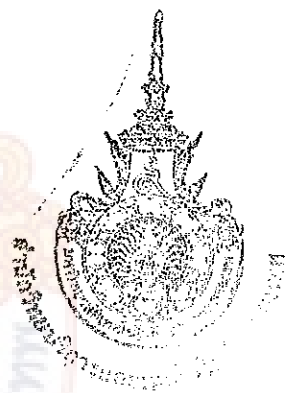


การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ

งานวิจัย

ของ

วัลลภ เปรมานุพันธุ์
สุนฤต เงินส่งเสริม
สุรียา สงค์อินทร์
วิชัย พรมาลัยรุ่งเรือง
นงคันทน์ กลิ่นพิกุล



RMUTK - CARIT



คณะวิชาออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

๒๕๕. ๕๓

๘ ๒๑๗ ก

• พร ๑๑๑ (แบบ)
• พร ๑๑๑ (แบบ)
• พร ๑๑๑ (แบบ)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการ เป็นโครงการวิจัยที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนประจำปีงบประมาณ 2547 และขยายโครงการออกไปอีก 1 ปีงบประมาณ โครงการวิจัยฉบับสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ทางคณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้อำนวยการวิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ และผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและฝึกอบรม ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุนทั้งงบประมาณและเวลาในการทำงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณท่านเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ เจ้าหน้าที่ทุกท่านในสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการที่ให้ความร่วมมือติดต่อประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร เป็นข้อมูลเพื่อนำใช้ในการทำงานวิจัยสู่ผลงานการออกแบบต่อไป

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีอาจนำชื่อท่านต่าง ๆ เหล่านั้นมาบรรยายได้หมด ขอบพระคุณทุกท่านหากไม่มีพวกท่านงานวิจัยคงไม่สามารถสำเร็จไปได้ด้วยดี ผลประโยชน์ คุณค่าที่จะมีเกิดขึ้นในภาคภายหน้าขอขอบคุณความดีนั้นไว้กับทุกท่านที่ได้กล่าวมาแล้ว

คณะผู้วิจัย



บทคัดย่อ

เลขที่ 0851
 วันที่ 15/11/53

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรจำนวน 50 คน และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรจำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามความต้องการของฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ เป็นแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 14 ข้อที่ครอบคลุมลักษณะสี รูปทรง วัสดุ ขนาด และราคาของบรรจุภัณฑ์ สถิติที่ใช้เป็นร้อยละ หาค่าเฉลี่ย เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการออกแบบใหม่ของฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ คือแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับที่ครอบคลุมลักษณะสี รูปทรง วัสดุ ขนาด ราคาและการใช้งานของบรรจุภัณฑ์

ผลการวิจัยสามารถสรุปผล จากการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สามารถมองเห็นด้านในได้ มีรูปทรงที่เป็นสี่เหลี่ยมและทรงกระบอก มีขนาดพอเหมาะนำไปได้ ส่วนฉลากเน้นตรงที่สามารถอ่านง่าย เข้าใจง่าย มีรูปแบบที่เรียบง่าย มีสีแดงและสีขาว วัสดุที่ต้องการเป็นกระดาษ ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ภายนอกคือเมื่อซื้อกลับไปสามารถหิ้วหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก จากข้อมูลที่ได้สามารถออกแบบผลงานฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จำนวน 8 ชนิดได้แก่ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดงและฉลาก,บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนย และฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มเสริมไอโอดีนของกิ่งอำเภอบางเสาธง ฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหิ์ฟี่ไฟใส่ถ้วยของอำเภพระสมุทรเจดีย์ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ปลาสดหอมแห้งของอำเภอบางบ่อ ฉลากและบรรจุภัณฑ์เมี่ยงคำ,ฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคยและฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้วของอำเภพระประแดง และจากการไปทดสอบความพึงพอใจในตัวฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในด้านรูปทรง สีส้นและขนาดของบรรจุภัณฑ์ตามลำดับ ส่วนในด้านราคา วัสดุและการใช้งานของบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับมาก

คณะผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญตาราง.....	จ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตในการทำวิจัย.....	2
สมมุติฐานในการทำวิจัย.....	2
คำนิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).....	4
ส่วนประกอบของการออกแบบ.....	7
องค์ประกอบในการออกแบบงานกราฟิก.....	10
องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์.....	17
ตราสินค้า.....	20
วิธีการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	26
กฎระเบียบข้อบังคับ.....	32
การขนย้ายบรรจุภัณฑ์.....	41
บรรจุภัณฑ์เดิม.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
สรุปข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ.....	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลงานการออกแบบ.....	68
ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบ.....	72
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
ความมุ่งหมายของโครงการ.....	75
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	75
อภิปรายผล.....	76
ข้อเสนอแนะ.....	77
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูป ทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทร ปราการ.....	80
ข แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่....	85
ค ภาพประกอบผลงานออกแบบ.....	88
ประวัติผู้วิจัย.....	93

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว.....	58
2 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน.....	63
3 แสดงความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร.....	72



สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 บรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริกตาแดง.....	45
2 บรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยอบเนย.....	46
3 บรรจุภัณฑ์เดิมกระหรีพัพใส่ถั่ว.....	47
4 บรรจุภัณฑ์เดิมพลาสติกหอมแห้ง.....	48
5 บรรจุภัณฑ์เดิมเมี่ยงคำ.....	49
6 บรรจุภัณฑ์เดิมกะปิเคย.....	50
7 บรรจุภัณฑ์เดิมมะพร้าวแก้ว.....	51
8 บรรจุภัณฑ์เดิมไข่เค็มไอโอดีน.....	52
9 ฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหรีพัพที่ออกแบบใหม่.....	68
10 ฉลากและบรรจุภัณฑ์กล้วยอบเนยที่ออกแบบใหม่.....	68
11 ฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคยที่ออกแบบใหม่.....	69
12 ฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไอโอดีนที่ออกแบบใหม่.....	69
13 ฉลากและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกตาแดงที่ออกแบบใหม่.....	70
14 ฉลากและบรรจุภัณฑ์พลาสติกหอมแห้งที่ออกแบบใหม่.....	70
15 ฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้วที่ออกแบบใหม่.....	71
16 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เมี่ยงคำที่ออกแบบใหม่.....	71
17 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้ว.....	89
18 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไอโอดีน.....	89
19 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์เมี่ยงคำ.....	90
20 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคย.....	90
21 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกตาแดง.....	91
22 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหรีพัพใส่ถั่ว.....	91
23 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์กล้วยอบเนย.....	92
24 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์พลาสติกหอมแห้ง.....	92

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามนโยบายของรัฐบาล (2546) ในการจำหน่ายสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น ก่อนหน้านี้ก็ยังไม่มียุทธศาสตร์และบรรจุภัณฑ์เกิดขึ้นในท้องตลาดเลย ในการขายสินค้าทั่วไปนั้นก็ขายแบบไม่มีฉลากและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งถ้าไม่ทำฉลากบรรจุภัณฑ์ ก็ไม่สามารถขายสินค้าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดปัญหาในการเสนอขายสินค้า และการเก็บรักษาอาหาร ความสะอาดรวมถึงการขนส่งสินค้า กระทรวงสาธารณสุข ได้มีกฎระเบียบข้อบังคับ ให้อาหารมีคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งก็คือ มาตรฐานอาหาร และยา จะทำให้เกิดการไว้วางใจในการบริโภคสินค้ามากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยตรงในการอุปโภคและบริโภคสินค้า ผู้บริโภคต้องให้ความสำคัญกับฉลากของสินค้า เพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภคโดยตรง ในยุคสมัยการเจริญเติบโตของร้านค้าต่าง ๆ ก็ต้องมีการขนส่งสินค้าเกิดขึ้น ซึ่งในระหว่างขนส่งสินค้านั้นสินค้าอาจเกิดความเสียหาย ดังนั้น จึงมีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ

ด้วยจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามนโยบายของรัฐบาล ในกลุ่มแม่บ้านเกษตรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มต่าง ๆ ที่ผลิตออกมาเพื่อจำหน่ายนั้นยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักของผู้บริโภคนอกจังหวัดเท่าที่ควรเนื่องจากบรรจุภัณฑ์และฉลากบรรจุภัณฑ์ ไม่เป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภค จึงได้มีการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภค เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และเป็นการบริการทางวิชาการแก่ชุมชนเพื่อให้เกิดความรู้กับชาวจังหวัดสมุทรปราการ

ในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการนั้นเพื่อให้เกิดฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปร่าง และลักษณะที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค และยังสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ และยังเป็นการพัฒนาการส่งเสริมการขาย ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ยังสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรส่งเสริมอาชีพของชาวจังหวัดสมุทรปราการ

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์
2. เพื่อสื่อสารเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นส่วนช่วยชี้ให้เห็นการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์เพื่อการสื่อสารถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการเป็นการเสนอขายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ประเพณีวัฒนธรรม การที่จะให้ผู้บริโภคมาเลือกซื้อสินค้า ก็ควรจะออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ให้น่าเชื่อถือและมีความแปลกใหม่ให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าและยังสามารถเก็บรักษาคุณภาพอาหารไว้ได้นาน

ขอบเขตในการวิจัย

1. กลุ่มลูกค้าประชากรในการวิจัย

ประชากร

- กลุ่มผู้บริโภค
- กลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง

- นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจำนวน 50 คน ในจังหวัดสมุทรปราการ ศูนย์แสดงสินค้าของจังหวัดสมุทรปราการ
- กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 25 คน ในจังหวัดสมุทรปราการ ศูนย์แสดงสินค้าของจังหวัดสมุทรปราการ

2. ตัวแปรที่ศึกษา

- 2.1. ตัวแปรอิสระ

- 2.1.1. สถานภาพผู้บริโภค
- 2.1.2. ทฤษฎีหลักการออกแบบ

- 2.2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภค (ความสวยงามของฉลาก และ บรรจุภัณฑ์)

สมมุติฐานในการวิจัย

- จะได้ฉลากที่มีความดึงดูดใจ ความสนใจของผู้บริโภค
- จะได้ฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. ฉลาก หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกถึงตราสัญลักษณ์สินค้า ประเภทของสินค้าและคุณลักษณะของสินค้า
2. บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หีบห่อที่สามารถห่อหุ้มเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัย
3. หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง โครงการที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นให้กับสินค้าในตำบลต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่นิยมและรู้จักกันมากขึ้น
4. OTOP หมายถึง ชื่อย่อของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
5. เมี่ยงคำ หมายถึง ขนมที่ประกอบด้วย ชিং,หอม,ถั่วลิสง,มะนาว,มะพร้าว,ผักชีพูล
6. กระทู้ฟ้าไสถั่ว หมายถึง ขนมที่ประกอบด้วย แป้ง,ถั่วเหลือง และนำไปทอด



บทที่ 2

เอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอหัวข้อต่อไปนี

1. ประวัติความเป็นมาของโครงการ OTOP
2. ส่วนประกอบของการออกแบบ
3. องค์ประกอบในการออกแบบงานกราฟิก
4. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
5. ตราสินค้า
6. วิธีการออกแบบบรรจุภัณฑ์
7. กฎระเบียบและข้อบังคับ
8. การขนย้ายบรรจุภัณฑ์
9. บรรจุภัณฑ์เดิม
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

รัฐบาลได้มีนโยบายในการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ และบริการคุณภาพในการดำเนินการตามนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องใช้กลไกของหน่วยดำเนินการทั้งระบบขับเคลื่อนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการดำเนินงานร่วมกัน ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติโดยรวม

แนวทางการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเอกสารสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจทั่วไปได้ทราบถึง แนวคิด ปรัชญา และแนวทางการดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อันจะเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ประสานความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน จึงหวังว่า แนวทางดังกล่าวคงจะเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในการดำเนินงานให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งขยายผลสู่ชุมชนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ความเป็นมาโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ในห้วงเวลาที่ประเทศ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ ถูกรุมเร้าคือ ปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลง นโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้ สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุน กระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการ สร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มี คุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ และได้ กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มี คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท การดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดมาตรฐาน และหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุน ให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ

ปรัชญาของ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้ สามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มี อยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้อง กับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักพื้นฐาน 3 ประการคือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์

วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
2. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ขั้นตอนการเปิดตัวแนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนการพัฒนา ต้องมีใจที่จะทำได้ เพื่อการนี้เองอาจจำเป็นต้องอาศัย สื่อมวลชนช่วยสร้างกระแสที่จะเป็นไปได้ โดยการสร้างกระแสว่า ทำไมหมู่บ้านข้าง ๆ เขาถึง พัฒนาได้ หมู่บ้านเราจะแพ้ไม่ได้ ต้องทำให้ได้ด้วยหัวใจของการอยากทำ อยากสู้ ซึ่งจะนำไปสู่ การฝึกอบรม และการสะสมประสบการณ์

ขั้นที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น มีอะไรบ้างหลังจากนั้นก็ทำการพิจารณา ตลาดมีความต้องการหรือไม่โดยทำการสำรวจ ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้าง อาจดูจาก ท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่าทั้งภายในประเทศตลอดจนจากต่างประเทศ โดยทำการเลียนแบบดูบ้างในขั้นนี้ควรจัดตั้ง ศูนย์แนะนำการเกษตรและประมง เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลการวิจัย ด้านเทคนิคการผลิต การฝึกอบรม การแนะแนว ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 การกระจายสินค้า ในการนี้หน่วยงานในระดับต่าง ๆ ได้ช่วยโฆษณาสินค้า ช่วยสืบเสาะหาตลาด และทำวิจัยตลาด รวมทั้งการขายด้วย

แนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น ไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นี้จะเป็นเครื่องมือมากระตุ้นให้เกิด กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนา ที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน จะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรม ในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

หลักการและเหตุผล

1. การให้การสนับสนุนมากกว่าให้เงินช่วยเหลือ

หลักการของขบวนการนี้ ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลาย ความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์

ท้องถิ่นจะรับความช่วยเหลือ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มใจ เช่น จากศูนย์วิจัยและแนะแนวทางการเกษตรและประมง

ในด้านการตลาดเพื่อจะเพิ่มยอดขาย อาจจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ

นโยบายหลัก

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก

2. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรม ประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3. พัฒนาศักยภาพการมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

2. กิจกรรมหลัก

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

2. ผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยีและการคิดค้นอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ

2. ส่วนประกอบของการออกแบบ

1. จุด เป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของส่วนประกอบต่าง ๆ โดยอาจเรียงเป็นเส้นหรือรวมเป็นภาพ

2. เส้น เป็นส่วนประกอบของจุดหลาย ๆ จุดต่อเนื่องกันจนกลายเป็นเส้น อาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้งก็ได้ รวมถึงสิ่งอื่น ๆ ที่มีลักษณะเป็นแนวเส้น

3. รูปร่าง เมื่อนำเส้นมาบรรจบกันจะเป็นภาพรูปร่างมีลักษณะเป็น 2 มิติ คือ กว้าง และยาว ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยมรูปกลม รูปหลายเหลี่ยม รูปอิสระ ไม่แน่นอน

4. รูปทรง เป็นลักษณะของรูป 3 มิติ ซึ่งนอกจากจะมีความกว้างความยาวแล้ว ยังเพิ่มความหนาขึ้นด้วย ทำให้เราทราบถึงรูปร่างสัณฐานของวัตถุต่าง ๆ ได้

5. แสงและเงา เราสามารถเห็นวัตถุต่าง ๆ ได้ก็ต่อเมื่อมีแสงไปกระทบวัตถุนั้น แล้วแสงจากวัตถุนั้นสะท้อนเข้าตาเรา จึงทำให้เราเห็นภาพขึ้น ส่วนเงานั้นจะทำให้เราเห็นภาพนั้นเด่นขึ้น หรือเห็นรายละเอียดชัดเจนขึ้นกว่าวัตถุนั้นมีรูปร่างเป็นอย่างไร

6. สัมผัสหรือสัมผัสอย่างมากต่อมนุษย์เราสิ่งที่ปรากฏนั้นอาจเกิดจากการมองเห็นของสายตา จากการที่แสงส่องมากระทบวัตถุ เกิดจากสิ่งที่อยู่ในตัวของวัตถุเอง

7. ลักษณะพื้นผิว มีพื้นผิวที่สามารถสัมผัสได้ และพื้นผิวที่สื่อออกมาด้วยลายเส้น

8. สัดส่วน สัดส่วนทั้งในส่วนของวัตถุ และความเหมาะสมระหว่างวัตถุและบริเวณภาพ ซึ่งเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องขนาด ปริมาณ และบริเวณว่าง จะต้องพิจารณาให้ละเอียดไม่ควรละเลยซึ่งจะมีผลต่อการสื่อความหมายได้

9. ทิศทาง เป็นการนำสายตา จูงใจ และแสดงความเคลื่อนไหว อาจแสดงด้วยเส้นลูกศร สายตา การเดินทาง

10. จังหวะลีลา การจัดเส้น รูปร่าง รูปทรง ที่มีความต่อเนื่อง มีลีลาที่เคลื่อนไหวที่แสดงความถี่หรือใกล้ชิด ความห่างหรือไกลกัน และอาจมีความพอเหมาะพอดีที่เรียกว่า ลงตัว

11. บริเวณว่าง ควรจะคำนึงถึงและใช้ให้ถูกต้อง มิเช่นนั้นแล้วจะมีผลกระทบต่อการสื่อความหมายให้ผิดพลาดได้ การใช้บริเวณว่างที่เหมาะสมจะทำให้ภาพชัดเจน ง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจ รวมไปถึงความงามอีกด้วย

12. ระยะเวลาของภาพ สายตาของมนุษย์เราจะเห็นภาพที่อยู่ใกล้ชัดเจนที่สุด และมองเห็นภาพที่อยู่ไกลเลือนราง ให้รายละเอียดไม่ชัดเจน การรับรู้ของสายตาและการถ่ายทอดเพื่อสื่อความหมายในเรื่องระยะเวลาของภาพนี้ ทำให้เกิดความถูกต้อง สมจริง บอกได้ถึงขนาด สัดส่วน ระยะทาง ความลึก

การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

1. จัดให้เป็นเอกภาพ คือ สิ่งที่ช่วยให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และครอบคลุมถึงเรื่องความคิด และการออกแบบ

2. ความสมดุล ความสมดุลในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความสวยงาม ความน่าสนใจ เป็นการจัดการสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี

3. การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่งที่เห็นว่ามีสำคัญ

แนวสรางสรรคงานกราฟิก

1. แบบแถบตรง เป็นองคประกอบที่กำหนดเพื่อหาสาระรายละเอียดที่ต้องการนำเสนอเข้าด้วยกันให้อยู่ในขอบเขตในแนวตั้งตรง
2. แบบแกน เป็นลักษณะที่มีแกนกลาง และมีสาขาแยกย่อยออกไป โดยเน้นจุดเด่นที่แกน
3. แบบตาราง เป็นองคประกอบที่มีลักษณะเป็นตารางเล็กใหญ่สลับกับภาพ ในเนื้อที่ที่กำหนด
4. แบบกลุ่ม เป็นลักษณะการจัดรวมเป็นกลุ่ม ไม่เกิน 3 กลุ่มชิ้นงาน และมีขนาดแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงเรื่องการจัดพื้นที่ว่างด้วย
5. แบบต่อเนื่อง คือ องคประกอบที่จัดวางใหมีลักษณะที่มีต่อเนื่องกัน โดยคำนึงถึงเรื่องจังหวะลีลาของรูปทรงรวมกับพื้นที่ว่างด้วย
6. แบบตัวอักษร อาจจัดเป็นแบบรูปทรงตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มีรูปร่างสวยงาม เช่น แบบตัว T แบบตัว I แบบตัว H แบบตัว S และแบบตัว Z ก็ได้

ทฤษฎีของมันเชลล์

สามารถอธิบายความหมายและคุณสมบัติของสีตามที่ใชในชีวิตประจำวันมันเชลล์ ศิลปินชาวอเมริกันไดกำหนดแม่สีเป็น 5 สี ด้วยกัน คือ สีแดง สีเขียว สีน้ำเงิน สีเหลือง และสีม่วง เมื่อนำมาผสมกันจะได้สีใหม่อีก 5 สี

สำหรับในงานด้านกราฟิก สีที่ใชจะเกี่ยวข้องกับสีในทฤษฎีสีตามหลักวิชาเคมี บางที่อาจใชว่าเป็นทฤษฎีของช่างเขียน เพื่อนำมาใช้สรางสรรคงานกราฟิกใหมีคุณค่ามากขึ้น โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้

1. แม่สี หรือสีปฐมภูมิ เป็นสีที่ความเข้มมาก สามารถนำไปผสมให้เกิดสีต่าง ๆ ได้มากมายหลายสี แม่สีมีสี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน
2. สีขั้นที่ 2 หรือสีทุติยภูมิ เกิดจากการนำแม่สีมาผสมกันทีละคู่ โดยมีอัตราส่วนเท่ากัน จะทำให้เกิดสีขึ้นมาอีก 3 สี คือ สีส้ม สีเขียว และสีม่วง
3. สีขั้นที่ 3 หรือสีตติยภูมิ ได้จากการนำสีที่เกิดใหม่ มาผสมกับแม่สีทีละคู่โดยอัตราส่วนเท่ากัน จะทำให้ได้สีใหม่อีก 6 สีคือ สีม่วงแดง สีแสดแดง สีเหลืองแสด สีเขียวเหลือง สีน้ำเงินเขียว และสีน้ำเงินม่วง

วรรณะของสี

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังเกตจากวงล้อ จะปรากฏเป็น 2 วรรณะ คือ

1. วรรณศิลป์ร้อน ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง จุดเด่น หรือ รื่นเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสด และสีที่ใกล้เคียง

2. วรรณศิลป์เย็น ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็น จนถึง ความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว และสีที่ใกล้เคียง

หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

1. ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลานั้น ๆ
2. พิจารณาลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เด่นชัด มุ่งส่งเสริมให้เนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น
3. การออกแบบงานพาณิชยศิลป์งานกราฟิกต่าง ๆ อาจไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วย
4. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภค
5. การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริงเพราะสีหลาย ๆ สี อาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอ
6. เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมาก ๆ จะทำให้ดูชัดเจนขึ้น และมีชีวิตชีวาน่าสนใจ
7. การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมาก ๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเข้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง

3. องค์ประกอบในการออกแบบงานกราฟิก

1. ตัวอักษรและตัวพิมพ์ ตัวอักษรจะทำหน้าที่เป็นส่วนแจกแจงรายละเอียดของข้อมูล สาระที่ต้องการนำเสนอ ด้วยรูปแบบและการจัดวางตำแหน่งอย่างสวยงาม มีความชัดเจน การออกแบบ การเลือกแบบ ตลอดจนการกำหนดรูปแบบของตัวอักษรที่จะนำมาใช้ ต้องมีลักษณะ อ่านง่าย สวยงาม น่าสนใจ ในการเลือกใช้ตัวอักษรแบบใดเกี่ยวกับงานที่ออกแบบ ผู้ออกแบบควรพิจารณาถึงสิ่งต่อไปนี้

- รูปแบบตัวอักษร
- ขนาดของตัวอักษร
- รูปร่างลักษณะของตัวอักษร

2. ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ

วัตถุประสงค์ของการนำเอาภาพมาใช้ประกอบในงานกราฟิก มีดังนี้

- เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างบุคลิกของงานทำให้ผู้ดูหรือผู้อ่านได้รับรู้และยอมรับในรูปแบบ
- เพื่อสร้างความสวยงามทางศิลปะของงาน
- เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็น

- เพื่อปิดบังความด้อยในคุณภาพของงาน
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย

การจัดองค์ประกอบภาพในงานกราฟิก

1. การใช้เส้น เส้นเป็นตัวกำหนดรูปร่างและองค์ประกอบในการสร้างสรรค์งานกราฟิก ซึ่งมีเส้นอยู่ 5 ชนิด คือ เส้นโค้ง เส้นหมุน เส้นวนไปวนมา เส้นซิกแซก และเส้นตรง

2. การนำเสนอรูปแบบ รูปแบบสำหรับการนำเสนออาจจะแสดงออกได้หลายแนวทาง แต่ละแนวทางก็จะให้ความรู้สึกในคุณค่าทางการแสดงออกแตกต่างกันไป แนวทางการนำเสนอแต่ละรูปแบบจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการออกแบบ และการแสดงออกที่จะส่งผลในการกระตุ้นการเป็นได้อย่างดี รูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

- การตัดกัน เป็นการแสดงรูปแบบของการจัดองค์ประกอบ ระหว่างแกนตั้ง กับแกนนอนตัดกันอย่างชัดเจน
- การแย้งกัน การสร้างความแย้งกันทำให้เกิดความรู้สึกแปลกใหม่
- การคล้ายตามกัน ได้แก่ การล้อเลียนซึ่งกันและกัน
- ความกลมกลืนกัน หมายถึงความสอดคล้องต่อกันทั้งวิธีการนำเสนอ รูปแบบอักษร และภาพประกอบ ตลอดจนสีสันทัน และเทคนิคการสร้างสรรค์รูปแบบองค์ประกอบ
- การเน้นทิศทางเป็นการจัดองค์ประกอบในงานกราฟิกที่ต้องการเน้นความน่าสนใจ
- การเสนอแบบลดทอนพื้นที่ เป็นการเสนอโดยเน้นลดทอน
- การเน้นตัวอักษร คือการนำเอารูปแบบ ลักษณะเด่นที่เกิดจากการออกแบบ โดยใช้วิธีการจัดองค์ประกอบศิลปะอย่างน่าสนใจในงานออกแบบ
- การวางพื้นที่ว่าง พยายามสร้างรูปแบบใหม่โดยพยายามหลีกเลี่ยงเกณฑ์ต่าง ๆ ให้มากที่สุด

ลักษณะของตัวอักษร

นอกจากรูปแบบของตัวอักษรที่มีลักษณะแตกต่างกันแล้ว การสร้างแบบตัวอักษรยังมีแนวคิดให้เกิดความแตกต่างอย่างหลากหลายทำให้มีลักษณะเฉพาะตัวของตัวอักษรที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น

- ประเภทตัวเอน
- ประเภทตัวธรรมดา
- ประเภทตัวบางพิเศษ
- ประเภทตัวแคบ
- ประเภทตัวบาง
- ประเภทตัวหนา

- ประเภทตัวเส้นขอบ
- ประเภทตัวหนาพิเศษ
- ประเภทตัวดำ

ขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิกมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะต้องใช้สื่อสารให้เกิดความเข้าใจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การใช้หน่วยกำหนดขนาดตัวอักษรเป็นสากลจึงเป็นที่แพร่หลายเราจึงควรต้องทำความเข้าใจในเรื่องนี้ด้วย

ขนาดของตัวอักษรเป็นการกำหนดขนาดที่เป็นส่วนของขนาดความกว้างกับความสูงและรูปร่างของตัวอักษร โดยถือเอาความสูงเป็นหลักในการจัดขนาดที่เรียกว่า พอยต์ ขนาดของตัวอักษรหัวเรื่องมักจะใช้ขนาดตั้งแต่ 16 พอยต์ขึ้นไป ส่วนขนาดของเนื้อหาจะใช้ประมาณ 6 พอยต์ ถึง 16 พอยต์

ระยะช่องไฟของตัวอักษร

การจัดระยะช่องไฟของตัวอักษรเป็นเรื่องสำคัญมาก ทั้งนี้เห็นได้ว่า ตัวอักษรข้อความที่ถูกออกแบบจัดวางอย่างสวยงาม ทำให้ผู้อ่านง่าย ดูสบายตา ชวนดู ชวนอ่าน การจัดช่องไฟนั้นมีหลักที่ควรคำนึงถึง 3 ประการ ได้แก่

1. ระยะช่องไฟระหว่างอักษร เป็นการกำหนดระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษรแต่ละตัวที่จะต้องมียะห่างกันพองาม
2. ระยะช่องไฟระหว่างคำ ถ้าระยะห่างเกินไปจะทำให้อ่านยาก และถ้าชิดเกินไปจะทำให้ขาดความงาม
3. ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด มีวัตถุประสงค์เพื่อให้อ่านง่าย ดูสวยงาม โดยปกติจะใช้ระยะห่าง 0-3 พอยต์

แบบการจัดตัวอักษร

1. แบบชิดซ้าย
2. แบบชิดขวา
3. แบบซ้ายขวาตรงกัน
4. แบบศูนย์กลาง
5. แบบรอบขอบภาพ
6. แบบไม่สมดุล
7. แบบรูปธรรม
8. แบบแนวตั้ง
9. แบบเอียง

งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์

สื่อโฆษณามีหลายประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันในวงการธุรกิจนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันค่อนข้างสูง เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย เพิ่มการตลาด หรือในบางที่ก็ใช้เป็นตัวสินค้า ก็มีวิธีในการสร้างสรรค์สื่อสิ่งพิมพ์มีมากมาย และตัวสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาเองก็มี การพัฒนาตัวเองให้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามา จึงช่วยส่งเสริมแนวทางในการออกแบบงานกราฟิก และเทคนิคในการออกแบบได้เป็นอย่างดี อีกทั้งกระบวนการในการผลิตสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ ก็ไม่ได้ยุ่งยากเหมือนแต่ก่อนแล้ว สื่อโฆษณาหรือโปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว และบัตรเชิญ

แผ่นป้ายโฆษณา

แผ่นป้ายโฆษณา หรือ โปสเตอร์ เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อประเภทนี้สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่สื่อสารกับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ทุกระดับการศึกษา มีความยืดหยุ่นในตัวสื่อได้เป็นอย่างดี ในด้านการออกแบบ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบภาพประกอบ ตลอดจนแนวทางทางการออกแบบกราฟิกได้ อย่างอิสระและสวยงาม ง่าย หรือการโน้มน้าวความรู้สึกได้เป็นอย่างดี

ลักษณะของแผ่นป้ายโฆษณา จะสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิตง่ายใช้สะดวก จึงเป็นที่นิยมตลอดมา ในเบื้องต้นการกำหนดลักษณะกว้างๆ ของการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาว่า จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 อย่างด้วยกัน

1. ต้องเป็นแผ่นเดียว สามารถปะติดลงบนพื้นผิวใดก็ได้
2. ต้องมีข้อความประกอบเสมอ
3. ต้องปิดไว้ในที่สาธารณะ
4. ต้องผลิตขึ้นเป็นจำนวนมากได้

พัฒนาการทางการออกแบบแผ่นป้ายโฆษณาเป็นไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้ทิศทางการสร้างสรรค์มีความโดดเด่น ง่ายได้มากยิ่งขึ้น ขอบเขตของการจัดหรือการออกแบบสร้างสรรค์ไม่มีจำกัด การวางแผนการผลิตจึงเป็นไปอย่างคล่องตัว แนวคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับการผลิต จึงเน้นเรื่องความแปลกตา สวยงามมากยิ่งขึ้น บางครั้งรูปแบบที่ปรากฏอาจมีเพียงภาพ คำหรือข้อความอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ลักษณะที่ทำทลายเช่นที่กล่าวมานี้เอง ทำให้นักออกแบบ มีความเพลิดเพลินกับการคิด และการออกแบบงานใหม่ ๆ เสมอ ไม่ว่าจะกำหนดให้แปลก อย่งใด หรือพลิกแพลงแบบไหน การออกแบบควรคำนึงถึง หลักพื้นฐานที่จะให้สื่อ นั้นแสดง บทบาท อย่างเต็มที่ โดยสื่อโฆษณาประเภทแผ่นป้ายโฆษณา ที่ดีควรจะสนองแนวคิดหลัก 5 ประการ ได้แก่

1. จะต้องตอบสนองจุดประสงค์ในการสื่อความหมายได้อย่างเต็มที่
2. จะต้องมีความชัดเจนในภาพลักษณ์ และข้อความที่ใช้ในการสื่อความหมายจะต้องมีความกระชับ มีขนาดพอเหมาะ

3. รูปภาพและข้อความที่นำเสนอควรให้มีความสอดคล้องสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน

4. จะต้องสามารถเข้าใจ ถึงจุดความสนใจกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

5. ต้องมีความกะทัดรัด และแสดงแนวคิดหลักเพียงอย่างเดียว

ข้อดีของแผ่นป้ายโฆษณา

1. ให้ความครอบคลุมพื้นที่สูง เลือกติดตั้งเฉพาะแหล่งชุมชนได้
2. ให้ความถี่ในการมองเห็นบ่อย เพราะจุดติดตั้งจะเป็นเส้นทาง หรือบริเวณที่ต้องเดินผ่านไปมาเสมอ
3. สามารถดึงดูดความสนใจได้ดีมาก
4. ไม่มีความจำกัดในเรื่องเวลาที่จะนำเสนอข้อมูล
5. ข้อความที่กะทัดรัดกลายเป็นจุดสนใจ และจุดเด่นที่ทำให้เกิดการจดจำ

ข้อด้อยของแผ่นป้ายโฆษณา

1. การนำเสนอข้อมูลมีความจำกัดสูง ทำให้ขาดรายละเอียดเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ
2. กรณีที่มีตำแหน่งการติดตั้งไม่ดี ย่อมได้รับความสนใจน้อย
3. ต้องการความประณีตในการจัดทำสูง เสียค่าใช้จ่ายมาก
4. บางครั้งทำให้เสียบรรยากาศสภาพแวดล้อม หรือเป็นอันตรายในกรณีสภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวน

ความหมายของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ คืออะไร คำถามนี้ดูเหมือนไม่ยากที่จะตอบ หากเจาะจงลงไปถึงชนิดหรือชื่อของผลิตภัณฑ์หนึ่ง เช่น เสื้อยืด แชมพูสระผม ลูกอม วิทยุติดตามตัว ซึ่งเราจะอธิบายรายละเอียดของรูปทรง วัตถุประสงค์ สี ขนาด รส ประโยชน์ใช้สอย ประสิทธิภาพ ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยเฉพาะ แต่ยังคงมีปัญหายากแก่การที่จะทำให้ผู้ไม่เคยรู้จักสามารถเข้าใจและมองเห็นภาพพจน์ได้ และยังเป็นกรณีของการกระทำ หรือที่เรียกว่า บริการ ยิ่งไม่มีตัวตนที่จะสัมผัสได้ จะหยิบหลักฐานตัวสินค้าไปประกอบการอธิบาย

แต่เนื่องจากธุรกิจ ผู้ผลิต ผู้ขายในปัจจุบัน ยึดแนวความคิดการตลาดมุ่งเน้นที่ผู้บริโภค ดังนั้น การให้ความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์จึงควรยึดถือแนวความคิดนี้และให้คำจำกัดความที่สอดคล้องกับความคิด ความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งได้พบว่า ความพึงพอใจที่ผู้ซื้อได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มักจะต้องประกอบด้วยหลายสิ่งหลายอย่าง มิใช่มาจากตัวผลิตภัณฑ์เนื้อแท้เพียงอย่างเดียว เช่น ไปซื้อเสื้อผ้า ผู้ขายต้องมีห้องให้ลองใส่ มีกระจกที่สวยงาม

ใส่มาให้ ขากางเกงยาวไปมีบริการตัดออกพับขาให้ใหม่ มีตราเป็นที่รู้จักแพร่หลาย หากไม่มีห้องลองยอมาให้เอากลับมาเปลี่ยนขนาดได้ ยอมให้ชำระเงินด้วยบัตรเครดิต แม้แต่ซื้อขนมหรือผลไม้หั่นขาย ผู้ขายจะต้องปอกเปลือกหั่นแบ่งเป็นชิ้นพอคำเข้าปากได้สะดวก ใส่ถุงให้เรียบร้อย 2 ชั้น มีพริกเกลือพร้อม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า

ผลิตภัณฑ์ คือ องค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่รวมกันแล้วสามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น หรือผลตอบแทนใด ๆ ที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ในการซื้อสินค้าบริการของผู้บริโภค ผู้ใช้ในตลาดธุรกิจก็มีความต้องการหลากหลาย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้กับผู้ซื้อแต่ละคนจึงไม่จำเป็นที่จะต้องมีลักษณะเหมือนกัน ถึงแม้จะเป็นสินค้าบริการชนิดเดียวกัน เราสามารถแบ่งความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะสนองความต้องการได้ 3 ลักษณะ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน คือ ส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการที่มองเห็นได้ชัดเจน หรือเป็นที่ยอมรับว่าคือสิ่งที่ปรากฏมากกว่าคุณภาพ มีขนาดเล็กใหญ่ รูปทรงสีเหลี่ยมกลม หรือทำจากวัสดุพลาสติก ไม้ กระดาษ สีเขียว แดง ส้ม มีลวดลาย ตราสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะอย่างไร เช่น ตัวเสื้อ ตัวกางเกง ลูกอม กล้องถ่ายรูป ตู้เย็น โทรทัศน์ หากผู้ซื้อมีความคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการได้คือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม ผู้ขายจะสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการได้ง่ายกว่าความคิด ลักษณะอื่น ๆ การเสนอขายสินค้าให้กับเด็กเล็ก หรือผู้มีการศึกษาน้อย ผู้มีรายได้น้อยมักจะสร้าง ผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามแนวคิดลักษณะนี้ สินค้าชิ้นใหญ่ สีสดุดตา ราคาถูกเมื่อเทียบกับปริมาณจะได้รับความนิยมรับจากตลาดเป้าหมาย

2. ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเพิ่ม นอกจากตัวผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนแล้วในการขายผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องประกอบด้วยบริการหรือผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ควบคู่หรือเพิ่มเติม โดยผู้ซื้อหรือผู้บริโภคหวังล่วงหน้า ถ้าจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นได้ มีบางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวสินค้าให้ด้วย เช่น

- จะซื้อข้าวแกงหรือก๋วยเตี๋ยวรับประทาน ย่อมคาดหวังว่ามีถ้วย ชาม จาน ช้อน ตะเกียบ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ในการรับประทาน ตลอดจนต้องมีเครื่องปรุงให้ด้วย หรืออาจคาดหวังต่อไปว่า จะมีร้าน ซึ่งมีโต๊ะ เก้าอี้ให้นั่งรับประทาน หรืออาจเลยต่อไปถึงความสะดวกสบายจากพัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อไม่ได้ต้องการเพียงตัวผลิตภัณฑ์เท่านั้น

- จะซื้อกล้องถ่ายรูป จะมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่จะต้องนำมาใช้ร่วมกัน คือฟิล์ม บริการล้าง-อัดรูป ฉะนั้น เมื่อจะซื้อกล้องถ่ายรูป ย่อมจะนึกถึงอย่างน้อยที่สุด ผู้ขายกล้องถ่ายรูปมีฟิล์มขนาดที่ใช้กับกล้องนั้นหรือไม่ และให้บริการล้าง-อัดรูปด้วย

- ซ้อมมะม่วงทอง ผรั่งทอง สับปะรด หรืออาหารที่ต้องการนำกลับบ้าน ย่อมต้องการให้บรรจุภัณฑ์ที่ดีให้ จะเป็นถุง กล่อง หรือภาชนะอื่นใดที่จะทำให้สามารถนำผลิตภัณฑ์นั้นกลับไปบริโภคที่บ้านได้ หรือสถานที่ใดที่ไม่ใช่ตัวร้านค้าได้

- นอกจากตัวอย่างดังกล่าวแล้ว ผู้ซื้ออาจต้องการบริการต่าง ๆ จากผู้ขาย เช่น ความสะดวกในการซื้อมีสินค้าให้เลือกมากไม่ต้องไปขนขวายเดินหาซื้อไกล หรือความสะดวกในการชำระเงินด้วยสินเชื่อก่อนชำระ หรือใช้บัตรเครดิตได้ ผู้ซื้ออาจมองส่วนเพิ่มที่ต้องได้ คือ ตราสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดี มองถึงภาพพจน์ที่มีชื่อเสียงของผู้ขาย หรืออาจต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามแปลกตาหรือสามารถไปทำประโยชน์อื่นได้ เช่น ขวดใส่กาแฟสำเร็จรูป หรือขวดใส่แยมผลไม้ต่าง ๆ ใช้หมดแล้วนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้อีก

- หากตลาดเป้าหมายมีแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่ต้องมีส่วนเพิ่ม ผู้ขายจะต้องเพิ่มส่วนอื่น ๆ นอกจากตัวสินค้าที่ผู้ซื้อหรือสินค้าหลัก บริการในรูปแบบต่าง ๆ หรือการจัดรายการชิงโชค ของแถม จัดร้านให้สวยงาม มีส่วนเพิ่มตามที่ถูกค้าต้องการเสมอ

3. ผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค หรือหน่วยงานธุรกิจ การซื้อสินค้าแต่ละครั้งมีวัตถุประสงค์หลักในการแสวงหาบางสิ่งบางอย่างที่จะสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

- การซื้อสินค้าเพื่อบริโภค ผู้บริโภคมิได้ต้องการหรือมองหาแต่ส่วนประกอบ ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์แต่วัตถุประสงค์หลักในการแสวงซื้อ คือ แก่ความหิวได้ ต้องมองดูน่ากิน อร่อย รสถูกปาก ล้วนเป็นสิ่งแสดงถึงความต้องการน่าจะเกิดจากสภาพทางร่างกาย หรือสภาพทางอารมณ์

- การซื้อเครื่องบันทึกเสียงหรือเครื่องเล่นวิดีโอ หรือวิทยุ โทรทัศน์ ความต้องการแท้จริงอยู่ที่ความสามารถในการถ่ายทอดเสียงหรือภาพที่เกิดขึ้น และเก็บรักษาไว้แล้วนำกลับมาแสดงใหม่ครั้งแล้วครั้งเล่าหลาย ๆ ครั้ง ต้องการความไพเราะของเสียง ต้องการความคมชัดของภาพและอาจรวมไปถึงลักษณะการใช้งานที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ประหยัดพลังงาน เคลื่อนย้ายที่สะดวก

- การซื้อเครื่องซักผ้า จุดประสงค์หลักในการซื้อคือความต้องการความสะดวก ทนแรง ใช้เวลาน้อย ประหยัดผงซักฟอก น้ำ ในการซักเสื้อผ้า อาจซื้อเพื่อแก้ปัญหาการซักผ้าในครอบครัว ฉะนั้น ผู้ซื้อจะสนใจประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องซักผ้ามากกว่ารูปทรงหรือเหล็กพลาสติก เครื่องจักร หรือวัสดุอื่น ๆ ที่ประกอบกันเป็นเครื่องซักผ้า

- การซื้อเสื้อผ้า จุดประสงค์หลักอาจอยู่ที่ต้องการเสื้อที่ใส่สบาย ใส่แล้วดูดี โดยไม่ได้สนใจว่าส่วนประกอบจริง ๆ คืออะไร ซึ่งเป็นเรื่องนามธรรม อธิบายยาก ต้องทดลองใส่ดูแล้วมองภาพรวมหรือรู้สึกอย่างไร

การทำบรรจุภัณฑ์ที่ดี รูปทรงต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ มีส่วนบ่งชี้ให้ทราบว่าสินค้าที่บรรจุภายในจะมีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้จนเป็นภาพคุ้นตาจะบอกได้ทันทีว่า สิ่งที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์นั้นคืออะไรได้ทันที เช่น ห่อกระดาษตะกั่ว และมีกระดาษไขที่มีลวดลายงามที่มีลวดลายปิดท้ายคือท็อฟฟี่ ลูกอมต่าง ๆ กระปุกทรงเตี้ยกลม ๆ คือเครื่องสำอางที่เป็นครีม รวมทั้งน้ำมันใส่ผมที่เป็นครีม สิ่งที่มาในลักษณะของแท่งโลหะหรือพลาสติก หมุนเกลียวปรับระดับสูงต่ำได้ มีปลอกเป็นฝาปิดอีกชั้นหนึ่ง คือลิปสติก รูปทรงของห่อทรงปิรามิดมีกระดาษอยู่ชั้นนอก ใบตองหรือแผ่นพลาสติกอยู่ชั้นใน มัดด้วยเชือกหรือรัดด้วยหนังยาง คือ ห่อกล้วยเดี่ยวชนิดมัดแห้งหรือข้าวผัด นอกจากนั้นรูปทรงต่าง ๆ ของภาชนะหรือหีบห่อยังแสดงถึงผู้ผลิตสินค้าได้ เมื่อผู้ผลิตบางรายใช้ทรงกลม ทรงเหลี่ยม ใช้วัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์แตกต่างกัน

- ตราสินค้า ผู้ผลิตแต่ละรายจะแสดงความแตกต่างให้ผู้ซื้อระบุได้ว่า สินค้านั้นเป็นของผู้ผลิตรายใด หรือแม้กระทั่งบริการต่าง ๆ ก็สามารถระบุตราสินค้า ซึ่งประกอบด้วยส่วนที่เป็น คำขึ้นต้นหรือข้อความ รูปภาพหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่จะแสดงถึง เช่น ตราดอกบัวแสดงถึงธนาคารกรุงเทพ ตราใบโพธิ์แสดงถึงธนาคารไทยพาณิชย์ เปาบุ้นจิ้น แสดงถึงบริษัทสหพัฒน์พิบูล บริสแสดงถึงบริษัทลิเวอร์พราเซอร์ national แสดงถึงผู้ผลิตเครื่องไฟฟ้า นมจากเต้าแสดงถึงนมสดไทย-เดนมาร์ค ยาคุลท์คือนมเปรี้ยว โฟร์โมสต์คือไอศกรีม หรือนมปลัดเกลี้ยงคือการ์ตูนล้อในเดลินิวส์ มาม่าคือบะหมี่สำเร็จรูป KFC คือไก่ทอด ตัวอย่างต่าง ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าตราสินค้าจะเป็นเครื่องบ่งชี้ความแตกต่างของผู้ผลิตแก่ผู้ซื้อ รวมทั้งบ่งชี้คุณลักษณะและคุณภาพของสินค้าและบริการต่าง ๆ

3. บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการขายผลิตภัณฑ์ สินค้าจำนวนมากที่ลำพังตัวผลิตภัณฑ์แท้ ๆ ไม่อาจจะสนองตอบความต้องการของผู้ซื้อได้สมบูรณ์ ผู้ซื้ออาจไม่พอใจหรือสนใจมากพอที่จะตัดสินใจซื้อ เว้นแต่จะมีรูปแบบต่าง ๆ ของบริการประกอบการจำหน่ายนั้น ซึ่งอาจเป็นบริการก่อนขายในขณะที่ขายและหลังขายบริการที่ลูกค้าต้องการอาจเป็นเรื่องเล็กน้อย เช่น ให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายจนถึงบริการที่ต้องการทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายที่สูง เช่น การติดตั้ง การบริการด้านเทคนิคต่าง ๆ บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการขายผลิตภัณฑ์ อาจจำแนกเป็น 3 ประเภท

ก. บริการเกี่ยวกับความสะดวกในการจัดซื้อได้แก่การให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แหล่งขายมีมากทำให้ติดต่อซื้อได้ง่าย ราคาประหยัด มีหีบห่อที่เรียบร้อย สะดวกแก่การหอบหิ้วไปด้วย บริการห่อของขวัญ ยอมให้เปลี่ยนสินค้า บริการจัดส่งสินค้า มีที่จอดรถ สะดวก แหล่งขายอยู่ในทำเลที่การคมนาคมสะดวก

ข. บริการเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- บริการติดตั้งหรือประกอบสินค้า

- การตรวจเช็คให้เป็นประจำ เช่น ซ่อมเครื่องปรับอากาศ ซ่อมเครื่องจักร เครื่องถ่ายเอกสาร คอมพิวเตอร์

- มีใบรับประกัน ที่แสดงถึงเงื่อนไขการรับประกัน เกี่ยวกับการซ่อมแซม หรือเปลี่ยนแทนให้ ซึ่งเรื่องการรับประกันนี้มักจะมีข้อโต้เถียงระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคเสมอ เกี่ยวกับเงื่อนไขการรับประกัน ผู้บริโภคจำนวนมากตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ประเภทต้องการ ความรู้ทางช่างเทคนิค โดยอาศัยใบรับประกัน เป็นแนวทาง แต่ไม่ได้ศึกษารายละเอียด ของเงื่อนไขที่ระบุไว้ในใบรับประกัน จนกว่าจะเกิดเหตุการณ์ที่จำเป็นต้องใช้สิทธิ ตามใบรับประกัน จึงหยิบออกมาใช้โดยไม่ถูกต้องตรงตามเงื่อนไข ปกติโรงงานผู้ผลิตสินค้าใด ๆ จะรับผิดชอบในการให้หลักประกันเงื่อนไข 2 ข้อ คือ อายุการใช้งาน ตามสภาพปกติ ของผลิตภัณฑ์นั้นและการชำรุดเสียหายที่เกิดขึ้นในรูปแบบการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนแทน เมื่อลูกค้าไม่ได้ศึกษาเงื่อนไขมาก่อน นำไปใช้งานในสภาพที่ผิดปกติ เกิดความเสียหายขึ้น ย่อมไม่ได้รับการชดเชย เช่น เอาเตารีดสำหรับรีดผ้าไปรีดถุงพลาสติก แล้วเกิดไหม้ติดเสียหาย ทำให้เอาไปรีดผ้าไม่ได้ หรืออาจจะบรุษะเวลาไว้ 1 ปี 2 ปี แต่ลูกค้าไม่ได้ศึกษา นำไปเรียกร้องสิทธิเมื่อพ้นกำหนดเวลาการให้บริการซ่อม อาจมีเงื่อนไขของคำว่า ฟรี เป็นการ ฟรีทั้งหมด หรือฟรีค่าซ่อมแซม แต่เปลี่ยนอะไหล่ต้องจ่ายเพิ่ม สิ่งเหล่านี้คือกรณีพิพาทระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่เสมอ เมื่อมีใบรับประกันเข้ามาเกี่ยวข้อง

ค. บริการเกี่ยวกับความสะดวกในการชำระเงิน ได้แก่ สินเชื่อ รูปแบบต่าง ๆ ในระยะ เวลาหนึ่ง ระบบการส่งมอบสินค้า เงื่อนไขการชำระเงิน ระบบการผ่อนชำระรวมถึงการเสนอ ส่วนลดต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่จะจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคจะต้องประกอบด้วยหลายสิ่งหลายอย่าง จึงจะทำความพอใจสูงสุดให้เกิดแก่ผู้ซื้อได้

การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์

การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ อาจใช้หลักเกณฑ์ในการจำแนกได้หลาย ๆ แบบ เช่น จำแนกตามลักษณะของสินค้าเป็นสินค้าที่ใช้แล้วสิ้นเปลืองหมดไปหรือสินค้าใช้ถาวร การจำแนก ประเภทโดยวิธีใด ขึ้นอยู่กับความประสงค์ในการนำไปใช้ประโยชน์ สาเหตุสำคัญ ที่ต้องมีการ จำแนกประเภทของสินค้า เพื่อสะดวกในการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับสินค้านั้น หรือเพื่อ ความสะดวกในการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ความนิยมทั่วไป จะจัดแบ่งผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ โดยถือ กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเป็นเกณฑ์ในการจำแนก จะจำแนกได้ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุปโภคบริโภค
- ผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรม

5. ตราสินค้า

ตราสินค้า หมายถึง ข้อความ สัญลักษณ์ รูปแบบ หรือสิ่งเหล่านี้รวมกัน เพื่อบ่งชี้ให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขายหรือกลุ่มของผู้ขาย ที่แสดงความแตกต่างจากคู่แข่ง

ผู้ซื้อในตลาดจดจำได้ถึงลักษณะที่แตกต่างกันของสินค้าหรือบริการที่มาจากผู้ผลิตรายต่าง ๆ ด้วยตราสินค้า ตราสินค้าอาจเป็นเครื่องหมายแสดงถึงคุณภาพที่แตกต่าง อาจแสดงการรับรองคุณภาพของสินค้า เช่น เครื่องหมายมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์กระทรวงอุตสาหกรรม เครื่องหมายเซลล์ชวนชิม เครื่องหมายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตราสินค้าหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วยองค์ประกอบหลายอย่างรวมกัน คือ

- ชื่อตรา ส่วนของตราที่เป็นชื่อ หรือข้อความซึ่งออกเสียงได้ เช่น ชัมซุง ไอบีเอ็ม โดมอน โปเต้ แบรนต์ พิชซ่าฮัท

- เครื่องหมายตราสินค้าส่วนหนึ่งของตราซึ่งสามารถจดจำได้ แต่ออกเสียงไม่ได้ ได้แก่ สัญลักษณ์ รูปแบบที่ประดิษฐ์ต่าง ๆ หรือรูปภาพ ตลอดจนสีสันที่ปรากฏอยู่ในเครื่องหมายต่าง ๆ

- เครื่องหมายการค้า ตราหรือส่วนหนึ่งของตราที่ได้จดทะเบียน เพื่อป้องกันสิทธิตามกฎหมาย

- โลโก้ เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของกิจการหรือองค์กรหนึ่ง ๆ ตราไบโพร้แสดงสัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์รูปช้างหกลี้มเป็นสัญลักษณ์ของบริษัทปูนซีเมนต์-ไทย จำกัด รูปตัว R สีเขียวน้ำทะเลเป็นสัญลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าโรบินสัน

ประโยชน์ของตราสินค้า

ก.ประโยชน์ต่อเจ้าของตราสินค้า ผู้ผลิตหรือจัดจำหน่าย

- ใช้แสดงความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ด้านการโฆษณาหรือจัดแสดงสินค้า สร้างชื่อเสียงให้กับกิจการ เมื่อตราสินค้าเป็นที่ยอมรับรู้จักทั่ว ๆ ไป เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้ซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการขายสินค้าระบบช่วยตัวเอง ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความเชื่อถือที่มีต่อตราของสินค้าเป็นเกณฑ์

- แสดงถึงความสามารถในการควบคุมตลาดสินค้า ตราสินค้าใดที่เป็นที่รู้จักมาก ๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ย่อมแสดงถึงการมีส่วนแบ่งในตลาดสินค้านั้นมากกว่าตราสินค้าอื่น ๆ หากจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยไม่มีตราอาจขายได้จำนวนมากเช่นกัน แต่ไม่อาจจะบ่งชี้ได้ว่าสินค้าของตนเป็นที่ยอมรับมากน้อยเพียงไรในตลาด จึงไม่อาจแสดงควมมีอิทธิพลในตลาดสินค้านั้นได้

- ช่วยเพิ่มยอดขาย ลูกค้าซื้อสินค้าโดยจำตราได้แม่นยำ เมื่อมีการส่งเสริมการขายใด ๆ จะกระตุ้นหรือเร่งการซื้อของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น ลูกค้าจะซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ใช้เป็นประจำเป็นส่วนใหญ่

- ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย เนื่องจากลูกค้าตัดสินใจได้รวดเร็วจากตราสินค้า จึงเป็นการลดเวลาและความพยายามที่จะต้องใช้ในการขายกับลูกค้าแต่ละราย มีผลทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายลง

- ลดการเปรียบเทียบด้านราคาสินค้า ผู้ซื้อจะยอมรับราคาที่สูงกว่าสำหรับตราสินค้าที่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ด้วยความเชื่อว่ามีคุณภาพแน่นอนหรือดีกว่าสินค้าที่ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย

- ช่วยให้แนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดง่ายขึ้น ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่สร้างตราให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสินค้าได้ เมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจะได้รับการยอมรับง่าย หากนำออกวางตลาดภายใต้ตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับนั้น ๆ

ข.ประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ผู้บริโภค

- ผู้ซื้อสามารถจำแนกประเภท ชนิดของสินค้าในระดับคุณภาพแตกต่างกันของผู้ผลิต จากประสบการณ์ในการซื้อสินค้าซ้ำ ๆ จะทำให้ผู้ซื้อจดจำตราสินค้าที่ให้คุณภาพแตกต่างกันและใช้ตราสินค้าเป็นเครื่องแสดงถึงระดับคุณภาพเหล่านั้น ในการซื้อครั้งต่อ ๆ ไป ดังจะเห็นได้จากผู้บริโภคจำนวนมากเต็มใจจะจ่ายสินค้าสูงขึ้นสำหรับสินค้าที่มีตราเป็นที่รู้จักกันดีเพื่อประกันคุณภาพของสินค้า

- ผู้ซื้อทราบว่าใครคือผู้ผลิตสินค้านั้น ๆ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ ในการตัดสินใจว่าควรซื้อสินค้านั้น ๆ หรือไม่ ทำให้เกิดความสะดวกในการเปรียบเทียบ อ้างอิงหรือเรียกหาในการซื้อสินค้า

- ช่วยลดเวลาและความพยายามในการแสวงหาซื้อสินค้า เมื่อไม่มีตราสินค้าปรากฏ ผู้ซื้อจะต้องใช้เวลามากขึ้นในการพิจารณาเพื่อแยกความแตกต่างในสินค้าต่าง ๆ ที่วางจำหน่ายในร้านค้า เมื่อมีตราสินค้าปรากฏอยู่ ผู้ซื้อจะระบุจากตราสินค้าเป็นเกณฑ์ ไม่ต้องเสียเวลาในการเปรียบเทียบต่าง ๆ มีผลให้ลดความพยายามลงด้วย และลดค่าใช้จ่าย ในการจัดซื้อ

หลักเกณฑ์ในการเลือกตราสินค้า

ตราสินค้าที่นำออกใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสำเร็จหรือล้มเหลวของกิจการได้ ดังนั้นการพิจารณาเลือกองค์ประกอบหรือตราสินค้าหนึ่งจึงต้องใช้ความรอบคอบเป็นอย่างยิ่ง

ลักษณะของตราสินค้าที่ดีควรประกอบด้วยลักษณะต่อไปนี้

ชื่อ หรือคำพูดที่สั้น เป็นคำพื้น ๆ เพื่อง่ายแก่การสะกดตัว อ่านออกเสียงได้ง่าย จำได้ไม่ผิดเพี้ยน รูปแบบหรือสัญลักษณ์ที่นำมาใช้ประกอบในตราสินค้าควรมีลักษณะเด่นชัดง่ายแก่การจดจำตลอดไป

ดังนั้นส่วนที่เป็นชื่อตราสินค้าจะเป็นส่วนสำคัญสำหรับลูกค้ามากกว่าส่วนที่เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เพราะลูกค้าไปถามหาชื่อสินค้าจะเอื่อยอ้างหรือเรียกหาชื่อตราสินค้า

หลักเกณฑ์ในการเลือกชื่อตราสินค้า

1. เลือกคำพูดหรือชื่อที่สั้น เพราะเป็นการง่ายแก่การออกเสียงสะกดตัว และจดจำได้ง่ายกว่าคำยาวหลาย ๆ พยางค์ ชื่อที่เป็นพยางค์เดียวโดด ๆ จะเปรียบทั้งในด้านความจำ ของลูกค้า และนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำโฆษณาสามารถจัดทำให้ตัวหนังสือขนาดใหญ่ขึ้นเห็นได้ชัดเจนกว่า เช่น กรณีสบู่ LUX ไม่ว่าจะไปปรากฏบนหีบห่อหรือการโฆษณาที่ใด ๆ ก็เขียนตัวหนังสือให้มีขนาดใหญ่ได้

2. เลือกคำพูดหรือชื่อที่พื้น ๆ เป็นภาษาที่ใช้อยู่ประจำวัน ความคุ้นเคย จะช่วยให้จดจำได้ง่ายขึ้น อย่าเลือกใช้คำพูดที่วิจิตรพิสดาร ตัวสะกดยุ่งยาก เพราะทำให้อ่านออกเสียงยากขึ้น จดจำได้ยากขึ้น ศัพท์ที่ไม่คุ้นเคยไม่ควรนำมาใช้เป็นชื่อสินค้า อีกทั้งเป็นการเพิ่มเวลาเพิ่มความพยายามที่จะต้องใช้ในการซื้อหาสินค้า ลูกค้าจะหลีกเลี่ยงการถามหาจากพนักงานขายเมื่อไม่แน่ใจ ว่าตนออกเสียงถูกหรือไม่

3. ชื่อหรือคำพูดนั้นต้องออกเสียงได้แบบเดียว เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดเมื่อออกเสียงแตกต่างกัน

4. ควรมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ส่วนหนึ่งอาศัยจากการมีชื่อที่ไม่ซ้ำกับของบุคคลอื่น ออกเสียงแน่นอน และอาศัยส่วนประกอบของสัญลักษณ์หรือรูปแบบที่เด่นชัดเฉพาะ เพื่อผู้ซื้อจะได้ไม่จำสับสนกับตราสินค้าอื่น ๆ การใช้ชื่อบุคคลมาเป็นชื่อสินค้า ควรหลีกเลี่ยงอย่างยิ่ง มีโอกาสซ้ำกันได้ง่าย ในประเทศไทยนิยมใช้ชื่อเจ้าของสินค้ามาก จึงพบสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะประเภทอาหารที่มีชื่อซ้ำ ๆ กัน น้ำพริกแม่ศรีอาจมีแม่ศรีหลายคน ได้ปัจจุบันความนิยมเหล่านี้ได้ลดลงมาก

5. ต้องทันสมัย ชื่อหรือคำพูดต่าง ๆ ในภาษามีการเปลี่ยนแปลงความนิยมได้ ชื่อบางชื่อในสมัยหนึ่งเป็นที่นิยมมากอาจเป็นสำนวนที่ใช้พูดกัน แต่เมื่อเวลาผ่านไปความนิยมลดน้อยลง ดังนั้นชื่อสินค้าที่ตั้งตามยุคสมัย อาจต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วย เช่นคำว่า ภาษา บุติค หรือตราพระอาทิตย์ต่อไปคงไม่มีประโยชน์ ดังนั้น ถ้าใช้คำที่ไม่ทันสมัยจะต้องมีการเปลี่ยนชื่อตลอดเวลา จะสร้างความไม่แน่ใจให้กับลูกค้า คิดว่าเปลี่ยนเจ้าของหรือมีผู้ผลิตรายเดิม

6. ต้องใช้ได้โดยถูกต้อง เป็นตราสินค้าที่สร้างขึ้นเอง มิใช่ไปหยิบยืมของคนอื่นมาใช้ ทั้งชื่อสินค้าและสัญลักษณ์ต่าง ๆ นักเลียนแบบมักจะหยิบยืมเอาตราสินค้าของบุคคลอื่นมา ดัดแปลง แล้วนำไปใช้เพื่อสร้างความเข้าใจผิดให้กับลูกค้าจะได้ชื่อสินค้าเหล่านี้ไป เช่น ANAMI กับ AMAMI, SHARP กับ SHAPR

7. มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า ชื่อตราสินค้าจะใช้บ่งบอกถึงลักษณะบางประการของตัวสินค้าได้ เช่น BAND AID, SAFEGUARD, VICK-VAPORUB, VETO, POTATO CHIP, เกลียวกอบ, ธาราทิพย์

8. สามารถนำไปใช้ได้กับสื่อโฆษณาทุกรูปแบบ ชื่อตราสินค้าที่ออกเสียงยาก เมื่อปรากฏแต่ภาพในสิ่งตีพิมพ์ ผู้อ่านจะไม่สามารถออกเสียงที่ถูกต้องได้ ชื่อที่ประกอบด้วย ตัวสะกดมากตัวและแปลก ๆ ใช้สื่อโฆษณาประเภทเสียง ผู้ฟังนึกภาพไม่ออกว่าควรจำมีหน้าตาอย่างไร ดังนั้น จะเป็นอุปสรรคในการจดจำ และเรียกหาได้ถูกต้องเมื่อไปที่ร้านจำหน่าย

9. ต้องสามารถออกเสียงได้เหมือนหรือใกล้เคียงภาษาอื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะการกระจายตลาดสินค้าในแหล่งกว้าง ๆ การจัดจำหน่ายในตลาดนานาชาติ ภาษาท้องถิ่นแต่ละถิ่นไม่เหมือนกัน ชื่อในภาษาหนึ่งอาจไม่มีในภาษาอื่น ๆ ทั้งรูป เสียง และตัวอักษรที่จะนำมาแสดง และอาจให้ความหมายผิดเพี้ยนได้ จึงต้องระวังอย่างยิ่ง จะเห็นตัวอย่างที่ดีคือ ประเภทน้ำอัดลม ฟิชล์ม่ายรูปต่าง ๆ

ประเภทของตราสินค้า

การจำแนกประเภทของตราสินค้าอาจแบ่งตามลักษณะธุรกิจที่เป็นเจ้าของตราสินค้าของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย หรือจัดแบ่งตามลักษณะของสินค้าที่ใช้ตราสินค้าในกิจการหนึ่งแบ่งเป็น

ก. ตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นตราสินค้าที่ผู้ผลิตรายหนึ่งสร้างขึ้น เพื่อบ่งชี้ให้ลูกค้าทราบถึงตัวผู้ผลิตสินค้านั้น และการกระจายขายสินค้าในตลาดที่กว้างขวาง มีการโฆษณาตราสินค้าต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายจึงเรียกว่า National brand ตัวนตราสินค้าประเภทนี้ เช่น Rosa, RCA, IBM or Sanyo ผู้ผลิตที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบบางประการ

ข. ตราสินค้าของผู้จัดจำหน่ายเป็นตราสินค้าที่พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก หรือผู้จัดจำหน่ายในลักษณะอื่น ๆ จัดทำขึ้น โดยการจ้างโรงงานอุตสาหกรรมรายเล็ก ๆ ที่ไม่ต้องการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าของตนเอง แล้วติดตราสินค้าของผู้ขายให้ตามที่ต้องการ พ่อค้าส่งรายใหญ่ ๆ หรือพ่อค้าปลีกรายใหญ่ ๆ ที่จำหน่ายสินค้าได้มาก ๆ เช่น ร้านสรรพสินค้า ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่จะนิยมสร้างตราสินค้าของตนเอง

ค. ตราสินค้านี้รวม ผู้ผลิตอาจผลิตสินค้าทุกชนิดออกจำหน่ายภายใต้สินค้าเดียวกัน เพื่อแสดงถึงระดับคุณภาพเดียวกัน หรือแสดงความสัมพันธ์ของสินค้าในประเภทเดียวกัน ดังนั้นกิจการผลิตอาหารสำเร็จรูป กิจการผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า กิจการผลิตเครื่องใช้ภายในบ้าน โฟมโสต มาเมา จอห์นสัน เป็นต้น การใช้ตราสินค้านี้รวมให้ประโยชน์ในด้านการลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ไม่ต้องโฆษณาสินค้าแต่ละชนิด โฆษณาแต่ตราสินค้านั้นก็สามารถครอบคลุม

ได้ทุกชนิดของสินค้าที่ผลิตออกจำหน่าย และยังใช้ประโยชน์ในการเป็นสื่อที่ดีในการแนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ให้เป็นที่ยอมรับง่ายขึ้นเมื่อสินค้านั้นมีตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับกันอยู่

ง. ตราสินค้าเอกเทศ สินค้าบางประเภทที่มีคุณภาพแตกต่างกันหรือลักษณะการใช้งานแตกต่างกัน ลูกค้านักบริโภคจะไม่ยอมรับการใช้ตราสินค้านี้ร่วมกัน แม้แต่สินค้าในประเภทเดียวกันหลาย ๆ ชนิดเมื่อถูกนำไปใช้ในลักษณะหรือประโยชน์ใช้สอยแตกต่างกัน ผู้ซื้อก็เกิดความรังเกียจที่จะใช้ชื่อตราสินค้าเดียวกัน เช่น สินค้าประเภททำความสะอาด สบู่กับผงซักฟอก หรือน้ำยาทำความสะอาดสุขภัณฑ์ ถ้าจะใช้ตราสินค้าเดียวกันหมดคงไม่เป็นที่ยอมรับในตลาด จึงจำเป็นต้องมีตราสินค้าแยกเป็นเอกเทศสำหรับสินค้าแต่ละชนิดแต่ละประเภท ลูกค้านักซื้อสินค้าหลายตราสินค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งเมื่อต้องการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน หรือคุณภาพแตกต่างกัน

จ. ตราสินค้านานานาม ผู้ผลิตบางรายเสนอขายสินค้าชนิดเดียวกันแต่อาจมีคุณภาพแตกต่างกัน ใช้ตราสินค้าต่างกันในตลาด ทั้งนี้เพื่อป้องกันการสูญเสียส่วนแบ่งตลาด เมื่อผู้ซื้อเปลี่ยนใจจากสินค้านั้นไปสู่อีกตราหนึ่ง โดยทั่วไปดูเหมือนผู้ผลิตรายหนึ่งสร้างตราสินค้าออกมาแข่งขันกับสินค้าของตนเองในตลาด แต่เมื่อเทียบโอกาสในการมีส่วนแบ่งในตลาดจากหลาย ๆ ตราจะได้ส่วนแบ่งตลาดมากกว่า ลูกค้านักซื้อเปลี่ยนใจย้ายการซื้อสินค้าจากตราหนึ่งไปซื้อตราอื่น ๆ ได้ ทุกเวลาและด้วยเหตุผลนานาประการ เช่น สบู่ของบริษัทคอลเกต - ปาล์มโอลีฟ มีขาย 4 ตรา คือ Palmolive, Palmy Protex, Care เป็นต้น

สรุปสาระสำคัญ

1. ผลิตภัณฑ์ คือองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างที่รวมกันแล้ว สามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น หรือผลตอบแทนใด ๆ ที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

2. ผู้ซื้อมองผลิตภัณฑ์เมื่อสำเร็จรูป และผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น แต่ผู้ผลิตจะต้องมองย้อนไปไกลกว่าต้องคิดค้นว่าจะผลิตอย่างไร และยังเฝ้าระวังว่าต้องการอะไรจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น และพยายามสร้างให้เป็นเช่นที่ผู้ซื้อคาดหวัง

3. การซื้อสินค้าบริการของผู้ซื้อจะแตกต่างกันไป บางครั้งต้องการเฉพาะตัวสินค้า บางครั้งต้องการส่วนเพิ่มต่าง ๆ และบางครั้งต้องการการตอบสนองที่เฉพาะเจาะจง ดังเช่น ต้องการอาหารอร่อย ๆ รสถูกปาก เสื้อที่ใส่สบาย ๆ การที่ผู้ซื้อมีความต้องการหลากหลายเช่นนี้ ทำให้ผู้ขายต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้อง เป็นความยุ่งยากตามลำดับในการเสนอผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดแต่ละระดับ

การบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ คือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสร้างเป็นภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์และรักษาคุณภาพ สะดวกในการใช้สอยและการขนส่ง

ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์อาจเกิดขึ้นได้ในทุกระดับของธุรกิจ ผู้ผลิตต้องมีการบรรจุภัณฑ์ให้เรียบร้อยก่อนออกจากโรงงานเพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย คลังสินค้าต้องการพื้นที่ในการเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวกในการส่งมอบ สะดวกในการขนส่ง พ่อค้าส่งต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่ง สินค้าตามที่ลูกค้าสั่ง พ่อค้าปลีกต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำกลับบ้านได้ รวมทั้งต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า

เราจะเห็นบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติมาแต่โบราณ เช่น ผลไม้ต่าง ๆ จะมีเปลือกห่อหุ้มเปลือกบางบ้าง หนาบ้าง แข็งบ้าง เช่น

- มะพร้าว เป็นตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่น่าทึ่ง มีกะลาชั้นใน ซึ่งแข็งแรงเปราะ แข็งเพื่อห่อหุ้มน้ำมะพร้าวและเนื้อมะพร้าวที่อ่อนนุ่ม และบางครั้งเป็นวัน ๆ เพราะเพื่อให้กะเทาะเปลือกได้ง่าย แต่เนื่องจากมะพร้าวจะออกลูกอยู่ที่ยอดสูง แก่จัดแล้วจะหล่นตกลงมาจึงมีเปลือกนอก (ที่เรียกว่ากามมะพร้าว) ที่มีลักษณะหนาไว้กันกระแทกได้อย่างดี ทำให้มะพร้าวที่ตกลงมากระทบพื้นไม่แตก

- จะเห็นได้ว่า การสร้างกล่องกระดาษลูกฟูก หรือใช้โฟมมาห่อหุ้มสินค้าที่เปราะบางแตกหักเสียหายง่าย เป็นลักษณะการเลียนแบบบรรจุภัณฑ์จากลูกมะพร้าวนี้เอง

- ไข่ไก่ ไข่เป็ด ไข่นก จะมีลักษณะเปลือกไข่แข็งและเป็นรูปวงรี แต่ไข่เต่าจะเป็นรูปกลมเหมือนลูกปิงปอง และมีเปลือกนุ่ม จะวิเคราะห์ได้ถึงความเหมาะสมของประโยชน์ที่แตกต่างกัน สัตว์ปีก แม่ของมันจะนั่งทับในขณะกกไข่ หากเปลือกไข่นิ่ม คงจะถูกแม่ของมันทับแบนหมดจนเดิบโตไม่ได้ แต่แม่เต่าไข่แล้วจะคุ้ยทรายกลบแทน ไม่ได้ไปนั่งกกไข่ การที่เป็นรูปทรงรีเท่ากับความสูงของลูกไก่ลูกนก ในขณะที่ลูกเต่าจะมีลักษณะราบ ๆ และเกิดใหม่ ๆ จะมีความกว้างยาวของตัวใกล้เคียงกัน

- ในการสร้างบรรจุภัณฑ์ปัจจุบัน จะออกแบบแตกต่างจากรูปทรงตามรูปทรงของสินค้าที่จะบรรจุลงไป

ตัวอย่างที่ยกมา น่าจะเป็นเครื่องบ่งชี้ให้สามารถสรุปได้ว่าการสร้างบรรจุภัณฑ์ขึ้นใช้กับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นการเลียนแบบธรรมชาติโดยตลอด มนุษย์ได้พยายามดัดแปลงวัสดุธรรมชาติต่าง ๆ เช่น การใช้ใบไม้ชนิดต่าง ๆ มาห่อหุ้มข้าว ขนม ใบตอง ใบไผ่ ใบจาก ใบบัว ตลอดจนนำส่วนอื่น ๆ ของพืชมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น ลำต้นของไม้ไผ่มาทำข้าวหลาม หรือกระบอกใส่ น้ำ และนำไปดัดแปลงเป็นชะลอม กระชาด กระบุง เหว กล่องใส่ข้าวเหนียว ต่อมาได้มีการ ดัดแปลงมากขึ้น เช่น ไห กระปุก กล่อง ลัง ขวด ดลัง ซึ่งเกิดจากการใช้วัสดุ

ต่าง ๆ ดิน ไม้ กระดาษ แก้ว โลหะ พลาสติก เป็นต้น การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์มีมากเท่าใด ความต้องการบรรจุภัณฑ์ก็จะเพิ่มเป็นเงาตามตัว

6. วิธีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ และ ภาชนะบรรจุ อย่าสับสนเพราะสองคำมีหน้าที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น เราซื้อน้ำ 1.5 ลิตร มา 1 ขวด เวลาบริโภคเทใส่แก้วตามความต้องการบริโภค แก้วที่ใช้บริโภค คือภาชนะบรรจุภัณฑ์ หรือเราซื้อน้ำถัง 5 ลิตร แล้วมาแบ่งเทใส่ขวดเล็กเป็น ภาชนะบรรจุ แต่เราถือว่างถัง 5 ลิตร ที่ซื้อมาจากร้านค้าเป็นบรรจุภัณฑ์เพราะได้มีบทบาทในการส่งเสริมการขายเมื่อวางตามจุดจำหน่าย แต่ภาชนะบรรจุมีบทบาทเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ ให้มีความสะดวกมากขึ้น

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

ภาชนะบรรจุภัณฑ์ คือการบรรจุหีบห่อเพื่อการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์ คือการห่อหุ้มสินค้าที่มีบทบาทในการส่งเสริมด้านการขายเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น สามารถบอกได้ว่า Packing เป็นขบวนการส่วนหนึ่งของ Packaging ที่ใช้กัน ณ ปัจจุบันทั่วไป

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งได้ 2 ด้าน คือ

1. ด้านเทคนิค การบรรจุใส่ การป้องกันคุ้มครอง การรักษาคุณภาพของอาหาร การขนส่ง การวางจำหน่าย การรักษาสินค้าแวดล้อม
2. ด้านการตลาด การส่งเสริมการขาย การแสดงข้อมูลอาหาร การตั้งราคาขายให้สูงขึ้น การเพิ่มปริมาณการขาย ให้ความถูกต้องรวดเร็ว การรณรงค์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์และการแยกบรรจุภัณฑ์

เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นพาหนะนำผลผลิตจากขบวนการผลิตผ่านการขนย้าย และขนส่งเก็บในคลังสินค้า จัดจำหน่ายให้อำนวยความสะดวกในการบริโภคและกำจัด ขาบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย การแยกบรรจุภัณฑ์มีขั้นตอน ต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นในเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่จะบริโภค และจะทิ้งตัวบรรจุภัณฑ์หลังจากสินค้าหมด เช่น ครีมเทียม
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวมชั้นในกับชั้นสองเข้าด้วยกันเพื่อป้องกันสินค้าและจัดจำหน่ายกับขนส่งได้มากขึ้น เช่น กล่องบรรจุครีมเทียม
3. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สาม เป็นบรรจุภัณฑ์ปกกันสินค้าระหว่างการขนส่ง สามารถ

แบ่งย่อยได้ 3 ประเภท

- ประเภทที่ 1 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขาย
- ประเภทที่ 2 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน
- ประเภทที่ 3 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังมือผู้บริโภค

บรรจุภัณฑ์สามารถแยกตามหลักที่ใช้ได้ 4 ประเภทคือ

1. เยื่อกระดาษ
2. พลาสติก
3. แก้ว
3. โลหะ หลักในอุตสาหกรรมที่ใช้บรรจุภัณฑ์อาหารมี 2 ชนิดคือ
 - 4.1 เหล็กเคลือบดีบุก
 - 4.2 อะลูมิเนียม

เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์กระดาษ

ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษมีคุณลักษณะเด่น คือ ความสามารถที่จะพับได้ หรือกระแทกเส้นบนกระดาษมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษประเภทต่าง ๆ เช่น กล่อง ถุง เป็นต้น

ข้อเสียเปรียบของบรรจุภัณฑ์กระดาษ เมื่อเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น คือ ไม่สามารถทนต่อความชื้น และเก็บกลิ่นได้ เนื่องจากกระดาษมีรูพรุนของเนื้อเยื่อ แต่ขบวนการพิมพ์สมัยใหม่ได้ขจัดปัญหานี้ด้วยการเอาพลาสติกชนิดต่าง ๆ มาเคลือบ หรือกระทั่งวิธีเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมโลหะ โดยใช้พลาสติกเป็นตัวกลางเชื่อมเพื่อให้ลดปัญหาข้างต้นดังกล่าวลงได้

คุณสมบัติทั่วไปของกระดาษ

- ความหนาและน้ำหนักมาตรฐาน
- ความสว่าง
- ปริมาณความชื้น

ประเภทของการบรรจุภัณฑ์กระดาษ

การเลือกใช้ตัววัตถุกระดาษให้เข้ากับสินค้าเราจะต้องรู้จักคุณสมบัติกระดาษที่จะนำมาใช้ ขึ้นรูปแต่อย่าลืมคำนวณคุณสมบัติของตัวสินค้าทุก ๆ ด้านที่จะบรรจุใส่ ตัวบรรจุภัณฑ์กระดาษ ที่นิยมใช้แบ่งตามประเภทดังนี้

1. กล่องกระดาษแข็งพับได้

2. กล้องกระดาดแบบคงรูป
3. บรรจุภัณฑ์การ์ด
4. บรรจุภัณฑ์กระดาดเคลือบหลายชั้น มีหลายรูปแบบ เช่น กล้องบรรจุภัณฑ์รูปทรงอิฐ กล้องบรรจุภัณฑ์รูปทรงจั่ว กระป๋องกระดาด
5. กล้องกระดาดลูกฟูก

วิธีการออกแบบโลโก้

โลโก้ เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของกิจการหรือองค์การหนึ่ง ๆ ตราใบโพธิ์แสดงสัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ รูปช้างในหอกเหลี่ยม เป็นสัญลักษณ์ของบริษัทปูนซีเมนต์-ไทยจำกัด รูปตัว R สีเขียวน้ำทะเลเป็นสัญลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าโรบินสัน บางกิจการอาจใช้โลโก้เป็นเครื่องหมายการค้าหรือตราสินค้าด้วย แต่บางกิจการอาจแยกตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และไม่ใช่สัญลักษณ์เดียวกัน และในการออกแบบโลโก้ เราต้องคำนึงถึงจุดเด่นและจุดด้อยของโลโก้ และให้มีความเกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะออกแบบ โดยสื่อให้เข้าใจง่ายที่สุด และมีรูปทรงที่สวยงาม ไม่สลับซับซ้อนเข้าใจง่าย

หลักการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ออกแบบให้มีรูปทรงที่สวยงาม
2. ออกแบบให้สามารถใช้ได้ทนทาน
3. สะดวกในการใช้งานได้ตามระยะเวลา
4. คำนึงถึงวัสดุที่ใช้บรรจุภัณฑ์
5. สี สัน สะดุดตา น่าชวนใจ

แนวทางในการออกแบบ

จากบรรจุภัณฑ์เดิมซึ่งการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทปลาสดหอมแห้ง ออกแบบให้มีความน่าสนใจ สะดุดตาผู้บริโภคเข้าใจในสินค้า

ส่วนประกอบในการออกแบบ

1. ตราโลโก้ ตราสินค้า
2. ส่วนประกอบสำคัญ
3. ข้อแนะนำในการรักษา
4. วิธีใช้
5. หน้าหน้าสุทธิ

6. วันที่ผลิต และวันหมดอายุ

สรุปผลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์แบบใหม่จะมีตราสินค้าที่สามารถเข้าใจง่าย และสีสันทึ่สะดุดตา ราคาวัสดุที่ประหยัดในการใช้งาน บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นานเพื่อนำกลับมารีไซเคิล

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และความจำเป็นในการทำวิจัย

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและถูกต้องจำเป็นต้องใช้ข้อมูลต่าง ๆ หลายสาขามาประกอบกันสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี ดังนี้

ก. ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ บุคคลที่รับผิดชอบในเรื่องการวางแผนด้านบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติทางด้านกายภาพ เคมี โดยควรรู้ว่าผลิตภัณฑ์จะเสื่อมสภาพอย่างไร หรือแตกหักได้ง่าย ผลิตภัณฑ์ หลายชนิด จะมีการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติเมื่ออุณหภูมิและความชื้นแปรผัน ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจะเสื่อมสภาพได้ง่าย เมื่อเกิดปฏิกิริยาเคมี เช่น ออกซิเดชัน ผลิตภัณฑ์บางชนิดจะขึ้นราหรือถูกเชื้อแบคทีเรียแล้วเกิดการเสื่อมสภาพ เป็นต้น ความรู้ด้านการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์พิจารณาเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และแข็งแรงเพียงพอต่อการป้องกันการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์ ในบางกรณีการหีบห่อ ผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างหรือขนาดของผลิตภัณฑ์เพื่อให้บรรจุได้พอดี

ข. ข้อมูลด้านการผลิต ข้อมูลด้านการผลิตที่จำเป็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ความเร็ว และปริมาณการผลิตต่อครั้ง วิธีการผลิต ลักษณะการผลิตเป็นแบบอัตโนมัติหรือแบบใช้แรงงานคน ซึ่งการเลือกใช้เครื่องจักรในการบรรจุภัณฑ์จะสัมพันธ์กับความเร็วของการผลิตสินค้า และสอดคล้องกับแผนผังการวางเครื่องจักรภายในโรงงาน

ค. ข้อมูลกระบวนการบรรจุ ก่อนการบรรจุสินค้าด้วยเครื่องจักร ผู้ปฏิบัติงานจะต้องตรวจสอบความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ทำเป็นบรรจุภัณฑ์ และมีขนาดตรงตามข้อกำหนดของเครื่องจักรบรรจุ นอกจากนี้ยังอาจต้องพิจารณากระบวนการทำงานดังนี้

- กระบวนการบรรจุภัณฑ์ด้วยเครื่องจักรแบบอัตโนมัติจำเป็นต้องตั้งความตึงของวัสดุ ที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ให้มากกว่าการบรรจุแบบใช้แรงงานคน เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่ถูกต้องต่อเนื่องตลอดการทำงาน

- กรณีการบรรจุหีบห่อแบบใช้แรงงานคน การเลือกแบบของบรรจุภัณฑ์รวมทั้งชนิดของวัสดุจะต้องสอดคล้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานของคนโดยใช้ความเร็วในการบรรจุตามที่ออกแบบไว้

- สำหรับกรณีที่ต้องใช้เครื่องจักรบรรจุเดิมที่มีอยู่แล้ว จำเป็นต้องตรวจสอบ
ความสามารถในการบรรจุของเครื่องจักรตลอดจนพื้นที่ปฏิบัติงาน รวมทั้งความเชี่ยวชาญ
ของผู้ปฏิบัติงานด้วย

ง. **ข้อมูลด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์** ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนด้านบรรจุภัณฑ์
ต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัสดุบรรจุภัณฑ์หลากหลายชนิด เพื่อเลือกวัสดุ
บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์และกระบวนการบรรจุ ตลอดจนข้อจำกัดของตัววัสดุ
และบรรจุภัณฑ์ด้วย วัสดุที่ถูกเลือกจำเป็นต้องเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายที่อาจต้องพิจารณา
กฎระเบียบ เรื่องการหมุนเวียนใช้วัสดุหรือการทิ้งวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

จ. **ข้อมูลด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย** การขนส่งสินค้าทางบก ทางอากาศ
และทางน้ำ แต่ละแบบมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงต่างกัน ดังนั้นการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ที่ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ย่อย ๆ รวมหน่วยกันจะช่วยเพิ่มความแข็งแรง
ให้แก่บรรจุภัณฑ์รวม หน่วยเพื่อคุ้มครองสินค้าไปตลอดเส้นทางการขนส่ง ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์
ควรจบรวมรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายและการขนส่ง จำนวนครั้งของการขนถ่าย
บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการลำเลียงบรรจุภัณฑ์ไปตลอดการขนส่ง การใช้อุปกรณ์
เครื่องจักรกลในการขนถ่ายสินค้า ณ จุดขนถ่าย จำเป็นต้องให้บรรจุภัณฑ์ขนส่งย่อย
รวมกันเป็นหน่วยใหญ่ ๆ บนแท่นรองรับสินค้าและใช้อุปกรณ์ทางกลเป็นเครื่องขนย้าย
ดังนั้นการพิจารณาเลือกวิธีการขนส่ง จึงต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียเพิ่มเมื่อเทียบกับการ
ขนย้ายด้วยแรงงานคน การเลือกขนาดของแท่นรองรับสินค้าในการขนย้าย ควรมีขนาด
พอเหมาะกับ รูปแบบการขนส่งและเครื่องจักรที่ใช้ในการขนย้าย ณ ตลาดเป้าหมายที่อยู่
ปลายทางการขนส่ง

ฉ. **ข้อมูลเรื่องกฎระเบียบ** ผู้ออกแบบและวางแผนด้านบรรจุภัณฑ์ควรจะมีความรู้
เกี่ยวกับกฎระเบียบของตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม
ซึ่งระบุข้อกำหนดในการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ การปนเปื้อนบนบรรจุภัณฑ์ ขนาดของบรรจุภัณฑ์
ตลอดจนฉลากบรรจุภัณฑ์ตลาดเป้าหมายแต่ละประเทศหรือกลุ่มประเทศจะมีข้อกำหนด
หรือกฎระเบียบต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน บางประเทศกฎระเบียบจะซับซ้อน ดังนั้นข้อมูลเหล่านี้
จะต้องศึกษาและรวบรวมไว้ให้มากที่สุดเพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้อง
กับกฎระเบียบต่าง ๆ ดังกล่าว

ช. **ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย** ผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ
ที่อาศัยอยู่คนละซีกโลกมีทัศนคติที่แตกต่างกัน ในเรื่องของรูปร่าง จำนวน สี สัน และสัญลักษณ์
บรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่แทนผู้ขายได้อย่างสมบูรณ์สำหรับสินค้า โดยเฉพาะสินค้าส่งออก
จะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้พิจารณาความแตกต่างของวัฒนธรรมที่ปรากฏ
อยู่บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประเทศต่าง ๆ จะออกแบบสื่อความหมายของรูปร่าง สี สัน และสัญลักษณ์
บนบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

ข. ข้อมูลของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ในการวางแผนและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นกฎเกณฑ์ที่สำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณา ถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและสิ่งแวดล้อมจะมีความซับซ้อนและวัดค่าผลกระทบได้ยาก การตลาดที่ยังมีผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้รับการยอมรับออกมาในรูปของฉลากเขียว (Eco – Labels) ซึ่งจะช่วยส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และชื่อเสียงของสินค้าด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การใช้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยดึงดูดความสนใจและแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ได้ขยายตัวมากขึ้นในประเทศต่างๆ แต่ละประเทศก็จะมีแนวคิด และระบบการดูแลด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมาตรฐานระดับนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมที่หลาย ๆ ประเทศได้ร่วมกันพัฒนาให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อลดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่องการตลาดกับสิ่งแวดล้อม โดยเผยแพร่ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมออกมาเป็นกฎระเบียบข้อแนะนำ และฉลากสิ่งแวดล้อมมากกว่า 20 แบบกระจายไปทั่วโลก

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญนอกเหนือไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำให้บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญได้แก่

1. การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภคโดยตรง แสดงออกถึงความงามความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบที่ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยที่ลักษณะกราฟิกจะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจ การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดจนทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพจนกระทั่งเกิดความศรัทธาเชื่อถือในผู้ผลิตในที่สุดด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด ประเภท ของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟิก เพื่อให้สื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาจอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ ในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ซึ่งจะสามารถสื่อให้เข้าใจความหมายได้ เช่นเดียวกับการใช้ภาพและข้อความอธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไป และที่เห็นชัดคือ ผลิตภัณฑ์ต่างประเภทที่บรรจุอยู่ในภาชนะที่คล้ายคลึงกัน เช่น เครื่องสำอางและยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ในขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกัน ผู้บริโภคก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางและอันใดคือยา ทั้งนี้ก็โดยสังเกตจากลักษณะกราฟิก เช่น ลักษณะอักษร หรือสีที่ใช้ ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้เกิดความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ ลักษณะรูปทรง และโครงสร้างส่วนใหญ่ มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้เพราะกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาจากมาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับคู่แข่งในตลาดมีมาก ดังที่เป็นได้จากผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรงและโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยา ขงปิดผนึก และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านี้มักมีขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุ ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิกจึงมีบทบาทหน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะตนของผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัด ผิดแผกจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งเป็นที่สะดุดตาและเรียกร้อง ความสนใจจากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ ให้จดจำได้ ตลอดจนหาซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เป็นการให้ข่าวสาร ข้อมูล ส่วนผสม หรือส่วนประกอบที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยอาศัยการออกแบบการจัดวางภาพประกอบ ข้อความสั้นๆ ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรองคุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถเรียกร้องความสนใจผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบเสมือนการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็น " พนักงานขายเงียบ " ที่ทำ หน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อ

7. กฎระเบียบและข้อบังคับ

ในทุกประเทศต่างมีกฎระเบียบและข้อบังคับการใช้บรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ทั้งนี้เพื่อปกป้องผู้บริโภคในด้านเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย แต่ในบางกรณีก็มีขึ้นเพื่อปกป้องสิทธิทางการค้า

หลายประเทศมีกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการหมุนเวียนบรรจุภัณฑ์ การนำกลับมาใช้ใหม่ และกฎหมายเกี่ยวกับการกำจัดขยะหรือของเสียบรรจุภัณฑ์ ผู้ส่งออกสินค้าจึงต้องศึกษากฎระเบียบและข้อบังคับของแต่ละประเทศให้ละเอียดก่อนที่จะส่งสินค้าไปยังประเทศนั้น ๆ

กฎหมายและข้อบังคับ

1. ฉลากเครื่องหมายและสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ ในสหภาพยุโรปได้มีการออกกฎระเบียบข้อบังคับการแสดงฉลากบนบรรจุภัณฑ์อาหาร (79 / 112 / EEC) เพื่อปกป้องผู้บริโภคจากการถูกหลอกลวงหรือเข้าใจผิดเกี่ยวกับตัวสินค้าสิ่งปรากฏบนฉลากของบรรจุภัณฑ์มีสาระสำคัญดังนี้

- ชื่อสินค้า

- ส่วนผสม
- ปริมาณสุทธิ
- อายุการเก็บ (วันหมดอายุ)
- สภาพการเก็บรักษา
- ชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้า จัดจำหน่าย
- สถานที่ผลิตและวิธีการใช้

สำหรับกฎระเบียบและข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกา (FDA) มีข้อแตกต่างจากสหภาพยุโรป คือ บังคับให้ต้องแสดงฉลากโภชนาการในบรรจุภัณฑ์อาหารทุกประเภท ประเทศอื่น เช่น ประเทศอินเดียมีกฎที่ต้องแสดงรหัสตัวเลขที่ออกให้โดยผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ ซึ่งต้องแสดงถึงชื่อและชนิดของสินค้า วัน เดือน ปีที่ผลิต และหมดอายุในสินค้า หรือแช่แข็ง สินค้าที่มีเนื้อปลาเป็นส่วนประกอบและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เพื่อลดการเสียหายของบรรจุภัณฑ์ระหว่างการขนส่งบรรจุภัณฑ์ขนส่งต้องแสดงเครื่องหมายเพื่อความปลอดภัยและสามารถเป็นที่เข้าใจได้ในทุกส่วนของโลก

แต่เดิมอุตสาหกรรมการผลิตฉลากส่วนมากเกี่ยวกับการปิดฉลากกระป๋อง และขวดด้วยกาวสติ๊กเกอร์ และการปิดฉลากกาวโดยใช้ความดัน ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปิดฉลาก การทำเครื่องหมายและสัญลักษณ์

2. การปิดฉลาก ในปัจจุบันฉลากไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่แสดงเอกลักษณ์ของสินค้า หรือแสดงข้อมูลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ฉลากสามารถแสดงอายุ การใช้รหัสทางข้อมูล โภชนาการ ข้อความหลายภาษา นอกเหนือจากนี้ฉลากยังสามารถสร้างแรงกระตุ้นในการส่งเสริมการขาย อีกทั้งยังมีระบบป้องกันการเปิด (Tamper Evidence) หรือป้องกันแสงอัลตราไวโอเล็ต ได้อีกด้วย การปิดฉลากสามารถทำได้โดยใช้กาวหรือใช้ฉลากที่เป็นสติ๊กเกอร์ และอาจใช้ฟิล์มห่อเพื่อแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้ได้มุมกว้างถึง 360 องศา ด้วยวิวัฒนาการอันก้าวไกล ปัจจุบันยังสามารถใช้วิธีปิดฉลากพร้อมการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ได้อีกด้วย

การปิดฉลากด้วยฟิล์มห่อใช้กรรมวิธีการพิมพ์แบบกราเวียร์ สามารถให้ผลการพิมพ์ได้อย่างยอดเยี่ยมและสามารถพิมพ์ได้มากถึง 9 สี อีกทั้งยังสามารถเลือกใช้พิมพ์ด้านในของฉลากเพื่อป้องกันรอยจากการขีดข่วนรวมถึงการใช้เทคนิคการเคลือบผิวเพื่อให้ความต้านหรือความมันวาว การเลือกใช้หมึกพิมพ์แบบสีเมทัลลิก เพื่อให้ฉลากมีสีเงินหรือทอง สามารถเลือกใช้สีแบบสะท้อนแสงหรือการใช้เทคนิคการเคลือบผิวแบบเมทัลลิกโดยใช้เทคนิคแบบ Vacuum – Vapour Metallized

ฉลากแบบพับสามารถออกแบบให้มีหลายขนาดและหลายรูปแบบเพื่อใช้ในการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย เช่น การใช้เป็นคู่มือเพื่อการลดแลก

แจกแถม โดยอาจออกแบบให้สามารถดึงออกได้ง่าย โดยอาจติดไว้กับบรรจุภัณฑ์แบบถาวร หรือห้อยอยู่บนคอขวด

การผลิตฉลากแบบใช้เทคโนโลยีพร้อมการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์โดยใช้แม่พิมพ์ (In - Mould Labeling) สามารถติดบนฉลากไปพร้อมกับการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์โดยอาศัยกรรมวิธีการเป่า การขึ้นรูปโดยใช้ความร้อนหรือการฉีดในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยฉลากเหล่านี้จะผลิตจากวัสดุประเภทกระดาษ PE หรือฟิล์ม PET สามารถเลือกให้เป็นวัสดุชนิดเดียวกับที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถถ่ายต่อการรีไซเคิล

ปัจจุบันแนวโน้มการตกแต่งบรรจุภัณฑ์แก้วและพลาสติกใสโดยใช้ฉลากโปร่งใสซึ่งใช้เทคนิคการพิมพ์แบบด้านในนั้น กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นแทนที่การพิมพ์ฉลากด้านนอกแบบเดิม ซึ่งสามารถทำให้นักออกแบบสามารถใช้เทคนิคการพิมพ์แบบ 7 สี ผสมกับการพิมพ์เมทัลลิกฟอยล์ โดยใช้ความร้อนเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถมองเห็นทะลุผ่านฉลากได้เหมือนไม่มีฉลากปิดบนบรรจุภัณฑ์

3. การทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์ การทำเครื่องหมายบรรจุภัณฑ์ปัจจุบันมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงตัวเลขบนบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถพิมพ์ได้โดยใช้ระบบลิโทกราฟี ทั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ ป้องกันการปลอมแปลงและการลักลอบเปิดใช้ก่อนถึงมือผู้บริโภค

4. การทำสัญลักษณ์ เทคนิคการพิมพ์เพื่อการทำสัญลักษณ์ เช่น รหัสแท่ง โดยอาศัยการพิมพ์แบบอิงค์เจ็ทนั้น ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ด้วยเทคนิคการใช้ตัวแปรของแสงระหว่างแถบเส้นขนาดทึบแสงและช่องว่างเพื่อใช้เครื่องสแกนสามารถตรวจจับโดยใช้หลักการเคลื่อนไฟฟ้าแล้วอ่านค่าเป็นตัวเลข

ปัจจุบันทั่วโลกมีการใช้สัญลักษณ์รหัสแท่งหลายระบบ เช่น ระบบ UPC, EAN ซึ่งระบบที่นิยมใช้มากที่สุด คือ ระบบ EAN - 8 , EAN - 13 ซึ่งล่าสุดได้พัฒนาเป็นระบบ EAN - 13 และเป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมที่อาศัยการขนส่งทางเรือ

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบEANสามารถค้นคว้าได้จาก EAN International, 145 rue Royale, B - 1000 Brussels, Belgium เว็บไซต์ [http:// www.ean.int.org](http://www.ean.int.org)

ประเภทของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. การออกแบบรูปร่างและลักษณะโครงสร้าง หมายถึงการกำหนดรูปลักษณะ โครงสร้าง วัสดุ ตลอดจนกรรมวิธีการผลิตและการบรรจุ ในอันที่จะอำนวยความสะดวกให้การบรรจุภัณฑ์ นั้นสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งส่งผลให้ขบวนการผลิต การขนส่ง การจำหน่าย การอุปโภคบริโภค เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นในการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

2. การออกแบบลักษณะกราฟิก หมายถึง กำหนดลักษณะ ตลอดจนรายละเอียดของกราฟิกของบรรจุภัณฑ์และฉลาก ในอันที่จะส่งผลเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภคการตอบสนอง ซึ่งได้แก่ ความสนใจ ความนิยม และการตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นต้น นักออกแบบอาศัย

การจัดองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ลวดลาย สัญลักษณ์ อักษร และสี เพื่อให้เกิดความสามารถในการสื่อความหมายตามที่ต้องการให้ผู้บริโภครับรู้

3. การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง กำหนดลักษณะรูปร่าง ขนาด ปริมาณที่ เหมาะสม กับหน้าที่ใช้สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง การออกแบบ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุ และออกแบบโครงสร้าง เพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจจะกำหนดให้มีลักษณะพิเศษ เฉพาะซึ่งทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ หิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอา ผลิตภัณฑ์ออกมาใช้พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์

4. การออกแบบกราฟิก ความหมายของคำว่า กราฟิกอาร์ต คือ งานทัศนคติ การใดก็ตามไม่ว่าจะเป็นจิตรศิลป์ หรือประยุกต์ศิลป์ที่ใช้เส้นสายเขียน หรือวาดบนพื้นผิว 2 มิติ หรือหมายถึงสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เช่น แม่พิมพ์โลหะ วัสดุคัท บล็อก พิมพ์หิน รวมไปถึงจนถึงระบบการพิมพ์สมัยใหม่ เช่น เลทเตอร์เพรส และออฟเซต

กราฟิกโดยมากจะคิดไปถึงงานด้านศิลป์ เนื่องจากความนิยมของนักออกแบบที่นำเอา กราฟิกอาร์ตไปประยุกต์ใช้ในศิลปะตกแต่ง และงานพาณิชย์ศิลป์ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานโฆษณา ปัจจุบันการออกแบบกราฟิก ไม่ว่าจะมองในแง่ไหนก็ตาม ก็คือรูปแบบของการสื่อ และมีประโยชน์อย่างยิ่ง หน้าที่โดยตรงของมันคือ การวิเคราะห์ และการพัฒนาการรับรู้ที่ มองเห็นได้ นักออกแบบกราฟิก ได้นำรูปแบบนี้มาใช้ในการสร้างความหมาย และตีความสำหรับ ระบบการสื่อสารมวลชน

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในสมัยก่อน คือ ความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าให้ คงสภาพ ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ เช่น การเก็บรักษาอาหาร ต่อมาตลาดของ สินค้า กระจ่ายกว้างขวางขึ้น จึงเกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการส่งมอบ ต่อลูกค้า เพื่อความปลอดภัยในการขนส่ง และเมื่อมีการแข่งขันมากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาท ในด้านการส่งเสริมการตลาด การเลือกบรรจุภัณฑ์เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา เรียกร้อง ความสนใจได้ดีกว่า ตลอดจนพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ป้องกันรักษาให้กับผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์พื้นฐานในการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้กับผลิตภัณฑ์ใด ๆ คือการป้องกันไม่ให้ ผลิตภัณฑ์นั้นเกิดความเสียหายขึ้นจากสาเหตุต่าง ๆ จะมีความเสียหายที่จะเกิดกับผลิตภัณฑ์ ได้ 2 ลักษณะ

ก. ความเสียหายทางกายภาพ เป็นความเสียหายในลักษณะของการชำรุดแตกหัก การยุบตัว การแตกสลาย ซึ่งจะเกิดขึ้นได้จากการเคลื่อนย้ายสินค้าและการรักษาสินค้า เช่น

- การฉีกขาดของหีบห่อที่เกิดจากการใช้ข้อเกี่ยว การดึงในขณะที่เคลื่อนย้ายการใช้ รถยก

- การแตกหักที่เกิดจากแรงกระแทกในระหว่างทางขนส่ง ย่อมจะเกิดแรงกระแทก ในแนวราบจากการเคลื่อนที่ของพาหนะขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นรถไฟ เรือ รถยนต์ หรือเครื่องบิน

- การชนกันหรือการตกกระทบในแนวดิ่ง จากการโยนหรือการยกผลิตภัณฑ์ หรือ การตกลงสู่พื้น

- การยุบตัว แตกหัก เนื่องจากการวางซ้อน การค้ำยัน การยกที่ไม่ดี การเกิดแรงกดดัน เมื่อบรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรงพอ ย่อมทำให้สินค้าภายในเสียหายได้

- การเปียกน้ำ หรือน้ำมัน ในขณะที่เคลื่อนย้าย หรือในขณะที่เก็บไว้ในคลังสินค้า จากการที่บรรจุภัณฑ์ไม่ดีไม่สามารถกันน้ำได้ดีพอ ย่อมจะทำความเสียหายให้กับสินค้าได้เช่นกัน หากสินค้าสามารถละลายน้ำหรือเปลี่ยนสภาพได้ง่ายเมื่อถูกน้ำ

ข. ความเสียหายทางเคมี เป็นความเสียหายที่เกิดจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางด้านปฏิกิริยา เคมีในสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าประเภทอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดีพอจะทำให้อาหารเสีย บูดเน่า เกิดเชื้อราการเปลี่ยนแปลงของกลิ่น สี รส ความกรอบ ความสดของอาหารต่าง ๆ

นอกจากความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งด้านกายภาพและทางเคมีที่ทำให้ต้องการ บรรจุภัณฑ์ที่ดีมาป้องกัน มารักษาให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นอยู่ในสภาพที่ดี เหมือนตอนผลิตเสร็จใหม่ๆ บรรจุภัณฑ์ที่ดี ยังช่วยสร้างความปลอดภัยให้เกิดขึ้นด้วยเช่น อาหารหรือขนม ที่วางขายโดยไม่ได้หีบห่อ อาจจะมีแมลงวันตอมฝุ่นละอองลงไป อันเป็นสาเหตุให้เกิดเชื้อราโรคในอาหารเหล่านั้นเมื่อนำไปบริโภคย่อมเกิดอันตรายได้ ผลิตภัณฑ์บางชนิดที่มีส่วนผสมเคมี ที่อาจเป็นอันตรายต่อผิวหนัง จากการสูดดม การใส่บรรจุภัณฑ์ที่มีฉนวน ย่อมจะสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ใช้ แม้แต่การป้องกันอันตรายที่จะเกิดจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของเด็กๆ ด้วยการใส่ บรรจุภัณฑ์ที่เปิดยากขึ้นหรือไม่ให้สัมผัสโดยตรง

2. บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยสร้างความสะดวก

การบริโภคอุปโภคสินค้าต่างๆ ของผู้บริโภค ล้วนแต่ต้องการความสะดวกในการกิน การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เปิดเปิดง่าย เช่น ขวดฝาเกลียวของน้ำอัดลม ฝาขวดน้ำโซดาตราสิงห์ หรือฝาแบบ Flip Top ขวดน้ำยาล้างจานที่เจาะรูให้เทได้สะดวก กระป๋องน้ำอัดลมที่มีหูสำหรับดึงเปิดได้ กระป๋องสเปรย์ที่ใช้ใส่ยาฆ่าแมลง หรือ บรรจุภัณฑ์ประเภทที่ทำหน้าที่ฉีดหรือพ่นออกมาได้ ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้อย่างมากมาย

บรรจุภัณฑ์อีกมากมายที่ให้ความสะดวกในการใช้ โดยที่สามารถนำผลิตภัณฑ์นั้นไปใช้ได้เลย เช่น กล่องบรรจุนม ขวดต่างๆ ที่ใช้บรรจุสินค้า กระปุก ดิลล์ที่สามารถจะนำสินค้าออกมาใช้บางส่วน แล้วยังเก็บไว้ต่อไปได้ไม่ต้องหามาขายอะไรมาย่อยเท กล่องกระดาษ

หรือกล่องโฟมสำหรับใส่อาหารที่ใช้บริโภคได้เลย แม้กระทั่งถุงใส่ขนมต่าง ๆ รวมทั้ง การเอื้ออำนวย ความสะดวกในการมีประโยชน์ใช้สอยภายหลัง เช่น ขวดกาแฟสำเร็จรูป ขวดใส่แยมถ้วย ไอศกรีม กล่องพลาสติกบรรจุขนมต่าง ๆ

บรรจุภัณฑ์ที่ดีนอกจากเอื้ออำนวย ความสะดวกในการใช้ของผู้บริโภคแล้ว ยังสามารถ ให้ความสะดวกในการนำไปจำหน่ายของร้านค้าส่งร้านค้าปลีก เนื่องจากสามารถนำไปตั้งโชว์ขาย ได้ทั้งบรรจุภัณฑ์นั้น ๆ ส่งมอบต่อลูกค้าได้สะดวก แยกหน่วยขายได้ง่าย หรือเพิ่มยอดขายได้ ด้วยหีบห่อรวม

ในโรงงานผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสะดวก และช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการผลิตได้จากการที่สามารถเชื่อมต่อเข้าในขบวนการผลิต หรือสามารถขึ้นรูปได้ทันที และด้วยวิธีการบรรจุต่อเนื่องได้เวลาเคลื่อนย้าย หรือนำมาเก็บรักษาไว้ก่อนใช้งาน พับเก็บ เรียงซ้อนได้ ม้วนได้ จะทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้มาก

3. บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยสื่อสารการตลาดได้

บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้บรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ย่อมจะมีพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์นั้น ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ กับผู้ซื้อได้ด้วยตราสินค้าเพื่อจะสื่อ ให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์นั้นมาจากใครและมีคุณภาพระดับใด สามารถอธิบายคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์ได้ บอกวิธีการใช้ บอกส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้ บอกปริมาณบรรจุ อายุการใช้งาน ค่าเดือน รวมทั้งสร้างรูปภาพ เพื่ออธิบายถึงตัวผลิตภัณฑ์ด้วยสิ่งที่เรียกว่า ฉลาก การขายสินค้าในปัจจุบัน นิยมใช้ระบบ Self-service มากขึ้น ดังนั้นผู้ซื้อจะแสวงหา ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อจากรายละเอียดที่ปรากฏบนฉลาก หรือบนหีบห่อ

4. บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เมื่อนำมาใส่ในภาชนะที่ออกแบบแตกต่างกัน ใช้วัสดุแตกต่างกัน จะให้ภาพพจน์ในด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน สื่อสำเร็จรูปที่ไม่มีหีบห่อวางกองไว้ขาย สื่อที่ใส่ซอง สื่อที่ใส่กล่อง ให้ความรู้สึกแก่ผู้ซื้อแตกต่างกันในคุณค่าของสินค้า การใส่ขวด ตลับ หลอด หรือซอง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวเป็นครีม ให้คุณค่าที่แตกต่างกันเช่นกัน หรือระหว่างขวดแก้วกับขวดพลาสติก อาหารที่ใส่จานกระเบื้อง จานพลาสติก หรือจานสังกะสี ย่อมให้ความรู้สึกถึงคุณค่าของอาหารจานนั้นแตกต่างกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่ม คุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้ ทำให้จำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น

องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์

ในการจัดสร้างบรรจุภัณฑ์ใด ๆ จะมีองค์ประกอบที่จะก่อให้เกิดการบรรจุภัณฑ์ที่ดี คือ ตัวบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และบุคลากร ที่มีความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์

1. ตัวบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงเรขาคณิตที่แตกต่างกันอาจเป็นสี่เหลี่ยม อาจเป็นทรงกลม ทรงแบน หรือมีส่วนสูง และเป็นรูปวงรี หรือลักษณะแบบใด ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ บรรจุภัณฑ์แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

- บรรจุภัณฑ์หลัก เช่น ขวดน้ำปลา ตลับใส่ยาประเภทครีม
- บรรจุภัณฑ์รอง เช่น แผ่นพลาสติกกรั๊ปรูปที่ห่อนม U.H.T.
- บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้า

2. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์

- ไม้และเยื่อ จะใช้ส่วนที่เป็นใบและลำต้น เช่น การนำต้นไผ่มาจักสานเป็นตะกร้า กระบุงชะลอมต่าง ๆ ลังไม้และกระบะไม้ต่าง ๆ ล้วนผลิตจากลำต้นของต้นไม้มาเลื่อยแผ่น เทคโนโลยีการผลิตกระดาษเจริญก้าวหน้ามากขึ้น จึงมีการแปรรูปกระดาษในรูปแบบต่าง ๆ และสะดวกต่อการนำมาใช้ประโยชน์

- แก้ว เป็นวัสดุที่นำมาใช้กันมานานกว่า 4,000 ปี มีคุณสมบัติที่ดีในการบรรจุสิ่งที่ต้องการป้องกันปฏิกิริยาทางเคมี ทนแรงกดได้ดี มีความแข็งแรงกว่าเหล็กใส ดูมีคุณค่า ขวดแก้วมักจะมีปัญหาที่ฝาปิด-เปิด และต้นทุนของลำต้นแบบแพงมาก ต้องผลิตครั้งละมาก ๆ เป็นแสนหรือล้านขวด ยกเว้นแต่จะใช้ขวดที่เป็นมาตรฐานทั่วไป นอกจากนี้ขวดแก้วที่แข็งแรงที่สุด คือขวดทรงกลม ซึ่งทำให้เปลืองที่ในการขนส่งและต้องการบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง เช่น ขวดเหล้าชนิดต่าง ๆ ที่ส่งมาขายจากต่างประเทศ จะบรรจุใส่กล่องกระดาษแข็งแรงอีกชั้นหนึ่ง ข้อดีของขวดที่ยังคงเป็นที่นิยมใช้กันมาก คือ นำกลับมาหมุนเวียนใช้กันได้หลาย ๆ รอบ และเมื่อไม่ต้องการใช้งานแล้วยังนำกลับไปผลิตใหม่ได้

- โลหะ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มากที่สุด คือกระป๋อง ซึ่งผลิตจากแผ่นเหล็กบางชุบดีบุก เนื่องจากสามารถทนความร้อนได้ดี นำไปต้มฆ่าเชื้อได้ แข็งแรงและสามารถบรรจุได้รวดเร็ว จึงนำมาใช้ในการบรรจุอาหารประเภทที่ต้องการปิดสนิท และฆ่าเชื้อโรคด้วยความร้อน การปิดสนิทในระบบสุญญากาศจะหยุดยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์หรือแบคทีเรียที่ยังมีหลงเหลือจะทำปฏิกิริยากับอาหารที่บรรจุได้กระป๋องบรรจุอาหารในปัจจุบันจะผลิตจากอลูมิเนียม ซึ่งมีน้ำหนักเบากว่า และไม่เป็นสนิม

- พลาสติก เป็นวัสดุที่มีแนวโน้มการใช้เพิ่มขึ้นสูงมาก เนื่องจากคุณสมบัติที่สามารถจะเปลี่ยนแปลงรูปทรงได้หลายลักษณะ เช่น ให้เป็นรูปทรงแข็งแรงแบบขวด ลัง กล่อง หรือให้เป็นวัสดุรูปทรงอ่อนตัวนำมาทำซองได้ใช้ห่อได้ ทำเป็นหลอด เป็นถุงได้ มีวัสดุพลาสติกให้เลือกใช้หลายชนิด ราคาประหยัด สามารถพิมพ์ตกแต่ง สอดสีได้สวยงาม การผลิตลงทุนน้อย แต่อย่างไรก็ดี การเลือกใช้พลาสติกต้องมีความเข้าใจในวัสดุแต่ละชนิดเพราะมีคุณสมบัติที่ต่างกันอยู่มาก เช่น บางชนิดยอมให้อากาศเข้าได้ บางชนิดไม่ได้ บางชนิดทนความร้อน

ได้บางชนิดไม่ได้ ตลอดจนปฏิกิริยาทางเคมีบางประการ และที่สำคัญ ปริมาณการใช้พลาสติกมากขึ้นเพียงไรย่อมก่อผลด้านสิ่งแวดล้อม ในการเพิ่มปริมาณขยะมากขึ้น ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีได้แก้ปัญหาการย่อยสลายไปได้มาก เช่น ถุงใส่สินค้าของห้างร้านต่าง ๆ จะมีความทนทานได้เพียง 3 เดือน แล้วถุงจะเสื่อมสภาพยุ่ยเป็นผงไปเอง

การแบ่งประเภทของกระดาษตามลักษณะการใช้งาน

การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทของกระดาษตามลักษณะใช้งานสามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภทดังต่อไปนี้

1. กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) หรือกระดาษเหนียว หมายถึงกระดาษที่ผลิตจากเยื่อซัลเฟต หรือเยื่อคราฟท์ล้วน ๆ หรือต้องมีเยื่อคราฟท์อย่างน้อยร้อยละ 80 กระดาษคราฟท์ที่ใช้งานทั่วไปมีทั้งประเภทไม่ฟอกสี (กระดาษสีน้ำตาล) นิยมใช้กระดาษเหนียวทำถุงเพื่อการขนส่งและห่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป

2. กระดาษเหนียวชนิดยืด (Stretchable Paper) หมายถึงกระดาษเหนียวที่ปรับปรุงให้สามารถยืดตัวได้มากกว่าปกติจึงสามารถทนทานแรงดึงได้สูงกว่ากระดาษเหนียวธรรมดา นิยมใช้ทำถุงเพื่อการขนส่ง

3. กระดาษแข็งแรงขณะเปียก (Wet Strength Paper) หมายถึงกระดาษเหนียวที่เติมเมลามีนฟอร์มอลดีไฮด์ เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กับกระดาษแม้ขณะเปียก นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีความชื้นสูง และใช้ทำถุงเพื่อการขนส่งที่มีโอกาสเปียกน้ำสูง

4. กระดาษกันไขมัน (Greaseproof Paper) เป็นกระดาษที่ผลิตจากเยื่อที่ผ่านการตีปั่นเป็นเวลานานจนเส้นใยกระจายและบวมน้ำมากเป็นพิเศษ ทำให้กระดาษมีความหนาแน่นสูง จึงป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้ดี นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไขมันสูง และชิ้นส่วนอะไหล่ที่มีน้ำมันเคลือบกันสนิม

5. กระดาษกลาซีน (Glassine) ทำจากกระดาษกันไขมันที่ผ่านการรีดเรียบด้วยลูกกลิ้ง ภายใต้อุณหภูมิสูง ๆ ขณะกระดาษเปียกชื้น นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันสูง

6. กระดาษทิชชู (Tissue Paper) หมายถึงกระดาษที่มีความนุ่มและบางเป็นพิเศษ นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการป้องกันรอยขีดข่วน ห่อของขวัญ หรือห่อผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง เป็นการช่วยเสริมความสวยงามและความพิถีพิถัน เช่น น้ำหอม นาฬิกา และเครื่องประดับ เป็นต้น

7. กระดาษพาร์ชเมนต์ (Parchment Paper) เป็นกระดาษที่ผ่านกระบวนการผลิตพิเศษนิยมนำบรรจุภัณฑ์อาหาร

คุณสมบัติทั่วไปของกระดาษ

ความหนาและน้ำหนักมาตรฐาน หน่วยซื้อขายของกระดาษคติน้ำหนักเป็นกรัม ต่อพื้นที่ 1 ตารางเมตร ส่วนความหนาวัดเป็นไมครอน (Micron) หรือมิลลิเมตร

ความขาวสว่าง โดยปกติกระดาษที่มีคุณภาพดีจะมีค่าของความขาวสว่างอยู่ระหว่าง 80 ซึ่งกระดาษที่มีค่าของความขาวสว่างสูงจะเพิ่มความมันวาวในการพิมพ์

ประมาณความชื้น กระดาษเป็นวัสดุที่สามารถดูดและคายความชื้นได้ดี และรวดเร็ว

ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษที่นำมาขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์

กล่องกระดาษแข็งพับได้ กล่องกระดาษแข็งสามารถขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแผ่นแบนราบ (Flat Blanks) เมื่อถึงโรงงานบรรจุ อาจนำไปทากาวพร้อมกับบรรจุสินค้า หรือตัวกล่อง อาจทากาวตามขอบข้างกล่องไว้ให้เรียบเพื่อการบรรจุและเปิดฝากล่องได้ทันที

กล่องกระดาษแบบคงรูป ตัวอย่างของกล่องประเภทนี้ได้แก่ กล่องไม้ขีดไฟ หรือกล่องใส่ รองเท้าแบบมีฝาครอบ กล่องประเภทนี้เมื่อแปรรูปเสร็จจะถูกส่งในรูปของกล่องขึ้นรูปเรียบร้อยแล้วทำให้มีค่าขนส่งสูง

กระดาษอาร์ต (ART PAPER) ประกอบด้วยกระดาษแผ่นหนึ่ง และพลาสติกอีก แผ่นหนึ่ง ซึ่งอาจขึ้นรูปมาก่อนหรือไม่ก็ได้ กระดาษหนาชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งใช้พิมพ์ ได้ทั้ง 2 หน้าและยังสามารถทรงตัวได้ดีเป็นพิเศษในแนวตั้ง กระดาษเคลือบด้วยสารสีขาว เพื่อทำให้ผิวมัน

บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหลายชั้น ตามที่ได้กล่าวมาแล้วจุดอ่อน ของบรรจุภัณฑ์กระดาษ คือ รูปทรงของกระดาษ การปรับปรุงคุณสมบัติด้วยการเคลือบ กับพลาสติก และเปลวอะลูมิเนียมทำให้บรรจุภัณฑ์กระดาษเคลือบหลายชั้น ได้รับความนิยมมาก ในการบรรจุอาหาร และเครื่องดื่ม

จากการศึกษาสำหรับวัสดุในการนำมาขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กระดาษอาร์ต เนื่องจากมีความแข็งแรงเหมาะสมกับราคาขนาดและรูปลักษณะสามารถผลิตได้ตาม ความต้องการ และยังสามารถพิมพ์สีได้อย่างสวยงามตลอดจนการทรงตัวได้ดีในลักษณะแนวตั้ง

โดยสรุป การบรรจุภัณฑ์ควรถูกนำเข้ามาพิจารณาประกอบทั้งระบบการตลาดมิใช่หยิบยก ขึ้นมาพิจารณาในบางช่วง เนื่องจากความสัมพันธ์ของบรรจุภัณฑ์มีต่อ Marketing Mix ทุกตัว และมีส่วนสัมพันธ์ต่อระบบการผลิตด้วย เพื่อให้บรรลุผลที่ได้บรรจุภัณฑ์ที่ดีสนองความต้องการ ของผู้ประกอบการภาคการผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

8. การขนย้ายบรรจุภัณฑ์

การขนย้ายจะเกิดขึ้นอย่างเป็นระเบียบและประสิทธิภาพได้ด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดมาตรฐาน การรวมหน่วยบรรจุภัณฑ์และการใช้แท่นรองรับสินค้า มาตรฐานนานาชาติ (ISO 3394) ได้ระบุมิติภายนอกของบรรจุภัณฑ์ขนส่ง เป็นขนาด 600 x 400 มม. หรือเรียกว่า “รูปแบบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์” ขนาดของบรรจุภัณฑ์นี้จะพอดีสำหรับการวางเรียงซ้อนบนแท่นรองรับสินค้ามาตรฐาน ISO มิติพื้นฐาน 600 x 400 มม. เป็นมิติของบรรจุภัณฑ์ขนส่งหลักที่เป็นมาตรฐานใช้ในตลาดยุโรป มิตินี้จะเชื่อมโยงกับระบบลูกโซ่การจัดจำหน่ายตั้งแต่ระบบเครื่องจักรขนถ่าย ระบบแท่นรองรับสินค้า ระบบชั้นวางในซูเปอร์มาร์เก็ตบรรจุภัณฑ์ขนส่ง และบรรจุภัณฑ์ขายปลีก มิติพื้นฐาน 600 x 400 มม. จะมีขนาดพอดีกับขนาดแท่นรองรับสินค้าโดยไม่เสียพื้นที่การวางเรียงซ้อน การแบ่งย่อยขนาดจากมิติพื้นฐานจะได้ขนาดของบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ หลายขนาดที่เหมาะสมต่อการลำเลียงขนส่งและการกองเก็บ บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาด สอดคล้องกับมิติพื้นฐาน 600 x 400 มม. จะช่วยให้การขนถ่ายหรือเคลื่อนย้ายสินค้าเป็น ไปอย่างสะดวกตลอดระบบลูกโซ่ การจัดจำหน่ายและผู้บรรจุสินค้าจะสามารถแข่งขันในตลาด ได้อย่างเต็มที่

เครื่องหมายต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ก็เป็นข้อมูลสำคัญที่จะช่วยให้การขนย้ายสะดวกและรวดเร็วขึ้นภาพของเครื่องหมายจะต้องชัดเจน และระบุเฉพาะเครื่องหมายที่จำเป็นต่อการขนถ่ายหรือขนส่ง ตัวอย่างเช่น เครื่องหมายลูกศรชี้ให้วางบรรจุภัณฑ์ตั้งขึ้น และเครื่องหมายแสดงการห้ามใช้ตะขอเกี่ยวบรรจุภัณฑ์ การใช้เครื่องหมายมากเกินไปจะ ทำให้ผู้ปฏิบัติงาน ขาดความสนใจต่อเครื่องหมายที่เปราะบางที่บรรจุภัณฑ์

สำหรับบรรจุภัณฑ์ขายปลีกที่วางบนชั้นในซูเปอร์มาร์เก็ตควรคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้บริโภคในการหยิบถือ ขนาดที่เหมาะสม การเปิดและปิดซ้ำ ตลอดจนข้อมูลที่จำเป็นที่จะต้องระบุบนบรรจุภัณฑ์ตามข้อกำหนดของกฎหมายแต่ละประเทศซึ่งข้อมูลที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์จะต้องถูกต้อง ชัดเจนและอ่านง่าย

ข้อพิจารณาในการเลือกบรรจุภัณฑ์

- ลักษณะของสินค้า
- ตลาดเป้าหมาย
- วิธีการจัดจำหน่าย
- การขนส่ง

- การเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแล้วกว่าจะถึงมือผู้บริโภค จะถูกนำไปเก็บรักษาไว้เป็นช่วง ๆ ตั้งแต่การเก็บรักษาไว้รอการขายของผู้ผลิต ส่งออกไปจะไปพักอยู่ในพาหนะขนส่งระหว่างการขนส่ง ไปเก็บที่คลังสินค้าของโรงงาน หรือไปพักอยู่ที่พ่อค้าคนกลางทั้งพ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง ดังนั้น วิธีการเก็บรักษาแต่ละสถานที่ระยะเวลาที่ต้องเก็บรักษา จึงเป็นปัจจัยที่จะต้อง

หยิบยกขึ้นมาพิจารณา สินค้าหลายชนิดมีน้ำหนัก เมื่อนำไปวางเรียงซ้อนเพื่อประหยัดเนื้อที่ ทำให้แตก ฉีกขาดได้ ดังนั้นการเลือกบรรจุภัณฑ์จึงต้องพิจารณา วิธีการด้านการเก็บรักษา สภาพของสถานที่เก็บรักษา รวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายในสถานที่เก็บรักษาด้วย

- ลักษณะการนำไปใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่ดี จะต้องนำไปใช้งานได้สะดวก เช่น ปิด-เปิดง่าย สามารถใช้ทั้งบรรจุภัณฑ์ได้ หรือนำไปเข้าตอเนื่องกับขบวนการผลิตได้ เพื่อประหยัดเวลาและแรงงาน ค่าใช้จ่าย การที่จะเลือกบรรจุภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์ดังกล่าว จึงต้องศึกษาถึงลักษณะการนำไปใช้งาน เช่น ในกรณีเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ผู้บริโภคนำไปใช้ อย่างไร ใช้ครั้งเดียวหมด หรือเก็บไว้ต่อไป ต้องการภาชนะถ่ายเทหรือไม่ นำไปใช้ในสถานที่ หรือนอกสถานที่ ต้องการความสะดวกในการปิด-เปิดหรือไม่ น้ำหนักต้องเบาหรือไม่ ภาชนะที่บรรจุสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือไม่ เหล่านี้เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นความจำเป็น ที่จะต้องมีการพิจารณาเมื่อเลือกบรรจุภัณฑ์

- ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนเป็นปัจจัยที่กิจการคงจะต้องคำนึงถึงมาก ทุกกิจการ ต้องการประหยัดต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น หากแต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขาย หรือความสูญเสียค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ มาชดเชยด้วย การเลือกบรรจุภัณฑ์ที่อาจต้องจ่ายสูงขึ้น สำหรับบรรจุภัณฑ์ หากแต่มีผลดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ทำให้ขายสินค้าในราคาสูงขึ้นหรือเพิ่ม ปริมาณการขายได้ ย่อมเป็นสิ่งที่ควรเลือกปฏิบัติ หรือบรรจุภัณฑ์ที่ดีแข็งแรง ทำให้ลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ ย่อมเป็นสิ่งชดเชยเช่นเดียวกันรวมถึงผลการชดเชย ในกระบวนการผลิต การบรรจุที่สะดวกรวดเร็ว เสียหายน้อย ทำให้ประหยัดลดต้นทุนการผลิตได้ และไม่ต้องใช้แรงงานมากส่งผลถึงภาพพจน์ของกิจการในด้านความสะอาด ปลอดภัยจากเชื้อโรค ทำให้ผู้บริโภควางใจเกิดความเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อปริมาณการขาย ได้เพิ่มขึ้น ในที่สุด

ข้อสรุปสำหรับนักออกแบบบรรจุภัณฑ์

นักออกแบบต้องคำนึงถึงข้อมูลสำคัญที่ต้องจำเป็นต้องใช้ในการออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบต้องมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองกลยุทธ์ทางตลาด
 2. ในการออกแบบแต่ละครั้งต้องทำหุ่นจำลองเพื่อแสดงถึงการขึ้นรูปการพับ และการแสดง พื้นที่ที่ไม่ต้องการพิมพ์บนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ (เพื่อการทากาว ต่อดะเข็ญ เป็นต้น)
 3. ศึกษาถึงรายละเอียดและข้อจำกัดของวิธีการพิมพ์ที่ต้องการใช้
 4. จำนวนสีสูงสุดของการพิมพ์ที่สามารถพิมพ์ซ้ำได้โดยไม่ให้ผลเหมือนเดิม
 5. ควรคำนึงถึงความสะดวกและประสิทธิภาพของกระบวนการแยกสีในขั้นตอนการพิมพ์
- ในบางกรณีที่งานพิมพ์มีความซับซ้อนและต้องการคำอธิบายอย่างละเอียด นักออกแบบ ต้องจัดทำรายละเอียดของต้นฉบับแยกตามจำนวนสีที่ใช้พิมพ์

6. ศึกษารายละเอียดและข้อกำหนดของการใช้รูปภาพ ตัวอักษร และลักษณะกราฟิกของประเทศที่กำหนดเป็นตลาดเป้าหมาย

เพื่อให้การพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพที่ดี ควรหลีกเลี่ยงการออกแบบโดยใช้รูปภาพเส้นและตัวอักษรที่มีลักษณะซับซ้อนเข้าใจยากในชิ้นงานที่มีการพิมพ์ซับซ้อนกันหลายสี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพิมพ์ที่ป้อนวัสดุเป็นม้วน ควรระวังการเสื่อมของสีเนื่องจากการยืดและการเคลื่อนตัวของวัสดุ เช่น พลาสติก หรือกระดาษแข็ง เป็นต้น

นอกเหนือจากผลกระทบจากความร้อนและความชื้นการเลือกใช้ตัวอักษรโดยทั่วไปไม่ควรมีขนาดเล็กต่ำกว่า 5 พอยต์ แต่สำหรับการพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟฟี ตัวอักษรที่ใช้ไม่ควรมีขนาดเล็กกว่า 7 พอยต์

บาร์โค้ด

ปัจจุบันในกิจการซูเปอร์มาเก็ตขนาดใหญ่ จะรับชำระค่าสินค้าโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อ่านจากแถบสีขาวดำหรือสีอื่นที่เป็นแท่งๆ รวมกลุ่มกันอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของสินค้า หรือบนฉลากสินค้า แล้วจะปรากฏรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่ายพร้อมทั้งราคาในจอของเครื่องเก็บเงิน แถบแท่งสีที่เรียงเป็นระเบียบหลายขนาด จะปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไปบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นานาชนิด ไม่ว่าจะเป็นห่อหุ้มผักผลไม้ ใส่ขนมขบเคี้ยว บนกล่องใส่น้ำหอม กระดาษห่อสบู่ ถุงหรือกล่องผงซักฟอก ขวดน้ำมันพืช แถบสีเหล่านี้จะมีตัวเลขกำกับอยู่ด้านล่างด้วย มีชื่อเรียกว่า บาร์โค้ด

ความหมายของบาร์โค้ด

BarCode คือสัญลักษณ์รหัสแท่ง ที่ใช้แทนข้อมูลตัวเลขมีลักษณะเป็นแถบที่มีความหนาบางแตกต่างกันขึ้นอยู่กับตัวเลขที่กำกับอยู่ข้างล่างที่พบเห็นทั่วไปจะดูเหมือนแถบสีขาวสลับดำ ส่วนสีดำวางเรียงขนานกันบนพื้นสีขาว ที่มีความห่างของแถบความหนาของแถบสี และระยะห่างจะมีขนาดเฉพาะที่กำหนดขึ้นตามตัวเลขที่กำกับอยู่ ขนาดของแถบสีบาร์โค้ดมีความกว้างเท่าๆกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้งาน ในการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์มากขึ้น จะมีจำนวนแถบและจำนวนตัวเลขแตกต่างกัน บาร์โค้ดไม่ได้แสดงข้อมูลการขายโดยตรงแต่เป็นข้อมูลอ้างอิงที่กำหนดเฉพาะเพื่อแยกชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ผลิต ปริมาณ เลขที่รายการสินค้า ราคา และอื่น ๆ ซึ่งจะมีการจัดทำโปรแกรมเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ซึ่งจะอ่านได้ด้วยเครื่องอ่านบาร์โค้ด การอ่านข้อมูลอาศัย หลักการสะท้อนแสงอ่านข้อมูลเข้าไปเก็บในคอมพิวเตอร์โดยตรง ไม่ต้องการกดปุ่มที่แป้นพิมพ์ เป็นระบบมาตรฐานสากลที่ใช้เหมือนกันทั่วโลก Bar Code อาจพิมพ์บน Sticker แล้วนำมาติดที่หลัง หรือพิมพ์บนส่วนหนึ่งส่วนใดของบรรจุภัณฑ์ หรือฉลากก็ได้ อาจพิมพ์ในสีอื่น ๆ ได้ แต่ต้องศึกษาให้ทราบก่อนว่าเครื่องอ่านจะอ่านได้หรือไม่

ระบบการทำงานโดยใช้บาร์โค้ด

การใช้บาร์โค้ดจะมีส่วนประกอบของระบบการทำงาน 3 ส่วนคือ

1. ส่วนการเตรียมข้อมูล การเลือกโปรแกรมบาร์โค้ด การจัดเลขรหัส การจัดทำแถบบาร์โค้ด การป้อนข้อมูลเข้าคอมพิวเตอร์
2. การพัฒนาโปรแกรมสำหรับการเขียนระบบการทำงาน
3. เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ที่ฮาร์ดดิสก์เครื่องพิมพ์เพื่อพิมพ์ใบเสร็จรับเงิน และเครื่องอ่านบาร์โค้ด

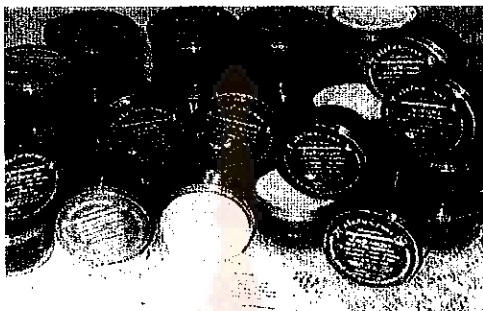
สรุปสาระสำคัญ

การบรรจุภัณฑ์ คือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสร้างภาชนะบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์ รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้สอย สะดวกในการขนส่ง และเพื่อการสื่อสารต่างๆ



9. บรรจุภัณฑ์เดิม

1. น้ำพริกตาแดง



ภาพประกอบ 1 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของน้ำพริกตาแดง

ข้อดีของฉลากและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกตาแดง

1. มีขนาดที่เหมาะสมพกพาสะดวก
2. ฉลากมีสีที่สด สามารถดึงดูดผู้บริโภค
3. หาซื้อบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย

ข้อเสียของฉลากและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกตาแดง

1. ไม่มีหูจับหรือที่ให้ถือ
2. ไม่มีภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการขายทางด้านต่างประเทศ
3. รายละเอียดของฉลากไม่ครบถ้วน
4. ดูไม่น่าเชื่อถือ

2. กล้วยอบเนย



ภาพประกอบ 2 จลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของกล้วยอบเนย

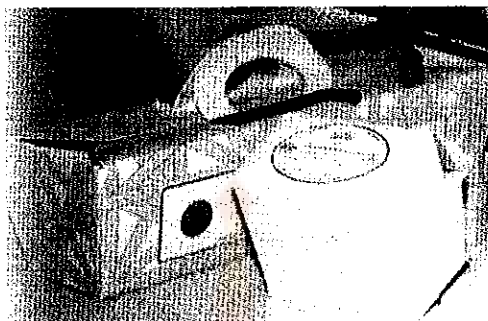
ข้อดีของจลากและบรรจุภัณฑ์กล้วยอบเนย

1. ง่ายต่อการรับประทาน
2. มีขนาดพอเหมาะ
3. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน
4. ราคาของบรรจุภัณฑ์มีราคาถูก

ข้อเสียของจลากและบรรจุภัณฑ์กล้วยอบเนย

1. ไม่มีหูหิ้วหรือที่จับอย่างเหมาะสม
2. รายละเอียดของจลากยังน้อยไป
3. ไม่มีภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการขายต่างประเทศ
4. ดูแล้วบรรจุภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือและไม่แข็งแรง

3. กระหรีฟฟ์ไส้ถั่ว



ภาพประกอบ 3 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของกระหรีฟฟ์ไส้ถั่ว

ข้อดีของฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหรีฟฟ์ไส้ถั่ว

1. มีหูหิ้วที่สามารถถือได้สะดวก
2. สีของบรรจุภัณฑ์สะอาดน่าซื้อ
3. มีขนาดพอเหมาะกับตัวผลิตภัณฑ์

ข้อเสียของฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหรีฟฟ์ไส้ถั่ว

1. ฉลากยังไม่เป็นสากลเพื่อส่งเสริมการขายด้านต่างประเทศ
2. ไม่สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านในได้

4. ปลาสลิดหอมแห้ง



ภาพประกอบ 4 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของปลาสลิดหอมแห้ง

ข้อดีของฉลากและบรรจุภัณฑ์ปลาสลิดหอมแห้ง

1. สะดวกในการรับประทาน
2. ราคาบรรจุภัณฑ์มีราคาถูก
3. สามารถรีไซเคิลได้

ข้อเสียของฉลากและบรรจุภัณฑ์ปลาสลิดหอมแห้ง

1. ไม่มีหูจับเพื่อสะดวกในการใช้งาน
2. ฉลากไม่มีภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการขายในด้านการส่งออก
3. บรรจุภัณฑ์ไม่เป็นสากลและไม่แข็งแรง

5. เมียงคำ



ภาพประกอบ 5 จลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของเมียงคำ

ข้อดีของจลากและบรรจุภัณฑ์เมียงคำ

1. สามารถรับประทานได้ง่าย
2. มีรายละเอียดครบถ้วน
3. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในโดยรอบ

ข้อเสียของจลากและบรรจุภัณฑ์เมียงคำ

1. ไม่มีหูจับเพื่อสะดวกในการใช้งาน
2. จลากไม่มีภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการขายในด้านต่างประเทศ
3. น่าจะมีบรรจุภัณฑ์ภายนอกเพื่อส่งเสริมการขาย

6. กะปิเคย



ภาพประกอบ 6 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของกะปิเคย

ข้อดีของฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคย

1. พกพาสะดวก
2. รับประทานได้ง่าย
3. ราคาของบรรจุภัณฑ์มีราคาถูก

ข้อเสียของฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคย

1. ไม่มีหูหิ้วเพื่อสะดวกในการหยิบจับ
2. ฉลากไม่มีภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการขายในด้านการส่งออก
3. รายละเอียดของฉลากยังน้อยเกินไป
4. ดูไม่น่าเชื่อถือ

7. มะพร้าวแก้ว



ภาพประกอบ 7 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของมะพร้าวแก้ว

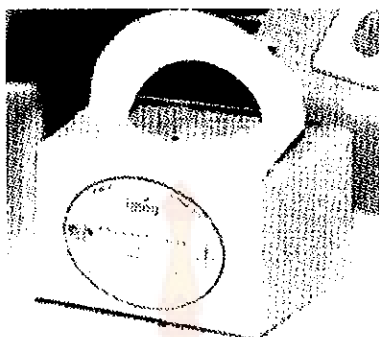
ข้อดีของฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้ว

1. ง่ายต่อการรับประทาน
2. มีขนาดพอเหมาะ
3. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน
4. ราคาของบรรจุภัณฑ์มีราคาถูก

ข้อเสียของฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้ว

1. ไม่มีหูหิ้วหรือที่จับอย่างเหมาะสม
2. รายละเอียดของฉลากยังน้อยไป
3. ไม่มีภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการขายด้านต่างประเทศ
4. ดูแล้วบรรจุภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือและไม่แข็งแรง

8. ไข่เค็มไอโอดีน



ภาพประกอบ 8 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของไข่เค็มไอโอดีน

ข้อดีของฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไอโอดีน

1. มีหูหิ้วที่สามารถถือได้สะดวก
2. สีของบรรจุภัณฑ์สะอาดน่าซื้อ
3. มีขนาดพอเหมาะกะกับตัวผลิตภัณฑ์

ข้อเสียของฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไอโอดีน

1. ฉลากยังไม่เป็นสากลเพื่อส่งเสริมการขายด้านต่างประเทศ
2. ไม่สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านในได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(อุดมรัศมี หลายชูไทย : 2545) “ การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดทำระบบการจัดลำดับงานการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดอัตราการผลิตงานเสร็จไม่ทันกำหนดส่งมอบโดยการศึกษาสภาพการทำงาน และปัญหาการวางแผนการผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ประเภทสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์และหาแนวทางแก้ไขโดยการประยุกต์ใช้วิชาการทางวิศวกรรมอุตสาหการ ด้านการศึกษาวิธีการทำงาน การวางแผนและควบคุมการผลิต การจัดตารางการผลิต และประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการปรับปรุงระบบการทำงาน ในการศึกษาได้ใช้โรงพิมพ์สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์แห่งหนึ่งเป็นกรณีศึกษาโดยมุ่งหวังว่าผลจากการศึกษาจะได้เป็นแบบอย่างแก่โรงงานอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน”

(วัลลภ ชันธุ : 2544) “ โครงการวิจัยนี้มีจุดประสงค์ เพื่อสร้างระบบมาตรฐานการผลิตที่ดี (GMP : Good Manufacturing Practice) และระบบการวิเคราะห์จุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิต (HACCP : Hazard Analysis Critical Control Point) ให้กับบริษัทผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดในการวิเคราะห์ระบบ GMP & HACCP การออกแบบและจัดทำเอกสาร รวมถึงการนำระบบไปใช้และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งผลของการวิจัยประสบความสำเร็จ โดยมีการกำหนดจุดวิกฤต (CCP) ที่ขั้นตอนผสมวัตถุดิบ ซึ่งมีค่าวิกฤตที่ต้องควบคุมในการตรวจจับโลหะขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1 มิลลิเมตร ผลจากการส่งผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบด้านจุลชีววิทยาไม่พบจำนวนจุลินทรีย์ และไม่พบสัตว์และเชื้อรา ส่วนผลการตรวจวิเคราะห์ด้านเคมีไม่พบสารตะกั่ว และโลหะหนักคุณภาพการแพร่กระจายอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดผลของการประยุกต์ใช้ระบบ GMP & HACCP สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นผลจากการถูกตรวจประเมินภายนอก ซึ่งได้แก่ผลการตรวจประเมินจากลูกค้าไทรคอน (Tricon) ได้คะแนนสูงขึ้นจากร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 77 ผลการตรวจประเมินจากลูกค้ากลุ่มบริษัท ไฟร์โมสต์ (ประเทศไทย) อยู่ในระดับร้อยละ 75.95 และผลการตรวจประเมินจากลูกค้ายูโรแพ็คอยู่ที่ระดับร้อยละ 84.2 ส่วนที่สองเป็นผลจากการตรวจประเมินภายในซึ่งได้แก่ผลการตรวจสอบลักษณะภายในโรงงานได้ระดับคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 80 และผลการวัดความพึงพอใจเฉลี่ยของพนักงานต่อระบบ GMP & HACCP อยู่ในระดับ 65.89 การวิจัยแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์จากการนำระบบ GMP & HACCP มาประยุกต์ใช้ เช่น ภาพลักษณ์ขององค์กรการสร้างความชัดเจนในการปฏิบัติงาน และเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์อันตราย วิเคราะห์ขั้นตอนดำเนินงาน และสุขอนามัย เพื่อใช้ปรับปรุงการดำเนินงานของบริษัทดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่อง”

(วัฒนพงศ์ ภักดี : 2546) “ การออกแบบขนาดของบรรจุภัณฑ์และการจัดวางบรรจุภัณฑ์ลงในตู้คอนเทนเนอร์ให้มีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหกรรม) สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม ประสานกรรมการที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสรี เศวตเสถณี, D.Eng. 76 หน้า ISBN 974 - 359 - 074 - 9”

(ดวงจันทร์ ปรียาจะจิตต์ : 2546) “ ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนารูปลักษณ์กราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับงานหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทผ้าไหม อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น ตลอดจนการทดสอบเพื่อหาความคิดเห็นเพื่อหาความพึงพอใจในด้านกราฟิก และบรรจุภัณฑ์ของผู้ซื้อสินค้าประเภทผ้าไหม ของศาลาไหมไทย อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นศาลาไหมไทย อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น โดยสื่อถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ความงาม ซึ่งทรงคุณค่าความน่าเชื่อถือที่ดีของสินค้าแก่ผู้บริโภคทั้งสร้างความยั่งยืนแข็งแกร่งของชุมชนในการพัฒนาภูมิปัญญาพื้นบ้านต่อไป”

(สุนีย์ วรรณโกมล : 2546) “ บรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญที่ธุรกิจต่าง ๆ นำมาใช้กำหนดแนวทางการตลาดเพื่อการแข่งขันทางการค้าในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาและเปรียบเทียบกลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ทำงาน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ สมาชิกกิตติมศักดิ์ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการออกแบบของนิตยสาร IDESIGN จำนวน 345 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และทางไปรษณีย์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, X^2 , T - test, ANOVA, และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS V.11”

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สรุปเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

1.1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

- 1.1.1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
- 1.1.2. กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง

1.2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

- 1.2.1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
- 1.2.2. กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 50 คน

จำนวน 25 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสมุทรปราการ คือ แบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถาม ซึ่งเครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น ๒ ชุดได้แก่

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของฉลากและบรรจุภัณฑ์ โดยมี 2 ตอน
ตอนที่ 1 สอบถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

1. อายุ
2. เพศ
3. การศึกษา
4. อาชีพ
5. ตำแหน่ง หน้าที่การงาน
6. การติดต่อกับหน่วยงาน (ติดต่อกับหน่วยงานใดที่อำนวยความสะดวกในการทำงานที่สุด)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านของ
จังหวัดสมุทรปราการ

1. สีของบรรจุภัณฑ์
2. รูปทรง
3. วัสดุ
4. ขนาด
5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและนักท่องเที่ยว
ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จำนวนรวม 50 ท่าน
โดยสอบถามเรื่องเกี่ยวกับ

1. สีของฉลากและบรรจุภัณฑ์
 2. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้น
 3. รูปแบบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์
 4. วัสดุในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 5. ขนาดของบรรจุภัณฑ์
2. การตรวจคุณภาพเครื่องมือ
 - 2.1. เมื่อสร้างแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาในการทำปริญญานิพนธ์ครั้งนี้ทำการตรวจ
 - 2.2. ทำการแก้ไขแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ
 - 2.3. นำแบบสอบถามไปทดลองสอบถามกับกลุ่มทดลอง
 - 2.4. นำมาปรับปรุงแก้ไข
 - 2.5. นำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ในการทำปริญญานิพนธ์ ครั้งนี้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
 - 1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ
2. แบบสอบถามมีการแบ่งคะแนนเป็นช่วงตามลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับ

ความต้องการ คือ

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

จะนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาแปรผล ดังนี้

- 4.01 – 5.00 คือ ความต้องการมากที่สุด
- 3.01 – 4.00 คือ ความต้องการมาก
- 2.01 – 3.00 คือ ความต้องการปานกลาง
- 1.01 – 2.00 คือ ความต้องการน้อย
- 0.01 – 1.00 คือ ความต้องการที่น้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่องนี้มีการนำแบบสอบถามมาสรุปแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. ค่าร้อยละ
2. ค่าเฉลี่ย
3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. สรุปข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

1. นำข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดมาทำการประมวลผลเพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบ
2. นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาปรับปรุงแก้ไขส่วนที่ยังไม่ได้ประสิทธิภาพ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำสัญลักษณ์ทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- $\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ย
- S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- N = จำนวนคน (ประชากร)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาอุปโภคบริโภคสินค้าหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ภายในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 50 คน จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ
และความคิดเห็นของฉลากและบรรจุภัณฑ์สินค้า (OTOP)

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
1. เพศ			
1.1 หญิง	24	48.00	2
1.2 ชาย	26	52.00	1
รวม	50	100.00	
2. อายุ			
2.1 ต่ำกว่า 18 ปี	5	10.00	3
2.2 อายุตั้งแต่ 19 – 21 ปี	20	40.00	1
2.3 อายุตั้งแต่ 22 – 25 ปี	11	22.00	2
2.4 อายุตั้งแต่ 26 – 30 ปี	5	10.00	4
2.5 อายุตั้งแต่ 31 – 35 ปี	2	4.00	7
2.6 อายุตั้งแต่ 36 – 40 ปี	4	8.00	5

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
2.7 อายุตั้งแต่ 41 – 45 ปี	3	6.00	6
2.8 อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	0	0.00	8
รวม	50	100.00	
3. สถานภาพ			
3.1 โสด	37	74.00	1
3.2 แต่งงานแล้ว	10	20.00	2
3.3 หม้าย	3	6.00	3
รวม	50	100.00	
4. การศึกษา			
4.1 ประถมศึกษา	0	0.00	5
4.2 มัธยมศึกษา	5	10.00	3
4.3 อุดมศึกษา	8	16.00	2
4.4 ปริญญาตรี	35	70.00	1
4.5 ปริญญาโท	2	4.00	4
รวม	50	100.00	
5. อาชีพ			
5.1 รับจ้าง	3	6.00	4
5.2 ค้าขาย	4	8.00	3
5.3 รัฐวิสาหกิจ	1	2.00	6
5.4 ธุรกิจส่วนตัว	10	20.00	2
5.5 แม่บ้าน	2	4.00	5
5.6 นักศึกษา	30	6.00	1
รวม	50	100.00	
6. จลาจลและบรรจุกฎเกณฑ์ควรมีการปรับปรุงหรือไม่			
6.1 ควร	39	78.00	1
6.2 ไม่ควร	11	22.00	2
รวม	50	100.00	

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
7. สีของบรรจุภัณฑ์			
7.1 แดง	10	20.00	2
7.2 น้ำตาล	5	10.00	3
7.3 เขียว	4	8.00	5
7.4 ชมพู	2	4.00	8
7.5 เหลือง	4	8.00	6
7.6 ฟ้า	5	10.00	4
7.7 น้ำเงิน	2	4.00	9
7.8 ส้ม	4	8.00	7
7.9 ขาว	12	24.00	1
7.10 เทา	2	4.00	10
7.11 ดำ	0	0.00	11
7.12 ม่วง	0	0.00	12
รวม	50	100.00	
8. สีของฉลาก			
8.1 แดง	7	14.00	3
8.2 น้ำตาล	3	6.00	7
8.3 เขียว	3	6.00	8
8.4 ชมพู	2	4.00	9
8.5 เหลือง	8	16.00	2
8.6 ฟ้า	5	10.00	5
8.7 น้ำเงิน	6	12.00	4
8.8 ส้ม	4	8.00	6
8.9 ขาว	12	24.00	1
8.10 เทา	0	0.00	10
8.11 ดำ	0	0.00	11
8.12 ม่วง	0	0.00	12
รวม	50	100.00	

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
9. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์			
9.1 ทรงสี่เหลี่ยม	14	28.00	2
9.2 ทรงห้าเหลี่ยม	5	10.00	4
9.3 ทรงกลม	4	8.00	6
9.4 ทรงกรวย	7	14.00	3
9.5 ทรงสามเหลี่ยม	5	10.00	5
9.6 ทรงกระบอก	15	30.00	1
รวม	50	100.00	
10. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์			
10.1 เรียบง่าย	19	38.00	1
10.2 พิสตาร	4	8.00	4
10.3 มีลวดลายกราฟิก	10	20.00	3
10.4 หรุหรา	17	34.00	2
รวม	50	100.00	
11. วัสดุของบรรจุภัณฑ์			
11.1 กระดาษ	15	30.00	2
11.2 พลาสติก	29	58.00	1
11.3 แก้ว	2	4.00	4
11.4 โฟม	1	2.00	5
11.5 โลหะ	3	6.00	3
รวม	50	100.00	
12. ขนาดของบรรจุภัณฑ์			
12.1 10 x 20 x 10 ซม.	27	54.00	1
12.2 15 x 20 x 20 ซม.	15	30.00	2
12.3 20 x 20 x 20 ซม.	3	6.00	4
12.4 20 x 20 x 25 ซม.	5	10.00	3
รวม	50	100.00	

ตาราง 1 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
13. การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ภายนอก			
13.1 ใช้เป็นถุงพลาสติกมีหูหิ้ว	12	24.00	2
13.2 ใช้เป็นถุงกระดาษมีหูหิ้ว	9	18.00	3
13.3 เมื่อซื้อไปแล้วนำกลับมาใช้ได้อีก	26	52.00	1
13.4 มีคำอธิบายที่ชัดเจน	3	6.00	4
รวม	50	100.00	

จากแบบสอบถามได้นำมาวิเคราะห์ โดยการหาค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ดังนี้

จากตารางที่ 1 แสดงว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาอุปโภคบริโภคภายใน จังหวัดสมุทรปราการนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 19 – 21 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักศึกษา การศึกษาปริญญาตรี ได้มีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากและบรรจุภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรปราการว่าควรจะปรับเปลี่ยนแก้ไข สีของฉลากเป็นสีขา และตัวอักษรมีจุดเด่นเห็นได้ชัดเจนเพื่อประโยชน์ในการอ่าน ส่วนสีของบรรจุภัณฑ์จะเป็นสีขา เพราะว่าสีขาเวลามองดูแล้วมีความสะอาด วัสดุเป็นพลาสติกใสเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน ว่าสะอาดหรือไม่ บรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงกระบอกมีรูปแบบที่เรียบง่ายขนาดของบรรจุภัณฑ์ จะมีขนาด 10 x 10 x 20 ซม. ประโยชน์ของการใช้งานบรรจุภัณฑ์ภายนอกคือ เมื่อซื้อไปแล้ว สามารถนำกลับมาใช้งานได้อีก เพื่อเป็นการทดแทนและประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 จำนวนกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 25 คน จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ความสนใจและความคิดเห็นของฉลากและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

ตาราง 2 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
1. เพศ			
1.1. หญิง	19	76.00	1
1.2. ชาย	6	24.00	2
รวม	25	100.00	
2. อายุ			
2.1. ต่ำกว่า 18 ปี	2	8.00	3
2.2. อายุตั้งแต่ 19 – 21 ปี	2	8.00	4
2.3. อายุตั้งแต่ 22 – 25 ปี	2	8.00	5
2.4. อายุตั้งแต่ 26 – 30 ปี	2	8.00	6
2.5. อายุตั้งแต่ 31 – 35 ปี	1	4.00	7
2.6. อายุตั้งแต่ 36 – 40 ปี	8	32.00	1
2.7. อายุตั้งแต่ 41 – 45 ปี	7	28.00	2
2.8. อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	1	4.00	8
รวม	25	100.00	
3. สถานภาพ			
3.1. โสด	8	32.00	2
3.2. แต่งงานแล้ว	15	60.00	1
3.3. หม้าย	2	8.00	3
รวม	25	100.00	
4. การศึกษา			
4.1. ประถมศึกษา	8	32.00	2
4.2. มัธยมศึกษา	10	40.00	1
4.3. อุดมศึกษา	4	16.00	3
4.4. ปริญญาตรี	3	12.00	4
4.5. ปริญญาโท	0	0.00	5
รวม	25	100.00	

ตาราง 2 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
5. อาชีพ			
5.1. รับจ้าง	2	8.00	4
5.2. ค้าขาย	1	4.00	5
5.3. รัฐวิสาหกิจ	0	0.00	6
5.4. ธุรกิจส่วนตัว	5	20.00	2
5.5. แม่บ้าน	14	56.00	1
5.6. นักศึกษา	3	12.00	3
รวม	25	100.00	
6. ฉลาดและบรรจุกู้ณฑ์ควรมีการปรับปรุงหรือไม่			
6.1. ควร	22	88.00	1
6.2. ไม่ควร	3	12.00	2
รวม	25	100.00	
7. สีของบรรจุกู้ณฑ์			
7.1. แดง	13	52.00	1
7.2. น้ำตาล	0	0.00	7
7.3. เขียว	2	8.00	3
7.4. ชมพู	0	0.00	8
7.5. เหลือง	2	8.00	4
7.6. ฟ้า	2	8.00	5
7.7. น้ำเงิน	5	20.00	2
7.8. ส้ม	1	4.00	6
7.9. ขาว	0	0.00	9
7.10. เทา	0	0.00	10
7.11. ดำ	0	0.00	11
7.12. ม่วง	0	0.00	12
รวม	25	100.00	

ตาราง 2 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
8. สีของฉลาก			
8.1. แดง	13	52.00	1
8.2. น้ำตาล	0	0.00	7
8.3. เขียว	3	12.00	3
8.4. ชมพู	0	0.00	8
8.5. เหลือง	2	8.00	4
8.6. ฟ้า	1	4.00	5
8.7. น้ำเงิน	5	20.00	2
8.8. ส้ม	1	4.00	6
8.9. ขาว	0	0.00	9
8.10. เทา	0	0.00	10
8.11. ดำ	0	0.00	11
8.12. ม่วง	0	0.00	12
รวม	25	100.00	
9. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์			
9.1. ทรงสี่เหลี่ยม	14	56.00	1
9.2. ทรงห้าเหลี่ยม	3	12.00	4
9.3. ทรงกลม	4	16.00	2
9.4. ทรงกรวย	4	16.00	3
9.5. ทรงสามเหลี่ยม	0	0.00	5
9.6. ทรงกระบอก	0	0.00	6
รวม	25	100.00	
10. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์			
10.1. เรียบง่าย	11	44.00	1
10.2. พิศดาร	0	0.00	4
10.3. มีลวดลายกราฟิก	9	36.00	2
10.4. หูหระ	5	20.00	3
รวม	25	100.00	

ตาราง 2 แสดงข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน (ต่อ)

ข้อมูลจากการสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
11. วัสดุของบรรจุภัณฑ์			
11.1. กระดาษ	18	72.00	1
11.2. พลาสติก	3	12.00	3
11.3. แก้ว	4	16.00	2
11.4. โฟม	0	0.00	4
11.5. โลหะ	0	0.00	5
รวม	25	100.00	
12. ขนาดของบรรจุภัณฑ์			
12.1. 10 x 20 x 10 ซม.	15	60.00	1
12.2. 15 x 20 x 20 ซม.	3	12.00	3
12.3. 20 x 20 x 20 ซม.	6	24.00	2
12.4. 20 x 20 x 25 ซม.	1	4.00	4
รวม	25	100.00	
13. การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ภายนอก			
13.1. ใช้เป็นถุงพลาสติกมีหูหิ้ว	2	8.00	4
13.2. ใช้เป็นถุงกระดาษมีหูหิ้ว	3	12.00	2
13.3. เมื่อซื้อไปแล้วนำกลับมาใช้ได้อีก	3	12.00	3
13.4. มีคำอธิบายที่ชัดเจน	17	68.00	1
รวม	25	100.00	
14. ราคาต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์			
14.1. ไม่เกิน 2 บาท / ชิ้น	1	4.00	4
14.2. ไม่เกิน 3 บาท / ชิ้น	7	28.00	2
14.3. ไม่เกิน 5 บาท / ชิ้น	14	56.00	1
14.4. ไม่เกิน 10 บาท / ชิ้น	3	12.00	3
รวม	25	100.00	

จากแบบสอบถามได้นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ดังนี้

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มแม่บ้านของจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมีอายุตั้งแต่ 36 – 40 ปี สถานภาพแต่งงานแล้ว อาชีพแม่บ้าน วุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการ ว่าควรที่จะปรับเปลี่ยนแก้ไขสีของฉลากเป็นสีแดงเพื่อที่จะได้เห็นเด่นชัดสะดวกในการอ่าน ส่วนสีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีแดงเพื่อให้เห็นเด่นชัด วัสดุจะเป็นกระดาษมีรูปแบบที่เรียบง่าย รูปทรงจะเป็นทรงสี่เหลี่ยมขนาด 10 x 20 x 10 ซม.ราคาต้นทุนไม่เกิน 5 บาท / ชิ้น ประโยชน์ของการใช้งานบรรจุภัณฑ์ภายนอก คือเมื่อซื้อไปแล้วสามารถนำกลับ มาใช้งานได้อีกเพื่อเป็นการทดแทนและประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ

สรุปผลข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ **ฉลากและบรรจุภัณฑ์หนึ่งตำบล**
หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

จากข้อมูลทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเน้นบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สามารถมองเห็นด้านในได้ และมีรูปทรงที่เป็นทรงสี่เหลี่ยมและทรงกระบอก มีขนาดพอเหมาะไม่ใหญ่จนเกินไป ส่วนฉลากก็จะเน้นตรงที่สามารถอ่านง่าย เข้าใจง่าย และมีจุดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีรูปแบบที่เรียบง่าย มีสีแดงและสีขาว มีตัวอักษรที่ไม่เล็กจนเกินไป บรรจุภัณฑ์จะเป็นวัสดุพวกกระดาษและพลาสติกมีรูปแบบที่เรียบง่าย ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ภายนอกคือเมื่อซื้อกลับไปแล้วสามารถนำกลับมาใช้งานได้อีก เพื่อเป็นการทดแทนและประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ



ผลงานการออกแบบ



ภาพประกอบ 9 ฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหรีพัพไส้ถั่วที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 10 ฉลากและบรรจุภัณฑ์กล้วยอบเนยที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 11 ฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคี้ยวที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 12 ฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มโฮโฮตีนที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 13 ฉลากและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกตาแดงที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 14 ฉลากและบรรจุภัณฑ์ปลาสดหอมแห้งที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 15 ฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้วที่ออกแบบใหม่



ภาพประกอบ 16 ฉลากและบรรจุภัณฑ์เมี่ยงคำที่ออกแบบใหม่

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบ

จากจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านกับการพึงพอใจของฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 50 คนจำแนกตามความคิดเห็นของฉลากและบรรจุภัณฑ์สินค้า (OTOP)

ตาราง 3 แสดงความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ความพึงพอใจในฉลากและบรรจุภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
1. สีสัณของฉลากและบรรจุภัณฑ์			
1.1. พอดีมากที่สุด	23	46.00	1
1.2. พอดีมาก	12	24.00	3
1.3. ปานกลาง	13	26.00	2
1.4. ไม่พอใจ	2	4.00	4
1.5. ไม่พอดีมากที่สุด	0	0.00	5
รวม	50	100.00	
2. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์			
2.1. พอดีมากที่สุด	27	54.00	1
2.2. พอดีมาก	11	22.00	2
2.3. ปานกลาง	11	22.00	3
2.4. ไม่พอใจ	1	2.00	4
2.5. ไม่พอดีมากที่สุด	0	0.00	5
รวม	50	100.00	
3. วัสดุของบรรจุภัณฑ์			
3.1. พอดีมากที่สุด	5	10.00	3
3.2. พอดีมาก	22	44.00	1
3.3. ปานกลาง	20	40.00	2
3.4. ไม่พอใจ	3	6.00	4
3.5. ไม่พอดีมากที่สุด	0	0.00	5
รวม	50	100.00	

ตาราง 3 แสดงความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (ต่อ)

ความพึงพอใจในฉลากและบรรจุภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
4. ขนาดของบรรจุภัณฑ์			
4.1. พอใจมากที่สุด	24	48.00	1
4.2. พอใจมาก	12	24.00	2
4.3. ปานกลาง	11	22.00	3
4.4. ไม่พอใจ	2	4.00	4
4.5. ไม่พอใจมากที่สุด	1	2.00	5
รวม	50	10.00	
5. ราคาของบรรจุภัณฑ์			
5.1. พอใจมากที่สุด	12	24.00	1
5.2. พอใจมาก	24	48.00	2
5.3. ปานกลาง	9	18.00	3
5.4. ไม่พอใจ	3	6.00	4
5.5. ไม่พอใจมากที่สุด	2	4.00	5
	50	100.00	
6. การใช้งานของบรรจุภัณฑ์			
6.1. พอใจมากที่สุด	22	44.00	1
6.2. พอใจมาก	22	44.00	2
6.3. ปานกลาง	4	8.00	3
6.4. ไม่พอใจ	2	4.00	4
6.5. ไม่พอใจมากที่สุด	0	0.00	5
รวม	50	100.00	

**สรุปผลการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
ของจังหวัดสมุทรปราการ**

ในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์นั้น ด้านสีสันทันดูแล้วสะดวกสามารถมองเห็น
และเข้าใจง่ายขึ้นส่วนรูปทรงมีความกะทัดรัด สามารถขนย้ายได้สะดวก มีหูหิ้วสามารถถือใช้งาน
ได้สะดวก สะดวกในการใช้งานต่อผู้บริโภค วัสดุในการผลิตจะเป็นกระดาษเพื่อประโยชน์
ในการรีไซเคิล และทำลายได้ง่ายรักษาสิ่งแวดล้อม ขนาดมีขนาดที่กะทัดรัดและตามน้ำหนัก

ของผลิตภัณฑ์ ราคาของบรรจุภัณฑ์จะอยู่ในราคาปานกลางไม่แพงมาก ถ้าผลิตในจำนวน
ที่มาก ๆ มีการใช้งานที่ดี หยิบจับสะดวกมือและบรรจุลงลังได้ง่าย



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

1. ความมุ่งหมายของโครงการ

เพื่อที่จะออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการให้มีรูปแบบและการใช้งานที่สมบูรณ์แบบที่สุด และเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคตรงตามความต้องการ รวมทั้งการศึกษาค้นคว้าประกอบ ข้อมูลพฤติกรรมระบบการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ ข้อบังคับกฎหมายต่าง ๆ ของฉลากและบรรจุภัณฑ์

2. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ คือ

ขั้นที่ 1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

จำนวน 25 คน

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 50 คน

ขั้นที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น

3 ขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคภายในจังหวัดสมุทรปราการ

โดยแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบคือ

1. ด้านสีของฉลากและบรรจุภัณฑ์
2. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์
3. ด้านรูปแบบใช้งานของบรรจุภัณฑ์
4. ด้านวัสดุในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
5. ด้านขนาดของบรรจุภัณฑ์

ขั้นที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามและนำไปสอบถามกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรประจำจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 25 ชุด และกลุ่มผู้บริโภคภายในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 50 ชุด

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าสถิติพื้นฐานคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. อภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ นำมาอภิปรายดังนี้

หลักการออกแบบและแนวทางในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากฉลากและบรรจุภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการ เดิมแล้วมีการออกแบบให้มีการใช้งานที่เรียบง่ายและไม่มีรูปแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ จึงเห็นความสำคัญของรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดสมุทรปราการ เป็นหลักในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ โดยทั่วไปแล้วการออกแบบต้องคำนึงถึงการใช้งานบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคมากที่สุด และคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคทั่วไป

ส่วนของรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ควรที่จะให้สามารถมองแล้วรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เข้าใจง่ายในการอ่านและมองเห็น รูปทรงควรที่จะบรรจุผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัยในการขนย้ายและเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า การจัดเรียงในการขนย้ายให้มีเนื้อที่ประหยัดที่สุด

3.1. แนวทางในการออกแบบสีสันทนของฉลากและบรรจุภัณฑ์

ได้ศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคภายในจังหวัดสมุทรปราการ ว่ามีความต้องการทางด้านสีแดงและสีขาวเป็นอย่างมาก เพราะสีขาวให้ความรู้สึกสะอาด มีความปลอดภัยในการบริโภค ส่วนสีแดงให้ความรู้สึกเด่นสามารถมองเห็นได้ง่ายและชัดเจน

3.2. แนวทางลักษณะการเลือกใช้วัสดุในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ได้ศึกษาจากความต้องการของผู้บริโภคภายในจังหวัดสมุทรปราการและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีความต้องการขนาด 10 x 10 x 20 ซม. มากที่สุดเพราะมีความพอดีไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป ยกเว้นว่าผลิตภัณฑ์ใดต้องการจำหน่ายเป็นจำนวนมากขึ้นก็สามารถเพิ่มขนาดของบรรจุภัณฑ์ได้ตามความเหมาะสม

3.3. แนวทางในการออกแบบเพื่อการใช้งานของผู้บริโภค

ได้ศึกษาจากความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดสมุทรปราการ มีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์ที่มีมือจับ เพื่อหิ้วได้โดยสะดวกรวดเร็วในการขนย้าย และประหยัดมากที่สุด ลดต้นทุนในการผลิตให้มีราคาที่ถูกที่สุด และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้

3.4. แนวความคิดในการออกแบบฉลาก

ในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ มีแนวความคิดดังนี้คือ

1. ออกแบบให้ฉลากติดกับตัวบรรจุภัณฑ์และไม่ต้องนำมาติดอีกครั้ง
2. ออกแบบให้สามารถมองเห็นชัดเจนอ่านและเข้าใจง่าย
3. ปกป้องถึงข้อกำหนดต่าง ๆ ได้ชัดเจน

3.5. แนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ มีแนวความคิดดังนี้คือ

1. ออกแบบให้มีสีสันที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคและมีความสวยงาม
2. ออกแบบให้มีรูปทรงที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
3. ออกแบบให้มีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค
4. ใช้กราฟิกเข้าช่วยในการออกแบบเพื่อให้ดูแล้วมีความสวยงาม น่าเชื่อถือ

มีการยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป

5. เพื่อให้เป็นรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการโดยเฉพาะ
6. เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ส่งออกขายได้อย่างสากล

3.6 การทดลองทำบรรจุภัณฑ์จริง

ในการทดลองนั้นได้นำผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนัก 1 กิโลกรัม มาใส่ในบรรจุภัณฑ์เพื่อทดสอบความแข็งแรงคงทนของบรรจุภัณฑ์

ผลสรุปในการทดลองทำบรรจุภัณฑ์จริง บรรจุภัณฑ์สามารถรับน้ำหนักได้ 1 – 1.5 กิโลกรัม

4. ข้อเสนอแนะ

โครงการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นโครงการงานวิจัย คาดว่าหาก

สามารถออกแบบและสร้างได้จริง จะมีปัญหาเกิดขึ้นค่อนข้างน้อย เนื่องจากสร้างตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งอาจมีปัญหาดังกล่าว นอกเหนือจากนี้ อาจเสนอแนะเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. ในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์นั้นต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่งเพื่อให้ฉลากและบรรจุภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของสากล
2. ในการใช้การออกแบบกราฟิกหลายตัวต่าง ๆ ในคอมพิวเตอร์โปรแกรม 3D MAX STUDIO และ PHOTOSHOP มีความสำคัญอย่างมากในกระบวนการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์
3. ใช้ลวดลายกราฟิกที่เรียบง่ายและดูสบายตา
4. วิธีสู่ในการทำแบบสอบถามควรจะต้องมีระบบและมีขั้นตอน มีการแบ่งประเภทของประชากรให้เหมาะสม
5. จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ควรจะมีมากกว่านี้เพื่อจะได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
6. มือจับควรมีความหนาและกว้างเพื่อมีความแข็งแรงคงทนในการใช้งาน
7. กระดาษขนาด เอสี่ สามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ได้จำนวน 4 ใบ

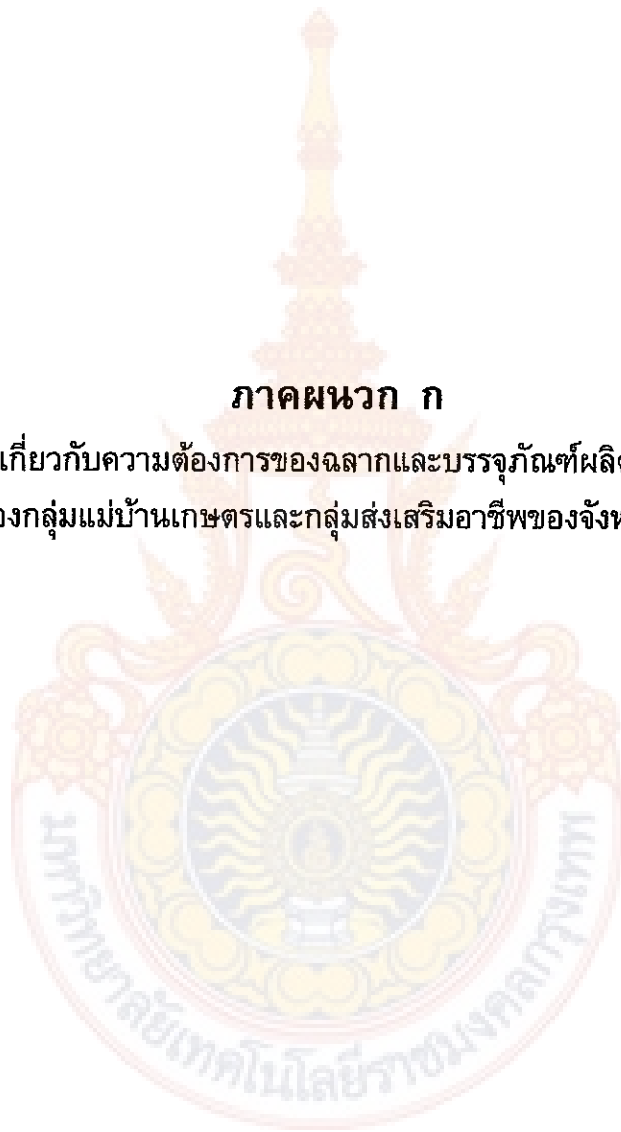


บรรณานุกรม

- ชัยศักดิ์ เชาว์ฉันทน์ รวมเทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำนักพิมพ์ ช รุ่งเรือง
อินเตอร์พริ้นท์
- ดวงจันทร์ ปรีชายะจิตต์ “ การศึกษาและพัฒนาวัสดุปลั๊กชนิดด้านกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ”
สำหรับ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน ประเภทผ้าไหม ปริญญานิพนธ์ คุรุศาสตร์
อุตสาหกรรม ภาควิชาคุรุศาสตร์สถาบันพัฒนศึกษา. คุรุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต
- พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก ภาควิชาเทคโนโลยี ทางการศึกษา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วัฒน์พงศ์ ภักดิ์ “การออกแบบขนาดของบรรจุภัณฑ์และการจัดวางบรรจุภัณฑ์
ลงในตู้คอนเทนเนอร์ให้มีค่าใช้จ่ายต่ำสุด”ปริญญานิพนธ์วิศวกรรมศาสตร์
มหาบัณฑิต, 2546”
- วัลลภ ชันนุ “ การประยุกต์ใช้ระบบ GMP & HACCP ในโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์
พลาสติกกรณีศึกษาบริษัทซี.พี.อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จำกัด
”วิศวกรรมการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ”
- สุนีย์ วรรณโณมล “ กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ “
”ธุรกิจอุตสาหกรรมสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือกรุงเทพ, 2546
- อุดมรัตน์ หลายชูไทย “ การจัดการตารางการผลิตสำหรับโรงพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ”
(PRODUCTION SCHEDULING IN PACKGING PRINTING FACTORY ,
2545)

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทาง
การเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพของจังหวัดสมุทรปราการ



แบบสอบถามเรื่อง การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทาง การเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการ

2. แบบสอบถามนี้มีจำนวน 2 ตอน คือ

2.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการ

3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับและไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ตอบแบบสอบถามใด ๆ ทุกประการและขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างสูง

คณะผู้วิจัย



ตอนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 15 – 18 ปี ☐ 19 – 21 ปี
☐ 22 – 25 ปี ☐ 26 – 30 ปี
☐ 31 – 35 ปี ☐ 35 – 40 ปี
☐ 45 – 50 ปี ☐ 51 – 55 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ แต่งงานแล้ว
4. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ อุดมศึกษา ☐ ปริญญาตรี
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. อาชีพ ☐ รับจ้าง ☐ ค้าขาย ☐ รัฐวิสาหกิจ
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ แม่บ้าน ☐ นักศึกษา
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้าน

6. ท่านคิดว่าฉลากและบรรจุภัณฑ์เดิมของ OTOP จังหวัดสมุทรปราการควรที่จะปรับเปลี่ยนแก้ไขหรือไม่
☐ ควร ☐ ไม่ควร
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ท่านคิดว่าสีที่ควรจะเป็นบรรจุภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดสมุทรปราการควรเป็นสีใด

- | | | |
|---|---------------------------------|--------------------------------|
| ☐ แดง | ☐ น้ำตาล | ☐ เขียว |
| ☐ ชมพู | ☐ เหลือง | ☐ ฟ้ำ |
| ☐ น้ำเงิน | ☐ ส้ม | ☐ ขาว |
| ☐ เทา | ☐ ดำ | ☐ ม่วง |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | |

8. ท่านคิดว่าสีใดที่เหมาะสมที่จะทำเป็นฉลากของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด

- | | | |
|---|---------------------------------|--------------------------------|
| ☐ แดง | ☐ น้ำตาล | ☐ เขียว |
| ☐ ชมพู | ☐ เหลือง | ☐ ฟ้ำ |
| ☐ น้ำเงิน | ☐ ส้ม | ☐ ขาว |
| ☐ เทา | ☐ ดำ | ☐ ม่วง |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | |

9. ท่านคิดว่ารูปทรงของบรรจุภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการควรมีรูปทรงใด

- | | | |
|---|-------------------------------------|------------------------------------|
| ☐ สี่เหลี่ยม | ☐ ห้าเหลี่ยม | ☐ กลม |
| ☐ กรวย | ☐ สามเหลี่ยม | ☐ ทรงกระบอก |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | | |

10. ท่านคิดว่ารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการควรมีรูปแบบใด

- | | |
|---|---|
| ☐ เรียบง่าย | ☐ พิศดาร |
| ☐ มีลวดลายกราฟิก | ☐ หูหระ, อลังการ |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

11. ท่านคิดว่าวัสดุที่จะผลิตบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการควรใช้วัสดุแบบใด

- ☐ กระดาษ ☐ พลาสติก ☐ แก้ว
☐ โฟม ☐ โลหะ
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านคิดว่าขนาดของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรปราการควรมีขนาดเท่าใด

- ☐ 10 x 20 x 10
☐ 20 x 20 x 20
☐ 15 x 20 x 20
☐ 20 x 20 x 25
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. ท่านคิดว่าราคาต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์หนึ่งชิ้นควรมีราคาเท่าใด

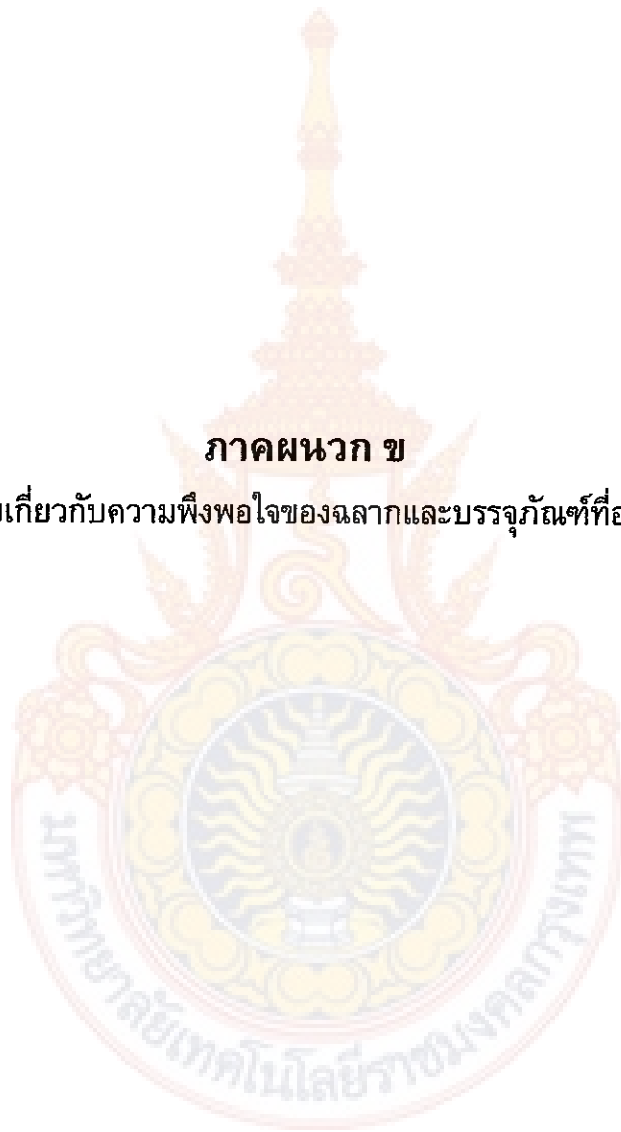
- ☐ ไม่เกิน 2 บาท / ชิ้น
☐ ไม่เกิน 3 บาท / ชิ้น
☐ ไม่เกิน 5 บาท / ชิ้น
☐ ไม่เกิน 10 บาท / ชิ้น
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

14. การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ภายนอกที่ท่านคิดว่าดีที่สุดที่สุดในความคิดของท่าน ควรมีการใช้งานแบบใด

- ☐ ใช้เป็นถุงพลาสติกที่มีหูหิ้ว
☐ ใช้เป็นถุงกระดาษที่มีหูหิ้ว
☐ เมื่อซื้อไปแล้วสามารถนำกลับมาใช้ได้อีก
☐ มีคำอธิบายที่ชัดเจน
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่



แบบสอบถามเรื่อง การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของจังหวัดสมุทรปราการที่มีต่อผลงานการออกแบบตามโครงการวิจัยการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มส่งเสริมอาชีพจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นการประเมินผลงานการออกแบบดังที่มากล่าว
2. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับและไม่มีส่วนใดส่วนหนึ่งกับผู้ตอบแบบสอบถามใด ๆ ทุกประการและขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างสูง

คณะผู้วิจัย



แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มแม่บ้าน OTOP
จังหวัดสมุทรปราการ

การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรปราการ

องค์ประกอบของฉลากและ บรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจฉลากและบรรจุภัณฑ์				
	พอใจมากที่สุด 5	พอใจมาก 4	ปานกลาง 3	ไม่พอใจ 2	ไม่พอใจมากที่สุด 1
1. สีสีนของฉลากและบรรจุภัณฑ์					
2. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์					
3. วัสดุของบรรจุภัณฑ์					
4. ขนาดของบรรจุภัณฑ์					
5. ราคาของบรรจุภัณฑ์					
6. การใช้งานของบรรจุภัณฑ์					

ภาคผนวก ค
ภาพประกอบผลงานการออกแบบ





ภาพประกอบ 17 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้ว



ภาพประกอบ 18 แผ่นพับของฉลากและบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มโฮโฮดีน



ภาพประกอบ 19 แผ่นพับฉลากและบรรจุภัณฑ์เมี่ยงคำ



ภาพประกอบ 20 แผ่นพับฉลากและบรรจุภัณฑ์กะปิเคียว



ภาพประกอบ 21 แผ่นพับฉลากและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกตาแดง



ภาพประกอบ 22 แผ่นพับฉลากและบรรจุภัณฑ์กระหรีพัพใส่ถั่ว



ภาพประกอบ 23 แผ่นพับฉลากและบรรจุภัณฑ์กล้วยอบเนย



ภาพประกอบ 24 แผ่นพับฉลากและบรรจุภัณฑ์ปลาสลิดหอมแห้ง

ประวัติของหัวหน้าโครงการและผู้ร่วมโครงการ

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ นายวัลลภ นามสกุล เปรมานุพันธ์
 คุณวุฒิ คบ.,กศ.ม.(การสอนสิ่งแวดล้อม) อายุ 58 ปี
 ตำแหน่ง อาจารย์ 3 ระดับ 8
 สังกัด วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

ผู้ร่วมโครงการ

ชื่อ นายสุนฤต นามสกุล เงินส่งเสริม
 คุณวุฒิ คอบ.,ศศ.ม.(ประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรม) อายุ 34 ปี
 ตำแหน่ง อาจารย์ 2 ระดับ 7
 สังกัด วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

ชื่อ นายสุริยา นามสกุล สงค์อินทร์
 คุณวุฒิ คอบ.,สศ.ม.(สถาปัตยกรรมภายใน) อายุ 36 ปี
 ตำแหน่ง อาจารย์ 2 ระดับ 7
 สังกัด วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

ชื่อ นายวิชัย นามสกุล พรมาลัยรุ่งเรือง
 คุณวุฒิ คอบ.,กศ.ม.(การวัดผลการศึกษา) อายุ 31 ปี
 ตำแหน่ง อาจารย์ 2 ระดับ 6
 สังกัด วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

ชื่อ นางนงคิษฐ์ นามสกุล กลิ่นพิกุล
 คุณวุฒิ คอบ.,กศ.ม.(อุตสาหกรรมศึกษา) อายุ 31 ปี
 ตำแหน่ง อาจารย์ (พนักงานของรัฐ)
 สังกัด วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ