☐ ฝรั่งเศส ☐ เยอรมัน ☐ ญี่ปุ่น ☐ อื่น ๆ				
12.ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ขอให้อธิบดีประกาศโฆษณาคำขอรับสิทธิบัตร หรือรับจดทะเบียน และประกาศโฆษณาอนุ สิทธิบัตรนี้หลังจากวันที่ เดือน พ.ศ. ☐ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรขอให้ไว้รูปเขียนหมายเลข ในการประกาศโฆษณา				
13.คำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรนี้ประกอบด้วย ก.แบบพิมพ์คำขอ 2 หน้า ข.รายละเอียดการประดิษฐ์ หรือคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์ หน้า ค.ข้ออธิบาย 1 หน้า ง.รูปเขียน - รูป - หน้า จ.ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ ☐ รูปเขียน - รูป - หน้า ☒ ภาพถ่าย 6 รูป 6 หน้า ฉ.บทสรุปการประดิษฐ์ หน้า		14.เอกสารประกอบคำขอ ☐ เอกสารแสดงสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ☐ หนังสือรับรองการแสดงผลการประดิษฐ์/การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ☐ หนังสือมอบอำนาจ ☐ เอกสารรายละเอียดเกี่ยวกับจุลชีพ ☐ เอกสารการขอนับวันยื่นคำขอ ในต่างประเทศเป็นวันยื่น คำขอในประเทศไทย ☐ เอกสารขอเปลี่ยนแปลงประเภทของสิทธิ ☐ เอกสารอื่น ๆ		
15.ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ☐ การประดิษฐ์นี้ไม่เคยยื่นขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรมาก่อน ☐ การประดิษฐ์นี้ได้พัฒนาปรับปรุงมาจาก.....				
16.ลายมือชื่อ (☒ ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร; ☐ ตัวแทน)				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น (นายศอาพร คีบุญมี ณ. ชุมแพ) (นายวิศิษฐ์ ธงจาริกุล)

หมายเหตุ บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่
เพื่อให้ได้ไปซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



แบบสป/สพ/อสป/001-ก(ท)

คำรับรองเกี่ยวกับสิทธิขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

เขียนที่..... กรมทรัพย์สินทางปัญญา.....

วันที่..... 6 เดือน..... มีนาคม..... พ.ศ. 2550.....

เรียน อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา

ข้าพเจ้า นายสถาพร คีนุณมี ณ. รุณแพ.....

ที่อยู่ 296/1 ซอยเรือเพลิง (อมร) แขวงร้องนันทรี เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120..... และ

ข้าพเจ้า นายวิศิษฐ์ ตั้งจาริกุล.....

ที่อยู่ 1535/48 ซอยจันทน์ 8 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120..... และ

ข้าพเจ้า.....

ที่อยู่.....

ขอรับรองและยืนยันเกี่ยวกับสิทธิของข้าพเจ้าในการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ

(ระบุชื่อการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์)..... กล้อง.....

ซึ่ง ข้าพเจ้าขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ดังนี้

1. ข้าพเจ้าเป็นผู้ประดิษฐ์สิ่งที่ยอมรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร/ผู้ออกแบบสิ่งที่ยอมรับสิทธิบัตรดังกล่าว
2. ไม่มีบุคคลหรือหน่วยงานใดมีสิทธิขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร สำหรับการประดิษฐ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยอมรับสิทธิบัตร
3. ข้าพเจ้ายังไม่ได้โอนสิทธิในการขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรที่ยอมรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรแก่บุคคลอื่นใด
4. รายละเอียดต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าระบุในคำรับรองนี้ ตลอดจนข้อเท็จจริงทั้งปวงที่ระบุในคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ

(ลงชื่อ).....

(..... นายสถาพร คีนุณมี ณ. รุณแพ.....)

.....

(..... นายวิศิษฐ์ ตั้งจาริกุล.....)

.....

(.....)

หมายเหตุ

1. ให้ยื่นคำรับรองนี้ในกรณีที่ผู้ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร เป็นผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบเอง
2. ให้ยื่นคำรับรองนี้พร้อมกับคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นาย วิวัตรชัย สัจจาริยกุล
วัน-เดือน-ปีเกิด	15 พฤษภาคม พ.ศ. 2519
ที่อยู่ปัจจุบัน	1535/48 ซอยจันทน์ 8 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2539 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม ออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พ.ศ. 2550 ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้จัดการแผนกออกแบบ บริษัท พรินต์ติ้งโซลูชั่น จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้