



การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทูนสำหรับผ้าไหมทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือใน
จังหวัดนครราชสีมา

โดย

นายสุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทูนสำหรับผ้าไหมทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือใน
จังหวัดนครราชสีมา

โดย

นายสุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**DESIGNING LOW - COST PACKAGE FOR HANDWOVEN SILK CASE STUDY : SILK IN
HANDWOVEN IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE**

By

Suttichat Jaichobsuntia

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF FINE ARTS

Department of Visual Communication Design

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา ” เสนอโดย นายสุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรวิน อินทร์มี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์พันธุ์ ครุฑะเสน

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ชนาทร เจียรกุล)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์พรรณเพ็ญ ฉายปรีชา)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรวิน อินทร์มี)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์พันธุ์ ครุฑะเสน)

...../...../.....

48151319 : สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหม

สุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ : การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.อาวิน อินทร์ชัย และ ผศ.วัฒนพันธุ์ ฤทธิ์เสน. 171 หน้า.

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหารูปแบบเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำ สำหรับผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา โดยการศึกษามุ่งเน้นเรื่องของการนำวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิด ซึ่งวัสดุในการศึกษาทดลอง ได้แก่ ไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์จักสาน กาบหมาก ฟ้าย้ายดิบ เศษผ้ามัน ดินเผาด่านเกวียน เศษผ้าไหม เชือกจากเส้นใยพืช และกระดาษ วิธีการขึ้น โครงสร้าง ศึกษาวิธีการตัดเย็บ การทำบล็อกอัดขึ้นรูปทรงที่ต้องการ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ศึกษาการพิมพ์สกรีน ตราลาย บล็อกปั๊มลาย การพิมพ์แบบอิงค์เจ็ททั่วไป ซึ่งกระบวนการทั้งหมด กลุ่มชาวบ้านสามารถผลิตขึ้นเองได้ จากนั้นก็ทำการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จนได้แบบที่สมบูรณ์ 3 แบบ คือ 1) แบบถุงหิ้ว 2) แบบกล่อง 3) แบบม้วน จากนั้นนำไปทดสอบ สำรวจความนิยม โดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักออกแบบบรรจุภัณฑ์และศิลปิน จำนวน 5 ท่าน และกลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยแบบคำถามครอบคลุมกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล นำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าร้อยละ หลังจากกลุ่มตัวอย่างได้ทดสอบความนิยมแล้ว ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มนักออกแบบบรรจุภัณฑ์และศิลปิน จำนวน 5 ท่าน ให้ความนิยมต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับ 1 หรือคิดเป็นร้อยละ 92.70 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 91.52 และบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 90.82 ส่วนกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย ให้ความเห็นต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับ 1 หรือคิดร้อยละ 81.41 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 79.52 และบรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.47

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552
ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

48151319 : MAJOR : VISUAL COMMUNICATION DESIGN

KEY WORD : LOW - COST PACKAGE FOR SILK

SUTTICHAT JAICHOBSUNTIA : DESIGNING LOW - COST PACKAGE FOR HANDWOVEN SILK CASE STUDY : SILK IN HANDWOVEN IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE. THESIS ADVISORS : ASST. PROF. ARWIN INTRUNGSI AND ASST. PROF. WATANAPUN KRUTASAEN. 171 pp.

The purposes of this research were to study the style of the low-cost package designing for the handwoven silk in Nakhon Ratchasima province which focused on the local natural material using for packing on his own. The experimental materials were bamboo, basketwork, betel husk, unrefined thread, curtain scraps, Dan Kwian refined clay, silk scraps, string of plant fiber and papers. A technique of sewing procedure, shape - block formation, package graphic, silkscreen printing, rubberstamp, style - making block and general inkjet printing were made by the villagers themselves. The final design and package development in three types : a carrier bag, a packing box and rolling were also made by themselves, The questionnaires for testing and surveying a popularity of these types were made by two sampling groups: the five artists packing designers and the five scholars or professionals. These questionnaires covered the principles of package design and the data analysis was also made through bringing the result of testing to compute \bar{x} in average and percentage. The research found that the five artists package designers categorized the popularity of package in general as follows: first, packing box or 92.70%, second, rolling or 91.52% and third, carrier bag or 90.82% but the five scholars or professionals as follows: first, carrier bag or 81.41%, second, rolling or 79.52% and third, packing box or 76.47%

Department of Visual Communication Design Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2009

Student's signature

Thesis Advisors' signature 1. 2.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ ภูมิศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์จากหลายฝ่าย ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมในอำเภอปักธงชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาวิน อินทร์มี ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวัฒน์พันธุ์ ครูทะเลเสน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่าน รองศาสตราจารย์พินาลิน สารिया อาจารย์ภักดี ปริดาศักดิ์ อาจารย์บุญทอง อินตา คุณสมชาย จันทสิริพงศ์ อาจารย์ขาม จาตุรงค์กุล อาจารย์เพื่อนร่วมงานมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อนๆ นักออกแบบ น้ำส้มจิ้น นัรัตน์ คุณอรณรงค์ ที่ให้การสนับสนุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ และข้อมูลตลอดจนให้คำปรึกษาจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์

ท้ายที่สุดแล้วขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา เตี่ย ครู อาจารย์ที่เคยพ่่าสอนให้แก่ผู้ศึกษา ภรรยา ที่คอยเป็นกำลังใจตลอดการศึกษาครั้งนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
สมมุติฐานการศึกษา.....	5
ขอบเขตของการศึกษา	5
ขั้นตอนของการศึกษา.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
คำจำกัดความ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผ้าไหมและสินค้า OTOP ในปัจจุบัน	7
แหล่งที่มาของผ้า.....	7
ผ้าทอมือ.....	8
ผ้าทอโรงงาน	8
ผ้าไหม	9
ประเภทของผ้าไหม	10
การเก็บรักษาผ้าไหมควรทำอย่างไร.....	13
ภาวะทั่วไปของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในไทย	13
ภาวะการตลาด	14
ปัญหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผ้าไหม.....	15
บทสรุป.....	16
กลุ่มผลิตผ้าทอมือในจังหวัดนครราชสีมา.....	17
พฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าไหม	20

บทที่	หน้า
สินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	20
วัสดุธรรมชาติกับหัตถกรรมท้องถิ่นและการบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม.....	24
วัสดุธรรมชาติ.....	24
หัตถกรรมท้องถิ่นบ้านด่านเกวียน.....	28
การบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม.....	31
การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	35
ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์.....	35
วิวัฒนาการการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	36
ความหมายของการบรรจุภัณฑ์.....	40
บทบาทของบรรจุภัณฑ์.....	42
คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์.....	43
ประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	44
การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	46
องค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	50
วิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของนักออกแบบญี่ปุ่น.....	52
แนวคิดในการแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ของฝาก.....	53
หลักการใช้ภาพเลียนพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติ.....	53
การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม.....	54
การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิมแบบญี่ปุ่น.....	56
การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์.....	56
การเลือกใช้แบบอักษร.....	59
การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น.....	60
การจัดวางแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น.....	61
สี.....	64
จิตวิทยาของสี.....	65
วงจรสี.....	68
อารมณ์สี.....	69
วัสดุบรรจุภัณฑ์.....	71
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	82

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินงานวิจัย..... 90
	การศึกษาข้อมูล..... 90
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 91
	วิธีการดำเนินการ 92
	ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์..... 95
	การประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ออกแบบขึ้น..... 124
	การเก็บรวบรวมข้อมูล 130
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 130
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 132
5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 146
	สรุปผลการศึกษา 146
	อภิปรายผล..... 148
	ข้อเสนอแนะ 150
บรรณานุกรม 152
ภาคผนวก 155
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย 156
	ภาคผนวก ข วัสดุและกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์..... 165
	ภาคผนวก ค การบรรจุฟ้ายาใหม่ 169
ประวัติผู้วิจัย 171

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	วัสดุและรูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	72
2	กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	91
3	การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วของนักออกแบบ.....	132
4	การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบกล่องของนักออกแบบ.....	134
5	การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบม้วนของนักออกแบบ.....	136
6	การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วของผู้เชี่ยวชาญ.....	138
7	การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบกล่องของผู้เชี่ยวชาญ.....	140
8	การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบม้วนของผู้เชี่ยวชาญ.....	142

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่แสดงแหล่งทอผ้าพื้นเมืองในปัจจุบัน.....	12
2	สัญลักษณ์สินค้า Otop	23
3	ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช	25
4	บรรจุภัณฑ์จากกาบหมาก.....	27
5	งานจากดินเผาด่านเกวียน	29
6	การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การห่อ.....	32
7	การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การมัด	32
8	การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การร้อย.....	33
9	การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การกลัด.....	33
10	บรรจุภัณฑ์จากไม้ไผ่.....	34
11	การบรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่น.....	43
12	องค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	51
13	การใช้ภาพเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม.....	53
14	หลักการถ่ายภาพเลียนพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติ	54
15	การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม.....	54
16	การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิม	56
17	การใช้รูปแบบตัวอักษร	57
18	การใช้สกุลตัวพิมพ์	59
19	การออกแบบตัวพิมพ์	60
20	การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น	61
21	ใช้การจัดวางแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น	61
22	ทฤษฎีสี	65
23	การรับรู้สีของคนไทย.....	67
24	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่ใช้ในปัจจุบัน	93
25	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมประเภทถุงพลาสติกที่ใช้ในปัจจุบัน.....	94
26	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมประเภทถุงหิ้วกระดาษ 125 แกรม ที่ใช้ในปัจจุบัน	94
27	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมประเภทกล่อง กระดาษ 300-500 แกรมที่ใช้ในปัจจุบัน	94
28	การสร้างบรรจุภัณฑ์ตามแนวความคิด (Sketch Idea) ครั้งที่ 1.....	97
29	การสร้างบรรจุภัณฑ์ตามแนวความคิด (Sketch Idea) ครั้งที่ 1.....	98

ภาพที่		หน้า
30	การสร้างบรรจุภัณฑ์ตามแนวความคิด (Sketch Idea) ครั้งที่ 2.....	99
31	ภาพศิลปะบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง.....	100
32	บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (1).....	101
33	บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (2).....	102
34	บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (3).....	103
35	บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (4).....	104
36	บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (5).....	105
37	บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (6).....	106
38	ภาพศิลปะบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว	107
39	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (1).....	108
40	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (2).....	109
41	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (3).....	110
42	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (4).....	111
43	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (5).....	112
44	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (6).....	113
45	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (7).....	114
46	บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (8).....	115
47	ภาพศิลปะบรรจุภัณฑ์แบบม้วน	116
48	บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (1)	117
49	บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (2)	118
50	บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (3)	119
51	บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (4)	120
52	บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (5)	121
53	ป้ายราคาหรือฉลากสินค้า ชุดที่ 1	122
54	ป้ายราคาหรือฉลากสินค้า ชุดที่ 2	123
55	ลวดลายตกแต่งบรรจุภัณฑ์.....	124
46	รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว.....	139
57	รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง	141
58	รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบม้วน.....	143

ภาพที่		หน้า
59	วัสดุทาบหมาก.....	166
60	กระบวนการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์.....	167
61	กระบวนการสร้างลวดลาย.....	168
62	การบรรจุผ้าไหม.....	170

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนอกจากจะเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานในด้านความงดงาม รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยแล้ว ไหมไทยยังเป็นสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคนเป็นหลักซึ่งเหมาะสมกับ โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคืออุตสาหกรรมการผลิตไหมสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้านและเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่แรงงานในชนบทด้วย โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าเฉลี่ย 1,000 ล้านบาทต่อปี(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2545)

ผ้าไหมไทยนั้นเป็นศิลปหัตถกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งที่บรรพบุรุษไทยได้สร้างสรรค์ สืบทอดกันมาเป็นเวลานานนับพันปีมาแล้ว (ศิริ ภาสุก 2544) เป็นศิลปวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่ความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะไหมไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่าเป็น “ราชินีแห่งไหม” จนกลายเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติไปแล้วจึงควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้ดำรงอยู่คู่ชาติตลอดไป

ผ้าไทย เป็นหัตถกรรมสิ่งทอที่มีวิวัฒนาการสืบทอดมายาวนาน เป็นศิลปะที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตครอบครัว และสังคมไทยในแต่ละภูมิภาค รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างชนบทรอบนิคมประเพณี และพิธีกรรมต่างๆ ซึ่งเชื่อมโยงกันด้วยเส้นใยแห่งผ้าทอพื้นบ้าน

ผ้าไหมไทยถือว่าเป็นสินค้าที่มีคุณค่า มีความประณีต มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและมีประวัติทางวัฒนธรรมอันยาวนานของคนไทย จากการศึกษาข้อมูลและการสัมภาษณ์พบว่าปัจจุบันการผลิตผ้าไหมของไทยแบบดั้งเดิมได้ถูกกลืนกินด้วยค่านิยมใหม่ๆ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งมันก็คงจะหลีกเลี่ยงได้ยากจากปัญหานี้ในทุกภาคของกลุ่มการทอผ้าไทย และอีกปัญหาหนึ่งของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมโดยเฉพาะกลุ่มทอผ้าระดับล่างหรือระดับครัวเรือน ระดับหมู่บ้านในแต่ละชุมชน คือเรื่องของการส่งเสริมในทุกด้านอย่างจริงจังดังที่เป็นปัญหาข้างต้นที่กล่าวมา ถึงแม้ว่าในช่วงเวลาหนึ่งที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชน ทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้

เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ แต่ปัญหานี้ก็ยังไม่มีการแก้ไขอย่างยั่งยืนอีกทั้งปีที่ผ่านมา 2549 จนถึงปัจจุบัน ปัญหาบ้านเมืองเกิดความขัดแย้ง ความสับสนวุ่นวาย และการแตกแยกทางความคิดของผู้คนในสังคมอย่างมากมาย จนเกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายทางความคิด ลุกขึ้นมาไปถึงการกระทำ ทำให้สังคมไทยเกิดความปั่นป่วนวุ่นวายอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ส่งผลทำให้ทุกภาคส่วนของไทยที่กำลังเดินหน้าหยุดชะงักทำให้เศรษฐกิจภาพรวมชะลอตัวรวมถึงเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มของการท่องเที่ยวใหม่ด้วย

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือที่เรียกย่อๆ ว่า สมอ. ได้มีโครงการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นบ้านที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการที่สำคัญคือส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายสำคัญของรัฐบาล โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชน โดยมุ่งให้ความสำคัญของการนำภูมิปัญญาชาวบ้าน และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาพัฒนาและสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ สร้างงาน สร้างรายได้(สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 2549)

นอกจากนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวพระราชดำริ "เศรษฐกิจพอเพียง" ซึ่งได้ทรงคิดและตระหนักมาช้านาน เพราะหากเราไม่ไปพึ่งพา ยึดติดอยู่กับกระแสจากภายนอกมากเกินไป จนได้ครอบงำความคิดในลักษณะดั้งเดิมแบบไทยๆ ไปหมด มีแต่ความทะเยอทะยานบนรากฐานที่ไม่มั่นคงเหมือนลักษณะฟองสบู่ วิกฤตเศรษฐกิจเช่นนี้อาจไม่เกิดขึ้น ดังนั้น "เศรษฐกิจพอเพียง" คือการมุ่งฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น เศรษฐกิจพอเพียงเป็นทั้งหลักการและกระบวนการทางสังคม ตั้งแต่ขั้นพื้นฐานและขยายเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน เป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริการอย่างพออยู่พอกินขึ้น ไปถึงขั้นแปรรูปอุตสาหกรรมครัวเรือน สร้างอาชีพและทักษะวิชาการที่หลากหลายเกิดตลาดซื้อขาย สะสมทุน ฯลฯ บนพื้นฐานเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนที่จะพัฒนาขึ้นมาอย่างมั่นคงทั้งในด้านกำลังทุนและตลาดภายในประเทศ รวมทั้งเทคโนโลยีซึ่งจะค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ภายในชาติ และทั้งที่จะพึ่งคัดสรรเรียนรู้จากโลกภายนอก เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจระบบเปิดที่เริ่มจากตนเองและความร่วมมือ วิธีการเช่นนี้จะดึง

ศักยภาพของ ประชากรออกมาสร้างความเข้มแข็งของครอบครัว ซึ่งมีความผูกพันกับ “จิตวิญญาณ” คือ “คุณค่า” มากกว่า “มูลค่า”

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิ มีความหมายว่า พื้น ชั้น พื้นเพ ปัญญา หมายความว่า ความรอบรู้ ความรู้ทั่ว ความฉลาดเกิดแต่การเรียนรู้และคิด ภูมิปัญญา หมายถึง พื้นความรู้ ความสามารถ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความสามารถในการใช้พื้นความรู้สร้างสรรค์งานเพื่อพัฒนาและดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น ภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่ประกอบไปด้วยคุณธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านในวิถีดั้งเดิมนั้น ชีวิตของชาวบ้านไม่ได้แบ่งแยกเป็นส่วนๆ หากแต่ทุกอย่างมีความสัมพันธ์กัน การทำมาหากิน การอยู่ร่วมกันในชุมชน การปฏิบัติศาสนา พิธีกรรมและประเพณี ความรู้เป็นคุณธรรม เมื่อผู้คนใช้ความรู้นั้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (อบเชย แก้วสุข 2543)

การสืบทอดทางวัฒนธรรมหรือการถ่ายทอดศิลปะการทอผ้าของชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ พบว่ายังเกิดจากญาติผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุในครอบครัวอยู่ เอกลักษณ์ของผ้าทอในพื้นที่ยังคงเกี่ยวเนื่องอยู่กับวิถีชีวิตหรืออาชีพของประชาชนชาวนครราชสีมาในบางกลุ่ม อาทิ เสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายของผู้รับแก่บนถวายเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ย่าโม) ผ้าขาวม้าคาดเอว เพื่อให้สอดคล้องกับการร้องเพลงโคราช เป็นต้น หรือแม้แต่การแต่งกายของผู้ปกครองเมืองโคราชหรือบุคคลที่ชาวโคราชให้ความนับถือในอดีต เช่น การนุ่งผ้าซิ่น ห่มสไบของย่าโม และ น.ส.บุญเหลือ (จากหลักฐานที่ปรากฏ) ก็เป็นเครื่องชี้นำมาสู่วัฒนธรรมการแต่งกายในปัจจุบันของประชาชนชาวนครราชสีมาในบางกลุ่มเช่นเดียวกัน จากการสำรวจพบว่ามีทั้งการรวมกลุ่มของผู้ทอผ้าในพื้นที่และการแยกทอโดยอิสระตามบ้านของตนเอง วัตถุประสงค์ที่ใช้คือฝ้าย ไหม และไหมเร จัสดาโดยการซื้อเป็นด้ายดิบจากร้านค้าในอำเภอสีคิ้ว และจังหวัดชัยภูมิ แล้วนำมามัดย้อมเองโดยใช้วิทยาศาสตร์ที่บ้านนาแค ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย มีบ้านนวนน้อย เป็นผู้ริเริ่มการทอผ้าในพื้นที่ในกระบวนการ ฟอก ต้ม ย้อมสี และทอลาย ซึ่งพบว่าชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่ยึดอาชีพการทอผ้าเป็นอาชีพเสริมหลังว่างจากการทำนาทำสวน แต่อีกส่วนหนึ่งรับจ้างทอผ้าเป็นอาชีพหลัก ลวดลายในการทอในปัจจุบันพบว่า มีการประยุกต์หรือคิดค้นลวดลายขึ้นใหม่มากมาย จากการถ่ายทอดจากผู้ทอผ้าในพื้นที่ของจังหวัดใกล้เคียง (การสืบทอดโดยญาติผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุในครอบครัวกำลังค่อยๆ เลือนหายไป) สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะเด่นของผ้าทอในพื้นที่นี้ คือ มีสีสด ลวดลายแปลกตา อีกทั้งเนื้อผ้าจะมีความหนาเนื่องจากเกิดการกระแทกที่ซ้ำๆ

สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ทอผ้าในพื้นที่ได้แก่ 1.) ขาดการสนับสนุน หรือส่งเสริมให้มีการออกแบบหรือคิดค้นการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลาย ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งการแสวงหาตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าที่กว้างกว่าเดิม 2.) ขาดการรวมกลุ่มของผู้ทอผ้าอีกทั้งการสนับสนุนในเรื่องดังกล่าวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทำให้เกิดการผลิตหรือการวางแผนการผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน อีกทั้งขาดอำนาจการต่อรองหรือกำหนดทิศทางในเรื่องของการจำหน่าย 3.) ขาดการสืบทอดเอกลักษณ์ หรือศิลปะการทอผ้าแบบดั้งเดิม เนื่องจากเหลือผู้ทอผ้าที่พอจะถ่ายทอดได้อยู่เพียงไม่กี่คนในพื้นที่ โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ อีกทั้งความตื่นตัวในการทอผ้าสวดลายโบราณ หรือลายดั้งเดิม ของประชาชนในวัยหนุ่มสาวก็มีน้อยลงมาก ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผ้าทอไปเป็นผ้าไหมพิมพ์ลายหรือผ้าบาติก (ได้รับการถ่ายทอดจากภายนอกพื้นที่) และพบว่าตลาดก็มีความสนใจเป็นอย่างมาก จึงทำให้น่าเป็นห่วงว่าเอกลักษณ์ หรือศิลปะดั้งเดิมจะสูญหายไปในอนาคต 4.) ในเรื่องของช่องทางการจำหน่ายพบที่มีการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง หน่วยงานของทางราชการ เช่น พัฒนาการอำเภอก็ให้ความช่วยเหลืออยู่บ้างในรูปของการช่วยรับซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ แต่ไม่มีแนวทางการช่วยเหลือที่ยั่งยืนในระยะยาว (มหาวิทยาลัยศิลปากร 2544 : 117-118)

จากสภาพปัญหาข้างต้นพบว่ากลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมในจังหวัดนครราชสีมา ขาดความรู้เรื่องของการจำหน่ายสินค้า การวางแผน และที่สำคัญขาดความรู้ในเรื่องของกระบวนการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเองบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ส่วนใหญ่ก็จ้างนักออกแบบมาออกแบบให้จนถึงกระบวนการพิมพ์หรือไม่ก็หน่วยงานของทางราชการจัดทำให้แต่มีต้นทุนในการทำบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างสูงที่ต้องจ่ายให้กับนักออกแบบและสถานที่พิมพ์ ซึ่งพอนำมาใช้ห่อหุ้มสินค้าเพื่อขายก็ทำให้ราคาสินค้าต้องบวกเพิ่มขึ้นไปอีกส่งผลให้สินค้าขายไม่ค่อยดีเพราะผู้บริโภคในระดับล่างบอกว่าราคาแพง แต่กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและขายผ้าไหมในระดับชุมชนจำเป็นต้องทำบรรจุภัณฑ์เพื่อให้แข่งขันได้กับกลุ่มที่มีต้นทุนสูงถึงแม้จะได้อะไรน้อยก็ตาม หรือไม่ก็ต้องทอผ้าไหมส่งให้กับพ่อค้ารายใหญ่เพื่อไปทำตราสินค้าเองและขายได้กำไรโดยไม่ต้องลงมือทอ กลุ่มทอผ้าบางรายก็ถูกกดราคาจากกลุ่มผู้มีเงินทุนสูง (เอกราช หนูแก้ว 2550)

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าหากมีการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมือ ที่สามารถลดต้นทุนการสร้างบรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น ที่คงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นและชาวบ้านสามารถทำได้เองโดยไม่ต้องพึ่งนักออกแบบและเทคโนโลยีทางการพิมพ์มากนักและสามารถสร้างคุณค่าให้กับสินค้าผ้าไหมให้อยู่ในระดับที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทั้งระดับล่าง ระดับกลาง และระดับสูงได้โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหากพัฒนาได้ผลชัดเจนและยังสามารถนำไปเป็นมาตรฐานสากลได้ และขณะเดียวกันก็แสดงออกถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย

งานวิจัยนี้เพื่อมุ่งที่จะสร้างและพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำให้กับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมือเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสร้างบรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นหรือใกล้เคียงให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจริงๆและชาวบ้านสามารถผลิตได้เอง และมีความโดดเด่น แสดงออกถึงภาพลักษณ์พื้นถิ่นไปพร้อมกัน โดยเป็นการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุหลากหลายที่มีอยู่ในท้องถิ่นไปพร้อมกันกับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งต่อไปชาวบ้านสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำได้ด้วยตนเอง

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมือจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาวัสดุท้องถิ่นและกระบวนการผลิตที่สามารถนำมาสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทอมือจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทอมือจังหวัดนครราชสีมาให้มีความโดดเด่นและแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

สมมติฐานการศึกษา

การนำวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมผ่านกระบวนการต่างๆ สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์และสร้างคุณค่าบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมาได้

ขอบเขตของการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้เพื่อมุ่งที่จะศึกษาวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีต้นทุนต่ำจากวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ กาบหมาก ไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช นำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมผ่านกระบวนการ ห่อ กลัด มัด ร้อยและการตัดเย็บ เพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ต้องจ้างนักออกแบบและกระบวนการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนค่อนข้างสูงและต้องผลิตในจำนวนมากๆ โดยเป็นการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทอมือจังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นในเรื่องของการนำวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้อง แสดงภาพลักษณ์ให้เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่น และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ศึกษา และวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าไหมในจังหวัดนครราชสีมาที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งหมด

2. ศึกษา และวิเคราะห์วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นที่มีคุณสมบัติพอที่จะนำมาใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือ กาบหมาก ไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช นำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมผ่านกระบวนการ ห่อ กลัด มัด ร้อยและการตัดเย็บแบบพื้นบ้าน

ขั้นตอนของการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนามที่เกี่ยวข้อง
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. การออกแบบและประเมินผลงานออกแบบ
4. สรุปผลการศึกษา
5. การนำเสนอผลงานและการเสนอแนะ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถลดต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมาได้
2. สามารถเอาผลงานวิจัยไปเป็นแนวทางการผลิตบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติให้มีต้นทุนต่ำ ในสินค้าชนิดอื่นๆ ได้

คำจำกัดความ

บรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำ หมายถึง การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม เช่น เลือกว่าวัสดุที่ราคาถูกกว่า เป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น ลดขั้นตอนการผลิตและกระบวนการผลิตง่ายต่อการผลิต

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ความรู้ของชาวบ้านในท้องถิ่น ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกคนรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหม รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม วัสดุท้องถิ่นและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผ้าไหมในอำเภอปักธงชัยจังหวัดนครราชสีมา เพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยและข้อจำกัดต่างๆที่ต้องคำนึงถึง ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมต้นทุนต่ำที่มีความเหมาะสม และสามารถใช้งานได้จริงโดยลดต้นทุนให้กับกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมทอมือในอำเภอปักธงชัยจังหวัดนครราชสีมามากที่สุด ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผ้าไหมและสินค้า OTOP ในปัจจุบัน
2. วัฒนธรรมชาติกับหัตถกรรมท้องถิ่นและการบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผ้าไหมและสินค้า OTOP ในปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหม ประกอบไปด้วยแหล่งที่มาของผ้าและความสำคัญของผ้าไหมที่ใช้ในโอกาสต่างๆ ของกลุ่มชาวบ้านพื้นถิ่นที่มีการผลิตผ้าไหมสำหรับการใช้สอยและสถานะการตลาดโดยทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า Otop ในปัจจุบัน

1.1 แหล่งที่มาของผ้า

ผ้าที่เราใช้กันในประเทศทุกวันนี้ หากจะกล่าวถึงแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตสามารถแบ่งเป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ ผ้าทอมือ และผ้าทอโรงงาน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผ้าเกือบทั้งหมดที่ใช้จะเป็นผ้าโรงงาน ไม่ว่าจะเป็นโรงงานไทยหรือโรงงานต่างประเทศ และเมื่อมีโอกาสพิเศษที่อยากแต่งกายแบบไทย ก็จะใช้ผ้าที่มีลวดลายบ่งบอกความเป็นไทยในรูปแบบสากล เป็นผ้าจีน หรือผ้าดูลายสวยงามมาแปรรูปเป็นเสื้อหรือกระโปรงหรือถุงสำเร็จ การจำแนกถึงแหล่งที่มาของผ้าทำให้ครอบคลุมความหมายและลักษณะของตัวผ้า ซึ่งเป็นรายละเอียดของเนื้อหาที่สำคัญ ซึ่งจะให้เห็นถึงเรื่องราวของผืนผ้าอันเป็นคุณค่าภายในที่แฝงอยู่ภายใต้ลักษณะทางกายภาพภายนอกที่เป็นรูปแบบและสีล้นของผ้าแต่ละประเภท

1.1.1 ผ้าทอมือ

ผ้าทอมือและกระบวนการทอด้วยมือ เป็นรากฐานสำคัญยิ่งในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานในชนบท นับได้ว่าเป็นอาชีพหนึ่งที่สำคัญของประเทศรองจากอาชีพเกษตรกรรม ผ้าทอพื้นเมืองของไทยได้มีวิวัฒนาการมาช้านาน และยังคงรักษารูปแบบ ลวดลาย ตลอดจนกรรมวิธีการทออันประณีตแบบโบราณไว้ได้ (มหาวิทยาลัยศิลปากร 2544 : 21) ผ้าที่ได้จากกระบวนการทอผ้าแบบพื้นบ้านทั้งหมด ตั้งแต่ขั้นตอนปลูกฝ้ายปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การเตรียมเส้นใย ขั้นตอนการฟอกย้อมและขั้นตอนการทอ หรือตัดตอนบางขั้นตอนของกระบวนการทอผ้าแบบพื้นบ้านออกไป แต่ยังคงอาศัยฝีมือของช่างทอในการผลิตชิ้นงาน โดยจำแนกได้ 4 ประเภท

1.1.1.1 ผ้าทอพื้นบ้าน คือ ผ้าที่ชนพื้นบ้านทอใช้ขึ้นมาเองตามวิถีวัฒนธรรมของชนกลุ่มนั้นๆ ตามศักยภาพและทักษะของแต่ละคน มีรายละเอียดเป็นของตัวเองอย่างอิสระ ใช้ฝ้ายหรือไหมพื้นบ้าน เส้นมือ สาวมือ ฟอกย้อมโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เป็นกระบวนการตามภูมิปัญญาเฉพาะถิ่น ทำให้เกิดเป็น ผ้าพื้นที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน

1.1.1.2 ผ้าทอถึงอุตสาหกรรม คือผ้าที่ตัดตอนกระบวนการทอผ้าแบบพื้นบ้านตามภูมิปัญญาท้องถิ่นไปอย่างมาก เพราะใช้เส้นใยสำเร็จรูป เส้นใยสังเคราะห์และย้อมสีเคมี ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบใกล้เคียงผ้าทอพื้นบ้านเดิม แต่เส้นใยและสีมาจากโรงงานอุตสาหกรรม อาศัยแรงงานของชาวบ้านเฉพาะขั้นตอนการทอมือเท่านั้น

1.1.1.3 ผ้าราชสำนัก คือผ้าพิเศษเฉพาะ โอกาสพิเศษในงานสำคัญเป็นพิเศษ มีความวิจิตรอย่างยิ่ง เนื่องจากใช้มือเป็นพิเศษ ใช้เทคนิคพิเศษและซับซ้อน เป็นสิ่งที่ทำให้หลายคนมองว่า ผ้านี้สวยหรูเกินไปสำหรับคนทั่วไป อาจเพราะด้วยราคาหรือด้วยรูปแบบที่ไม่ธรรมดา ไม่สามารถนำมาใช้ทุกวันได้ ถูกสรุปว่าเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ไม่เหมาะทอวิถีชีวิตปัจจุบัน

1.1.1.4 ผ้าทอมือจากต่างประเทศ คือผ้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศแถบเอเชียและแถบยุโรปซึ่งเป็นประเทศที่มีการทอฝ้ายยาวนานจนมีชื่อเสียงเป็นที่ทรงจำ มีทั้งราคาถูกและราคาแพง เป็นผ้าที่มีจุดเด่นเฉพาะที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมการนุ่งห่มของผู้คนในประเทศนั้นๆ เช่น ผ้าลาว ผ้าพม่า ผ้าจีน ผ้าญี่ปุ่น ผ้าอินโดนีเซีย ผ้าอินเดีย ผ้าอิตาลี ผ้าอังกฤษ และผ้าฝรั่งเศส เป็นต้น

1.1.2 ผ้าทอโรงงาน

ผ้าทอโรงงาน เป็นผ้าที่เน้นปริมาณในการทอ มีลักษณะเนื้อผ้าเรียบลวดลายสม่ำเสมอ กันทั้งม้วนเป็นร้อยเป็นพันเมตรขึ้นไป มีสีสันทากหลายในลวดลายที่ซ้ำกัน โดยกระบวนการผลิตมีทั้งโรงงานที่ใช้คนทอ และโรงงานที่ใช้เครื่องจักรทอ โดยแบ่งตามแหล่งที่มา 2 แหล่งใหญ่

1.1.2.1 ผ้าทอโรงงานในประเทศ โดยทั่วไปจะแบ่งประเภทผ้าตามลักษณะของเส้นใยที่ใช้ ซึ่งส่วนนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

1.1.2.2 ผ้าทอโรงงานจากต่างประเทศ เป็นผ้าที่มีการนำเข้าอย่างแพร่หลาย เช่น ผ้าไหมจากลาว ผ้าลินินจากจีนและยุโรป ผ้าพม่า เช่น ผ้าโสร่งผ้าหมุดและผ้าใยสังเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ จากยุโรป เช่น ผ้ามองตากูต์ (Montagut) ผ้าโมแฮร์ (Mohair) ผ้าชีฟอง (Chiffon) ผ้าเครป (Crepe) นอกจากนี้ยังมีผ้าอื่นๆ เช่น ผ้าลูกฟูก ผ้าทอแบบถัก

1.2 ผ้าไหม

ผ้าไหม ถือเป็นเส้นใยธรรมชาติที่มีความสำคัญอันดับสามรองจากฝ้าย และขนสัตว์ อย่างไรก็ตามเส้นไหมมีลักษณะพิเศษกว่าเส้นใยอื่น ตรงที่มีความเงางามเฉพาะตัวด้วยสาเหตุดังกล่าว จึงทำให้ผ้าไหมเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมทั่วโลกโดยเฉพาะผ้าไหมไทย ซึ่งมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวในด้านความสวยงามจึงทำให้ไหมไทยเป็นที่รู้จัก และแพร่หลายมาเป็นเวลาช้านาน ทั้งในด้านความสวยงามและคุณภาพ

1.2.1 ผ้าไหมไทย

ผ้าไหมไทย เป็นผลงานอันเกิดจากความตั้งใจของผู้ทอที่แฝงไว้ด้วยความหมายแห่งศิลปะและจินตนาการ สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และความผูกพันระหว่างชนชาติกับวิถีชีวิตของคนไทยในแต่ละภาคของประเทศ ณ วันนี้ ผ้าไหมไทย จึงมิใช่เป็นเพียงตำนานที่เล่าขาน แต่ทุกเส้นใยที่สอดประสานจนเกิดเป็นลวดลายแห่งศิลปะบนผืนผ้า คือ มรดกอันล้ำค่าแห่งภูมิปัญญาของบรรพชนไทยที่อนุชนรุ่นหลังควรร่วมมือร่วมใจกันส่งเสริมสืบสาน และอนุรักษ์ให้อยู่คู่แผ่นดินไทยสืบไป

ผ้าไหมไทยทำจากเส้นใยธรรมชาติมีความเงามันงดงามอยู่ในตัวเอง กระบวนการผลิตเส้นใยไหมใช้เวลานานกว่าจะได้เส้นใยไหมที่มีคุณภาพ และนำมาย้อมสีโดยใช้วัสดุธรรมชาติ การออกแบบลวดลายประณีต การผลิตด้วยวิธีการแบบโบราณ เช่น การทำผ้าไหมมัดหมี่ การทำผ้าไหมจก การทำผ้าไหมจิด การทำผ้าไหมแพรวา การพันทลาย การสอดคั่นเงิน คั่นทอง เป็นต้น ดังนั้น ผ้าไหมจึงมีคุณสมบัติพิเศษ มีความโดดเด่นเงางามด้วยเส้นใยไหมมีลวดลายงดงามจึงสามารถนำมาตัดเย็บสวมใส่ได้อย่างมีความภาคภูมิใจ ในโอกาสต่างๆ เช่น

1.2.2 ชุดใส่จำลอง เพื่อความสวยงาม สวมใส่ในโอกาสต่างๆ ที่ไม่เป็นทางการ แต่ต้องการความสง่างามโดดเด่นในการสวมใส่

1.2.3 ชุดทำงาน ที่ตัดตามแบบของบริษัท ห้างร้าน หรือกลุ่มธุรกิจต่างๆ ที่ใช้ในโอกาสทำงานมีเอกลักษณ์เฉพาะองค์กร บ่งบอกถึงความเป็นไทยเรียบร้อยสง่างามตัดชุดที่ใช้ในงานพิธีการต่างๆ ที่ทำให้ดูโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ไทย เช่น (<http://www.originalthaisilk.com>, 21 กันยายน 2550)

- 1.2.3.1 งามเฉลิมฉลองในโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ
- 1.2.3.2 งานเลี้ยงสังสรรค์งานสันนิบาตสโมสร
- 1.2.3.3 งานประชุมสัมมนา
- 1.2.3.4 การเข้าพบคารวะผู้ใหญ่
- 1.2.3.5 พิธีกรรมทางศาสนา ในงานสำคัญต่างๆ
- 1.2.3.6 ชุดวิवाห์ ชุดราตรี
- 1.2.3.7 แฟชั่นโชว์แฟชั่นโชว์ในโอกาสต่างๆ สุดแล้วแต่การดีไซน์เพื่อให้เหมาะสมกับผู้สวมใส่และพิธีการนั้นๆ

1.3 ประเภทของผ้าไหม

ประเภทของผ้าไหมที่รู้จักและแพร่หลาย มี 7 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1.3.1 ผ้าไหมพื้น เป็นผ้าทอลายขัดโดยใช้เส้นยืนและเส้นพุ่งธรรมดาทั้งผืน จะเป็นสีเดียวกันหรือต่างสีก็ได้ ผ้าที่ออกมาจะเป็นพื้นเรียบไม่มีลาย และเป็นผ้าที่นิยมใช้กันทั่วไป

1.3.2 ผ้ามัดหมี่ เป็นศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองหนึ่งที่มีมานานแล้ว ทางภาคอีสานของ ไทยและบางท้องที่ในเขตภาคกลาง เช่น สุพรรณบุรี อุทัยธานี กาญจนบุรี ลพบุรี และชัยนาท วิธีทำผ้ามัดหมี่คือการมัดด้ายให้เป็นลายที่เส้นพุ่งหรือเส้นยืนด้วยเชือกแล้วนำไปย้อมสีเพื่อให้ได้สีและ ลวดลายตามความต้องการแล้วจึงนำมาทอเป็นผ้า ผ้าไหมมัดหมี่ในไทยนิยมทอผ้ามัดหมี่พุ่ง แต่บาง จังหวัดก็ใช้เส้นยืน เช่น เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ราชบุรี และเพชรบุรี

1.3.3 ผ้าจิด เป็นการทอแบบยกลายในตัว เรียกว่า เก็บจิด หมายถึงการเก็บตะกรอ ลายเพิ่มโดยใช้ไม้ไผ่ เรียกว่า ไม้เก็บจิด เป็นตัวยกเส้นแต่ละแถวให้เส้นพุ่งสอดผ่านจากริมผ้าด้าน หนึ่งไปสู่อีกด้านหนึ่ง เกิดเป็นลวดลายจิด

ผ้าทอลายจิดสังเกตได้จากลายซ้ำของเส้นที่พุ่งขึ้นเป็นแนวสีเดียวกันตลอด อาจจะ เหมือนกันทั้งผืนหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องมีลายซ้ำที่มีจุดจบ ผ้าไหมจิดทอกันทั่วไปในภาคอีสาน ภาค กลาง และภาคเหนือบางจังหวัด

1.3.4 ผ้ายก เป็นการทอผ้าไหมยกลายในตัว โดยใช้เส้นพุ่งพิเศษเป็น "ด้นเงิน ด้น ทอง" ใช้วิธีการเก็บตะกรอเช่นเดียวกับการทอจิด

ผ้ายกเป็นชิ้นไหมยกลายเฉพาะเชิงชั้น หรือยกตลอดทั้งตัวชั้นและเชิงชั้น มีทอกัน เป็นที่แพร่หลายในภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน ในภาคใต้ที่สุราษฎร์ธานี และ นครศรีธรรมราช และภาคอีสานที่ร้อยเอ็ด

1.3.5 ผ้าจก เป็นผ้าที่ใช้วิธีการเก็บและทอเช่นเดียวกับผ้าจิด แต่ทำลวดลายด้วยการเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วงๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้า ทำให้สลับสีได้ และสลับลวดลายต่างๆได้ ลักษณะผ้าจึงมีสีสั่น และลวดลายมากกว่าผ้าจิด

1.3.6 ผ้าแพรวา มีลักษณะลวดลายผสมกันระหว่างลายจิดและจกบนพื้นผ้า คำว่า "แพรวา" มาจากความยาวของผ้าที่ยาวประมาณว่าผ้าแพรวามักใช้ในงานพิธีต่างๆ ตามวัฒนธรรมของชาวภูไท เดิมทีมีเอกลักษณ์ที่ใช้สีแดงเป็นพื้น ต่อมาดัดแปลงสีสั่นตามสมัยนิยม

1.3.7 ผ้าไหมบาติก หมายถึงผ้าไหมสีพื้นและนำจี๊ผั่งมาเขียนลวดลายบนเนื้อผ้า จากนั้นนำผ้าไปย้อมสีตามต้องการ และต้มละลายจี๊ผั่งออกก็จะได้ลวดลายสีสั่นที่สวยงาม

นอกจากนี้ยังมีผ้าไหมพิมพ์ลาย ผ้าไหมมัดหมี่ซ้อน ผ้าไหมมัดหมี่ประยุกต์ ฯลฯ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปตามการออกแบบและการตกแต่งหากจะแบ่งตามผลิตภัณฑ์การส่งออก จะแบ่งได้ระหว่าง ผ้าไหมที่ทอด้วยเครื่องจักร และผ้าไหมทอด้วยมือ ซึ่งอย่างหลังนี้เป็นที่ชื่นชอบในตลาดต่างประเทศมาก (น้ำชาติ ประชาชื่น 2550)

1.4 การเก็บรักษาผ้าไหมควรทำอย่างไร

ผ้าไหมจะเก็บรักษาไว้ในลักษณะของเก่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมคุณลักษณะของผ้าไหมไว้ศึกษานั้น ผู้เก็บรักษาจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องการดูแลรักษาจะทำให้สามารถยืดอายุของผ้าไหมไว้ได้เป็นเวลานาน ข้อสำคัญบางประการที่ควรระมัดระวัง คือ

1.4.1 แสงแดด การเก็บผ้าไหมไว้ในตู้จะต้องไม่ให้ถูกแสงแดดส่อง จะทำให้ผ้าไหมสีซีดและเส้นไหมจะเปื่อยยุ่ยได้

1.4.2 แมลง ผ้าไหมที่เก็บไว้เป็นเวลานานจะมีแมลงต่างๆ รวมทั้งมดซึ่งจะกัดกินเนื้อผ้า เนื่องจากเป็นเส้นใยธรรมชาติซึ่งมีกลิ่น ทำให้มดจะกัดกินจึงควรใส่การบูรไว้ในตู้ที่เก็บผ้าไหมเพื่อไล่แมลงและมด

1.4.3 การพับเก็บ ถ้าจะเก็บไว้เป็นเวลานาน การพับผ้าไว้จะเกิดความเสียหายกับเนื้อผ้าได้ตามรอยพับ วิธีที่ดีที่สุดคือ การม้วนผ้าเก็บไว้ และใช้ผ้าขาวม้วนทับอีกทีหนึ่ง จะทำให้ผ้าไหมเก็บได้นาน และมีคุณภาพดีสีไม่ซีด (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 2548)

1.5 ภาวะทั่วไปของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในไทย

การสวมใส่เสื้อผ้าที่ตัดเย็บด้วยผ้าไหมบ่งบอกถึงรสนิยม ความเป็นเอกลักษณ์ไทย และเสริมบุคลิกภาพให้ผู้สวมใส่มีความสง่างามโดดเด่นด้วยคุณสมบัติของผ้าไหม

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก มีแรงงานในอุตสาหกรรมจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานในชนบท ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้วในด้านความงดงามของสีสันทัน และลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบันซึ่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนั้น ต่างได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคนไทยเป็นหลัก ซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตไหมไทยสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้าน และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แรงงานในชนบทด้วย โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าไม่น้อยต่อปี

ในปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาของชาวบ้านมากขึ้น หันมาบริโภคสินค้าไทย นิยมแต่งกายด้วยผ้าไทย ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอมือ โดยเฉพาะผ้าไหมไทยซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ทอขึ้นมาจากเส้นไหมอันเป็นเส้นใยจากธรรมชาติ มีเทคนิคการทอลวดลายที่มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นต่าง ๆ มีเสน่ห์ในตัวเอง เป็นการสร้างสีสันให้กับงานฝีมือของไทย เลือกซื้อหาได้ง่ายไม่น้อยกว่า ผ้าทอและผลิตภัณฑ์ผ้าทออื่นๆ แหล่งผลิตสำคัญของผ้าไหมอยู่

ที่จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขยายไปทุกภาคของประเทศ ผ้าไหมไทยมีความโดดเด่น เพราะมีเนื้อผ้าเป็นมันวาวเป็นประกาย มีเอกลักษณ์ของตัวเองที่ไม่เหมือนกับผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยมในตลาด ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เน็คไท เสื้อผ้า ผ้า ผืนแต่งบ้าน ปลอกหมอน พรม กระเป๋า รองเท้า กล่องใส่ของบุไหม เป็นต้น (กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม 2550)

1.6 ภาวะการตลาด

ตลาดภายในประเทศ การจำหน่ายส่วนใหญ่จะมีพ่อค้าคนกลางไปปรับถึงแหล่งที่ผลิต ผ้าทอ บางกลุ่มต้องจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า ขึ้นอยู่กับข้อตกลงซื้อขาย แหล่งผลิตบางแห่งมีการจัด วางสินค้าหน้าร้านเพื่อดึงดูดสายตา และเป็นจุดสนใจแก่ผู้พบเห็น การตลาดภายในประเทศจึงมี 2 ลักษณะคือ ตลาดขายปลีกและตลาดขายส่ง โดยแหล่งจำหน่ายสำคัญในประเทศในลักษณะขายปลีก คือ แหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัดสวนจตุจักร สวนลุมไนท์พลาซ่า ศูนย์ ศิลปาชีพบางไทร ตลาดลำเพ็ง โป้เบ้ ประตูน้ํา ขณะที่แหล่งตลาดขายส่งที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งผลิต สำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคกลางบางจังหวัด เช่น เชียงใหม่ ลำพูน ลพบุรี ปราจีนบุรี สระแก้ว และกรุงเทพฯ รวมถึงตลาดนัดสวนจตุจักรและสวนลุมไนท์พลาซ่า

ตลาดส่งออก ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 ตลาด คือตลาดหลัก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ตลาดใหม่ ได้แก่ ออสเตรเลีย ยุโรปตะวันออก และ เอเชีย

สาเหตุหนึ่งที่ผู้บริโภคในตลาดส่งออกที่สำคัญนิยมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย มากขึ้น เนื่องจากผ้าไหมของไทยมีการผลิตทั้งแบบที่เป็นงานฝีมือทอด้วยมือ และแบบที่ทอด้วย เครื่องจักร แบบผ้าไหมที่ทอด้วยมือ จะเป็นผ้าค่อนข้างหนา แต่มีความละเอียดอ่อนสวยงาม ประณีต โดยเฉพาะผ้าไหมไทยที่ใช้เส้นพุ่งที่สาวด้วยมือจะมีลักษณะเป็นปุ่มปม มีความแวววาวในตัวเอง มี ลวดลายและสีสันสวยงามเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมไทยที่แตกต่างจากผ้าไหมของ ประเทศอื่น ประเทศไทยจึงสามารถรองตลาดต่างประเทศสำหรับผ้าประเภทนี้ได้ และจากการ วิเคราะห์สนิยมของตลาดหลัก พบว่า

ประเทศญี่ปุ่น เป็นตลาดที่นิยมใช้และนำเข้าผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมรายใหญ่อีก แห่งหนึ่งของโลก และเป็นตลาดใหญ่ที่สุดของไทย ชาวญี่ปุ่นจะนิยมผ้าไหมที่มีเนื้อนุ่ม ถ้าเป็น เสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องเป็นแบบเรียบง่าย สามารถใช้ได้ทุกโอกาสและราคาไม่สูงจนเกินไป

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดที่นำเข้าผ้าไหมจากประเทศไทยเป็นอันดับสอง รอง จากญี่ปุ่น สินค้าที่นิยมตั้งจะเป็นผ้าไหมและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ประเทศสหภาพยุโรป เป็นตลาดใหญ่อีกหนึ่งแห่งหนึ่ง ที่นิยมใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากไทย มากเป็นอันดับ 3 รองจากญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งประกอบด้วยตลาดสำคัญ ได้แก่ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมัน สเปน และเนเธอร์แลนด์ สินค้าที่นิยมสั่งซื้อ ได้แก่ ผ้าไหม เสื้อผ้าสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

นอกจากตลาดส่งออกหลักที่สำคัญดังกล่าว ยังมีตลาดอื่นๆอีก เช่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย ฮองกง จีน และไต้หวัน ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพเพียงพอ ฐานะเศรษฐกิจดี และถือว่าเป็นลูกค้าประจำที่ประเทศไทยมีการส่งออกอย่างต่อเนื่อง และคาดว่า การส่งออกไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไปยังตลาด ดังกล่าว จะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.7 ปัญหาภัยอุตสาหกรรมผ้าไหม

แม้ปัจจุบันสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศเพิ่มขึ้นตามลำดับ ในเรื่องของการสร้างรายได้ให้ชาวนาบท และการแก้ปัญหา การเคลื่อนย้ายแรงงานสู่เมืองใหญ่ แต่สินค้าประเภทนี้ยังต้องเผชิญปัญหาต่าง ๆ เช่น

1.7.1 ปัญหาในด้านต้นทุนการผลิต ซึ่งได้แก่ วัตถุดิบประเภทเส้นไหมขาดแคลน มีไม่พอเพียงกับความต้องการนำมาใช้ในการผลิต จึงต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ จากข้อมูลของผู้นำเข้าเส้นไหมรายใหญ่ของประเทศที่ได้นำระบบการประกอบธุรกิจส่งออกและนำเข้าเส้นไหมมาใช้ ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การที่รัฐบาลได้พยายามช่วยเหลือโรงสาวไหมมานานกว่า 30 ปี แต่กลับไม่มีอะไรดีขึ้น ผู้นำเข้าเส้นไหมได้สั่งเส้นไหมจากจีน ตั้งแต่ปี 2538 จนในปัจจุบันได้มีการสั่งเส้นไหมลดลง เหตุผลที่สั่งน้อย ไม่ใช่ขาดตลาดผ้าไหมจำหน่ายไม่ดีหรือเส้นไหมภายในประเทศผลิตมากขึ้น หรือผู้ผลิตเลิกอาชีพการทอผ้า เหตุผลที่สำคัญคือ

1.7.2 เส้นไหมหนีภาษีเข้ามาแทนที่ (ซึ่งความต้องการใช้เส้นไหมภายในประเทศยังมีความต้องการเพิ่ม 800 – 900 ตัน/ปี)

1.7.3 ผู้นำเข้าเส้นไหมถูกต้องตามกฎหมายไม่กล้าปล่อยบัญชีลูกค้า

1.7.4 ปัญหาไหมลักลอบจากเวียดนามที่เข้ามาแย่งตลาดกับเส้นไหมไทย และรัฐบาลก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาไหมลักลอบให้หมดไปได้ เพราะการลักลอบจะทำในลักษณะกองทัพมด กำลังเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ทำหน้าที่ปราบปรามลักลอบมีไม่เพียงพอ ดังนั้น วิธีการแก้ปัญหาคือ โรงสาวไหมจะต้องช่วยตัวเอง ต้องลดต้นทุนการผลิต และลดราคาในการจำหน่ายลง เพื่อแข่งขันด้านราคากับเส้นไหมที่หนีภาษีได้ซึ่งจะทำให้ผู้ทอผ้า หันมาซื้อเส้นไหมภายในประเทศ ก็จะทำให้อยู่ได้ทั้งสองฝ่าย คือผู้จำหน่ายเส้นไหมและผู้ทอผ้า

1.7.5 ปัญหาคู่แข่งในในตลาดส่งออก กำลังมีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันกับผู้ผลิต ผู้ส่งออกของไทย ซึ่งในปัจจุบันคู่แข่งที่สำคัญได้แก่อินเดีย พบว่าอินเดียเป็น

ประเทศที่น่ากลัวประเทศหนึ่ง เนื่องจากเป็นประเทศที่มีการใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันกับไทย มีการย้อมและทอด้วยมือแบบเดียวกัน ลักษณะคล้ายไหมไทย อินเดียผลิตผ้าไหมใช้ภายในประเทศ 85 % ส่งออก 15 % มีความต้องการใช้เส้นไหมประมาณ 14,000 ตันต่อปี แต่สามารถผลิตได้เพียง 9,000 ตัน นำเข้าประมาณ 5,000 ตัน เมื่อ 10 ปีที่แล้วที่ผ่านมาส่งออกมูลค่าประมาณ 2,000 ล้านบาท มียอดการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ยอดส่งออกขณะนี้มากกว่า 10,000 ล้านบาท และเป็นผู้ส่งออกอันดับ 2 ของโลก มีความคล่องตัวในการนำเข้าเส้นไหมมาเพื่อใช้ในการผลิต มีนโยบายการค้าเสรี ผู้นำเข้าวัตถุดิบมาผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า และได้รับเงินอุดหนุนการส่งออก มีกำลังการผลิตสูง และสินค้าราคาถูกกว่าของไทย ประมาณ 30-40 %

จากปัญหาและข้อคิดดังกล่าว จึงได้มีการเสนอมุมมองการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทยหลัก ๆ ดังนี้

1. ประเทศไทยมีวัตถุดิบคุณภาพดีพอใช้ในระดับหนึ่งแต่ราคาผ้าสูงเกินไป การบังคับซื้อ โดยระบบสัดส่วนต้องยกเลิกหรือหากจำเป็นต้องคงไว้ จะต้องเป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด ต้องให้โอกาสเกษตรกรซึ่งปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และสาวเส้นเข้ามาทอในระบบสัดส่วนด้วย ส่วนภาษีนำเข้าหากรัฐต้องเก็บภาษีเส้นไหมขอให้เก็บน้อยที่สุด เพื่อให้ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาที่เหมาะสมและแข่งขันได้
2. พัฒนาด้านบุคลากร โดยเน้นที่ผ้าไหมทอมือ ซึ่งจะเป็นมรดกสืบทอดไปอีกยาวนาน รัฐควรที่จะบรรจุหลักสูตรการผลิตผ้าไหมในโรงเรียนตั้งแต่ระดับมัธยมจนถึงมหาวิทยาลัย
3. พัฒนาด้านบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มผลผลิต และลดการสูญเสียทั้งระบบ
4. พัฒนาด้านเทคโนโลยี ใช้วิธีการสมัยใหม่ เพื่อปรับปรุงคุณภาพพันธุ์หม่อน พันธุ์ไหม การสาวไหม การตีเกลียวและการทอผ้า
5. พัฒนารูปแบบสินค้าและการตลาด โดยเน้นที่แฟชั่น และผลิตสินค้าให้เหมาะสมกับรสนิยมของลูกค้า มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สินค้าผ้าไหมอย่างต่อเนื่อง

1.8 บทสรุป

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย นับเป็นสินค้าที่น่าสนใจประเภทหนึ่ง ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรหันมาสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการผลิตที่ควรทำการศึกษาวิจัย การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่นำมาซึ่งการผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพ ด้านต้นทุนที่ไม่สูงจนเกินไป รวมถึงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจต่อความเคลื่อนไหวของตลาดลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งควรเน้นการพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญด้วย ขณะเดียวกันก็ต้องพยายามลดต้นทุนการผลิตลง ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดระดับ

ต่างๆ และถึงแม้ว่าการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จะยังมีปัญหาในหลายด้าน แต่อุตสาหกรรมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ยังมีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อไป เนื่องจากไทยมีความสามารถในการผลิตลักษณะที่ครบวงจรอีกทั้งความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม มีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งในตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อไปฝากเพื่อนฝูง ญาติมิตรในบ้านเมืองตนเอง และกลุ่มผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ นอกเหนือจากจะมีรายได้ของการจำหน่ายสินค้าดังกล่าวในรูปแบบเงินตราต่างประเทศแล้ว ยังส่งผลให้แรงงานในชนบทซึ่งมีจำนวนมาก มีโอกาสในการหารายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย ดังนั้นผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย จึงเป็นสินค้าที่น่าสนใจประเภทหนึ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรหันมาสนับสนุนอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ตลอดจนเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไหม และผลิตภัณฑ์ไหมไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2550)

1.9 กลุ่มผลิตผ้าทอมือในจังหวัดนครราชสีมา

กลุ่มผลิตและจำหน่ายผ้าไหมทอมือ ในจังหวัดนครราชสีมา มีกระจายอยู่ในหลายอำเภอของจังหวัด ซึ่งมีการผลิตผ้าไหม ผ้าฝ้าย สืบทอดกันมาแต่สมัยโบราณ ปัจจุบันแหล่งผลิตและจำหน่ายผ้าไหมที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ อำเภอปักธงชัย ที่เป็นที่ยู่อักกันทั้งภายในจังหวัด ทั้งประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีโรงงานผ้าไหมที่มีชื่อเสียงไปถึงต่างประเทศ คือ โรงงานจิม ทอมป์สัน แต่เป็นภาคการผลิตแบบอุตสาหกรรมไปแล้ว ส่วนกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมแบบทอมือในอำเภอปักธงชัยก็ยังมีการผลิตและจำหน่ายอยู่หลายราย

ผ้าทอมือ (ไหม/ฝ้าย/โทเร) ในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ยังคงลวดลายดั้งเดิมและลวดลายประยุกต์ ที่มีลายสอดคล้องกับธรรมชาติ เช่น ลายเป็ด ม้า หงส์ ช้าง นาค ลายมะลิเถี่ย ดอกจัน ลายนาครำเทียน ลายน้ำไหล ลายต้นสน เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะทอเพื่อนำมาทำเป็นผ้าถุง ผ้าพัน ผ้าขาวม้า ผ้าห่ม เป็นต้น (มหาวิทยาลัยศิลปากร 2544 : 77)

ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในอำเภอปักธงชัย มีดังนี้

ผ้าไหมไทย ดาเรณี (Darinee Thai silk package design) ออกแบบชุด บรรจุภัณฑ์ผ้าไหม สร้างความเข้าสู่ชุดด้วยบรรจุภัณฑ์เนคไท องค์กรประกอบส่วนใหญ่ใช้ลายรดน้ำ กล่องผ้าไหมเปิดโชว์ผ้าไหมภายใต้แผ่นพลาสติกใส ตัวบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดทำด้วยกระดาษอาร์ตมันสี

บริษัทัตรทองไหมไทย จำกัด 78/1 วังคู หมู่ 8 ตำบล เมืองปัก อำเภอ ปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โทรศัพท์ 0-4444-1146 โทรสาร 0-4444-1146 ผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย ปริมาณการผลิต 200 ตัว / เดือน จำหน่าย ผ้าไหม และ ผลิตภัณฑ์ ผ้า

ไหมไทยทุกชนิด ผ้าไหม และ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจาก ผ้าไหมนานาชาติ ที่มีคุณภาพ สวยงาม นำสมัย และการบริการที่เข้าใจลูกค้ามากที่สุด ด้วย คอลเลคชั่นผ้าไหม และ ชุดสำเร็จรูปผ้าไหม ที่ไม่เหมือนใคร ประกอบด้วย ผ้าไหมพื้น 2 เส้น ผ้าไหม 4 เส้น ผ้าไหมมัดหมี่ เสื้อผ้าไหม สุภาพบุรุษ ชุดผ้าไหมสุภาพสตรี รวมถึง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ปลอกหมอน และ ของชำร่วยผ้าไหม ต่างๆอีกมากมาย

ร้านมัชชาดาไหมไทย (นางสาวรัตชากร สละวงศ์ลักษณ์) ที่อยู่ : 118/1 หมู่ 7 ตำบลนกออก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา 30150 ร้านมัชชาดาไหมไทยก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2542 มีสมาชิก 50-60 คน ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมและเพื่อส่งเสริมและปลูกฝังการสร้างนิสัย รักษาการอดออม เป็นผู้เสียสละ มีความเอื้ออาทร รักษาศิลปะภูมิปัญญาถ่ายทอดจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน และเป็นไปด้วยความคล่องตัวมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกโดยรวม จึงเป็นประกายในการก่อตั้งร้านมัชชาดาไหมไทย ในปี 2546 สำนักงานพัฒนาการอำเภอปักธงชัย ได้จัดส่งผ้าไหมทอมือปักธงชัยเข้าประกวดคุณภาพระดับจังหวัด ผลได้รับรางวัลเป็นตัวแทนการประกวดผ้าไหมภาค ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไหมทอมือปักธงชัย กล่าวได้อย่างภาคภูมิใจมีการนำศิลปหัตถกรรมจากบรรพบุรุษสู่ปัจจุบันด้วยคุณภาพผ้าและลวดลาย การตกแต่ง มีการเพิ่มกำลังการผลิตทันต่อความต้องการของตลาดพร้อมคิดค้นกรรมวิธีที่ทันสมัยตามสากลนิยมประกอบกับเปิดรับความคิดเห็นของลูกค้าที่นำสู่การพัฒนาให้กับกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ร้านมัชชาดาไหมไทยให้ความสำคัญในขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอน โดยเฉพาะผลกระทบต่อธรรมชาติมีการส่งเสริมให้ความรู้สมาชิกและร่วมโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญ

บริษัท ราตรีไหมไทย มัดหมี่ จำกัด (เตชิต ตุงศ์วัฒน์) 442/1 ม.1 ถ.เทพทรงชัย ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา 30150 โทรศัพท์ 0-4444-1095 โทรสาร 0-4444-1284

ประวัติความเป็นมา เป็นงานผ้ามัดหมี่ซึ่งมาประยุกต์ใช้กับการใช้สอยในปัจจุบันซึ่งเน้นเรื่องสีและลายให้ดูไม่เป็นแบบแผนเกินไปเพื่อใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าเวลาสวมใส่แล้วดูไม่โดดเด่นมากและใช้ได้บ่อยไม่เบื่อแต่จะดูเรียบหรู ชัดริ่งง่ายเป็นผ้ามัดหมี่ 10 เส้นทอไม่จับลาย ทอเป็นผ้าลูกฟูกในเส้นยืน 2 หน้า เป็นผ้าที่มีลายไม่มากและน้อยจนเกินไป พร้อมทั้งสีสันของผ้าออกแบบให้ดูกลมกลืนกัน เพื่อให้ง่ายกับการใช้งานเป็นผ้าที่เหมาะสมสำหรับงานตกแต่ง งานเสื้อผ้าได้ทุกเพศทุกวัย จะเน้นความเรียบหรู แนวคิดที่เกิดจากผ้าชิ้นนี้มาจากประสบการณ์ทำงานในหลายรูปแบบ จากการทำผ้าพื้นแบบหนา ผ้าลูกฟูก ผ้ามัดหมี่ ผ้าพื้นสองหน้าเมื่อนำลักษณะของผ้าทั้งสี่อย่างนี้มาผสมผสานกันแล้วจะเกิดผ้าชิ้นใหม่ที่สวยงาม จึงได้ทำผ้าชิ้นนี้ขึ้นมาและสวยงามกับที่คิดและทำขึ้นมา เป็นผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย ปริมาณการผลิต 5 หลา / วัน

หจก. วรณวัฒน์ไหมไทย ที่อยู่ 345 ม.12 ถ.ประชาพัฒนา ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย

จ.นครราชสีมา โทรศัพท์ 0-4444-1895 โทรสาร 0-4444-1531 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เนกไท ประเภท
ผ้า เครื่องแต่งกาย

เกษตรไหมไทย (กุลวดี ขวัญอยู่) 316/2 ม.2 ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา
30150 โทรศัพท์ 0-4428-3408 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมลายหางกระรอก ประเภท ผ้า เครื่อง
แต่งกาย

สหกรณ์การเกษตรผ้าไหมปักธงชัย จำกัด 377 เมืองปัก หมู่ 1 ถนน304 ตำบล เมืองปัก
อำเภอ ปักธงชัย จังหวัด นครราชสีมา โทรศัพท์ 0-4428-3134 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมสีพื้นเรียบ
1เส้น 2 เส้น 4 เส้น ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย

ร้านอรุณเรือไหมไทย (สังวรณ์ อรุณเรือ) 611/25 ม.10 ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.
นครราชสีมา 30150 โทรศัพท์ 0-4428-4360 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่สามตะกอก ประเภท
ผ้า เครื่องแต่งกาย

กลุ่มอาชีพสหกรณ์ศิลปปะผ้าไหมปักธงชัย (บุญยวีช ชนรรณพงษ์) 217 หมู่ 6 ถ.ลำซอ-
โคกสมอ ต. เมืองปัก อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โทรศัพท์ 0-4445-1162 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้า
ไหมมัดข้อม ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย โดยมีตลาดโคกเด่น สวยงาม ที่สำคัญใช้วัตถุดิบ
แรงงานในท้องถิ่น ลวดลายทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาด

กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู (ประภาพรรณ ผาภักดี) 28 ม.6 ต.เมืองปัก อ.ปักธงชัย
จ.นครราชสีมา โทรศัพท์ 0-4445-1245 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าเคหะภัณฑ์ ประเภท ผ้า เครื่องแต่ง
กาย

นางอุทัย ชินพรมราช 645 ม.1 ต. เมืองปัก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา 30150
โทรศัพท์ 0-4428-4058 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย

กลุ่มไหมเมืองย่าบาติก (พิไลลักษณ์ กล้าขุน) 154/1 ม. 18 ถ.ปักธงชัย-สุโขทัย ต. ตะคุ
อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา 30150 โทรศัพท์ 0-4445-2378 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมบาติก
ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย

กลุ่มสตรีผ้าไหมทอมือบ้านแปะ (อรุณ สอนตะคุ) 50 ม.13 ต. ตะคุ อ. ปักธงชัย จ.
นครราชสีมา โทรศัพท์ 0-4444-1777 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดข้อม ประเภท ผ้า เครื่องแต่ง
กาย ปริมาณการผลิต 220 หลา / วัน

กลุ่มสตรีสหกรณ์ผ้าไหมปักธงชัย 191/1 ม. 18 ถ.สมเด็จพระญาณมุนี ต.ตะคุ อ.ปัก
ธงชัย จ. นครราชสีมา 30150 โทรศัพท์ 0-4445-1823 ปริมาณการผลิต 100 หลา / วัน ประวัติ
ความเป็นมา เป็นผ้าไหมมัดหมี่หางกระรอก ซึ่งผ้าไหมหางกระรอกเป็นผ้าไหมประจำจังหวัด
นครราชสีมา ได้รับแรงบันดาลใจจากอยากปรับปรุงลวดลายให้ทันสมัยขึ้น จึงได้นำลายมัดหมี่มา

ทอใส่เพื่อให้เกิดลวดลายมัดหมี่ทางกระรอก ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยโดยแท้จริง เพราะขั้นตอนการทำต้องประณีต บรรจงทุกขั้นตอน

1.10 พฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าไหม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 5,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากศูนย์จำหน่ายสินค้าของโครงการ เหตุผลเพราะต้องการอุดหนุนสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ในการพิจารณาการเลือกซื้อจะพิจารณาจากคุณภาพ โอกาสที่จะซื้อเนื่องจากตามความต้องการ และบุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตัวเองเป็นคนตัดสินใจ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ซื้อบ่อยที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ผ้าฝ้าย อันดับ 2 คือ เสื้อผ้า และอันดับ 3 คือ ดอกไม้ประดิษฐ์ ส่วนโทนสีที่ชอบมากที่สุดคือ สีน้ำเงิน รองลงมา คือ สีม่วงและสีชมพู ความถี่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉลี่ย 4 ครั้งในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมามีปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉลี่ย 2 ชิ้นต่อการซื้อในแต่ละครั้ง และจำนวนเงินที่จ่ายไปในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในแต่ละครั้งเฉลี่ย 1,775 บาท (มาลีนี ฤาษุตะกุล, : 2546)

1.11 สินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

OTOP เป็นคำย่อที่มาจากคำว่า One Thumbon One Product ที่นำเอาไอเดียจากประเทศญี่ปุ่นในโครงการ OVOP One Village One Product ซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

โดยเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย

ระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศและได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ ซึ่งฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายพล อติเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ 2546)

โดยสำนักนายกรัฐมนตรีได้มีระเบียบและแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ” ลงวันที่ 7 กันยายน พ.ศ.2544 เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ มีชื่อย่อว่า “กอ.นตผ.” ซึ่งประกอบด้วย นายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ดำรงตำแหน่งรองประธานกรรมการ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม รัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม ปลัดทบวงมหาวิทยาลัย ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้ง จำนวนไม่เกิน 10 คน เป็นกรรมการ ซึ่ง คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1. กำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อให้การจัดทำแผนงานและงบประมาณของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ

2. กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล ที่จะอยู่ในบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

3. ศึกษา เสนอแนะ และให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรีให้มีการสนับสนุนและเร่งรัด เพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ได้จัดทำแผนแม่บท “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ขึ้นเป็นแผน 5 ปี (พ.ศ. 2545 – 2549) ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 โดยบูรณาการแผนงานและงบประมาณของกระทรวงต่างๆ ผ่านกลไกของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ส่วนกลางได้แก่ คณะอนุกรรมการจัดทำแผนงานและงบประมาณ คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด คณะอนุกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และพัฒนาเทคโนโลยี คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์ คณะอนุกรรมการติดตามและประเมินผล และคณะอนุกรรมการวิเทศสัมพันธ์ สำหรับคณะอนุกรรมการในส่วนภูมิภาค ได้แก่ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด มีชื่อย่อว่า “นตผ.จังหวัด” ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด ดำรงตำแหน่งประธานอนุกรรมการ และ พัฒนาการจังหวัด ดำรงตำแหน่งอนุกรรมการและเลขานุการ และคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอ มีชื่อย่อว่า “นตผ.อำเภอ” กรณีเป็นกิ่งอำเภอ ชื่อย่อเป็น “นตผ.กิ่งอำเภอ” ประกอบด้วย นายอำเภอ กรณีเป็น กิ่งอำเภอ หัวหน้าประจำกิ่งอำเภอ ดำรงตำแหน่งประธานอนุกรรมการ พัฒนาการอำเภอ ดำรงตำแหน่งอนุกรรมการและเลขานุการ

แผนแม่บท “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีเป้าหมายดังนี้

1. สร้างรายได้ให้ประชาชนในชุมชนและท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้ พื้นที่ความจำเป็นพื้นฐาน (มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท/คน/ปี) และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
2. เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2549 สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนจนสามารถพึ่งตนเองได้ร้อยละ 60 ของชุมชน (ตำบล/เทศบาล) ที่เข้าร่วมโครงการทั่วประเทศ

ปรัชญา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการ พื้นฐาน 3 ประการ คือ

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

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย

การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อ ยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

สินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล เมื่อปี พ.ศ. 2544 ขณะนั้น ฯพณฯ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยภาครัฐให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ การบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่นส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
4. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

คล้อยกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ตราสัญลักษณ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ONE TAMBON ONE PRODUCT LOGO) ที่คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติเห็นชอบเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์” ครั้งแรกเป็นรูปปลาตะเพียนสามเห็นเป็นลวดลายจักสานที่สะท้อนความเป็นไทยอยู่ในวงกลม ต่อมาในปี 2547 ได้มีการออกแบบสัญลักษณ์ใหม่เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ คำว่า OTOP ตัวโอ O ถูกออกแบบให้มองได้ 2 ลักษณะ คือ คล้ายเลขหนึ่งไทย ๑ และคล้ายอักษรภาษาอังกฤษตัวโอ O ดังตัวอย่างด้านล่าง



ภาพที่ 2 สัญลักษณ์สินค้า Otop

แนวความคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

แนวความคิดของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีแนวความคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น เพื่อลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปอยู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น อันเป็นแนวความคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช รัชกาลที่ 9 และคำว่า “ผลิตภัณฑ์” นั้นไม่ได้หมายถึงเฉพาะตัวสินค้าตามความเข้าใจโดยทั่วไปเท่านั้น แต่หมายรวมถึงกระบวนการทางความคิด การบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักแพร่หลายทั่วประเทศและทั่วโลก

2. วัสดุธรรมชาติกับหัตถกรรมท้องถิ่นและการบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม

2.1 วัสดุธรรมชาติ

ในปัจจุบันนั้นยังคงมีการนำมาใช้งานอยู่หลายประเภท เช่น ไม้ ไม้ไผ่ หวาย กล้วย กล้วยไม้ ย่านลิเภา กก เศษ ป่าหนัน ป่านศรนารายณ์ ปอสา ใบกะพ้อ ก้านธูปฤาษี หญ้าแฝก เชือกกล้วย ผักตบชวา ใบมะพร้าว ใบตาล ใบตอง กาบหมาก ผ้าจากวัสดุต่างๆ

ในสมัยโบราณใช้วัสดุธรรมชาตินำมาแปรรูปเป็นภาชนะบรรจุประเภทเครื่องจักรสาน เช่น เข่ง กระบุง บุงก็ กระจาด กระเช้า ตะกร้า หมวก หีบไม้ ลังไม้ บรรจุภัณฑ์สิ่งทอประเภท ถุงผ้า กระเป๋าผ้า ใถ่ ย่อม เป็นต้น ภาชนะบรรจุที่ทำจากวัสดุธรรมชาติจัดเป็นบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านของไทยที่เก่าแก่ที่สุด มีอดีตประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรม ซึ่งได้รับการสร้างสรรค์จากคนไทยพื้นบ้าน รุ่นแล้วรุ่นเล่าและวิวัฒนาการจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของงานศิลปหัตถกรรมไทยที่มีความเป็นเฉพาะตัวไม่เหมือนชนชาติใดๆ บรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้านไทย จุดแข็งอยู่ที่ สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน (Value Creation) เป็นการนำความถนัดของคนไทยในการสร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมจากบรรจุภัณฑ์เครื่องจักรสาน เครื่องไม้ เครื่องโลหะ เซรามิกและเครื่องถักทอ ผสานไปกับการออกแบบที่เข้าร่วมกับบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมสมัยปัจจุบันอันได้แก่ กระดาษชนิดต่างๆ พลาสติกหลากหลายประเภท แก้ว โลหะ

ในสมัยสุโขทัยมีคำที่จารึกไว้ในศิลาจารึกว่า “ใครใครค้า ค้า” และ “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” สะท้อนให้เห็นว่าเราต้องพึ่งพาบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น ปลาในข้อง ข้าวในกระบุง ผักในตะกร้า ปลาร้าในไห ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว ข้าวตากในกระบอกไม้ไผ่ หรือในหม้อดิน กะลามะพร้าวผ่าซีก ชันจากกะลา นั้นแสดงว่าคนไทยนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน (นเร ขจรจิตต์เมตต์ 2550 : 17)

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่และหวาย

ไม้ไผ่ เป็นวัสดุที่เก่าแก่ที่สุดที่มนุษย์รู้จักนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นพืชในธรรมชาติซึ่งมีความผูกพันต่อการดำรงชีวิตประจำวันของคนไทยมาตั้งแต่โบราณกาล คนไทยในชนบทใช้ไม้ไผ่สร้างบ้านเรือนอยู่อาศัยและใช้ในการทำหัตถกรรมเครื่องจักสานเพื่อใช้สอย ต้นไผ่ใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ตั้งแต่ หน่อ ราก ลำต้น และใบ คุณสมบัติเด่นของไม้ไผ่ คือ มีความคงทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ นำมาจักตอกเป็นเส้นเล็กๆ สานผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ได้หลายประเภท สามารถรับแรงดึงและแรงกดได้ดี โดยไม่แตกและหักง่าย ดังนั้น ไม้ไผ่จึงเป็นวัตถุดิบสำคัญในการทำเครื่องจักสานไทย ในขณะที่โลกปัจจุบันเป็นเรื่องของพลาสติก

ลักษณะรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ไม้ไผ่ที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ได้แก่ กระเป๋า เข่ง หลัว ชะลอม หรือประเภทที่เป็นเครื่องจับสัตว์ ได้แก่ กระชัง ข้อง เป็นต้น

หวาย พืชตระกูลปาล์ม (Palmae) ไม้เถาเลื้อยอันเป็นผลิตผลจากป่าธรรมชาติ มีความผูกพันต่อชีวิตของคนไทยในอดีตจนถึงปัจจุบัน สามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างมากมาย เป็นวัตถุดิบสำคัญในการทำหัตถกรรมเครื่องจักสาน การทำเครื่องเรือนและใช้ผูกมัดได้เหมือนเชือก ถ้าหวายใช้ทำบ้านเรือน คุณสมบัติที่ดีของหวายคือมีความเหนียว แข็งแรงทนทาน และยืดหยุ่นได้ดีกว่าไม้ไผ่ เป็นวัตถุดิบที่มีความเหมาะสมมากในการทำเครื่องจักสานที่มีอายุการใช้งานยาวนานมากกว่าวัตถุดิบพืชชนิดอื่นๆ

การพัฒนาความเจริญทางเทคโนโลยีในสังคมปัจจุบันช่วยให้มีการคิดค้นเครื่องมือเครื่องจักรเพื่อทุ่นแรง ในการเตรียมวัตถุดิบไม้ไผ่และหวายเพื่อทำเป็นเส้นสานให้รวดเร็วยิ่งขึ้นแต่การจักสานขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ยังอาศัยแรงฝีมือของช่างสาน เพื่อรักษางานหัตถกรรมให้มีคุณค่าเหมือนอย่างในอดีตที่ผ่านมา (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม, 2538 : 72)



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช

2.1.2 วัตถุประสงค์กับผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช

วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช มีมากมายหลายชนิดขึ้นอยู่กับภูมิประเทศและอากาศแต่ละท้องถิ่น พืชที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์โดยมากนำส่วนของ ใบ ลำต้น ราก และผล มาใช้ได้ ดังเช่น

2.1.2.1 กลุ่มพืชตระกูลปาล์ม เช่น มะพร้าว ลาน ตาล ชิด จาก หมาก กะพ้อ หลาว ชะโอน สาธุ หวาย ฯลฯ

2.1.2.2 กลุ่มพืชประเภท กก หญ้า และวัชพืช เช่น กกกลม กกสามเหลี่ยม กระจูด หญ้าตีนกา หญ้าคา ผักตบชวา คล้า คลุ้ม ฯลฯ

2.1.2.3 กลุ่มพืชประเภทป่านปอ เช่น ปอสา ปอแก้ว ปอกระเจา ปอส้มโอง และ ป่านสรนารายณ์ ฯลฯ

2.1.2.4 กลุ่มพืชประเภทพันธุ์ไม้เถา เช่น ย่านลิเภา เถาจุ่น ฯลฯ

2.1.2.5 กลุ่มพืชเศรษฐกิจ เช่น เปลือกข้าวโพด ข้างฟ้าง ฟางข้าว ก้านดอกอ้อย ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืชเป็นงานหัตถกรรมซึ่งทำจากวัตถุดิบจากธรรมชาติประเภทเส้นใยที่มีคุณสมบัติเหนียวและทนทาน โดยใช้วิธีการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ได้หลายวิธี เช่น จักสาน ถัก ทอ และตัด เย็บ เป็นต้น

พัฒนาการของรูปแบบผลิตภัณฑ์เส้นใยพืชที่น่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาดในสังคมยุคปัจจุบันและมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนชนบท ทั้งในด้านที่เป็นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ใบลาน ใบตาล และใบจาก
- 2) ผลิตภัณฑ์ก้านมะพร้าว และใยมะพร้าว
- 3) ผลิตภัณฑ์ใบกะพ้อ
- 4) ผลิตภัณฑ์กก
- 5) ผลิตภัณฑ์กระจูด
- 6) ผลิตภัณฑ์ผักตบชวาและเชือกกล้วย
- 7) ผลิตภัณฑ์ใบเตยและใบป่าน
- 8) ผลิตภัณฑ์ปอสา
- 9) ผลิตภัณฑ์ย่านลิเภา
- 10) ผลิตภัณฑ์เปลือกข้าวโพด
- 11) ผลิตภัณฑ์ป่านสรนารายณ์
- 12) ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืชชนิดต่างๆ

2.1.3 กาบหมาก

กาบหมากหรือที่เรียกว่า กากปูเล หมายถึง ส่วนล่างของทางใบที่หุ้มรอบลำต้นหมาก เมื่อแก่จัดแล้วหลุดลงมามีลักษณะเป็นแผ่นแข็งเหนียว ความกว้างประมาณ ๑๒ นิ้ว ความยาวประมาณ ๒๐ นิ้ว หรือตามขนาดของลำต้น กาบสดจะเป็นสีเขียวอ่อน

ปัจจุบัน ได้มีการนำกาบหมากแปรรูปเพื่อให้เกิดประโยชน์ ทั้งต่อการใช้สอยและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น จานกาบหมาก



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์จากกาบหมาก

2.1.4 ผลิตภัณฑ์กระดาษ

กระดาษเป็นวัสดุแผ่นบางๆ ทำจากเส้นใยพืชต่างๆ เพื่อใช้ทำเยื่อกระดาษ เช่น ฟาง ข้าว หญ้าขจรจบ ชานอ้อย ไม้จำพวกเนื้ออ่อน ไม้ไผ่ ไม้สน ไม้ยูคาลิปตัส ปอแก้ว ปอสา ป่าน เป็นต้น ตามประวัติกล่าวว่า ชาวจีนเป็นผู้คิดค้นทำกระดาษขึ้นเพื่อถวายจักรพรรดิเมื่อปี พ.ศ. 648 ต่อมาจึงแพร่หลายไปสู่ เกาหลี ญี่ปุ่น ประเทศทางตะวันตกและตะวันออกไกล สำหรับประเทศไทยไม่ปรากฏหลักฐานว่ามีการทำกระดาษเมื่อใด ประโยชน์ของกระดาษนำไปใช้เขียนหรือพิมพ์หนังสือ กระดาษห่อของ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ของที่ระลึก ของใช้อื่นๆ

ผลิตภัณฑ์กระดาษ เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยมีการทำมาช้านานบรรพบุรุษไทยมีความสามารถในการประดิษฐ์คิดทำกระดาษขึ้นใช้จากวัสดุซึ่งหาได้ในท้องถิ่น คือ เปลือกของต้นข่อย และต้นปอสา เพื่อทำเป็นกระดาษข่อย และ กระดาษสา เป็นกระดาษที่ทำด้วยมือตามกรรมวิธีพื้นบ้าน ตั้งแต่สมัยโบราณ

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษที่มีอยู่ในปัจจุบันมีหลายประเภท ทำจากกระดาษชนิดต่างๆ ทั้งประเภทที่ทำจากกระดาษสาด้วยมือ และกระดาษจากโรงงานอุตสาหกรรม ประเภทของรูปแบบผลิตภัณฑ์กระดาษ แบ่งตามสภาพการใช้กระดาษขึ้นรูป มี 2 ประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์กระดาษแผ่น
2. ผลิตภัณฑ์กระดาษอัด

ผลิตภัณฑ์กระดาษแผ่น เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษที่ได้จากวัสดุแผ่นกระดาษสำเร็จรูป คือ กระดาษสา หรือกระดาษชนิดอื่น ๆ โดยนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยต่างๆ หรือเครื่องเล่นเพื่อความบันเทิง และเครื่องตกแต่ง รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระดาษแผ่นที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ไทย ได้แก่ สมุดไทย ร่ม ว่าว นอกเหนือจากการทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแล้วยังมีผลิตภัณฑ์กระดาษแผ่นที่น่าสนใจอีกคือ พัด รูปภาพประดับผนัง และการทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากกระดาษสาหรือกระดาษเนื้อบางที่ไม่ใช้แล้ว จากสมุดโทรศัพท์ นำมาม้วนเป็นเส้นกลมเล็กๆ เพื่อใช้สานขึ้นรูปดังกล่าวแล้วยังมีผลิตภัณฑ์กระดาษแผ่นที่น่าสนใจอีกคือ พัด รูปภาพประดับผนัง และการทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากกระดาษสาหรือกระดาษเนื้อบางที่ไม่ใช้แล้ว จากสมุดโทรศัพท์ นำมาม้วนเป็นเส้นกลมเล็กๆ เพื่อใช้สานขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ใช้สอยต่างๆ เช่น กระเป๋า ตะกร้า กล่องเครื่องใช้ต่าง ๆ นับเป็นผลิตภัณฑ์แนวใหม่ ที่ดัดแปลงจากวัสดุกระดาษ ไม่ใช้แล้วมาทำให้เกิดประโยชน์ให้คุ้มค่า

ผลิตภัณฑ์กระดาษอัด เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ได้จากเศษกระดาษชนิดต่างๆ นำมาอัดขึ้นรูปเพื่อประโยชน์ใช้สอยเชื่อว่าจีนเป็นชนชาติแรกที่ทำผลิตภัณฑ์ชนิดนี้แล้วแพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ เรียกว่า ปาเปียร์ มาเช่ (Papier Mache') ซึ่งหมายถึงกระดาษที่นำมาแปรรูป โดยการบดเคี้ยว อัด หรือย่อยสลาย สำหรับประเทศไทย คาดว่า การทำผลิตภัณฑ์กระดาษอัดมีกำเนิดควบคู่ไปกับศิลปะการแสดงโขน โดยใช้ทำหัวโขนเพื่อการแสดง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษอัดในปัจจุบันได้มีการพัฒนาทั้งด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และเทคนิคการผลิต ให้มีความทันสมัยและความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น โดยใช้วัสดุเศษกระดาษที่ไม่ใช้แล้ว เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ กระดาษปรู๊ฟ กระดาษแข็ง กระดาษสา ฯลฯ และ กาวเป็นตัวประสาน

หลักสำคัญของการทำผลิตภัณฑ์กระดาษอัด คือ การออกแบบ และการปั้นหุ่นแบบขึ้นรูป การทำแม่พิมพ์ตลอดจนขั้นตอนการปะติดหรือการอัดกระดาษด้วยเทคนิควิธีต่างๆ แต่ละขั้นตอน เป็นงานที่อาศัยแรงงาน ฝีมือในการผลิตเกือบทั้งหมดการลงสีวาดลวดลายต้องใช้ความรู้ทางศิลปะเข้ามาประกอบจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามน่าใช้

2.2 หัตถกรรมท้องถิ่นบ้านด่านเกวียน

สังคมไทย เป็นสังคมเกษตรเพื่อยังชีพมาแต่ครั้งโบราณกาล นอกจากการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ไว้ใช้เป็นอาหารและไว้ใช้แรงงานแล้ว ยังมีความจำเป็นที่จะต้องผลิตสิ่งอื่นที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตไว้ใช้ในครอบครัวด้วย ดังนั้น เวลาที่ว่างจากงานด้านเกษตรกร จึงเป็นเวลาที่ใช้ทำงานด้านหัตถกรรมแล้ว ยังนำส่วนที่มากกว่าความต้องการใช้ไปแลกเปลี่ยนสิ่งอื่นที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งครอบครัวไม่สามารถจะผลิตได้เอง เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนก็เป็น ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใน

ลักษณะดังกล่าวข้างต้น แม้ว่าจะมีหลักฐานหลายอย่างปรากฏให้เห็นเด่นชัดว่า มีการทำเครื่องปั้นดินเผาอยู่หลายแห่งในภาคอีสานมานานแล้ว เช่นที่บ้านเชียง แต่ปัจจุบันนี้ เมื่อก้าวถึงเครื่องปั้นดินเผาของภาคอีสาน คนไทยทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างประเทศ รู้จักเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนมากกว่าเครื่องปั้นดินเผาจากแหล่งอื่น เพราะปัจจุบันนี้ เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนได้วิวัฒนาการจากหัตถกรรมในครัวเรือน เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมเพื่อส่งออกนอกท้องถิ่น ดังจะเห็นวัตถุประสงคณ์ี้ได้อย่างชัดเจน ตั้งแต่การผลิตไปจนถึง รูปแบบ กระบวนการผลิต และระบบการซื้อขายที่แพร่กระจายไปยังตลาดต่างประเทศ

ด่านเกวียนเป็นแหล่งมีวัตถุศิลปสำคัญของเครื่องปั้นดินเผา เช่น ดินตามริมฝั่งมูลตามตะกุดต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นการประกอบอาชีพของประชาชนส่วนมากถนัดในการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งแตกต่างจากสมัยเดิมจะทำอยู่ในบริเวณที่เรียกว่า "ตะกุด" เพราะมีดินและแหล่งน้ำ และไม้ที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับเผาเครื่องปั้นดินเผา ตามคำบอกเล่าของคนในสมัยก่อนเล่ากันต่อๆมาว่า มี "พวกข่า" คือ พวกเร่ร่อน (คล้ายผีตอเหลือง) เป็นชนกลุ่มเล็ก ๆ ใช้ใบไม้แห้งทำเป็นที่พัก และจะย้ายที่อยู่ไปเรื่อยๆ เป็นผู้นำดินมาปั้นเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น โอ่งดิน ไห ครก เป็นต้น และมีรูปลักษณะที่แตกต่างกับปัจจุบันนี้ ฉะนั้นจึงแบ่งการทำเครื่องปั้นดินเผาของบ้านด่านเกวียน เป็น 4 ยุค ยุคที่ 1 จะปั้นเป็นหม้อน้ำ โอ่ง ครก และเครื่องใช้ที่จำเป็นในครัวเรือน เป็นต้น ยุคที่ 2 จะทำสืบทอดกันมาเป็นกระถาง ไห กระถางรินน้ำข้าว เป็นต้น ยุคที่ 3 จะทำเป็นลักษณะเดิม และดัดแปลงเล็กน้อย แต่ก็อยู่ในรูปแบบเดิม ยุคที่ 4 ในยุคนี้เปลี่ยนแปลงจากเดิมมาก นอกจากจะปั้นโอ่ง กระถางแล้วยังปั้นเป็นรูปสัตว์ต่างๆ เช่น นกฮูก กระเช้าแขวนหน้าบ้าน และยังเปลี่ยนแปลงอีกหลายอย่าง ดังที่เห็นในทุกวันนี้

ลักษณะของดินด่านเกวียน

ดินที่เหมาะสมแก่การปั้นเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน จะเป็นดินเหนียวเนื้อละเอียด ไม่มีกรวดหิน รากไม้ หรือสิ่งอื่น ๆ เจือปน มีสีแดง หรือน้ำตาลดำ (แดง) ดินที่มีคุณลักษณะดี คือดินที่ปั้นแล้วนำมาเผาจะได้สีแดง เรียกว่า สีเลือดปลาไหล ปัจจุบันค่อนข้างหายาก เหตุที่ดินมีสีแดงเป็นเพราะว่า มีออกไซด์ของโลหะผสมอยู่ ซึ่งอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของเหล็กก็ได้ เมื่อเผาแล้วจึงกลายเป็นน้ำเคลือบในตัว



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์จากดินเผาด่านเกวียน

ขั้นตอนการผลิต

1) การเตรียมดิน

- การหมักดิน เมื่อขุดดินมาจากแหล่งดินแล้วจะนำดินมาผสมกันในอัตราส่วน ดินเหนียวมาก 2 ส่วน ดินเหนียวน้อย 1 ส่วน แยกเศษไม้ เศษหินออกรดน้ำให้ชุ่มแล้วนำไปหมักในหลุมขนาด 1x1 เมตร ลึก 20 ซม. โดยใช้เวลาหมัก 24 ชั่วโมงอย่างน้อย

- การนวดดิน นำดินเข้าเตรียมนวด และเครื่องนวดก็จะรีดดินออกมา เป็นก้อนๆ(ในสมัยโบราณการนวดดินจะใช้หนังควายหรือไม้กระดานทับบนเนื้อดินข้างนวดจะใช้เท้าเหยียบไปมาจนกว่าเนื้อดินจะเข้ากัน) หลังจากนั้นจะรีดดินเป็นก้อนๆขนาดยาวประมาณ 25 - 30 ซม. กว้างประมาณ 8 ซม. เรียกว่า ล้อ ซึ่งเป็นตัวกำหนดขนาดของภาชนะที่จะปั้นรดน้ำให้ชุ่มห่อพลาสติกเก็บไว้ 2 วัน (สมัยโบราณใช้ใบตอง กระจอบ ห่อเก็บไว้ในโอ่ง หรือไห)

2) การขึ้นรูป

เครื่องมือที่ใช้ในการขึ้นรูป มีลักษณะเป็นแป้นหมุนวงกลมซึ่งเรียกว่า พะมอน ช่างปั้นและลูกศิษย์ (คนหมุนพะมอน) จะทำงานร่วมกัน โดยช่างปั้นจะนำ ล้อ ไล้รูปทรงขึ้นเรื่อยๆตามความต้องการของขนาดภาชนะในขณะที่ลูกศิษย์จะทำหน้าที่หมุนพะมอนตามจังหวะที่ช่างปั้นต้องการและสัมพันธ์กัน และตลอดเวลาการขึ้นรูปนั้น ช่างปั้นจะต้องใช้ผ้าชุบน้ำซับดินที่ขึ้นรูปเพื่อป้องกันดินแห้งโดยตลอดด้วย

3) การตกแต่ง

ในสมัยโบราณนั้นมีรูปแบบของลายเพียงลายเดียวเท่านั้น เรียกว่า ลายตะเกียง โดยใช้ไม้ขีดลงบนภาชนะ ที่ปั้นในขณะที่พะมอนหมุน แต่ในปัจจุบันมีการเพิ่มลวดลายใหม่ตามจินตนาการของช่างปั้น ปัจจุบันแยก ออกเป็น 3 แบบคือ การ การขูด การฉลุ และการปั้นแปะ โดยการใช้น้ำโคลนของดินชนิดเดียวกัน ซึ่งเรียนกันว่า จี๋หู่ เป็นตัวประสานลายที่ปั้นแปะ

4) การผึ่ง

นำภาชนะที่ขึ้นรูปเสร็จแล้ว ไปผึ่งที่โรงผึ่งซึ่งสร้างเป็นโรงหญ้าหลังคาคลุมถึงพื้น ป้องกันลม แดด ฝน พื้นเป็นทรายใช้เวลาผึ่งตามฤดูกาล ฤดูแล้ง 15 - 20 วัน ฤดูฝน 30 วัน

5) การเผา

ในสมัยโบราณ ชาวบ้านจะขุดเตาบริเวณจอมปลวกลึกลงไปใต้ดิน โดยใช้ปากปล่องจอมปลวกเป็นปล่องเตา เรียกว่า เตาทุเรียง แต่ในปัจจุบันนิยมใช้เตาเผาซึ่งทำจากอิฐดิบ แต่ยังคง สภาพลักษณะของเตาเป็นแบบดั้งเดิมอยู่ เพียงแต่มีข้อแตกต่างลักษณะเดียว คือเตาเผาปัจจุบัน อยู่บนผิวดิน การเผาแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ แบ่งตามอุณหภูมิของไฟ

- ไฟต่ำ หรือชาวบ้านเรียกว่า ลุ่ม อุณหภูมิประมาณ 0 - 300 องศาเซลเซียส โดยใช้ก้อนไม้ขนาดใหญ่ 3 ก้อน เเผาหน้าปากเตาประมาณ 12 ชั่วโมง

- ไฟกลาง หรือชาวบ้านเรียกว่า อุด อุณหภูมิประมาณ 300 - 900 องศาเซลเซียส โดยใช้ไม้เล็กๆ เผาต่อบริเวณปากเตาประมาณ 6 ชั่วโมงสังเกตเห็นละอองขาวที่ปากปล่อง

- ไฟใหญ่ หรือชาวบ้านเรียกว่า ลงไฟอุณหภูมิประมาณ 900 - 1,300 องศาเซลเซียส โดยใช้ไม้เผาภายในเตาประมาณ 6 ชั่วโมง

หลังจากไฟไหม้ท่อนไม้จนหมด ใช้อิฐดิบหรือดินปิดปากเตาทิ้งไว้ 48 ชั่วโมง จึงจะนำผลิตภัณฑ์ออกจากเตาได้

2.3. การบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม

การใช้ภาพลี้นกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม มีที่มาจากการใช้ภาพบรรจุภัณฑ์เพื่อเลียนเทคนิคการพับและการห่อกระดาษแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นที่เรียกว่า Tsutsumu ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของการบรรจุแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นที่สืบทอดตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงปัจจุบัน

การพับกระดาษแบบญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์อยู่ที่ความประณีตในการพับ ทำให้กระดาษถูกพับซ้อนกันอย่างเป็นระเบียบสวยงาม รวมทั้งลวดลายที่วิจิตรบรรจงของกระดาษที่ห่อ ซึ่งปัจจุบันเอกลักษณ์ดังกล่าวได้ถูกถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น โดยการประยุกต์ร่องรอยอันเกิดจากพับกระดาษให้กลายเป็นภาพ 2 มิติ พิมพ์ลงบนวัสดุบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ เกิดเป็นลวดลายคล้ายกับการพับกระดาษอยู่บนบรรจุภัณฑ์ โดยไม่ต้องเสียเวลาพับกระดาษจริงๆ แบบเก่า

จากทฤษฎีใช้ภาพลี้นกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม เพื่อเชื่อมโยงทฤษฎีดังกล่าวเข้ากับพื้นฐานทางวัฒนธรรมของไทย พบว่า ประเทศไทยก็มีกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นั่นคือ การห่อ การมัด การร้อย การมัด และการจักสาน

การขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ (เขาวานถ นรินทร์สรรค์ดี 2552)

2.3.1 การห่อ

การห่อของไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะอยู่ที่การใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น ใบตอง ใบจาก ใบตาล ใบมะพร้าว สำหรับห่อหุ้มหรือพันรอบอาหาร ด้วยวิธีการหลากหลายทำให้เกิดรูปร่างของบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านหลายรูปทรง เช่น รูปทรงสามเหลี่ยมปิรามิด อย่างเช่น ขนมหเทียน หรือรูปสี่เหลี่ยม เช่น ข้าวต้มมัดและขนมจาก รูปกรวย เช่น ขนมห่อกล้วย การห่อบางชนิดต้องใช้ไม้กลัดเพื่อให้คงรูป บางชนิดก็ไม่ใช้แต่จะมีการพับเก็บขายอย่างเรียบร้อย



ภาพที่ 6 การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การห่อ

2.3.2 การมัด

การมัด เช่น การมัดหอมแดงรวมกันเพื่อเก็บรักษาไว้ใช้ให้นานขึ้น โดยใช้เชือก ภาพที่ 2.6 การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การห่อที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ ดอกที่ทำจากไม้ไผ่ หรือเชือกกล้วย เพื่อความแข็งแรงและความสะดวกในการขนย้าย โดยอาจใช้เชือกที่มัดนั้นทำเป็น หูสำหรับหิ้วได้ด้วย



ภาพที่ 7 การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การมัด

2.3.3 การร้อย

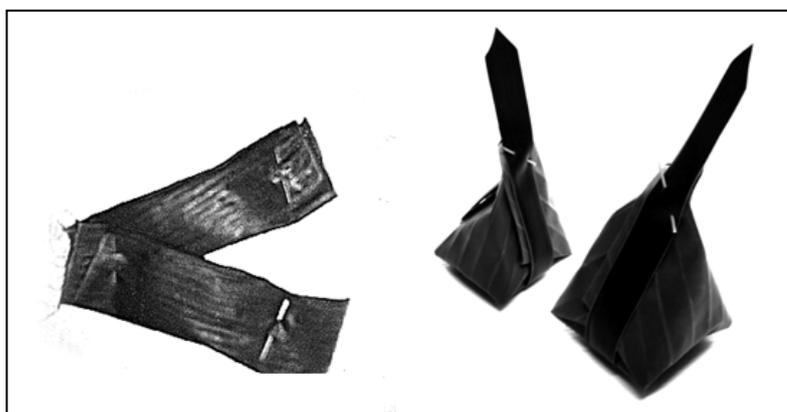
เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากการห่อ เช่น เมียง การบรรจุใช้ใบตองในการห่อมี ลักษณะเป็นทรงสี่เหลี่ยม โดยมีการใช้ใบตองห่อเป็น 2 ชั้น ชั้นแรกเพื่อให้ตัวสินค้าคงรูป ชั้นที่ 2 เพื่อปิดผนึกตัวห่อด้านในและเพื่อรวบรวมห่อเมียงให้เป็นชิ้นเดียวกัน ง่ายต่อการซื้อขายและหิ้ว กลับบ้าน



ภาพที่ 8 การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การร้อย

2.3.4 การกลัด

การกลัด ถือว่าเป็นกรรมวิธีการยึดติดตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อห่อหุ้มตัวสินค้าให้คงรูปตามต้องการ เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากการห่อเช่นกัน เป็นกรรมวิธีที่เรียบง่าย ส่วนใหญ่ใช้ก้านมะพร้าวตัดปลายแหลมแบบเฉียงทั้ง 2 ด้าน เพื่อนำไปกลัดยึดกับวัสดุห่อหุ้มอีกทีหนึ่ง เช่น ใบตอง ใบจาก ใบมะพร้าว แล้วแต่ชนิดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ



ภาพที่ 9 การบรรจุแบบดั้งเดิมแบบ การกลัด

2.3.5 การจักสาน

กรรมวิธีการบรรจุอาหารแบบดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทยอีกรูปแบบ คือ การจักสาน ซึ่งมีความโดดเด่นอยู่ที่ลวดลายอันวิจิตรบรรจง ที่เกิดจากการพลิกแพลงวิธีสานจนได้ลวดลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น



ภาพที่ 10 บรรจุกัญห้จากไม้ไผ่

จากจักสานสำหรับทำเป็นบรรจุกัญห้แบบดั้งเดิมของไทยนิยมใช้ไม้ไผ่ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นมา “จัก” หรือทำให้เป็นเส้นเรียกว่า ตอก ก่อนที่จะนำมาขัดสานกันให้เกิดเป็นลวดลายและรูปแบบบรรจุกัญห้สำหรับใส่อาหารชนิดต่างๆ เช่น ชะลอม กระจับข้าว แข่งปลาทุ ฯลฯ

รูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดจากกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิมทั้ง 5 วิธีของไทย ได้แก่ การห่อ การมัด การร้อย การกลัด และจักสานนี้ คาดว่าจะเป็นกรรมวิธีที่สามารถนำมาประยุกต์ให้กลายเป็นภาพลวดลาย 2 มิติบนบรรจุกัญห้ร่วมสมัยได้เช่นเดียวกับที่ประเทศญี่ปุ่นได้ประสบความสำเร็จมาแล้ว โดยการใช้ภาพเลียนกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม

การใช้วัสดุธรรมชาติมาประกอบ ถึงแม้ว่าการใช้วัสดุธรรมชาติเป็นส่วนประกอบในบรรจุกัญห้ จะไม่ใช่องค์ประกอบเรขศิลป์ 2 มิติ เพื่อสร้างภาพลักษณ์โดยตรง แต่เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้เกิดภาพและสี ที่ทำให้เกิดการสื่อสารทางสายตา ได้เช่นเดียวกับการใช้ภาพและสี นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยส่งเสริมความชัดเจนและน่าสนใจด้วยมิติความลึกและผิวสัมผัสอีกด้วย (ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2547)

กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุกัญห้เพื่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบบรรจุกัญห้เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีจึงต้องหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อสามารถลดปัญหาขยะบรรจุกัญห้ การสิ้นเปลืองทรัพยากร การนำบรรจุกัญห้มาใช้ซ้ำ การนำกลับมารีไซเคิลหรือแปรรูปใหม่และสุดท้ายการกำจัดทิ้งที่ไม่ก่อปัญหาตามมา ถ้าจะให้ความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละด้าน การลดปริมาณของบรรจุกัญห้ควรจะดำเนินการเป็นข้อแรก การนำมาใช้ซ้ำมีความสำคัญกว่าการรีไซเคิล การกำจัดทิ้งจึงเป็นสิ่งสุดท้าย ปัจจุบันนี้กลับกลายเป็นการจัดการกับขยะบรรจุกัญห้เป็นเรื่องสำคัญ น่าจะแสดงให้เห็นว่าบรรจุกัญห้ส่วนใหญ่ยังไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์แต่ละด้านย่อมมีข้อจำกัด สิ่งที่น่าออกแบบจะต้องคำนึงถึงคือความพร้อมของเทคโนโลยีการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและการจัดการที่สนับสนุนให้กลยุทธ์ต่างๆ เป็นจริงได้ กลยุทธ์การออกแบบบรรจุกัญห้มี 10 ข้อดังนี้

1. การออกแบบเพื่อลดส่วนประกอบที่เกินความจำเป็นในการบรรจุภัณฑ์
2. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเบา/ใช้วัสดุน้อย
3. ออกแบบเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ
4. ออกแบบเพื่อให้สามารถนำกลับมาผลิตใหม่
5. ออกแบบเพื่อให้สามารถนำมารีไซเคิล
6. ออกแบบเพื่อให้สามารถกำจัดทิ้งได้อย่างปลอดภัย
7. ออกแบบโดยไม่ใช้บรรจุภัณฑ์
8. ออกแบบให้สินค้ามีความเข้มข้นสูงหรือลดปริมาณน้ำ
9. ออกแบบให้มีการรวมกลุ่มสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์
10. ออกแบบให้ลดจำนวนสีที่ใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

(กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ม.ป.ป.)

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นศาสตร์อันดับต้นๆ ที่อยู่คู่มนุษยชาติมาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ที่เกิดจากสัญชาตญาณแห่งการเอาตัวรอดจากสัตว์ร้ายประกอบกับการยังชีพด้วยการหาอาหารมาบริโภคหาภาชนะเก็บน้ำไว้ดื่ม รวมไปถึงการคิดค้นภาชนะถนอมอาหารเพื่อเก็บไว้กินนานๆ (นเร ขอจิตต์เมตต์ 2550) ในยุคหินเมื่อมนุษย์ล่าสัตว์ได้เขาก็จะใช้หนังสัตว์ หรือใบไม้ห่อหุ้มสัตว์ที่ล่ามาได้เพื่อป้องกันพวกแมลง แสงแดดและฝน นอกจากนี้ในการพกพาอาหารหรือวัตถุที่ต้องการ สิ่งที่ใช้ในการห่อหุ้มจะเป็น ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระบอกไม้ กระเพาะสัตว์ หนังสัตว์ ฯลฯ เป็นต้น การรู้จักการแก้ปัญหาด้วยการนำเอาวัตถุดิบ (Raw Materials) จากธรรมชาติเข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การกระทำดังกล่าวจึงนับว่าเป็นที่มาของการบรรจุ (Filling) ต่อมามนุษย์เริ่มรู้จักการประดิษฐ์ คิดค้นภาชนะบรรจุด้วยการดัดแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุธรรมชาติให้มีรูปร่างและหน้าที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นนี้เอง จึงจัดว่าเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดั้งเดิม (Primitive Packaging Design) ที่มนุษย์ในสมัยก่อนได้กระทำขึ้นตามสภาพการเรียนรู้และการค้นพบวัสดุในแต่ละยุค

การออกแบบการบรรจุภัณฑ์ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการค้าและการบริการ ในฐานะของสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า (Aid Transportation) โดยทำหน้าที่ขึ้นพื้นฐานอันดับแรกคือ ปกป้อง คุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัยจากความเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทบกระเทือน และป้องกันสิ่งปนเปื้อนที่ไม่พึงประสงค์ (To Prevent Spillage And

Contamination) ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งสินค้าผลิตภัณฑ์จากโรงงานผลิตไปจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งบทบาทนี้มีผลทำให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ (Package Form) มีการพัฒนาขึ้นมารับรอง มีการออกแบบภาชนะบรรจุแบบปิด (Closed Container) เช่น ถังไม้ (Barrel) การรู้จักปิดผนึกบรรจุภัณฑ์ (Container Closure) เช่น มีฝาจุกปิดขวด (Bottle Plug Seals) ฯลฯ เป็นต้น เทคนิคและกรรมวิธีการบรรจุที่พัฒนาขึ้นตามหน้าที่ใช้สอยเหล่านี้ จึงเป็นผลทำให้เกิดการพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายลักษณะตามกาลเวลา และการค้นพบวัสดุหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้

(The Industrial Revolution) ที่เริ่มมาตั้งแต่ต้น ศตวรรษที่ 17 ทำให้ระบบการผลิต กลายเป็นการผลิตแบบขนานใหญ่ (Mass Production) และทำให้เกิดการพัฒนา รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถสนองความสะดวกสบายต่อการขนส่งสินค้า ความต้องการด้านความปลอดภัย ความรวดเร็ว ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ และความต้องการความหลากหลายของสินค้า ฯลฯ จึงทำให้เกิดการตรากฎหมาย (Legislation) หน่วยบรรจุภัณฑ์ (Unit Packaging) ตราสินค้า (Brand Identification) และการโฆษณา (Advertising)

1. มีการตรากฎหมายขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ให้ผู้ผลิตเคารพในกรรมวิธีการผลิตที่สะอาดบริสุทธิ์และถูกต้องตามหลักสุขภาพอนามัย (Respect To Sanitation And Purity) ไม่ปิดป้ายฉลาก หลอกหลวงผู้บริโภคเกินความจริง

2. หน่วยบรรจุ เกิดขึ้นเพราะให้ความคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่า

3. ตราฉลากสินค้าหรือยี่ห้อผลิตภัณฑ์ เริ่มมีความสำคัญเพราะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำ และเลือกผลิตภัณฑ์ที่ต้องการตามคุณภาพได้

4. ผู้บริโภคมีความรู้และประสบการณ์หลายด้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือเลือกการบริโภคอย่างแพร่หลาย โดยผ่านวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

3.2 วิวัฒนาการการออกแบบบรรจุภัณฑ์

มนุษย์เรามีวิวัฒนาการจากยุคหนึ่งมาสู่อีกยุคหนึ่ง เช่นนี้ตลอดมา สิ่งนี้จะส่งผลสะท้อน ต่อปัจจัย หรือองค์ประกอบในการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก จากแรกเริ่มที่มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ และดำรงชีวิตง่าย ๆ ด้วยการอาศัยผลิตผลจากการเพาะปลูก หรือการเลี้ยงสัตว์เพียงจำนวนไม่มาก มีการพึ่งพาอาศัยและติดต่อกันในกลุ่มใกล้เคียงเท่านั้น ต่อมาเมื่อจำนวนประชากรมีมากขึ้น มีการแบ่งกลุ่มอาศัยออกเป็นหมู่เหล่า การผลิตเฉพาะเพียงบริโภคในครอบครัวเริ่มไม่พอเพียง จึงเริ่มมีระบบการแลกเปลี่ยนที่กว้างขวางขึ้น ในที่สุดระบบการผลิตก็เปลี่ยนรูปไปเกิดเป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรม (Mass Production) ขึ้น การแลกเปลี่ยนสิ่งของเครื่องใช้ หรืออาหาร จึงขยายวงจากบุคคลใกล้เคียงไปเป็นการแลกเปลี่ยนกับบุคคลในกลุ่มอื่น ในอาณาเขตที่กว้างขวางขึ้น

ในระยะแรกของการแลกเปลี่ยน การเคลื่อนย้ายสิ่งของเครื่องใช้ที่มีการแลกเปลี่ยน ก็อาศัยขนานตามพื้นบ้านที่ใช้กันอยู่ในครัวเรือนตามสะดวกแต่ต่อมาเมื่อการแลกเปลี่ยนขยายขอบเขตจนถึงขนาดมีการซื้อขายและขยายขอบเขตวงกว้างออกไปมาก ๆ บรรจุกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาท เริ่มมีการคิดค้นและประดิษฐ์บรรจุกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการในแต่ละกรณี เช่น ใช้ใบไม้มาทำกระทง ห่อขนม เอากิ่งไม้หรือเปลือกไม้มาสานทำกระทง ชะลอม ตะกร้า ฯลฯ ซึ่งบรรจุกฎเกณฑ์เหล่านี้เป็นพื้นฐานมาจากการคิดค้นจากวัสดุธรรมชาติ และพัฒนามาเป็นบรรจุกฎเกณฑ์ในยุคต่อมา ซึ่งได้มีการคิดค้นวัสดุชนิดอื่น ๆ ที่จะสามารถตอบสนองประโยชน์ในการบรรจุกฎเกณฑ์ได้กว้างขวาง และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรจุกฎเกณฑ์อาจแบ่งออกได้อย่างกว้าง ๆ เป็น 2 ประเภท คือ

1) บรรจุกฎเกณฑ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ธรรมชาติได้สร้างหีบห่อขึ้นเพื่อป้องกันและรักษาผลผลิตทางธรรมชาติ โดยสร้างให้มีความเหมาะสมกับผลผลิตแต่ละชนิดไป อาทิเช่น เปลือกผลไม้ เปลือกไข่ เป็นต้น

2) บรรจุกฎเกณฑ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นบรรจุกฎเกณฑ์ที่เกิดจากการที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น โดยได้คิดประดิษฐ์จากวัสดุต่าง ๆ เพื่อสนองประโยชน์นานาประการ เช่น เพื่อคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการขนส่ง เพื่อการส่งเสริมการจำหน่าย ฯลฯ

จากการที่มนุษย์ได้คิดนำวัสดุที่มีตามธรรมชาติมาประดิษฐ์เป็นบรรจุกฎเกณฑ์ใช้ในชีวิตประจำวันดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ความพยายามและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ก็ยังไม่สิ้นสุดเมื่อเกิดความต้องการขยายให้กว้างขึ้น เช่น การขยายขนาด และจำนวนของสินค้า การเคลื่อนย้ายของใหญ่ ๆ จำนวนมากต้องการบรรจุกฎเกณฑ์ที่เหมาะสม และแม้เมื่อความเจริญก้าวหน้าทางด้านการตลาดมากขึ้น บรรจุกฎเกณฑ์ก็เข้ามามีบทบาทใช้เป็นเครื่องมือในทางการตลาดด้วย เช่น ใช้เป็นเครื่องช่วยในด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ดังนั้นจึงได้มีการค้นคว้าคิดประดิษฐ์บรรจุกฎเกณฑ์แบบใหม่ ๆ ตลอดจนปรับปรุง และค้นคว้าวัสดุที่ใช้ในการบรรจุให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น จนในที่สุดปัจจุบันเรามีวัสดุที่ใช้เพื่อการบรรจุภัณฑ์มากมายหลายชนิด อาทิเช่น กระดาษชนิดต่าง ๆ แผ่นโลหะ ใยสังเคราะห์ แก้ว พลาสติก ไม้ เป็นต้น

ปรากฏการณ์เหล่านี้ทำให้ตัวบรรจุกฎเกณฑ์ (Package) เริ่มเข้ามามีบทบาทแทนพนักงานขายมีความสำคัญมากในฐานะ “ ตัวแสดงสินค้า ” (The Representation Of Product) ที่ต้องการแสดงให้ผู้บริโภคเห็นถึงเนื้อในหรือเนื้อหา (Content) ของสินค้าด้วยการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าบนหีบห่อ โดยใช้เทคนิควิธีการออกแบบสมัยใหม่ที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ดังนั้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมาจึงมีการพัฒนากิจกรรมวิธีการผลิตบรรจุกฎเกณฑ์หรือภาชนะบรรจุความเร็ว ความเข้าใจด้านศิลปะ และกราฟิกดีไซน์ ด้วยเหตุและปัจจัยดังที่กล่าวมาแล้ว จึงเป็นผลให้เกิดอาชีพเฉพาะขึ้นในวงการอุตสาหกรรม คือ อาชีพนักออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ (Packaging Designer)

ที่เพิ่งเกิดขึ้นในช่วงไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาเอง ซึ่งนับว่าเป็นอาชีพใหม่ที่มีความสำคัญต่อวงการธุรกิจ การค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับคนหลายวงการ หลายอาชีพ และหลายวิทยาการ (Multidiscipline Profession) กล่าวคือ นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้อง ศึกษาหาความรู้ (new6 design ม.ป.ป.)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) มีบทบาทสำคัญกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ แทบทุกชนิด ทั้งในเรื่องการปกป้อง ห่อหุ้มสินค้า และเพื่อการจัดจำหน่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จัดทำขึ้นครั้งแรกเมื่อไร ไม่พบคำตอบชัดเจน แต่สันนิษฐานกว้างๆ ได้ว่าเกิดขึ้นตั้งแต่สมัยก่อน ประวัติศาสตร์แน่นอนตามสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้าย วัตถุ มวลสาร (ประชิด ทิณบุตร 2531 : 1)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) คือ กลยุทธ์สำคัญในการตอบโจทย์ การตลาดและกระแสหลัก เพื่อสร้างประสบการณ์และอารมณ์ร่วมระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค กระตุ้นให้ผู้บริโภคกระหายที่จะได้เป็นเจ้าของ สร้างความผูกพันจนเป็นพันธสัญญา อันจะนำไปสู่ การเป็น “แบรนด์” ในดวงใจของผู้บริโภค (ชัยรัตน์ อัสวางกูร 2548 : 10)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในช่วงศตวรรษที่ 19, 20 นับว่าระบบการพิมพ์ได้พัฒนา ก้าวหน้ามาก มีการนำเอาวิทยาศาสตร์ทางเคมีมาช่วยในการสร้างงาน นำเทคนิคการถ่ายภาพที่ ทันสมัยมาใช้และสามารถสร้างงานได้อย่างกว้างขวาง และพิมพ์บนพื้นผิวต่างๆ ได้มากมาย ซึ่ง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

พัฒนาการของการพิมพ์สี ทำให้ศิลปินได้สร้างสรรค์รูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ บ่อยครั้งได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของสินค้านั้นๆ ไป ปัจจุบันตราของผลิตภัณฑ์ได้กลายมาเป็นส่วน สำคัญเท่ากับตัวของผลิตภัณฑ์ และดูเหมือนว่าได้กลายมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค รูปแบบที่ประสบความสำเร็จนั้นถูกทำให้เปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่ยุคต้นอย่างมั่นคง และใน อีกหลายกรณีที่การออกแบบได้ถูกหล่อหลอมให้เป็นพื้นฐานอันโดดเด่นที่สร้างสรรค์ขึ้นให้เรา ได้เห็นทุกวันนี้ มิติใหม่ของศิลปะและการออกแบบที่กล่าวถึงได้กลายเป็นมาตรฐานที่เรายอมรับกัน ใน ปัจจุบัน พร้อมไปกับความใหญ่โตและสลบซับซ้อนของอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา การแข่งขันเพื่อ ช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่จะไม่มีวันเข้มข้นมากไปกว่านี้ เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นหลักเกณฑ์สำคัญของการ สื่อสารที่ถูกต้องไปสู่ผู้บริโภคเป็นอย่างดี

บรรจุภัณฑ์กับสิ่งแวดล้อม ชิลา คลาร์ก (Shiela Clarke) กรรมการผู้อำนวยการองค์การ ออกแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ (Packaging Innovation) แห่งประเทศอังกฤษ ได้แสดงความคิดเห็น ว่า ระบบการขนส่งที่ขาดความระมัดระวังและการควบคุมที่ดี นำไปสู่บรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เสียเงินและ สูญเสียทรัพยากร ด้วยเหตุนี้บรรจุภัณฑ์จึงถูกปรับให้เข้ากับสถานการณ์โดยจะต้องสามารถรับรอง

ได้ว่า สินค้าที่ส่งมาถึงจุดหมายปลายทางจะมีความปลอดภัยในอัตราสูงและมีสภาพที่ค่อนข้างสมบูรณ์

เทคนิคการผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์หรือตัวบรรจุภัณฑ์ได้พัฒนาก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอ เทคนิคที่ดีกว่านำไปใช้การผลิตบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ เช่นการพัฒนาวัสดุให้มีน้ำหนักเบาขึ้นแต่แข็งแรง และเพิ่มความแข็งแรงของวัสดุอย่างมีคุณภาพ เพื่อช่วยลดทรัพยากรให้น้อยลง แต่ในเรื่องของการออกแบบ ต้องวิเคราะห์ถึงประเภทของวัสดุเพื่อนำวัสดุกลับมาหมุนเวียนใช้อีกเพื่อช่วยลดการสิ้นเปลืองทรัพยากร ในอนาคตหากทรัพยากรและวัสดุที่นำมาผลิตบรรจุภัณฑ์เกิดการขาดแคลนราคาแพงมากขึ้น และวิธีดำเนินการกลับมาเป็นเรื่องที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมหาศาล นักออกแบบและผู้ผลิตคงจะต้องกลับมาคิดและปรับปรุงวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของรากฐานสำคัญสำหรับวิถีชีวิตยุคใหม่ (สำนักพิมพ์ นาฬิกา Packaging Design)

ในประเทศไทยย้อนไปในสมัยสุโขทัยที่มีประโยคจารึกไว้ในศิลาจารึกว่า “ใครใครค้า” และ “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” สะท้อนให้เห็นว่าคุณต้องพึ่งพาบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น ดังที่ว่า ปลาในช่อง ข้าวในกระบุง ผักในตะกร้า ปลาร้าในไห ข้าวจ้าว ข้าวเหนียว ข้าวตากในกระบอกไม้ไผ่ หรือในหม้อดิน กะลามะพร้าวผ่าซีกทำเป็นขันตักน้ำ และยังนำมาใช้เป็นภาชนะตวงสินค้าที่เป็นเม็ดของคนไทยมาแต่โบราณ เช่น ข้าวเปลือก ข้าวสาร ถั่ว งา เป็นต้น สำหรับบรรจุภัณฑ์น้ำดื่ม “คนโทดินเผา” ที่ชาวเหนือเรียกว่า น้ำตั้น ใส่แล้วเย็นซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาไทยที่เกิดขึ้นตั้งแต่ครั้งโบราณ ส่วนบรรจุภัณฑ์สมัยอยุธยาซึ่งเป็นช่วงที่มีชาวต่างชาติเข้ามาอาศัยอยู่มากมีการจัดตั้งหมู่บ้านฮอลันดา หมู่บ้านโปรตุเกส หมู่บ้านญี่ปุ่น หมู่บ้านอังกฤษ แยกและคนจีนกระจายอยู่ทั่วไป รวมถึงคนลาว คนมอญ ดังนั้นอยุธยาจึงเป็นแหล่งรวมอารยธรรมความเจริญ วิชาความรู้และเทคโนโลยีต่างๆ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์จากต่างชาติที่เข้ามากับเรือสำเภา ในยุคนั้นขวดแก้วเป่าด้วยปากมีรูปแบบสวยๆ บรรจุเหล้ากลั่นเริ่มหลั่งไหลมาจากยุโรป กล่องบรรจุยาเส้น กล่องช็อกโกแลต หีบไม้ หีบเหล็ก เครื่องแก้วเจียรระโน กระปุก ไหเหล้าเหมาโต ถังไม้บรรจุอาหารหมักดองจากเมืองจีน สิ่งเหล่านี้ทำให้อยุธาได้พบเห็นสิ่งใหม่ๆ แต่ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ห่างไกลตามชนบทยังคงดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย โดยหาวัสดุใกล้ตัวในท้องถิ่นที่มีอยู่มากมายเพื่อนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์อยู่นั่นเอง เช่น ไม้ไผ่ หวาย ปอ ป่าน เชือกกล้วย ใบลาน นำมาจักสานเป็นภาชนะใช้ในครัวเรือน เป็นต้น (อ.นเร ขอจิตต์เมตต์ 2550 : 17-22)

สำหรับประเทศไทยปัจจุบันตั้งแต่ปี พ.ศ.2515 ได้ให้ความสำคัญเรื่องบรรจุภัณฑ์โดยมีการจัดตั้งสมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย แต่ขณะนั้นได้ให้ความสำคัญเฉพาะบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ และเมื่อรัฐบาลในสมัยนั้นมีนโยบายด้านการส่งออกได้พบข้อบกพร่องในการส่งสินค้าออกนอกประเทศอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ ซึ่งทำให้สินค้าชำรุดเสียหาย จึงเป็นสาเหตุใหญ่ที่ผลักดันให้รัฐบาลนำเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ ฉบับที่ 4 (ปี พ.ศ.2530- ปี พ.ศ.2534) โดยเน้นการตอบสนองบรรจุภัณฑ์สินค้าภาคเกษตร เป็นอันดับแรก และบรรจุภัณฑ์สินค้าภาคอุตสาหกรรมเป็นลำดับสอง มีการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะ เพื่อทำการทดสอบบรรจุภัณฑ์ที่มีการทำวิจัยส่งเสริมความรู้พื้นฐานให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดตั้ง ศูนย์บริการการออกแบบ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมการส่งออกปี พ.ศ. 2533 การพัฒนาการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของประเทศไทย พบว่า ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ไม่ใช่เพื่อลดความ ซ้ำรูด เสียหายของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ยังสามารถใช้ลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์ สามารถแข่งขันทางการตลาด ส่งเสริมการขายเพิ่มมูลค่าสินค้า การให้ความสำคัญด้านการ พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2540 ในปี พ.ศ.2544 พบว่า มูลค่า การใช้บรรจุภัณฑ์สูงถึง 1 แสนล้านบาท และในปี พ.ศ.2544 พบว่า บรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ ได้แก่ กล่องกระดาษธรรมดา กล่องกระดาษแข็ง กล่องกระดาษลูกฟูก มีความต้องการใช้ประมาณ 1 ล้านตันต่อปี บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก ได้แก่ ซอง ถุง ขวด บรรจุภัณฑ์อ่อนตัว (Flexible Packaging) มีความต้องการใช้ประมาณ 370,000 ตันต่อปี บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก มีความ ต้องการใช้ประมาณ 25,000 ตันต่อปี บรรจุภัณฑ์ประเภทแผ่นเหล็กเคลือบดีบุกมีความต้องการใช้ ประมาณ 470,000 ตันต่อปี บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องอลูมิเนียม มีความต้องการใช้ประมาณ 1,700 ตันต่อปี และบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดแก้ว มีความต้องการใช้ประมาณ 450,000 ตันต่อปี (พรวิไล คาร์ว 2545 : 55-56) ตัวเลขของมูลค่าการใช้บรรจุภัณฑ์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศนี้ ย่อมเป็นดัชนีบ่งบอกถึงความสำคัญของการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากความต้องการในการ ใช้บรรจุภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี เมื่อพบว่าบรรจุภัณฑ์สามารถแข่งขันทางการตลาด ส่งเสริมการขาย นั้น ย่อมหมายถึงต้องมีการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งแรกที่สื่อให้ ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ตัวสินค้า หรือผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายอยู่ ในศูนย์จำหน่ายสินค้า ห้างสรรพสินค้า หรือห้างร้าน ที่ผู้ผลิตไม่สามารถไปอธิบายสรรพคุณ วิธีการใช้ ราคา ส่วนประกอบ ฯลฯ บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อทราบถึงข้อดี ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้ สามารถทำหน้าที่แทนผู้ผลิต หรือพนักงานขายได้เป็นอย่างดี

3.3 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การ ผลิตสินค้า หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะเห็นว่า การบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการ พัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนากันมานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือ ว่าเป็นคำคำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบที่จะใช้คำใด

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ดังนี้

บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ใช้ในการบรรจุสินค้า ในการจัดจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและหรือผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (ปุ่น และสมพร คงเจริญเกียรติ 2541 : 8)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง วิทยาการทางด้านวิทยาศาสตร์ศิลปศาสตร์และเทคโนโลยี ที่นำมาใช้ในการเตรียมสินค้าสำหรับการขนส่งและการจำหน่าย พร้อมทั้งคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยให้ข้อมูลสรรพคุณ และเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า (บ.เชอร์วิสต์ โฟกัส จก 2540 : 5)

บรรจุภัณฑ์หมายถึง 2 ความหมายคือ

1. บรรจุภัณฑ์หมายถึง การป้องกัน, ปกป้อง, ห่อหุ้ม, รองรับ, ให้ข้อมูล, ช่วยผู้บริโภคในการเลือกซื้อ, ลดความสูญเสีย, สร้างงานเป็นหมื่นเป็นแสน, รองรับในความปลอดภัยและอนามัย, ช่วยให้ราคาสินค้า, ประหยัดพลังงาน, ช่วยส่งเสริมการขายและการโฆษณาสินค้า, ช่วยมิให้ผู้ซื้อทำอันตรายต่อตัวสินค้า, ช่วยให้เกิดการบริการตัวเองของผู้ซื้อในร้านค้าได้

2. บรรจุภัณฑ์หมายถึง อุตสาหกรรมที่น่าตื่นเต้น เพราะมันผนวกเอาความเฉลียวฉลาดในการออกแบบเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ นอกจากนักการบรรจุภัณฑ์ยังก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากช่วยสร้างเกราะป้องกัน คู่แข่งและทะลุถนอมสินค้าตามต้องการ และก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องมากมายที่เรายังชีพอยู่ได้โลกของเรากำลังมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบรรจุภัณฑ์ ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตลอดหลายปีที่ผ่านมาเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่เปลี่ยนไป (สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย 2533 : 19, 20)

ความหมายของบรรจุภัณฑ์ หรือหีบห่อ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มบรรจุผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ในตัวผลิตภัณฑ์นั้นคงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด (ดารณี พานทอง 2522 : 5)

ความหมายของบรรจุภัณฑ์

1. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก หมายถึงผลิตภัณฑ์หน่วยเดียวที่ได้รับการห่อหุ้มหรือปิดผนึกในภาชนะ (ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย 2538 : 30)

2. บรรจุภัณฑ์เพื่อ การขนส่งทำหน้าที่ ในการขนส่งและเก็บรักษา (ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย 2538 : 30)

การบรรจุภัณฑ์หมายถึง กิจกรรมในการออกแบบภาชนะ หรือวัสดุเพื่อ ห่อหุ้ม คุ้มครองผลิตภัณฑ์ช่วยในการขนส่งบรรจุเก็บรักษาวางจำหน่ายตลอดจนอำนวยความสะดวกต่อการบริโภคอุปโภคผลิตภัณฑ์นั้นและช่วยส่งเสริมการตลาดด้วย (ศรีสุภา สหชัยเสรี. 2533 : 30)

Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิต ภาชนะบรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตรายี่ห้อ (Brand name)

ผลิตภัณฑ์ จากแหล่งผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือแหล่งที่ใช้ประโยชน์ เพื่อป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้และเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด (คารณี พานทอง 2524 : 29)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ (สุดาตวง เรืองรุจิระ และปราณี พรณวิเชียร 2529 : 128)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้าเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย สวยงาม มีภาษาในการสื่อสารและผู้ใช้ซึ่งเกิดความพึงพอใจ (จรรยา โกสีไกรนิรมล และดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ 2528 : 109)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้า สะดวกในการขนส่งและบริโภคส่งเสริมการค้า (ประจิต ทินบุตร 2531 : 21)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคในสภาพสมบูรณ์คงเดิม และราคาเหมาะสม (Briston and Neill 1972 : 1)

Package หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่รองรับหรือหุ้มผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์จากความเสียหายต่าง ๆ ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการขนส่งและการเก็บรักษา ช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ยังมีคำอีก 2 คำ ที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ คือ

1. การบรรจุภัณฑ์ (Packing) หมายถึง วิธีการบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยการห่อหุ้ม หรือใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ปิด หรือสิ่งอื่น ๆ ที่ปลอดภัย

2. ตู้ขนส่งสินค้า (Container) หมายถึง ตู้ขนาดใหญ่ที่ใช้ขนส่งสินค้า ซึ่งมีขนาดและรูปแบบแตกต่างกันตามวิธีการขนส่ง (ทางเรือหรือทางอากาศ) โดยทั่วไปจะมีขนาดมาตรฐานเป็นสากล คำว่า “ Container ” นี้อาจใช้ในความหมายที่ใส่ของเพื่อการขนส่งและจัดจำหน่าย ในปัจจุบัน

สรุปจากแนวคิดที่ได้กล่าวมานั้นพอจะสรุปได้ว่าบรรจุภัณฑ์ หมายถึงวิทยาศาสตร์และศิลป์ เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยทั้งนี้จะต้องสามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อ ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (พฤกษชาติ ชีวะ โอสถ 2549:7)

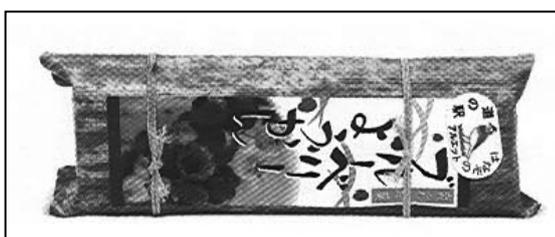
3.4 บทบาทของบรรจุภัณฑ์

ในสมัยก่อนนั้น การใช้บรรจุภัณฑ์ก็เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมี

บทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มมีการเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้ บรรจุกภัณฑ์ในปัจจุบันในด้านการตลาดจะทำหน้าที่สำคัญ 2 ครั้ง คือ

ครั้งแรก ทำหน้าที่ **จูงใจผู้ซื้อ (Buy Me)** เริ่มตั้งแต่ดึงดูดสายตา กระตุ้นความสนใจ นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

ครั้งต่อมา ทำหน้าที่ **สร้างการจำจำ (Recognize Me)** ให้ลูกค้ากลับมาเลือกซื้อได้อย่างสะดวกและถูกต้อง



ภาพที่ 11 การบรรจุกภัณฑ์ของญี่ปุ่น

คุณสมบัติของบรรจุกภัณฑ์

1. ปกป้อง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน
2. สื่อสาร ให้ข้อมูลหรือรายละเอียดสำคัญแก่ผู้บริโภค
3. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์
4. ให้ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน รวมทั้งการเก็บ หอบหิ้ว หรือขนส่ง

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุกภัณฑ์

บรรจุกภัณฑ์ที่ดี จะต้องสามารถผลิตและนำไปบรรจุได้ด้วยวิธีการที่สะดวก ประหยัด และรวดเร็ว การออกแบบบรรจุกภัณฑ์จึงต้องพิจารณาดังนี้

1. ลักษณะของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วย ขนาด รูปทรง

ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม ของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวข้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก/ ปริมาตรหรือความหนาแน่น สำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง ประเภทของสินค้าคุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ และปฏิกิริยาอื่น ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นคุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น กลิ่น การแยกตัว เป็นต้น สินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเป็นอย่างไร มีคุณสมบัติทางฟิสิกส์หรือทางเคมีอย่างไร เพื่อจะได้เลือกวัสดุในการทำบรรจุกภัณฑ์ที่ป้องกันรักษาได้ดี

2. ตลาดเป้าหมาย ต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อจะได้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มลูกค้าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำต้องวิเคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์เทียบกับคู่แข่งชั้นที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น ข้อมูลของปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของตลาด

3. วิธีการจัดจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเลยย่อมต้องการบรรจุภัณฑ์ลักษณะหนึ่ง แต่หากจำหน่ายผ่านคนกลาง เป็นคนกลางประเภทใด มีวิธีการซื้อของเข้าร้านอย่างไร วางขายสินค้าอย่างไร เพราะพฤติกรรมของร้านค้าย่อมมีอิทธิพลต่อโอกาสขายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมทั้งพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นที่จำหน่ายในแหล่งเดียวกันด้วย

4. การขนส่ง มีหลายวิธีและใช้พาหนะต่างกัน รวมทั้งระยะทางในการขนส่งความทนทานและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ การคำนึงถึงวิธีที่จะใช้ในการขนส่งก็เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบให้เกิดผลเสียที่น้อยที่สุด รวมถึงความประหยัดและปัจจัยเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศด้วย ในปัจจุบันนิยมการขนส่งด้วยระบบตู้บรรทุกสำเร็จรูป

5. การเก็บรักษา (Storage) การเลือกบรรจุภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงวิธีการเก็บรักษาสภาพของสถานที่เก็บรักษา รวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายในสถานที่เก็บรักษาด้วย

ลักษณะการนำไปใช้งาน ต้องนำไปใช้งานได้สะดวกเพื่อประหยัดเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่าย

6. ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่จะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก และจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขายหรือความสูญเสียค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ด้วย บรรจุภัณฑ์ที่ดีอาจต้องจ่ายสูงแต่ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ย่อมเป็นสิ่งชดเชยที่ควรเลือกปฏิบัติ รวมถึงผลการชดเชยในกระบวนการผลิต การบรรจุที่สะดวก รวดเร็ว เสียหายน้อย ทำให้ประหยัดและลดต้นทุนการผลิตได้

7. ปัญหาด้านกฎหมาย บทบัญญัติด้านกฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏชัดเจนคือ กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากการออกแบบกราฟิกของผลิตภัณฑ์ต้องเป็นไปตามข้อบังคับ นอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

8. ผลกระทบต่อสังคม ปัญหาที่ยังมิได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังคือ ผลกระทบต่อนิเวศวิทยา (Ecology) เกี่ยวกับการทำลายซากของบรรจุภัณฑ์ มูลเหตุที่ต้องมีการพัฒนาบรรจุ

3.5 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นับเป็นองค์ประกอบขั้นต้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องศึกษา เพื่อให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์บรรลุผลสำเร็จ ในการปกป้องคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์ รักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพเดิม เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดแบ่งตามลักษณะที่แตกต่างกัน แต่มีวัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objectives of Package) ที่คล้ายคลึงกัน คือ เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products) ดังนั้นประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

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

ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชิ้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

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

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด (Out Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

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

- บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ขั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกัน ให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษา และการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล

- บรรจุภัณฑ์ที่พบมีใช้อยู่โดยทั่วไปอีกประเภท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการลูกค้า ผู้บริโภคเมื่อตกลงซื้อสินค้าของศูนย์จำหน่ายสินค้า ห้างสรรพสินค้า ห้องเสื้อ ร้านค้าของชำ เป็นต้น ซึ่งมักจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ สามารถปรับใช้กับสินค้าผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด เช่น ซอง ถุง กล่อง รูปแบบขนาดต่างๆ กัน ผู้วิจัยจึงได้จัดแบ่งประเภทของ บรรจุภัณฑ์ตามลักษณะของการใช้งานไว้ 4 ประเภท คือ บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย บรรจุภัณฑ์ ชั้นใน บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด และ บรรจุภัณฑ์บริการ (Service Package) และกำหนดความหมายของบรรจุภัณฑ์บริการไว้ดังนี้

บรรจุภัณฑ์บริการ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงสามารถปรับใช้ได้ด้วยสินค้า หรือผลิตภัณฑ์หลายชนิด เพื่อให้บริการด้านการขายแก่ผู้บริโภค เมื่อตัดสินใจซื้อ ณ จุดขาย เช่นที่ ศูนย์จำหน่ายสินค้า ห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้านจำหน่ายสินค้าต่างๆ โดยมีหลากหลาย ภาษาที่ สื่อประชาสัมพันธ์ มีศูนย์บริษัทห้างร้าน ในรูปแบบต่างๆ เช่น การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี จุดเด่น การให้บริการ ช่วงเวลาโอกาส เทศกาล สัญลักษณ์ เป็นต้น (พินาลิน สาริยา, 2548 : 152)

3.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจแบ่งประเภทลักษณะการออกแบบได้ 2 ประเภทคือ

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์
2. การออกแบบกราฟิก

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (The Structural Packaging)

การออกแบบลักษณะโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดรูปลักษณะ โครงสร้างวัสดุที่ใช้ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ ตลอดจนจนการขนส่งเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ นับตั้งแต่จุดผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์นับเป็นการกำหนด รูปทรงหลังจากกำหนดประเภทของบรรจุภัณฑ์จาก สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ว่าควรจัดทำบรรจุภัณฑ์ประเภทใดเพื่อให้เหมาะกับลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกันต้องคำนึงถึงวัสดุที่จะนำมาใช้ทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อสามารถรองรับน้ำหนักของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ดี ซึ่งการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ผู้ออกแบบไม่สามารถสร้างสรรค์งาน โดยอิสระ จะต้องนำหลักทฤษฎี ข้อมูลหลายๆ ด้านมาเป็นแนวทางในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาลักษณะเฉพาะ คือการเก็บรักษาสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพเดิม เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบให้สอดคล้องกันกับสินค้า
2. กำหนดประเภทของบรรจุภัณฑ์ ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ควรจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทใด บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดที่ติดอยู่กับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่ติดกับบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยด้วย หรือจะออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์บริการ สามารถปรับใช้กับผลิตภัณฑ์เฉพาะหน่วยได้หลายๆ ชนิด ส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง ส่วนใหญ่ใช้ตามสากล ซึ่งเป็นมาตรฐานการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับระบบการขนส่งสามารถบรรจุ และใส่รถบรรทุกได้ลงตัว ดังนั้น การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งนี้จึงไม่นิยมออกแบบให้มีรูปร่างแปลกออกไป เพราะจะก่อให้เกิดปัญหาความไม่พอดี เกิดการสูญเปล่าในการขนส่งได้
3. กำหนดวัสดุที่นำมาใช้ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการรองรับน้ำหนักของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ดี
4. การสร้างแบบตามแนวความคิด (Sketch Idea) โดยร่างภาพหลายๆ ภาพเพื่อคัดเลือกสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับขั้นตอนต่อไป
5. การสร้างภาพประกอบรายละเอียด (Sketch Design) ในมุมมองต่างๆ เป็นภาพ 2 มิติ และ 3 มิติ ด้วยการเขียนแบบ (Mechanical Drawing) รูปแปลน (Plan) รูปด้านต่างๆ (Elevations) ทักษณียภาพ (Perspective) หรือภาพแสดงการประกอบ (Assembly) กำหนดมาตรฐานส่วนของบรรจุภัณฑ์จากภาพที่คัดเลือกจากขั้นตอนที่ 4
6. สร้างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จำลอง (Mock up) ตามขั้นตอนที่ 5 เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (Feasibility Study)
7. การปรับปรุงและแก้ไขแบบ (Design Refinement) ในกรณีที่การสร้างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จำลองเมื่อทดสอบแล้วพบปัญหา ต้องการปรับปรุงแก้ไขให้ได้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าเดิม ซึ่งหมายถึงจะต้องกลับไปแก้ไขในการออกแบบขั้นตอนที่ 5 และขั้นตอนที่ 6 ด้วยเช่นกัน
8. การพัฒนาต้นแบบจริง (Prototype Development) เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบในขั้นตอนที่ 7 แล้ว ผู้ออกแบบต้องสร้างต้นแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จำลองที่สมบูรณ์ (Prototype) เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

2. การออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะ ให้ผลทางด้านจิตวิทยา (Psychological Effects) ต่อผู้บริโภค และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิด ความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบ ได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำ บรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียนเป็น สมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการ ออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปร่าง และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

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

การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ (Graphic Design) นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการผลิตสื่อทุกชนิดที่สัมผัสรับรู้ด้วยตา การออกแบบกราฟิกมีที่มาและความหมายดังนี้

คำว่า “กราฟิก” เรียกทับศัพท์จากภาษาอังกฤษคำว่า “Graphic” ซึ่งแต่เดิมหมายถึง งาน วาดเส้นและศิลปะภาพพิมพ์ประเทศไทยมีการสร้างงานในรูปแบบของงานวาดเส้นอย่างแพร่หลาย แต่ไม่ได้พัฒนาหรือนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประกอบใช้ให้เจริญก้าวหน้า เมื่อได้รับอิทธิพลการ สร้างงานในรูปแบบนี้จากชาวตะวันตกทำให้เกิดการเรียนรู้ พัฒนากันอย่างกว้างขวางขึ้นเรื่อยๆ เพราะการสร้างงานในสถานีสามารถประกอบอาชีพ และเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

การออกแบบกราฟิก หมายถึง ภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวัด การขีดเขียน เป็น ตารางหรือแผนภาพ การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบ เช่น การออกแบบภาพโฆษณา การ ออกแบบขวดลายหรือภาพประกอบ การออกแบบสลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ 2538 : 14-15)

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในลักษณะ 2 มิติ หมายถึง การออกแบบกราฟิก การ กำหนด ลวดลาย รายละเอียด หรือองค์ประกอบต่างๆ ลงบนพื้นผิวระนาบของวัสดุ เช่น

แผ่นกระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบตีบุก หรือแผ่นอลูมิเนียม แผ่นโฟม เป็นต้น ก่อนนำไปประกอบเป็นรูปทรงบรรจุภัณฑ์ตามที่ได้ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไว้

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในลักษณะ 3 มิติ หมายถึง การออกแบบกราฟิก การกำหนด ลวดลาย รายละเอียด หรือองค์ประกอบต่างๆ ในรูปแบบของแผ่นฉลาก (Label) แผ่นสติ๊กเกอร์ (Sticker) หรือแผ่นป้าย แล้วนำไปติดกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประกอบเป็นรูปทรงแล้ว ซึ่งจะแตกต่างจากการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในลักษณะ 2 มิติ

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผสมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

การใช้โฆษณา บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุภัณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งขั้นหรือมีกราฟิกที่สะดุดตาโดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมองหา ณ จุดขาย

การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลงไปอาจจำเป็นต้องมีการออกแบบปริมาณสินค้าต่อหน่วยขนส่งใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่าย หรือมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การเพิ่มหิ้ง ณ จุดขายที่เรียกว่า POP (Point of Purchase) อาจมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายเมื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่

เจาะตลาดใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิมหรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยูนิฟอร์ม ดังจะกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ถอดด้ามจำเป็นต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่เคยเป็นลูกค้าประจำของสินค้าเดิม

การส่งเสริมการขาย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้า รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

การใช้ตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีเพื่อสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับการออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

เปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวเอง (Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปทรงหรือขนาด ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุใดก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

องค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นับเป็นการออกแบบที่ผู้ออกแบบจะต้องใช้ความรู้ความเข้าใจพื้นฐานในหลาย ๆ ด้าน มาประกอบการสร้างสรรค์ผลงานบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความโดดเด่นจากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท จะมีความแตกต่างกันตามความจำเป็นในการนำไปใช้ของบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทนั้น เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ติดกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หากมีบรรจุภัณฑ์ชั้นในอีกชั้นหนึ่ง และเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตและบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยนี้ เพื่อปกป้อง รักษาคุณภาพสินค้าให้คงเดิม ก็ไม่ต้องออกแบบกราฟิกใดๆ เช่น ซองปิดผนึก (Pouch) บรรจุครีมเทียม ลักษณะเป็นผง เป็นอาหารเพียงป้อนวันผลิต วันหมดอายุก็พอแล้ว เพราะมีบรรจุภัณฑ์ภายในอีกชั้นหนึ่งซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบบ่งบอกถึงรายละเอียด ต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดซื้อ (Point of Purchase) หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “พนักงานขายเงียบ” (The Silent Salesman) หากเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยอยู่ติดกับตัวสินค้าและไม่มีบรรจุภัณฑ์ชั้นในอีกชั้นหนึ่ง แน่แน่นอนว่าบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยไม่เพียงทำหน้าที่ปกป้อง ค้ำครองสินค้า แต่ต้องทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วย ฉะนั้น องค์ประกอบ รายละเอียดบรรจุภัณฑ์ก็จะต้องมีมากกว่า เช่น ขวดบรรจุแชมพูสระผม กล่องบรรจุนมเปรี้ยว ซองบรรจุบะหมี่สำเร็จรูป ถุงบรรจุชาเขียวใบหม่อน เป็นต้น หากเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งก็มีรายละเอียดเพียงจำนวนชั้น ตรายินค้า แหล่งผลิต แหล่งจำหน่าย ก็พอแล้ว หากเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์บริการ เพื่อความสะดวกในการจำหน่ายและการนำพาสำหรับผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ก็คงมีเฉพาะองค์ประกอบ รายละเอียดโดยรวมที่สามารถปรับใช้สินค้าได้หลายชนิด เช่น ชื่อศูนย์จำหน่ายสินค้า ภาพประกอบ ข้อความสั้นๆ ข่าวดารา เป็นต้น จากการศึกษาวิเคราะห์ พบว่า องค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย บรรจุภัณฑ์ชั้นใน บรรจุภัณฑ์ ชั้นนอก หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และบรรจุภัณฑ์บริการ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ผลิต เจ้าของผลิตภัณฑ์ ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ว่าต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทใด เช่น หากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท ผ้าตัดเสื้อ ผ้าเช็ดตัว ก็ใช้เพียงบรรจุภัณฑ์บริการ แต่หากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม อาหาร ต้อง

ใช้บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย หรือทั้งบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย และบรรจุภัณฑ์ชั้นใน และต้องมีองค์ประกอบบ่งบอกรายละเอียดสำหรับผู้บริโภค เพื่อกำหนดอย่างละเอียด นักออกแบบกราฟิก บนบรรจุภัณฑ์ควรที่จะต้องศึกษา เรียนรู้และเข้าใจในทุกองค์ประกอบที่จะต้องใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในทุกเรื่อง ส่วนจะต้องใช้หรือไม่ ก็เป็นความต้องการ เงื่อนไข ปัจจัยต่างๆ ของผู้ผลิต ซึ่งนักออกแบบกราฟิกควรมีสักยภาพ แนะนำให้ผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้าได้ทราบถึงบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีความแตกต่างกันบ้างตามลักษณะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และความต้องการของผู้ผลิต เจ้าของสินค้าที่เหมือน ที่ต้องใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อคุณสมบัติมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. ตราสินค้า (Brand)
2. บาร์โค้ด (Bar Code)
3. ตัวอักษร (Typography)
4. ภาพประกอบ (Illustration)
5. เครื่องหมายรับรอง (Certification mark)
6. สี (Color)



ภาพที่ 12 องค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

องค์ประกอบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

A. ชื่อร่วมหรือเครื่องหมายร่วม (Collective Mark) B. ตราสินค้า (Brand Name) C. ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product Name) D. จุดขาย ข้อความประชาสัมพันธ์ หรือบรรยายสรรพคุณของสินค้า รายละเอียดสินค้า ข้อบ่งใช้หรือวิธีบริโภค E. ขนาดและการบรรจุ F. ข้อมูลทางโภชนาการ (สำหรับ

ผลิตภัณฑ์อาหาร) G. คำเตือนหรือข้อควรระวังในการบริโภค H. สัญลักษณ์รับรองคุณภาพ เช่น FDA, Halal, Thailand Brand รวมถึงรหัสแท่ง(Barcode) I. ผู้ผลิต / จัดจำหน่าย J. วันผลิต / วันหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน (ชัยรัตน์ อัสวางกูร 2548 : 10-11)

วิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของนักออกแบบญี่ปุ่น

หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่น ที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญอาวุโสด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชาวญี่ปุ่น Sakane,S. (1986 : 7-12) ผู้เขียนเรื่อง "รากเหง้าของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในประเทศญี่ปุ่น" (Japanese Packaging and its Roots in tradition) ต้นกำเนิดของบรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่น อยู่ที่แนวความคิดของนักออกแบบของญี่ปุ่นที่มีความสามารถที่หลากหลายนั้น ถูกบ่มเพาะความรู้ที่มีอยู่ยังคงครอบงำงานขนบธรรมเนียม ตั้งแต่ครั้งโบราณจนถึงปัจจุบัน ยุคต้น ๆ ของประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นเชื่อว่าแนวคิดกาหีบห่อของญี่ปุ่นมีมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นการติดต่อทางพุทธศาสนา และการค้ากับชาวจีน ชาวอินเดีย และประเทศต่างๆ ที่ไกลออกไปของเส้นทางสายไหมสู่ประเทศญี่ปุ่น ตามแนวคิดนี้มีผลกระทบโดยตรงกับเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมชินโตของญี่ปุ่น หนึ่งในสิ่งเหล่านี้คือวัฒนธรรม "การให้ของขวัญแบบญี่ปุ่น" คล้ายกับว่าเป็นความคิดในการให้ช่วย หรือบรรณาการเพื่อเข้าติดต่อกับต่างประเทศ ซึ่งวัฒนธรรม "การให้ของขวัญ" นั้นนำไปสู่การแปรเปลี่ยนเป็นวิธีแห่งญี่ปุ่นยังคงอยู่จนถึงทุกวันนี้ เกิดต่อเนื่องในโอกาสสำคัญของชีวิต หรือเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล ซึ่งดูเหมือนเป็นการแลกเปลี่ยนของขวัญกัน ไม่ต้องมีพิธีรีตองมากมาย แต่สิ่งที่ฝังรากลึกลงในธรรมเนียมมีความหมายโดยนัยค่อนข้างแตกต่างจากชาวตะวันตก ทุกวันนี้ของขวัญถูกให้ต่อเมื่อการได้เข้าโรงเรียนใหม่ หรือเรียนจบสำเร็จการศึกษา ได้งานใหม่ ได้เดินทางท่องเที่ยว แต่งงาน แม้แต่การเสียชีวิต ไม่ใช่แต่เพียงของวันเกิด และในบางครั้งของขวัญที่เป็นเงินตราถูกห่อด้วยความประณีต และถูกให้อย่างเป็นทางการ

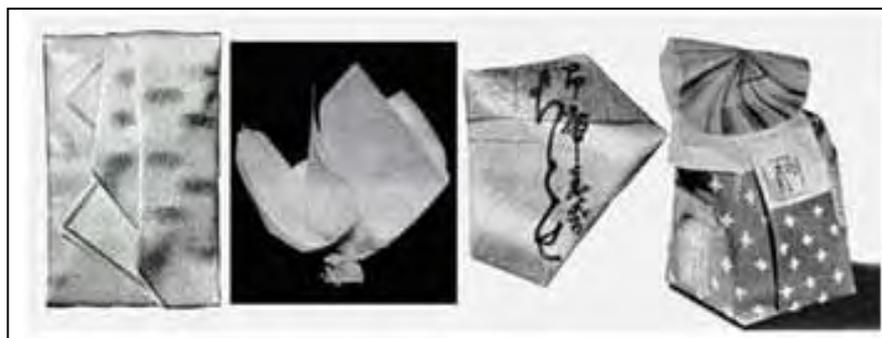
ชาวญี่ปุ่นใช้คำว่า "tsutsumu" สำหรับทำหน้าที่เป็น "การบรรจุภัณฑ์" สิ่งซึ่งเก็บรักษาขนส่ง หรือเป็นของขวัญ แต่ทว่าคำ tsutsumu ไม่ได้หมายความแค่เพียง บรรจุภัณฑ์ หรือสิ่งห่อหุ้มเท่านั้น เป็นแนวความคิดในธรรมเนียมญี่ปุ่น "tsutsumu" ไม่แค่เพียงวัตถุที่ถูกห่อหุ้มอยู่เท่านั้น แต่หมายถึงดวงใจของผู้ให้ที่ถูกห่อหุ้มอยู่ด้วย นั่นคือความเลียบคมที่อ่อนโยนของเป็นพิเศษในการให้ ซึ่งกลายเป็นหลักพื้นฐานวัฒนธรรมการหีบห่อของญี่ปุ่น และไม่ควรลืมเลื่อนความหมายนั้นเมื่อมองเห็นบรรจุภัณฑ์ของพวกเขา

แนวคิดในการแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ของฝาก

แนวทางในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างผลงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. การใช้ภาพเลียนกรรวิธีกรบรรจุแบบดั้งเดิม

การใช้ภาพเลียนกรรวิธีกรบรรจุแบบดั้งเดิม มีที่มาจากการใช้ภาพบนบรรจุภัณฑ์เพื่อเลียนเทคนิคการพับและการห่อกระดาษแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นที่เรียกว่า Tsutsumu ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของการบรรจุแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นที่สืบทอดตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงปัจจุบัน การพับกระดาษแบบญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์ อยู่ที่มีความประณีตในการพับ ทำให้กระดาษถูกพับซ้อนกันอย่างเป็นระเบียบสวยงาม รวมทั้งลวดลายที่วิจิตรบรรจงของกระดาษที่ห่อ ซึ่งปัจจุบันเอกลักษณ์ดังกล่าว ได้ถูกถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น โดยการประยุกต์ร่องรอยอันเกิดจากพับกระดาษให้กลายเป็นภาพ 2 มิติ พิมพ์ลงบนวัสดุบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ เกิดเป็นลวดลายคล้ายกับการพับกระดาษอยู่บนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 13 การใช้ภาพเลียนกรรวิธีกรบรรจุแบบดั้งเดิม

2. หลักการใช้ภาพเลียนพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติ

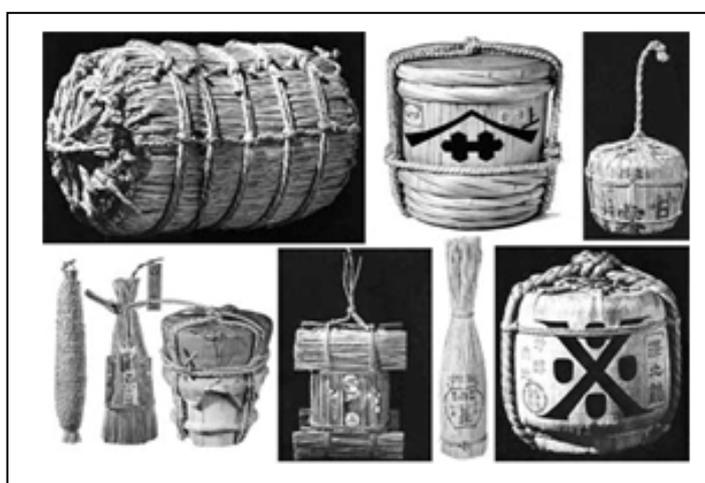
หลักการการใช้ภาพเลียนพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติ ได้มาจากหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของญี่ปุ่น โดยบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นนิยมทำจากวัสดุธรรมชาติ ที่หาได้ในท้องถิ่น แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไปได้มีการประยุกต์ลวดลายของวัสดุธรรมชาติมาพิมพ์ลงบนวัสดุบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ แทนการใช้วัสดุธรรมชาติจริงๆ ตัวอย่างเช่น การพิมพ์กระดาษให้เป็นลายไม้



ภาพที่ 14 หลักการใช้ภาพเลียนพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติ

3. การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม

นอกจากจะใช้ภาพเพื่อเลียนพื้นผิวของวัสดุธรรมชาติแล้ว ประเทศญี่ปุ่นยังมีวิธีสร้างภาพลักษณะพื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดธรรมชาติ โดยการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยอย่างเหมาะสม ถึงแม้ว่าการใช้วัสดุธรรมชาติเป็นส่วนประกอบในบรรจุภัณฑ์จะไม่ใช้องค์ประกอบกราฟิกแบบ 2 มิติเพื่อสร้างภาพลักษณะโดยตรง แต่เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้เกิดภาพและสี ทำให้เกิดการสื่อสารทางสายตา (Visual communication) ได้เช่นเดียวกับการใช้ภาพและสี นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยส่งเสริมความชัดเจนและน่าสนใจด้วยมิติความลึกและผิวสัมผัส (Texture) อีกด้วย



ภาพที่ 15 การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบอย่างเหมาะสม

ตราสินค้า หรือเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ รวมถึงศูนย์จำหน่ายสินค้า ห้างสรรพสินค้าต่างๆ แต่เดิมนักนิยมนิยมใช้คำว่า “เครื่องหมายการค้า” ซึ่งหมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแยกแยะความแตกต่างระหว่างสินค้า และแสดงที่มาของแหล่งสินค้า ปัจจุบันนักนิยมนิยมใช้คำว่า “ตราสินค้า” ซึ่งหมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แสดงภาพลักษณ์ ความรู้สึก และความคาดหวังที่ผู้ซื้อ ผู้บริโภคมีต่อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ หรือการบริการของหน่วยงานองค์กรนั้นๆ เมื่อสร้างตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าแล้ว ควรนำตราสินค้าไป จดทะเบียนการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อทราบว่าตราสินค้าที่สร้างนั้นไม่เหมือนกับของผู้อื่น ไม่ได้ละเมิดตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น ซึ่งจะทำให้ถูกฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้ และผู้อื่นไม่มีสิทธิจะออกแบบตราสินค้าเหมือนที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ หากละเมิดก็สามารถฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้เช่นกัน และกรณีที่เจ้าของสินค้าหรือบริการ สามารถออกสู่ตลาดโลกได้ สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด ตราสินค้าและการจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าในประเทศที่ทำการค้าก็ช่วยป้องกันการละเมิด ลอกเลียนแบบจากผู้ส่งออกนำเข้ารายอื่นๆ ตราสินค้าจึงเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งที่มีมูลค่าสามารถประเมิน โอนขาย แสวงหา รายได้จากผู้ที่นำตราสินค้าที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไปทำประโยชน์ และเป็นมรดกตกทอดให้กับบุตรหลานได้เช่นกัน มูลค่าของตราสินค้าจะมากขึ้นขึ้นอยู่กับการยอมรับความต้องการของผู้บริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั่นเอง ตราสินค้าเมื่อจดทะเบียนการค้าสามารถแปลงเครื่องหมายการค้าให้เป็นทุน (Securitization) ได้ตามนโยบายการแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุนของรัฐบาลปัจจุบัน โดยนำเครื่องหมายการค้าไป “ตราคา” ให้มีมูลค่าเป็นเงิน

บาร์โค้ด หรือเลขหมายประจำตัวสินค้า เป็นองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรกำหนดพื้นที่สำหรับบาร์โค้ด ส่วนแบบเลขหมายประจำตัวสินค้าประเทศไทย ยื่นขอได้ที่ สถาบันรหัสสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ชั้น 3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร เพียงแห่งเดียวเท่านั้น

บาร์โค้ด มีลักษณะเป็นแท่งบาร์ขาว-ดำ เรียงเข้าด้วยกันและมีตัวเลข 8 - 13 หลัก บาร์โค้ดจะช่วยบ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้าและแหล่งติดต่อของผู้ผลิต ประเทศไทยมีเลขหมายประจำตัวสินค้า 13 หลัก โดยเลือกใช้ระบบ EAN - 13 ระบบ EAN (European Article Number) เป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในโลก ซึ่งมีทั้งหมดถึง 11 ระบบทั่วโลก และมีประมาณ 60 ประเทศในภาคพื้นยุโรป เอเชีย และแปซิฟิก ที่เลือกใช้มาตรฐาน EAN โดยประเทศไทยเริ่มนำมาใช้อย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2536 โดยมีสถาบันสัญลักษณ์รหัสแห่งประเทศไทย (Thai Article Numbering Council) หรือ “TANC” เป็นองค์กรตัวแทนของ EAN ภายใต้การดูแลของสภา อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิมแบบญี่ปุ่น

เป็นวิธีการที่จะสามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นให้ปรากฏได้ตามหลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของญี่ปุ่น โดยการใช้สัญลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่นที่มีมาช้านาน และยังคงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะตัวเอาไว้ได้โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากชาติไหนๆ เลย ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในการออกแบบกราฟิกของญี่ปุ่น



ภาพที่ 16 การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิม

การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

ประชิด ทิณบุตร (2530 : 29) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่ว ๆ ไป มีการนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้ขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ
2. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารให้ผู้อุปโภค บริโภค สามารถเข้าใจได้ดี แต่ตัวอักษรที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรจะเป็นรูปแบบที่น่าจดจำ ชัดเจน อ่านง่าย เพื่อกลุ่มเป้าหมายไม่เกิดความสับสน ตัวอักษรที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์มีได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นตราสินค้า คำ ข้อความสั้น (Slogan) ข่าวสาร (Information) วิธีการใช้ (Instruction) ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Ingredient) วันผลิต วันหมดอายุ จำนวน ปริมาณสินค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า

เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า เป็นต้น ตัวอักษรสามารถสื่อความเข้าใจระหว่างมนุษย์ มนุษย์แต่ละเชื้อชาติมีอักษร ภาษาแตกต่างกัน ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้สื่อสารทั่วโลก อักษรมีวิวัฒนาการมาจากภาพ เช่น อักษรของชาวอียิปต์โบราณ เมื่อประมาณ 6,000 ปี หรือ เรียกว่า อักษรไฮเออโรกลิฟ (Hieroglyphic) อักษรเฮียราติก (Heretic) อักษรโคโมติก (Demonic) และ อักษรโฟนิเซีย (Phoenicians) ล้วนดัดแปลงมาจากรูปภาพทั้งสิ้น และเป็นต้นกำเนิดของตัวอักษรของทุกชาติ อักษรภาษาไทยมีวิวัฒนาการจากอักษรอินเดียตอนใต้ และแตกแขนงเป็นอักษรขอมและอักษรมอญ พ่อขุนรามคำแหงมหาราช กษัตริย์ของประเทศไทยในสมัยกรุงสุโขทัย ได้คิดดัดแปลงอักษรขอมและอักษรมอญเป็นอักษรไทย และมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนจากเดิม พยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ เรียงอยู่ในบรรทัดเดียวกัน ปัจจุบันสระอยู่ด้านหน้า ด้านหลัง ด้านบน ด้านล่างของพยัญชนะ และวรรณยุกต์อยู่ด้านบน จากการศึกษาวิเคราะห์ พบว่า ตัวอักษรภาษาไทยที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีรูปแบบตัวอักษร (Type Style) หลายรูปแบบ มีชื่อเรียกและนิยมใช้ดังนี้



ภาพที่ 17 การใช้รูปแบบตัวอักษร

ที่มา : ชัยรัตน์ อัสวางกูร, ออกแบบให้โดนใจ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (เชียงใหม่:สำนักพิมพ์วิฑูรินทร์, 2548), 122

ขนาดตัวอักษร ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นับว่าเป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องกำหนดและตัดสินใจด้วยความรอบคอบ การกำหนดขนาดของตัวอักษร หมายถึงการกำหนด

สัดส่วน ความกว้าง ความสูง และรูปร่างของตัวอักษร ถือเป็นความสูงแนวตั้งเป็นหลักในการ จัดขนาด เรียกว่า “พอยท์” (Point) หากถือเอาความยาว แนวราบ หรือความกว้างเป็นหลักในการจัดขนาด เรียกว่า “ไพกา” (Pica) หรือหากความยาวใน 1 บรรทัด เรียกว่า “ความยาวคอลัมน์” โดยมีขนาดสัดส่วนทั่วไปที่คุ้นเคย ดังนี้

12 พอยท์ เท่ากับ 1 ไพกา
6 ไพกา เท่ากับ 1 นิ้ว

การกำหนดขนาดและรูปแบบของตัวอักษร สำหรับการออกแบบกราฟิกบนบรรทัดตามลำดับความสำคัญของการนำไปใช้ ประชิด ทิณบุตร (2530 :29) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่วไป มีการนำตัวอักษรมาใช้เพื่อการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการ ตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้นา ขนาดรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

2. ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรือ อธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

การจัดวางตัวอักษร ในการออกแบบกราฟิกบรรทัดในแต่ละส่วน ควรจัดหรือ เรียงพิมพ์ตัวอักษร ให้อ่านง่าย สบายตา ชัดเจน โดยจัดช่องว่างระหว่างอักษรเพื่อเสริมสร้างให้อ่าน ง่าย เชิญชวนให้อ่าน ชัดเจน

ลักษณะเฉพาะของตัวอักษร Identification ในการออกแบบกราฟิกบนบรรทัด การ สร้างรูปร่าง ลักษณะของตัวอักษรให้เกิดความแตกต่างของข้อความส่วนหน้า และข้อความ รายละเอียด เป็นปัจจัยที่แสดงสิ่งที่ต้องการสื่อสารตามลำดับความสำคัญได้เช่นกัน การ เปลี่ยนแปลงรูปร่างลักษณะของตัวอักษร สามารถจัดทำได้หลายรูปร่างลักษณะ เช่น อักษรตัว ธรรมดา (Normal) ตัวบาง (Light) ตัวบางพิเศษ (Extra Light) ตัวหนา (Bold) ตัวหนาพิเศษ (Extra Bold) ตัวแคบ (Condensed) ตัวเอน (Italic) ตัวดำ (Black) รูปร่างลักษณะของตัวอักษรใน ส่วนต่างๆ ของบรรทัดบ่งบอกถึงความสำคัญที่แตกต่างของข้อความ นอกจากนี้แล้วอาจ พิจารณาตามบุคลิกของตัวอักษรแบบต่าง ๆ ซึ่งมีแบบตัวอักษรอยู่มากมาย ได้ดังนี้

รูปร่าง (Shape) การกำหนดชื่อแบบตัวอักษรบางแบบมาจากชื่อนักออกแบบ บางแบบมา จากบุคลิกของตัวอักษร หรือบางแบบมาจากจุดประสงค์ในการออกแบบก็ได้

ขนาด (Size) ขนาดของตัวอักษรจะวัดตามแนวตั้ง โดยวัดเป็นพอยท์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษจะวัดตัวใหญ่เป็นหลัก

น้ำหนัก (Weight) ความกว้างของเส้นตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดรูปแบบของตัวอักษร คำที่ใช้คือ บาง (Light) กลาง (Medium) หนา (Bold) และความหนามาก (Extra Bold) โดยพิจารณาตามความแคบกว้างของสีดำหรือความทึบ (Density)

ความกว้าง (Width) เป็นการวัดความกว้างของตัวอักษรตามแนวราบ คำที่ใช้เรียกคือ ผอม (Condensed) ปกติ (Normal) กว้าง (Expanded) โดยพิจารณาจากแคบไปสู่ออกกว้าง

แนวลาด (Slope) เป็นการพิจารณามุมของตัวอักษรเพื่อบอกนูนคลิก คำที่ใช้คือ ตัวตรง (Vertical) ตัวเอียง (Italic หรือ Inclined)

การเลือกใช้แบบอักษร

ตัวอักษรไม่เพียงสื่อข้อมูลตามอักขระ แต่ยังสามารถสื่ออารมณ์หรือความหมายทางสัญลักษณ์ ซึ่งง่ายต่อการจดจำของผู้รับสารมากกว่าเนื้อหาของข้อมูลนั้น ศิลปะการใช้ตัวพิมพ์จึงเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสร้างการจดจำ การสื่อสารด้วยตัวอักษรที่แตกต่างและโดดเด่นอย่างสม่ำเสมอ ครั้งแล้วครั้งเล่าจะช่วยประทับความทรงจำไว้ในสมองผู้บริโภคโดยอัตโนมัติ

การศึกษาถึงประวัติศาสตร์การออกแบบฟอนท์ช่วยให้เราเข้าใจแนวคิดในการออกแบบและความเหมาะสมในการใช้งานได้ดี เช่น กลุ่มตัวพิมพ์แบบไม่มีเชิง (Sans Serif) มีลักษณะเด่น คือตัวอักษรเรียบง่ายสะอาดตา และประหยัดเนื้อที่ในการเรียงพิมพ์ เหมาะกับการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ที่ต้องพิมพ์อักษรขนาดเล็กบนพื้นที่อันจำกัด ตัวพิมพ์แบบ (Sans Serif) นี้จะช่วยให้งานพิมพ์ดูโปร่งตาหมึกพิมพ์จะไม่มีทับตันบริเวณที่เป็นส่วนประชิดของ (Serif) แบบอักษรในกลุ่มนี้ที่เป็นที่นิยมได้แก่ Helvetica ซึ่งออกแบบเมื่อปี ค.ศ. 1957 โดย Max Miedinger (1910-1980)

สกุลตัวพิมพ์ (Font Family) Helvetica	Helvetica Light	<i>Helvetica Italic</i>
	Helvetica Medium	<i>Helvetica Medium Italic</i>
	Helvetica Bold	<i>Helvetica Bold Italic</i>
	Helvetica Black	<i>Helvetica Black Italic</i>
	Helvetica Light Condensed	<i>Helvetica Light Condensed Italic</i>
	Helvetica Medium Condensed	<i>Helvetica Medium Condensed Italic</i>
	Helvetica Bold Condensed	<i>Helvetica Bold Condensed Italic</i>

ภาพที่ 18 การใช้สกุลตัวพิมพ์

ที่มา : ชัยรัตน์ อัสวางกูร, ออกแบบให้โดนใจ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (เชียงใหม่:สำนักพิมพ์วิฑูรินทร์, 2548),122

แบบตัวพิมพ์ (Typeface) หมายถึง ชุดตัวอักษรที่ได้รับการออกแบบให้มีบุคลิกและหน้าตาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตัวพิมพ์แต่ละแบบจะสื่อถึงบุคลิกหรือความรู้สึกเชิงสัญลักษณ์ที่ซ่อนเร้นอยู่ได้ ชื่อภาพยนต์แต่ละเรื่องนั้นเป็นตัวอย่างที่ชัดเจน อักษรเพียงไม่กี่ตัวก็เพียงพอที่จะสื่อถึงอารมณ์ สามารถทำให้ผู้ชมทราบได้ว่าโฆษณาที่เห็นนั้นเป็นภาพยนตร์ในแนวไหน



ภาพที่ 19 การออกแบบตัวพิมพ์

ที่มา : ชัยรัตน์ อัสวางกูร, ออกแบบให้โดนใจ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (เชียงใหม่ :สำนักพิมพ์วิทอินบุ๊กส์, 2548),122

ความคิดพื้นฐาน (Fundamental Concept) ความคิดรวบยอดพื้นฐานสำหรับการแก้ปัญหาการจัดวางตัวอักษร จำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหาความขัดแย้งกัน (Contrast) ของตัวอักษร ต้องเปรียบเทียบผลการมองเห็นที่ขัดแย้งกันของประชากรเป้าหมาย สภาพตัดกันหรือขัดแย้งกันเป็นตัวแสดงผล ในอันที่จะช่วยให้การออกแบบเสนอความคิดที่ชัดเจนขึ้น ความขัดแย้งคือ พลังอันเร้าใจทางการเห็น (Force of Visual Intensity) และช่วยให้กระบวนการสื่อสารง่ายคายขึ้นได้

เข้าใจง่าย (Readability) ความเข้าใจในสื่อสารเกินความถึงการจัดตัวอักษรแบบต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพส่วนรวม ที่มองเห็นได้ เป็นความง่ายบนการผสมผสานแบบตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพถ่าย และภาพประกอบเข้าด้วยกัน

อ่านง่าย (Legibility) เป็นการเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือเลือกแบบตัวอักษรที่แสดงบุคลิกเฉพาะตัว ให้อ่านง่าย รวดเร็ว การทดสอบอาจทำโดยอ่านตัวอักษรแต่ละแบบ แล้วเปรียบเทียบเวลาของการ

การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น

เอกลักษณ์สำคัญที่ขาดไม่ได้ในงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น คือการใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็น "ตัวอักษรคัดลายมือ" หรือ Calligraphy เป็นตัวอักษรที่เขียนด้วยพู่กันในแนวตั้ง ถึงแม้ว่าตัวอักษรเหล่านี้จะเป็นภาษาโบราณที่เลิกใช้ไปแล้วในปัจจุบัน แต่มีการนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุ

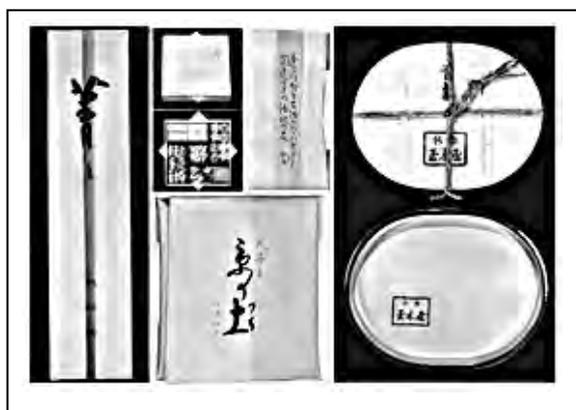
ภัณฑ์เป็นตัวอักษรโดยใช้แสดงชื่อหรือตราสินค้าที่มีความสำคัญบนบรรจุภัณฑ์ช่วยแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 20 การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น

การจัดวางแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น

การจัดองค์ประกอบแบบเว้นช่องว่างมาก ๆ ตามคตินิยมความเรียบง่าย (Simplicity) ของญี่ปุ่นเป็นเอกลักษณ์การออกแบบกราฟิกที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของญี่ปุ่นที่นำมาประยุกต์ใช้บนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย และได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าสามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นเฉพาะตัวได้ โดยเป็นการจัดวางแบบเว้นพื้นที่ว่าง (Space) จำนวนมาก ที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยหลายชิ้นของญี่ปุ่น



ภาพที่ 21 ใช้การจัดวางแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น

ภาพประกอบ เป็นองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ภาพของส่วนประกอบ ส่วนผสมของอาหาร เช่น น้ำผลไม้ลีนจี ภาพบน

บรรจุกฎหมายจะเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่ควรรับทราบ ภาพวิธีใช้ ภาพวิธีประกอบ ภาพประกอบที่นำมาใช้บน บรรจุกฎหมายจะต้องชัดเจน คมชัด สอดคล้องระหว่างภาพกับสินค้า หรือภาพกับข้อความที่กำหนดบน บรรจุกฎหมาย ปัจจุบันนิยมใช้ภาพประกอบ 4 สี เหมือนจริงบนบรรจุกฎหมาย หรือหากเป็นภาพขาวดำ ภาพสีเดียวก็ย่อมต้องพิจารณาความสำคัญ การต้องการสื่อ เพื่อให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคให้ความสนใจ ได้เช่นเดิม หรือเป็นภาพประกอบที่มีความสำคัญรองลงมา ภาพประกอบสามารถ สร้างได้ 3 วิธี ดังนี้

1. การถ่ายภาพ นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎหมาย ปัจจุบันมีเทคโนโลยีทันสมัย สามารถสร้างงานได้อย่างกว้างขวาง ได้ภาพที่เหมือนจริง ชัดเจน สดชื่น ไม่จืดจาง สีสันทันไม่ซีด โดยจัดองค์ประกอบที่ต้องการเพื่อถ่ายภาพและจัดภาพในรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปแบบซ้ำซ้อน หรือแบบ Pattern โดยใช้ภาพที่ต้องการเน้นลักษณะคล้ายๆ กัน รวมเป็นกลุ่มให้ดูมากมาย มีเสน่ห์น่าสนใจ หรือรูปแบบนำสายตา โดยจัดภาพที่ต้องการเน้นสื่อ ถึงสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ขนาดใกล้เคียงกัน เรียงกันเป็นทิศทางไปยังจุดสายตาซึ่งมีขนาดใหญ่ นอกจากการจัดภาพแล้ว ฉากหลังหรือพื้นหลังของภาพ ซึ่งควรจะกลมกลืน และไม่ทำให้ภาพ ค่อยลงหรือความงามจืดจางไป ภาพถ่ายที่นำมาใช้ในงานกราฟิกบนบรรจุกฎหมายมักถ่ายภาพเฉพาะตัวสินค้าเท่านั้น

2. การเขียนภาพระบายสี นับว่าได้รับความนิยม นำมาใช้ในการออกแบบกราฟิกบน บรรจุกฎหมาย สามารถกำหนดสีได้ตามจำนวนที่ออกแบบ เช่น กำหนดสีสี่เดียว กำหนดสีสองสี หรือ กำหนดสีสามสี เป็นต้น การเขียนภาพระบายสี งานกราฟิกอาจใช้สีหมึก สีน้ำ สีไม้ หรือสีที่สามารถใช้กับกระดาษได้ ปัจจุบันหากใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ก็กำหนดสีปรี้นด้วยหมึกสีที่ใช้กับ เครื่องคอมพิวเตอร์ เลือกใช้สีได้ตามต้องการ กำหนดค่าใช้ความอ่อนแก่ได้ เช่น การระบายสี ด้วยมือ การเขียนภาพระบายสีเป็นการสร้างสรรค์งาน ต่อจากขั้นตอนการเขียนภาพเส้น เพื่อให้ได้ ภาพเขียนระบายสีที่สอดคล้องกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ในการ ออกแบบบนบรรจุกฎหมาย ซึ่งผู้ออกแบบควรศึกษาเรื่องการใช้สี เพื่อใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ในการ สร้างงาน เพราะสีเป็นสื่อถ่ายทอดความรู้สึกของมนุษย์ และสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี

3. การเขียนภาพลายเส้น เป็นการสร้างผลงานลวดลายสีด้าบนพื้นสีขาว หรือการสร้าง ลวดลายสีเดียว อาจเขียนด้วยมือ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับใช้สร้างงานบนบรรจุกฎหมายที่ ต้องการเพียงสีเดียว หรือสองสีเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ในการสร้างงานกราฟิกบนบรรจุกฎหมายหลายสี การเขียนภาพลายเส้นเป็นเสมือนต้นแบบเพื่อนำไปใช้สร้างผลงานจริงต่อไป คล้ายกับการเขียน แบบ (Mechanical Drawing) การเขียนภาพลายเส้น เป็นการเขียนเส้นรอบนอก (External Color) และการเขียนเส้นภายใน (Internal Color) ประกอบกัน โดยสามารถสร้างสรรค์ภาพลายเส้นได้ หลายรูปแบบ เช่น ภาพเขียนลายเส้นกึ่งนามธรรม ภาพเขียนลายเส้นในลักษณะนามธรรม (Abdact)

แสดงลวดลายเส้นตามอารมณ์ความรู้สึก เพื่อให้ได้ภาพเขียนลายเส้นที่สอดคล้องกับ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เครื่องหมายรับรอง เป็นองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่เจ้าของเครื่องหมายมุ่งแสดงถึงมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายรับรองมีบทบาทในการส่งเสริม การขาย ผู้ออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์จึงควรกำหนดพื้นที่สำหรับเครื่องหมายรับรองให้เห็นได้ ชัดเจนเหมาะสม เครื่องหมายรับรองที่พบโดยทั่วไปมีดังนี้

1. เครื่องหมายรับรองคุณภาพเฉพาะด้าน ได้แก่ เครื่องหมายที่แสดงถึงคุณภาพของสินค้าเฉพาะด้าน เพื่อให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมั่นใจในสินค้า เช่น เครื่องหมาย ออ. ใช้สำหรับสินค้าด้านอาหารและยา เครื่องหมาย มผช. ใช้สำหรับสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

2. เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ได้แก่ เครื่องหมายที่แสดงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจสอบเป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและอนุญาตให้ผู้ผลิตแสดงเครื่องหมายได้ ได้แก่ เครื่องหมายมาตรฐานที่โรงงานสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ตามมาตรฐานสม่ำเสมอ เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ ที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจะต้องผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น และเครื่องหมายมาตรฐานเฉพาะด้านความปลอดภัย การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยในการนำไปใช้ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

3. เครื่องหมายรับรองอนุกรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องหมายอนุกรมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ISO 9000 (Series : Quality System) ตาม มอก. 9000 – 9004 เป็นอนุกรมมาตรฐานระบบคุณภาพที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกยอมรับ เครื่องหมายนี้มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพราะเกี่ยวข้องกับระบบบริหารงานอย่างมีคุณภาพภายในองค์กร อันทำให้เกิดการปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือการให้บริการ การประหยัดค่าใช้จ่าย การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การทำให้ภาพพจน์คุณภาพสินค้า หรือการให้บริการในด้านการตลาดดีขึ้น การลด ข้อเรียกร้องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ทำการผลิตสินค้าหรือการให้บริการเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า สามารถทำตามเงื่อนไขของประเทศคู่ค้าได้ และผลักดันให้ผู้ผลิตวัตถุดิบหันมาใช้ ISO 9000

4. เครื่องหมายรับรองด้านการอนุรักษ์ ได้แก่ เครื่องหมายที่แสดงว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม (Environment Friendly) ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม หรือเรียกว่า “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” (Green Product) สำหรับประเทศไทยใช้เครื่องหมาย “ฉลากเขียว” และมีบริษัทต่างๆ ได้ออกแบบเครื่องหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงานหรือ สินค้าของบริษัท

3.7 สี

เป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดสีเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้สีอย่างเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ แต่ละประเภทย่อมแสดงภาพลักษณ์ของสินค้า การกำหนดสีให้เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้ เช่น บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มโอวัลตินใช้สีส้มขาวแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า บรรจุภัณฑ์ครีมบำรุงผิวนี้เวียใช้สีน้ำเงินขาวเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เป็นต้น ฉะนั้นการกำหนดสีของบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ควรศึกษาข้อมูลสีต้นของสินค้าประเภทเดียวกัน คำนี้ถึงบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางจำหน่ายอยู่ชั้นวางเดียวกัน เพื่อจะได้เป็น ข้อมูลในการตัดสินใจว่าควรจะใช้สีอะไรเพื่อให้บรรจุภัณฑ์โดดเด่น การเกี่ยวเนื่องกัน (Association) ของสีโดยธรรมชาติ ซึ่งนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงและนำมาใช้ให้เหมาะสม เพราะช่วยในการจดจำได้ดี ซึ่งเป็นส่วนช่วยให้เกิดความมั่นใจในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น หากออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มรสผลไม้รสส้ม แต่กำหนดสีชมพูเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า ผู้บริโภคจะสับสนขาดความเชื่อถือ ไม่น่าเชื่อถือในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ ในเชิงจิตวิทยาสีจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก (Affective) ของมนุษย์ ฉะนั้นหากใช้สีผิดพลาดก็จะทำให้การสื่อสารผิดพลาด อารมณ์ความรู้สึกในการรับรู้ไม่เป็นไปตามที่นักออกแบบต้องการสื่อ การให้ข้อมูล (Informational) ซึ่งสีสามารถสื่อถึงความเป็นจริง ได้ดีที่สุดกับผู้บริโภค แม้แต่เรื่องราวของแต่ละสังคมก็จะมีสีเป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) เช่น ประเทศไทย สีแดงหมายถึงชาติ หรือสีแดงกับเขียวหมายถึงเทศกาลคริสต์มาส สีขาวหมายถึงศาสนา และ สีน้ำเงิน หมายถึงพระมหากษัตริย์ สีเป็นองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดการรับรู้ด้วยตา ในความรู้สึกในเรื่องของความงาม (Aesthetic) สามารถดึงดูดความสนใจผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้จักเลือกใช้สีของนักออกแบบ ซึ่งนักออกแบบควรเลือกใช้สีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ภายใต้เหตุผลเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อให้ผู้ซื้อ ผู้บริโภค เข้าใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น นักออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องเข้าใจในเรื่องของจิตวิทยาการใช้สี เพื่อเลือกใช้สีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีพลังในการดึงดูดใจผู้บริโภค การเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดความโดดเด่น สะดุดตา เป็นการเสริมสร้างคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

ความสำคัญของสี ในธรรมชาติ เหล่านกเพนกวินที่มีสีขนสวยงาม มักใช้สีสดใสสะดุดตา กระตุ้นความสนใจจากเพศตรงข้าม ส่วนมนุษย์ก็ผูกพันกับสีโดยธรรมชาติ เพราะในทุกห้วงความคิดและความทรงจำของมนุษย์ล้วนมีสีเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะสีแต่ละสีจะสื่อสารและเชื่อมโยงไปถึงสิ่งอื่นเสมอ และสียังช่วยให้นักออกแบบแยกแยะและจดจำได้ดียิ่งขึ้น สีจึงเป็นภาษาพิเศษ มีพลังและมิติในการสื่อสารมากกว่าภาษาที่เป็นตัวอักษร (ชัยรัตน์ อัสวางกูร 2548 : 163)

การใช้สีแบบอิทธิพล (Power) หมายถึง การใช้สีโดยคำนึงถึงความรู้สึกของมนุษย์ อิทธิพลในการใช้สีซึ่งมีผลต่อความรู้สึกของมนุษย์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. สีมีอิทธิพลด้านจิตใจของมนุษย์ หมายถึง สีแต่ละสีส่งผลต่อจิตใจของมนุษย์แตกต่างกัน ฉะนั้นการนำสีมาใช้ในการออกแบบบนบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้งาน และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้บรรจุภัณฑ์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรทำความเข้าใจในเรื่องอิทธิพลของสีเพื่อเลือกใช้ให้เกิดความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ใช้ ผู้ซื้อ ผู้บริโภคสินค้าให้มากที่สุด

จิตวิทยาของสี

จะเป็นอย่างไรหากเราต้องนั่งทำงานอยู่ในห้องสีแดงเพลิงหรือนั่งรับประทานอาหารกลางวันในห้องสีดำ ทำไมชุดเจ้าสาวยอดนิยมของชาวตะวันตกจึงเป็นสีขาว ส่วนชาวจีนกลับเป็นสีแดง เหตุใดเราจึงรู้สึกดีกับสีหนึ่ง แต่กลับตรงกันข้ามในอีกสีหนึ่ง เราสะดุดตากับสีโทนร้อน อย่างแดง ส้ม เหลือง เพราะสีโทนนี้มีช่วงความยาวคลื่นมากที่สุด การมองเห็นต้องใช้พลังงานสูง สมองจะถูกกระตุ้นและร่างกายจะเพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจและชีพจร สีโทนเย็น เช่นฟ้าหรือเขียว มีความยาวสั้นที่สุดการมองสีโทนนี้ร่างกายมีอัตราการเผาผลาญพลังงานที่ต่ำกว่าทำให้เกิดความรู้สึกสงบและสบายมากกว่า



ภาพที่ 22 ทฤษฎีสี

ที่มา : ชัยรัตน์ อัสวางกูร, ออกแบบให้โดนใจ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (เชียงใหม่:สำนักพิมพ์วิฑูริย์, 2548),164

สีแดง ให้ความรู้สึกร้อน รุนแรง กระตุ้น ทำท่าย เคลื่อนไหว ตื่นเต้น
เร้าใจ มีพลัง ความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งคั่ง ความรัก ความสำคัญ อันตราย
สีแดงสด ให้ความรู้สึก ตื่นเต้น สะดุดตา

สีส้ม	ให้ความรู้สึก ร้อน ความอบอุ่น ความสดใส มีชีวิตชีวา วัยรุ่น ความคึกคะนอง การปลดปล่อย ความเปรี้ยว การระวัง
สีเหลือง	ให้ความรู้สึกแจ่มใส ความสดใส ความร่าเริง ความเบิกบานสดชื่น ชีวิต ใหม่ ความสด ใหม่ ความสนุกสนาน การแผ่กระจาย อำนาจบารมี
สีน้ำเงิน	ให้ความรู้สึกสงบ สุขุม สุภาพ หนักแน่น เครื่องขั้วม เอาการเอางาน ละเอียด รอบคอบ สง่างาม มีศักดิ์ศรี สูงศักดิ์ เป็นระเบียบถ่อมตน
สีม่วง	มิให้ความรู้สึก มีเสน่ห์ น่าติดตาม เร้นลับ ซ่อนเร้น มีอำนาจ มีพลังแฝงอยู่ ความรัก ความเศร้า ความผิดหวัง ความสงบ ความสูงศักดิ์
สีฟ้า	ให้ความรู้สึก ปลอดโปร่งโล่ง กว้าง เบา โปร่งใส สะอาด ปลอดภัย ความสว่าง ลมหายใจ ความเป็นอิสระเสรีภาพ การช่วยเหลือ แบ่งปัน
สีชมพู	ให้ความรู้สึก อบอุ่น อ่อนโยน นุ่มนวล อ่อนหวาน ความรัก เอาใจใส่ วัยรุ่น หนุ่มสาว ความน่ารัก ความสดใส
สีขาว	ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ สะอาด สดใส เบาบาง อ่อนโยน เปิดเผย การเกิด ความรัก ความหวัง ความจริง ความเมตตา ความศรัทธา ความดีงาม
สีดำ	ให้ความรู้สึก มีด สกปรก ลึกลับ ความลึกลับ หูจอบ ความตาย ความชั่ว ความลับ ทารุณ โหดร้าย ความเศร้า หนักแน่น เข้มแข็ง อดทน มีพลัง
สีเขียว	ให้ความรู้สึก สงบ เงียบ ร่มรื่น ร่มเย็น การพักผ่อน การผ่อนคลาย ธรรมชาติ ความปลอดภัย ปกติ ความสุข ความสุขุม เยือกเย็น
สีเทา	ให้ความรู้สึก เศร้า อาลัย ท้อแท้ ความลึกลับ ความหดหู่ ความชรา ความสงบ ความเงียบ สุภาพ สุขุม ถ่อมตน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มลูกค้าคนไทย สามารถใช้ข้อมูลในเรื่อง “การรับรู้สีของคนไทย” ซึ่งศึกษาวิจัยโดย ดร.อรรณู หาญสืบสาย และคณะ จากภาควิชาวิทยาศาสตร์ทางภาพถ่ายและเทคโนโลยีทางการพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งนับเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิตและผู้ออกแบบที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ชัยรัตน์ อัสวางกูร 2548 : 171)

แดง ๕๕ ร้อนแรง มีชีวิตชีวา เป็นผู้หญิง เข้าใจ สิ้นสุด นรุตรา โดดเด่น สะดุดตา เป็นแฟชั่น วว	เหลือง ๕๕ สดชื่น อ่อนโยน เป็นอิสระ ฉลาดใจ เป็นภรรยาดี โดดเด่น สะดุดตา ดึงดูดใจ วว	ม่วง ๕๕ สดชื่น มีชีวิตชีวา นรุตรา มีระดับ มีเสน่ห์ มีพลัง มีอำนาจ สุขุมหวาน เป็นแฟชั่น สะดุดตา ดึงดูดใจ วว
ฟ้า ๕๕ เย็นสบาย สดชื่น มีชีวิตชีวา อ่อนคลาย หันสมัย เป็นธรรมชาติ เป็นผู้หญิง โดดเด่น สะดุดตา เป็นแฟชั่น วว	เขียว ๕๕ เป็นธรรมชาติ สดชื่น มีชีวิตชีวา ห้อยอนอารมณ์ มีเสน่ห์ สุขภาพดี สะดุดตา โดดเด่น ดึงดูดใจ วว	น้ำตาล ๕๕ คลาสสิก อยู่ขง คงกระพัน เชื้อถือได้ เป็นธรรมชาติ สร้างมูลค่าเพิ่มได้ วว
ชมพู ๕๕ เป็นผู้หญิง แฟชั่น นุ่มนวล หันสมัย มีเสน่ห์ โดดเด่น สะดุดตา วว	น้ำเงิน ๕๕ ภูมิฐาน เป็นทางการ ทนทาน คลาสสิก มีพลัง เป็นผู้ชาย เป็นแฟชั่น สร้างมูลค่าเพิ่มได้ วว	ดำ ๕๕ ภูมิฐาน นรุตรา มีคุณค่า มีระดับ คลาสสิก เชื้อถือได้ อยู่ขงคงกระพัน ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม วว

ภาพที่ 23 การรับรู้สีของคนไทย

ที่มา : ชัยรัตน์ อัสวางกูร, ออกแบบให้โดนใจ, พิมพ์ครั้งที่ 2 (เชียงใหม่:สำนักพิมพ์วิถอินบุ๊กส์, 2548),171

2. สีมีอิทธิพลด้านการเปลี่ยนแปลงความเป็นจริง หมายถึง สีแต่ละสีส่งผลต่อความรู้สึกของจิตใจมนุษย์ที่แตกต่างไปจากความเป็นจริงได้ ฉะนั้นการนำสีมาใช้ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความเป็นจริง เพื่อสอดคล้องกับการนำไปใช้งานตามข้อจำกัดหรือจุดมุ่งหมายการนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ สีมีอิทธิพลสามารถเปลี่ยนแปลงความเป็นจริงดังนี้

2.1 สีอ่อน มีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงความเป็นจริง โดยให้ความรู้สึกว่ามีขนาด (Size) ใหญ่มากกว่าสีเข้ม ทั้งที่ความจริงมีขนาดเท่ากัน

2.2 สีอ่อน มีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงความเป็นจริง โดยให้ความรู้สึกว่ามีน้ำหนัก (Weight) น้อยกว่าสีเข้ม ทั้งที่ความจริงมีน้ำหนักเท่ากัน

2.3 สีอ่อน มีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงความเป็นจริง โดยให้ความรู้สึกว่ามีความแข็งแรง (Strength) น้อยกว่าสีเข้ม ทั้งที่ความจริงมีความแข็งแรงเท่ากัน

2.4 สีสด มีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงความเป็นจริง โดยให้ความรู้สึกว่ามีระยะทาง (Perspective) ใกล้สายตามากกว่าสีเข้ม ทั้งที่ความจริงมีระยะทางเท่ากัน

จากอิทธิพลของสีที่มีต่อจิตใจมนุษย์และเปลี่ยนแปลงความเป็นจริงข้างต้น สามารถเลือกใช้สีเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

3.7.1 วงจรสี

การเลือกใช้สีไม่ใช่เรื่องง่ายแต่ก็ไม่ยากเกินหากมีความเข้าใจในพื้นฐานของสีและการใช้งาน ขั้นแรกต้องทำความเข้าใจก่อนว่าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น แม่สีซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสีสีนต่างๆ ที่เราใช้คือ แม่สีที่ใช้ในงานศิลปะ อันได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีนํ้าเงิน ขั้นพื้นฐานมีทั้งหมด 12 สี โดยแยกเป็นลำดับ 3 ขั้นดังนี้

สีขั้นที่ 1 หรือแม่สีมีทั้งหมด 3 สี คือ แดง นํ้าเงิน เหลือง

สีขั้นที่ 2 มีทั้งหมด 3 สี โดยได้จากการผสมสีที่อยู่ข้างเคียงกันของสีขั้นที่ 1 เกิดเป็นสีขั้นที่ 2 ได้แก่สีส้ม สีเขียว และสีม่วง

สีขั้นที่ 3 มีด้วยกัน 6 สี โดยได้จากการผสมสีที่อยู่ข้างเคียงกันของสีขั้นที่ 1 กับสีขั้นที่ 2 ได้แก่สีส้มเหลือง สีส้มแดง สีม่วงแดง สีม่วงนํ้าเงิน สีเขียวนํ้าเงิน และสีเขียวเหลือง

วิธีการเลือกใช้สี

หลักการใช้สีในการออกแบบนั้น อาศัยหลักความสัมพันธ์ของบรรดาสีบนวงจสีซึ่งเมื่อนำมาใช้ประกอบในรูปแบบต่าง ๆ ก็จะส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังเช่น

สีขาวดำ (Achromatic) คือ การใช้เพียงสีขาว ดำ และเทา เท่านั้น ไม่ใช้สีอื่น ให้ความรู้สึกจริงจังหนักแน่น

สีเอกรงค์ (Monochromatic) เป็นการใช้นวงจสีเพียงสีเดียวแต่เพิ่มระดับความเข้ม อ่อน ทำให้ได้โครงสีที่เรียบง่าย เบาลบาย ดูคลาสสิก ไม่เบื่อง่าย

สีขั้นที่ 1 (Primary) หรือแม่สีคือ การใช้แม่สีเฉพาะแม่สีทั้ง 3 สีคือ แดง เหลือง นํ้าเงิน แม่สีเป็นสีเริ่มต้น ไม่สามารถใช้สีอื่นๆ ผสมให้เกิดสีเหล่านี้ได้ การใช้แม่สีทำให้ได้งานที่ดูชัดเจน หนักแน่น จริงจัง เป็นทางการ

สีขั้นที่ 2 (Secondary) คือ การใช้เฉพาะสีผสมขั้นที่ 2 ทั้ง 3 สี คือ ม่วง ส้ม เขียว ทำให้ได้งานที่ดูดิบ สะดุดตา มีพลังและการเคลื่อนไหว

สีชั้นที่ 3 (Tertiary) คือ การเลือกใช้สีจากสีผสมชั้นที่ 3 ที่มีอยู่ 6 สี ทำให้ได้สีงาน ที่ให้ความรู้สึกหลากหลายประนีประนอม สมดุล แม้จะดูไม่แรง แต่ก็ไม่น่าเบื่อ

สีใกล้เคียง (Analogous) คือ สีที่อยู่ขนานข้างของสีที่เลือกใช้นวงจรสี การใช้สี ในลักษณะนี้จะให้ผลงานที่มีความรู้สึกกลมกลืนกัน

สีคู่ประกบ (Complementary) คือ คู่สีที่อยู่ตรงกันข้ามบนวงจรสี หรือบางที เรียกว่า สีตรงข้าม การใช้งานลักษณะนี้จะให้ผลงานที่โดดเด่น ดึงดูดสายตาได้ดี มักใช้ในงาน ประชาสัมพันธ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สีคู่ขนานของสีตรงข้าม (Split Complementary) คือ การใช้สีใดสีหนึ่ง ควบคู่กับสีที่อยู่ขนานข้างทั้งซ้ายและขวาของสีตรงกันข้าม การใช้สีลักษณะนี้ให้ผลงานที่รู้สึกตื่นเต้น น่าสนใจ แต่ไม่เด็ดขาดสุดขีด

สีกลาง (Neutral) คือ การใช้สีใดสีหนึ่งควบคู่กับสีของตัวเอง ที่ถูกนำไปผสมกับสีตรงข้าม หรือสีดำ ให้ความรู้สึกนิ่ง สงบ สบาย

สีใกล้เคียงของสีตรงข้าม (Clashing/Incongruous) คือ การใช้สีใดสีหนึ่ง ควบคู่กับสีที่อยู่ถัดจากสีคู่ขนานของสีตรงข้าม การใช้งานในลักษณะนี้ช่วยให้งานดูสมดุล สื่อถึงความเป็นกลาง ไม่นุ่มเอียง

การใช้สีแบบวรรณะ (Tone) หมายถึง การใช้สีโดยคำนึงถึงลักษณะของสีที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกัน สีแบบวรรณะที่ปรากฏอยู่โดยทั่วไป ส่วนใหญ่กำหนดสีไว้ 2 วรรณะ คือ วรรณะร้อน (Warm Tone) และวรรณะเย็น (Cool Tone)

2.1 สีวรรณะร้อน หมายถึง สีที่ปรากฏต่อสายตาแล้วให้ความรู้สึกเจิดจ้า เร้าใจ สะดุดตา ร่าเริง โดยมีสีแดงเป็นหลัก ได้แก่ สีแดง ส้ม ส้มแดง ม่วงแดง เป็นต้น

2.2 สีวรรณะเย็น หมายถึง สีที่ปรากฏต่อสายตาแล้วให้ความรู้สึกเย็นสบาย สดชื่น ราบเรียบ โดยมีสีน้ำเงินเป็นหลัก ได้แก่ สีน้ำเงิน เขียว เขียวน้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน เป็นต้น

จากวรรณะสี สามารถเลือกใช้สีเพื่อให้ผู้ดูเกิดความพึงพอใจ มีความรู้สึกคล้อยตาม ตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. เลือกใช้สีวรรณะใดวรรณะหนึ่งเพียงวรรณะเดียวเท่านั้น งานออกแบบบรรจุภัณฑ์เมื่อต้องการให้ความรู้สึกสัมพันธ์กันทั้งหมด

2. เลือกใช้สีทั้ง 2 วรรณะ ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์เมื่อต้องการเน้นบาง ส่วนเพื่อให้เกิดจุดเด่นมากยิ่งขึ้น โดยใช้สีวรรณะใดวรรณะหนึ่งมากในส่วนที่ไม่ต้องการเน้น และใช้สีวรรณะใดวรรณะหนึ่งน้อย หรือเพียงบางสีของวรรณะที่ต่างกันในส่วนที่ต้องการเน้นให้เกิดจุดเด่น

3.7.2 อารมณ์สี

สีแต่ละสีอาจสร้างอารมณ์หรือสื่อความหมายที่แตกต่างกันในกลุ่มคนต่างชาติต่างภาษา ไม่มีสิ่งใดสร้างอารมณ์ความรู้สึกได้ดีกว่าสี สีส่งผลต่อมุมมองและพฤติกรรมของมนุษย์เรากลุ่มที่น่าสนใจ สามารถตรึงเราให้หยุด เปลี่ยนมุมมอง หรือทำให้มองผลิตภัณฑ์นั้นในมุมมองใหม่ๆ เพื่อให้ได้อารมณ์ตามความต้องการคุณจำเป็นต้องเลือกสีมาใช้ให้เหมาะสมดังเช่น

สุขภาพดี (Healthy) สีโทนเย็นให้ความรู้สึก มีสุขภาพแข็งแรงอายุยืนยาว เป็นกลุ่มสีที่ดูสบายตา อาจจะไม่โดดเด่น แต่ไม่น่าเบื่อ ให้ความรู้สึกอ่อนโยนและผ่อนคลาย

มีรสชาติ(Tasty) ร้อนใน โทนสีแดงรวมถึงสีตรงข้ามอย่างสีเขียว ที่ให้ความรู้สึกมีรสชาติ มีชีวิตชีวา สนุกสนานรื่นเริง กลุ่มสีนี้ดูโดดเด่นสะดุดตาชวนให้ลิ้มลอง

มีพลัง (Powerful) โทนสีเข้มสื่อถึงความมีอำนาจ พละกำลังการควบคุม เป็นสัญลักษณ์ถึงอารมณ์ที่เข้มข้นของมนุษย์ในทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนผสมของสีที่มีพลัง จะใช้ในการส่งสารได้แรง ดึงดูดความสนใจได้เสมอ

เยือกเย็น (Cool) สีโทนเย็น เช่น สีฟ้าหรือสีเขียวอมเหลือง พบเห็นได้ในธรรมชาติ ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น ผ่อนคลาย และสงบเยือกเย็น

ผ่อนคลาย (Relaxing)สีโทนนุ่ม เหมาะแก่การแต่งบ้าน สีกลุ่มนี้ให้ความรู้สึกผ่อนคลายแต่แฝงไว้ด้วยความร่าเริง และเชื่อเชิญ

คลาสสิก (Classic) สีคลาสสิก เก๋เก๋ เครื่องขรึม แต่ดูดีไม่ล้าสมัย บ่งบอกถึงความแข็งแรงและอำนาจ ความจริง ความรับผิดชอบ และความไว้วางใจ

สดชื่น(Fresh) สีที่ให้ความรู้สึกสดชื่น มีชีวิตชีวา สดใส มีสีสัน สุขภาพแข็งแรง กระชุ่มกระชวยและมั่งคั่ง

ตื่นเต้น (Exciting) สีสดใส جذاب เมื่อเห็นแล้วจะกึกกักหัวใจเต้นเร็ว ความดันเลือดเพิ่ม หายใจเร็ว เป็นปฏิกิริยาโดยอัตโนมัติของร่างกายที่เราไม่สามารถควบคุม

เป็นผู้หญิง (Feminine) สีที่ถูกมองว่าให้ความรู้สึกนุ่มนวลเป็นผู้หญิง มีความอ่อนโยน ละเมียดละมัย อ่อนหวาน มักใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิง

หรูหรา (Rich) มีระดับ ดูมีคุณค่าให้ความรู้สึกถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวย มีชนชั้น ช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูมีราคา

เป็นธรรมชาติ (Natural) สีโทนธรรมชาติ คือกลุ่มสีเอิร์ธโทน และสีเขียว เมื่อเห็นแล้วชวนให้นึกถึงธรรมชาติ ต้นไม้ใบหญ้าโดยเฉพาะสีเขียวที่มีหลายเฉดสีให้ความรู้สึกที่ต่างกันไป เช่นเขียวสดนึกถึงการเริ่มต้นใหม่ ความสดชื่น สีเขียวมรกต สง่างาม เขียวใสมีเกียรติและมั่นคง

สนุกสนาน (Fun) สีสดใส ให้ความรู้สึกสนุกสนานร่าเริง ลักษณะเด่นของสีกลุ่มนี้คือ ความสว่าง ช่วยให้รู้สึกถึงความมีพลัง ความมุ่งมั่น พร้อมก้าวไปด้วยความเบิกบาน

3.7.3 การใช้สีสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์

องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกใช้สีที่ควรคำนึงถึงสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์คือ

1. สีต่าง ๆ ที่ใช้บนเนื้อที่ของหีบห่อบรรจุควรติดต่อกันอย่างได้เรื่องราวทั้งหมดไม่ขัดกัน
2. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุ แต่ละสีควรจะประกอบกันแล้วเข้าใจกันได้ หรือเป็นสีคู่กันได้
3. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาด ถูกต้องตามรสนิยมของผู้บริโภค
4. ขอบเขตของสีที่จะทำให้หีบห่อบรรจุ ชัดแย้งหรือไม่เด่น เมื่อเปรียบเทียบกับหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
5. การใช้สีต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่สุด ในกรณีที่กำหนดในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ร้านบริการเอง Supermarket ตู้แช่ หรืออื่น ๆ
6. การใช้สีที่ให้ความดึงดูดสูงสุด ภายใตแสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นสภาวะปกติในร้านค้า
7. การใช้สีที่เหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์
8. ขอบเขตของสีที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตราสินค้า และขอบเขต การใช้สีนี้ซ้ำ ๆ กันในการจัดจำหน่ายและการโฆษณา
9. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุที่เข้ากันได้กับสีของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจขึ้นมา
10. ขอบเขตของสีที่มีผลต่อราคาของหีบห่อบรรจุ
11. การยอมรับของหีบห่อบรรจุต่อผู้บริโภคและผู้ขายปลีก
12. ขอบเขตของหีบห่อบรรจุที่อาจจะก้าวร้าวและข่มบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายที่เด่น ๆ อาจจะดูแล้วน่าเบื่อ ทำให้ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

3.8 วัสดุบรรจุภัณฑ์ (Materials Packing)

วัสดุบรรจุภัณฑ์ นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน และคุณสมบัติของสินค้าที่จะบรรจุเป็นหลัก โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น นิ่ม แข็ง แดกหักง่าย ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติของวัสดุที่มีความเหมาะสมสามารถ ปกป้อง รักษาคุณสมบัติสินค้าได้ดี จากการศึกษาเรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ พบว่าวัสดุประเภทกระดาษมีการนำไปใช้มากที่สุด โดยนำมาออกแบบให้มีรูปแบบต่างๆ ตามการใช้งาน เนื่องจากกระดาษ ส่วนใหญ่สามารถจะกำหนดลดทอนได้ตามต้องการ วัสดุรองลงมาได้แก่ พลาสติก แก้ว โลหะ ตามลำดับ รูปแบบของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏเป็นหลักฐานการนำมาใช้ในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1200 ได้แก่

ตารางที่ 1 วัสดุและรูปแบบบรรจุภัณฑ์

วัสดุ (Materials)	รูปแบบและการใช้ (Package Form And Use)
หนัง (Leather)	การห่อ พันเป็นกระเป๋า ถุง
ผ้า (Cloth)	การห่อ พันเป็นถุง กระสอบ
ไม้ (Wood)	ถัง ไม้ หีบ ไม้ ลัง กำป๋น
วัชพืช (Grass)	ตะกร้า เสื่อ ลังทอ
หิน (Stone)	กาน้ำ คนโท
ดิน (Earthenware)	เครื่องปั้นดินเผา คนโท หม้อ ถ้วยชาม ฯลฯ
โลหะ (Metal)	เชือก ทุบ ตี เคาะเป็นกาน้ำ หม้อ ถ้วยชาม
แก้ว (Glass)	หลอมเป็นคนโท แก้วน้ำ ขวด ชาม

ในสมัยต่อมา เมื่อมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศิลปศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องกลโรงงานต่าง ๆ ถูกคิดค้นพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการปฏิวัติทางอุตสาหกรรม

วัสดุที่นิยมนำมาใช้ในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน ทั้งการออกแบบในลักษณะ 2 มิติ และ 3 มิติ มี 4 ชนิด ดังนี้

1. กระดาษ (Paper)
2. พลาสติก
3. แก้ว
4. โลหะ

1. กระดาษ (Paper) เป็นวัสดุที่นิยมใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์สูงสุด มีบรรจุภัณฑ์มากมายหลายรูปแบบที่ผลิตจากกระดาษชนิดต่าง ๆ กระดาษได้ถูกคิดค้นขึ้นเมื่อประมาณ 200 ปีก่อนคริสตกาล ประเทศจีนได้ผลิตกระดาษขึ้นใช้เป็นคนแรก โดยทำจากเปลือกของต้นหม่อน และต่อมาได้ผลิตกระดาษใบของต้นแพลซซ์ และประมาณศตวรรษที่ 16 ประเทศจีนก็สามารถ คิดค้นวิธีการทำกระดาษแข็งเป็นประเทศแรก เช่นกัน กระดาษซึ่งนิยมนำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์มากที่สุด เนื่องจากสามารถนำมาพิมพ์เป็นลวดลายต่าง ๆ ได้ดี และประเทศจีนได้คิดค้นวิธีการพิมพ์เป็นคนแรก โดยสร้างแม่พิมพ์จากไม้ประมาณปี ค.ศ. 868 และจำแนกประเภทกระดาษได้ดังนี้

การแบ่งประเภทกระดาษตามลักษณะการใช้งาน สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภทดังต่อไปนี้

1. กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) หรือกระดาษเหนียว หมายถึง กระดาษที่ผลิตจากเยื่อซัลเฟตหรือเยื่อคราฟท์ล้วน ๆ หรือต้องมีเยื่อคราฟท์อย่างน้อยร้อยละ 80 กระดาษคราฟท์ที่ใช้งานทั่วไปมีทั้งประเภทไม่ฟอกสี (กระดาษสีน้ำตาล) สำหรับการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงสูง และกระดาษคราฟท์ฟอกสีเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อผลิตเป็นกระดาษสีอื่นต่าง ๆ นิยมใช้กระดาษ - เหนียวทำถุงเพื่อการขนส่ง และห่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป

2. กระดาษเหนียวชนิดยืด (Stretchable Paper) หมายถึง กระดาษเหนียวที่ปรับปรุงให้สามารถยืดตัวได้มากกว่าปกติ จึงสามารถทนทานแรงดึงได้สูงกว่ากระดาษเหนียวธรรมดา นิยมใช้ทำถุงเพื่อการขนส่ง

3. กระดาษแข็งแรงขณะเปียก (Wet Strength Paper) หมายถึง กระดาษเหนียวที่เติมเมลา - มินฟอร์มอลดีไฮด์ (Melamine Formaldehyde) หรือยูเรียฟอร์มอลดีไฮด์ (Urea Formaldehyde) เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กระดาษแม้ขณะเปียก นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีความชื้นสูง และใช้ทำถุงเพื่อการขนส่งที่มีโอกาสเปียกน้ำสูง

4. กระดาษกันไขมัน (Greaseproof Paper) เป็นกระดาษที่ผลิตจากเยื่อที่ผ่านการตีป็นเป็นเวลานานจนเส้นใยกระจาย และบวมน้ำมากเป็นพิเศษ ทำให้กระดาษมีความหนาแน่นสูง จึงป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้ดี นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีไขมันสูง และชิ้นส่วนอะไหล่ที่มีน้ำมันเคลือบกันสนิม

กระดาษไข เป็นกระดาษผิวเรียบเป็นมัน มีทั้งกระดาษเหนียว เคลือบไข กระดาษกรีซพรุฟ เคลือบไข กระดาษกลาสไซน (Glassine) เคลือบไข และกระดาษเอ็มจี ซัลไฟท์ (MG sulphite) เคลือบไข แต่ละแบบของกระดาษไข แต่ละชนิดนำไปใช้งานต่างกันดังนี้

1. กระดาษเหนียวเคลือบไข มักนำมาใช้ห่อชิ้นส่วนของเครื่องจักร
2. กระดาษกรีซพรุฟเคลือบไข มักนำมาใช้ห่อขนมปังกรอบ และปิดผนึกด้วยความ

ร้อน

3. กระดาษพลาสติกเคลือบไข มักนำมาใช้บรรจุสินค้าที่ต้องการปกป้องไม่ให้เกิดความชื้น ไขมัน และให้เกิดความใส

4. กระดาษเอ็มจี ซัลไฟท์ มักนำมาใช้บุกล่องกระดาษแข็งแบบพับได้ เพื่อคั่นสินค้าภายในกล่อง

5. กระดาษกลาซีน (Glassine) ทำจากกระดาษกันไขมันที่ผ่านการรีดเรียบร้อยด้วยลูกกลิ้งภายใต้อุณหภูมิสูง ๆ ขณะกระดาษเปียกชื้น ทำให้ความหนาแน่นของกระดาษเพิ่มขึ้น และยังมีกรดไขมัน ทำให้กระดาษกลาซีนมีเนื้อแน่นและผิวเรียบมันวาว นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันสูง

6. กระดาษทิชชู (Tissue Paper) หมายถึง กระดาษที่มีความนุ่มและบางเป็นพิเศษ น้ำหนักมาตรฐานประมาณ 17 – 30 กรัมต่อตารางเมตร นิยมใช้ห่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการป้องกันรอยขีดข่วน ห่อของขวัญ หรือห่อผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงเป็นการช่วยเสริมความสวยงามและความพิถีพิถัน เช่น น้ำหอม นาฬิกา และเครื่องประดับ เป็นต้น

7. กระดาษพาร์ชเมนต์ (Parchment Paper) เป็นกระดาษที่ผ่านกระบวนการผลิตพิเศษ โดยการจุ่มกระดาษในกรดซัลฟิวริกเข้มข้นเป็นเวลานาน ๆ แล้วนำไปล้างและทำให้เป็นกลางก่อนจะนำไปอบรีดให้แห้ง กระดาษนี้จะมีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้เป็นอย่างดี นิยมใช้บรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร

8. กระดาษทำผิวกล่อง (Cuter and Imer Facing, Liners) เป็นกระดาษที่มีผิวเรียบ มีสีน้ำตาล แต่สามารถฟอกให้สีขาวได้ แต่ทำให้ความแข็งแรงของกระดาษลดน้อยลง มักนำมาใช้ปะกับกระดาษลูกฟูก สำหรับทำกล่องหรือแผ่นรองกันกระแทก

9. กระดาษเคลือบ (Coated Paper) เป็นกระดาษกล่อง โดยผิวหน้าเคลือบด้วยสารสีขาว

10. กระดาษลูกฟูก (Corrugating Medium, Facing) เป็นกระดาษที่มีคุณภาพดี กระดาษที่นำมาทำเป็นลอนลูกฟูก ทำจากเส้นใยสั้นของไม้เนื้อแข็ง หากเป็นกระดาษที่ผลิตจากกระดาษที่ใช้แล้ว จะมีคุณภาพต่ำกว่า เรียกว่า บะกัสมิเดียม (Bagus Medium) ลอนของกระดาษทำเป็นลอน มีทั้งเล็ก-ใหญ่แตกต่างกัน ที่นิยมใช้มี 4 ชนิด คือ ลอนเอ ลอนบี ลอนซี และลอนอี ซึ่งมีความแข็งแรงแตกต่างกัน ส่วนกระดาษที่ผิวเรียบสม่ำเสมอทำจากเส้นใยยาว เรียกว่า คราฟท์ไคเนอ (Kraftliner) หรือ ไคเนอบอร์ด (Linerboard) มักนำมาทำกล่องใช้สำหรับบรรจุสินค้าเกือบทุกชนิด โดยเฉพาะผลิตผลสดทางการเกษตร มีทั้งกระดาษลูกฟูกหน้าเดียว (Lingle-faced Board) กระดาษลูกฟูก 1 ชั้น (Single Wall, Double-Faced Board) กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น (Double Wall Board) และกระดาษลูกฟูก 3 ชั้น (Triple Wall Board)

ประเภทของกระดาษลูกฟูก

กระดาษลูกฟูกหน้าเดียว มักนำมาใช้ห่อสินค้า หรือแผ่นรองภายในกล่องเพื่อกันสินค้า
กระแทก

กระดาษลูกฟูก 1 ชั้น มักนำมาทำเป็นกล่องใช้บรรจุสินค้าแทบทุกประเภทที่มีน้ำหนัก
น้อยจนถึงปานกลาง

กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น มักนำมาเป็นกล่องขนาดใหญ่ ใช้บรรจุสินค้าที่มีน้ำหนักมาก เพื่อ
การขนส่ง

กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น มักนำมาทำกล่องขนาดใหญ่ ใช้บรรจุสินค้าที่มีมวล ใหญ่ ๆ เพื่อ
การขนส่งระยะทางไกล (บุษกร ประดิษฐ์นิยกุล และคณะ 2545 : 1-29)

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาษ

กระดาษมีหลายชนิด ผลิตมาจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพแตกต่างกันตามความเหนียว
ความทนทานต่อการฉีกขาด ดึงขาด ดันทะลุ สามารถตัด คัด พับ งอ ได้ง่าย สามารถออกแบบได้มาก
แบบ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกที่สุดและน้ำหนักเบาที่สุด โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้น้ำและก๊าซ
ซึมผ่านได้ดี ไม่สามารถป้องกันความชื้น เสียความแข็งแรงเมื่อถูกน้ำหรืออยู่ในสภาวะที่เปียกชื้นมี
ความคงรูป พิมพ์ได้งดงาม และสามารถรีไซเคิล (Recycle) ได้จึงไม่ก่อปัญหาผลกระทบต่อ
การทำเป็นหีบห่อได้มากมาย ตั้งแต่ถุงชนิดต่าง ๆ กล่องกระดาษ ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับ
การใช้งานแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษ
ที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพขึ้น โดยการผนึกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุ
อื่น ๆ เพื่อให้สร้างสรรค์เป็น โครงสร้างใหม่ของบรรจุภัณฑ์ และทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้
หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง
(Wax Laminated Paper) กระดาษทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น

กระดาษทุกชนิดสามารถนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์ได้ โดยเลือกใช้กระดาษที่มีคุณภาพ
สอดคล้องกับการนำไปใช้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ สามารถคุ้มครอง รับน้ำหนักได้ดีและออกแบบ
ให้ได้ขนาดที่พอเหมาะกับสินค้า กระดาษสามารถนำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดทั่ว ๆ ไป มี 8 รูปแบบ
ดังนี้ คือ

1. ซองกระดาษ (Paper Envelope) ใช้บรรจุสินค้าต่าง ๆ เช่น ใบเลี้ยง หัวสว่าน ยา
เม็ด เมล็ดพืช จดหมาย ฯลฯ การเลือกใช้ขนาดและชนิดของซองขึ้นกับชนิดของสินค้าและความ
แน่นอนหนาที่ต้องการกระดาษที่ใช้ทำซองต้องพิจารณาถึงความคุ้มครอง รูปร่าง และราคาเป็นหลัก

2. ถุงกระดาษ (Paper Bag) มีทั้งแบบแบนราบ (ใช้ใส่อาหารชิ้นเล็ก ๆ ที่มีน้ำหนักเบา) แบบมีขยายข้างและก้น (ใช้บรรจุสินค้าที่มีปริมาณมาก เช่น แป้ง ลูกเกด ข้าวสาร ฯลฯ หรือใช้บุเป็นถุงในกล่องกระดาษแข็ง) และแบบผนัง 4 ด้าน บรรจุสินค้าประเภทเครื่องเทศ คุณสมบัติของกระดาษที่ใช้ขึ้นกับการใช้งานเป็นหลัก กล่าวคือ สินค้าที่มีน้ำหนักมากควรใช้กระดาษเหนียวซึ่งมีค่าของการต้านแรงดันทะลุ และการต้านแรงดึง ขาด อยู่ในเกณฑ์สูง หากสินค้านั้นมีความชื้นสูงหรือเก็บในสภาวะเปียกชื้น กระดาษที่มีค่าการดูดซึมน้ำต่ำ ๆ เช่น กระดาษเคลือบไข กระดาษเคลือบพลาสติก เป็นต้น

3. ถุงกระดาษหลายชั้น (Multiwall Paper Sack) สำหรับขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมากกว่า 10 กิโลกรัม สินค้าที่นิยมคือ ปูนซีเมนต์ อาหารสัตว์ สารเคมี เม็ดพลาสติก ถุงประเภทนี้มีทั้งแบบปากเปิด และแบบมีลิ้น แต่ละแบบอาจจะมีส่วนขยายข้างด้วยก็ได้ วัสดุที่ใช้ทำจากกระดาษเหนียวที่ทำจากเยื่อเส้นใยยาว เพื่อให้มีความเหนียวสูง หากต้องการเพิ่มคุณสมบัติในด้านป้องกันความชื้นก็อาจเคลือบด้วยพลาสติก หรือยางมะตอยอีกชั้นหนึ่งวัสดุที่ใช้ทำถุงและช่องกระดาษ ส่วนใหญ่นิยมใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft) ซึ่งมีความหนาบางนำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้น (Multiwall Bag) หรือเคลือบผิวแตกต่างกันไปตามหน้าที่ใช้สอย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมากสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคในหน่วยขายแบบปลีกย่อยซึ่งจัดได้ว่าเป็น Individual package อีกแบบหนึ่ง ที่มีความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดีอีกด้วย

4. เยื่อกระดาษขึ้นรูป (Moulded Pulp Container) มีทั้งชนิดที่ทำจากเยื่อบริสุทธิ์ซึ่งใช้บรรจุอาหารสำเร็จรูปและอาหารที่เข้าสู่อบไมโครเวฟได้ และชนิดที่ทำจากเยื่อเศษกระดาษซึ่งใช้บรรจุ ไข่ ผัก ผลไม้สด และทำเป็นวัสดุกันกระแทก การเลือกใช้ต้องคำนึงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ที่จะบรรจุเป็นสำคัญ เพราะเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของผู้บริโภค

5. กระป๋องกระดาษ (Paper/Composite Can) เป็นบรรจุภัณฑ์รูปทรงกระบอกที่ได้จากการพันกระดาษทับกันหลาย ๆ ชั้น พันแบบเกลียวหรือแบบแนวตรง ถ้าใช้กระดาษเหนียวแต่เพียงอย่างเดียวจะเรียกว่า Paper Can นิยมใช้บรรจุของแห้ง แต่ถ้าใช้วัสดุร่วมระหว่าง กระดาษเหนียว / อลูมิเนียมฟอยล์ / พลาสติก จะเรียกว่า Composite Can ซึ่งมักจะบรรจุอาหารประเภทขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ ฝากระป๋องมักเป็นโลหะหรือพลาสติกบางครั้งจะใช้ฝาแบบมีห้วงเปิดง่าย (Easy Opening End) ก็ได้ การเลือกใช้ต้องพิจารณาคุณภาพของตะเข็บระหว่างตัวกระป๋องฝาและรอยต่อของการพัน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการรั่วซึม

6. ถังกระดาษ (Fibre Drum) มีลักษณะเช่นเดียวกับกระป๋องกระดาษ แต่มีขนาดใหญ่ ใช้เพื่อการขนส่ง สินค้าที่นิยมบรรจุคือ สารเคมี เม็ดพลาสติก ฯลฯ การเลือกใช้ต้องคำนึงความแข็งแรงเมื่อเรียงซ้อนเป็นหลัก โดยการทดสอบค่าของการต้านแรงกด

7. กล่องกระดาษแข็ง (Paperboard Box) เป็นบรรจุภัณฑ์ขายปลีกที่ได้รับความนิยมสูงสุดสามารถทำจากกระดาษแข็งได้หลายชนิด อาทิ กระดาษไม่เคลือบ (กระดาษขาว - เทา กระดาษเคลือบ กระดาษการ์ด กระดาษอาร์ตมัน กระดาษฮาร์ดบอร์ด เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถเคลือบวัสดุอื่น เช่น วานิช พลาสติก ใย เพื่อปรับคุณสมบัติให้ดีขึ้น รูปแบบของกล่องกระดาษแข็งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กล่องแบบพับได้ (Folding Carton) หรือ (Cardboard) กล่องแบบคงรูป (Set-Up Box) ส่วนกระดาษแข็งที่ใช้ทำกล่องมี 2 ประเภทดังนี้

1) กระดาษกล่องขาวไม่เคลือบกระดาษชนิดนี้คล้ายกับชนิดเคลือบแต่เนื้อหยาบกว่า สีขาวของกระดาษไม่สม่ำเสมอ แต่ราคาถูกกว่า ต้องพิมพ์ด้วยระบบกรรมดา เช่น กล่องใส่รองเท้า กล่องใส่ขนมไหว้พระจันทร์ เป็นต้น

2) กระดาษกล่องขาวเคลือบ กระดาษชนิดนี้ นิยมใช้ในการบรรจุสินค้าอุปโภคและบริโภคกันมากเพราะสามารถพิมพ์ระบบออฟเซตสอดสีได้หลายสีสวยงาม และทำให้สินค้าที่บรรจุภายในกล่องดูมีคุณค่าขึ้น มีขายตามร้านขายเครื่องเขียนทั่วไป เรียกอีกชื่อว่กระดาษแข็งเทา - ขาว ในการทำกล่องบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารนิยมใช้กระดาษชนิดนี้เพราะหาซื้อง่าย

การเลือกใช้กล่องกระดาษแข็ง ต้องพิจารณาคูณสมบัติที่เกี่ยวกับการใช้งานเป็นหลัก เช่น ความชื้น การต้านแรงดันทะลุ ความสามารถในการรับน้ำหนักได้ประมาณ 2- 3 ปอนด์แล้วแต่ขนาดและความหนาของกระดาษ ความเรียบของผิวกระดาษ ความหนา ความขาว สว่าง สามารถพิมพ์สีสันได้ดี คงทนต่อการโค้งงอ สามารถพับเป็นแผ่นแบนได้ไม่เปลืองเนื้อที่ในการเก็บ และขนส่งมีขนาดมากมามายให้เลือกได้ตามต้องการ ง่ายที่จะตัด เจาะหรือบิด มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตในการออกแบบกล่องกระดาษแข็งการเลือกขนาดของกระดาษและแบบของกล่องจะขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและความต้องการของตลาด การตั้งวางต้องคงตัว แข็งแรงให้สวยงามเมื่อตั้งวางเป็นกลุ่ม ง่ายแก่การหยิบและถือ กล่องที่น้ำหนักหิวก็ใช้ได้ ฯลฯ

8. กล่องกระดาษลูกฟูก (Corrugated Fibreboard Box) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทและปริมาณการใช้สูงสุด กล่องกระดาษลูกฟูกมีน้ำหนักเบา สามารถออกแบบให้มีขนาดรูปทรงและมีความแข็งแรงได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถพิมพ์ข้อความ หรือรูปภาพบนกล่องให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจผู้ซื้อและเพื่อแจ้งข้อมูลสินค้าได้อีกด้วย

โดยทั่วไปกล่องกระดาษลูกฟูกจะทำหน้าที่เพื่อการขนส่ง แต่สามารถออกแบบเพื่อการขายปลีกได้ โครงสร้างของกล่องกระดาษลูกฟูกขึ้นกับจำนวนแผ่นกระดาษลูกฟูก ส่วนประกอบของกระดาษ ชนิดของลอน รูปแบบของกล่อง ขนาดของกล่อง รอยต่อของกล่องและการปิดฝา กล่อง การออกแบบต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของสินค้าและสภาพการใช้งาน หากสินค้าเป็นประเภทที่สามารถรับน้ำหนักกดทับได้ (อาหารกระป๋อง ขวดแก้ว ฯลฯ) การกำหนดคุณภาพของกล่องควรยึดค่าการต้านแรงดันทะลุเป็นหลัก แต่ถ้าสินค้าไม่สามารถรับน้ำหนักกดทับได้หรือรับได้เพียงเล็กน้อย

เช่น ผัก ผลไม้สด อาหารบรรจุในขวดหรือถุงพลาสติก ฯลฯ ก็ควรกำหนดคุณภาพของกล่องด้วยค่าของการต้านแรงกดของกล่อง โดยพิจารณาจากสภาพการลำเลียงขนส่งและเก็บรักษาควบคู่กันไป

ปัจจุบันนิยมใช้กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุผลิตผลทางการเกษตร เช่น ผักและ ผลไม้สด ได้เริ่มมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาและปรับปรุงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล่องบรรจุผลไม้สดเพื่อการส่งออก เพื่อให้เหมาะสมกับผักและผลไม้แต่ละชนิด เช่น กล่องบรรจุมะม่วง มะละกอ ทูเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ ฯลฯ ทำให้สะดวกแก่การลำเลียงขนส่ง การเก็บในคลังสินค้า การรักษาคุณภาพสินค้า และความสวยงามเมื่อวางขาย ทั้งในซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาดทั่วไป ทำให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศมากขึ้นอย่างรวดเร็วกระดาษลูกฟูกเป็นกระดาษที่ประกอบด้วยแผ่นเรียบ 2 ด้านติดกาวประกบไว้กับกระดาษลูกฟูก (Corrugated Paper) จะเป็นชั้นเดียว 2 ชั้น หรือ 3 ชั้นก็ได้ คุณสมบัติทั่ว ๆ ไปจะคล้ายกับกล่องกระดาษแข็ง คือ ราคาถูก ทำรูปร่างต่าง ๆ ด้รับน้ำหนักได้มากกว่ากล่องกระดาษแข็ง สามารถพิมพ์สีส่นได้ แต่มักจะพิมพ์ 2 สีเพื่อความประหยัด

2. พลาสติก เป็นวัสดุที่นิยมใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์รองจากกระดาษ และพบว่าใช้ควบคู่กับกระดาษเป็นส่วนประกอบในการบรรจุสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ พลาสติกผลิตได้จากวัตถุดิบหลายประเภท เช่น จากพืช ถ่านหิน สินแร่ และปิโตรเลียม พลาสติกสามารถจัดแบ่งได้ 2 ประเภท ใหญ่ ดังนี้

2.1 ใช้ความร้อนทำให้หลอมตัวและพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ได้หลายครั้ง เรียกว่า เทอโมพลาสติก (Thermoplastic) เช่น ถุงพลาสติกใส ขวดน้ำพลาสติก ภาชนะพลาสติกหนาแน่น ไม่แตกแต่ฉีกขาดได้

2.2 ใช้ความร้อนพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ได้เพียงครั้งเดียว เรียกว่า เทอโมเซตติง (Thermosetting) เช่น ภาชนะพลาสติกแข็งไม่ฉีกขาด แตแตกหักได้

ปัจจุบันมีพลาสติกที่ใช้อยู่เป็นจำนวนมาก ประมาณ 100 ประเภท เมื่อแยกประเภทตามน้ำหนักโมเลกุลและความหนาแน่น และพลาสติกแต่ละประเภท ยังสามารถเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติได้ โดยทำปฏิกิริยากับพลาสติกอีกประเภท หรือกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันก็สามารถเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติได้เช่นกัน ส่วนการเรียกชื่อของพลาสติก พบว่า มีทั้งเรียกตามสูตรทางเคมี และเรียกตามการค้าพาณิชย์ แต่นิยมที่จะเรียกเป็นคำย่อ เช่น พลาสติก PE (Polyethylene) แยกย่อยเป็น LLDPE (Linear Low Density Polyethylene) LDPE (Low Density Polyethylene) MDPE (Medium Density Polyethylene) และ HDPE (High Density Polyethylene)

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติก

พลาสติกแต่ละชนิดสามารถนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์ในลักษณะที่แตกต่างกัน ด้วยคุณลักษณะเฉพาะของพลาสติกที่มีให้เลือกใช้มากมาย พลาสติกสามารถนำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. ถุงพลาสติก แต่เดิมมีเพียงรูปแบบเรียบแบน น้ำหนักเบา ใส มีช่องเปิดสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์เพียงด้านเดียว ถุงเย็นผลิตจากพลาสติก LDPE ถุงร้อนผลิตจากพลาสติก HDPE นิยมนำไปใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ปัจจุบันถุงพลาสติกมีการออกแบบให้มีตะเข็บด้านข้างและม็อกกันดูขยายเพื่อให้ใส่สิ่งของได้มากขึ้น มีทั้งหูหิ้วในตัว และหูหิ้วติดประกอบที่ตัวถุง มีสีสันท่างๆ มากมาย และมีการพิมพ์ลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติก

2. กระสอบพลาสติก มีรูปแบบคล้ายถุงขนาดใหญ่ เป็นพลาสติกที่มีเนื้อหนา มีความคงทน สามารถใช้เชือกปิดเย็บปากถุงได้ นิยมใช้บรรจุสินค้าประเภท ปุ๋ย อาหารสัตว์ ข้าวสาร พืชตากแห้ง พริกหอม กระเทียม เป็นต้น กระสอบพลาสติกป้องกันความชื้นได้ดีกว่ากระสอบที่ทำจากผ้า ปอ หรือป่าน

3. หลอดพลาสติก มีรูปแบบยาว มีทั้งก้นกลมและแบน มีฝาปิด ผลิตจากวัสดุประเภท โพลีเอทเทอลิน (Polyethylene) ทั้งชนิดความหนาแน่นมาก และความหนาแน่นน้อย นิยมใช้บรรจุเครื่องสำอาง ยารักษาโรคที่มีลักษณะเหนียวข้น

4. ขวดพลาสติก มีรูปแบบแข็งแรง มั่นคง สามารถตั้งได้ ผลิตจากพลาสติกประเภท P.V.C. (Polyvinyl chloride) นิยมใช้บรรจุสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม หรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นน้ำ เช่น น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน น้ำยาบ้วนปาก น้ำหอม ไม่ต้องการให้กลิ่นระเหย

5. ลังพลาสติก มีรูปแบบสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ แข็งแรง ทนทาน นิยมออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย เช่น ลังสำหรับใส่บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดเครื่องดื่ม น้ำอัดลม เครื่องปรุง ซอ น้ำปลา เป็นต้น ผลิตจากพลาสติกประเภท Injection Molding

6. กล่องพลาสติก มีรูปแบบสี่เหลี่ยมขนาดเล็ก มีฝาปิด นิยมออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีน้ำหนักไม่มากนัก เช่น กล่องพลาสติกใส่ดอกไม้แห้ง กล่องพลาสติกใส่ขนมอบ กล่องพลาสติกใส่อาหาร เป็นบรรจุภัณฑ์บริการ ณ จุดขาย ผลิตจากพลาสติกประเภทสไตรีน (Styrene) และ พอลลิไคลด์ คลอไรด์ (Polyvinyl chloride) นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบกล่องพลาสติกที่ตัวกล่องออกแบบให้มีขนาดที่สามารถบรรจุสินค้า แต่ละหน่วยได้พอดี สามารถเห็นสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และสามารถคุ้มครองป้องกันสินค้าได้ดี เรียกว่า “บลิสเตอร์แพคเกจจ” (Blister Package)

7. แผ่นห่อพลาสติก มีรูปแบบเป็นแผ่นใสยึดได้ ผลิตจากพลาสติกประเภท PE หรือเรียกว่าฟิล์ม PE นิยมนำมาห่อสินค้าประเภทอาหารสดเพื่อเก็บรักษาไว้ในตู้แช่ หรือห่อหุ้มอาหารที่

ใส่ภาชนะ ถาดโพนอาหารสดพร้อมปรุง นอกจากนี้ยังมีแผ่นพลาสติก รูปแบบห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ เฉพาะหน่วย เพื่อ ป้องกันฝุ่นละออง ความชื้น เพื่อปกป้องบรรจุภัณฑ์ หรือเพื่อรวมหน่วยบรรจุ ภัณฑ์เป็นพลาสติกใส แข็งกรอบรัดบรรจุภัณฑ์ เรียกว่า “ไซริงค์ แพคเกจ” (Shrink Package) เป็น พลาสติกที่ผลิตจากพลาสติกประเภท Polyethylene, Polyvinylchloride, Polyolefin, Polypropylene และ Polyester และมีแผ่นห่อพลาสติกเพื่อป้องกันการกระทบกระเทือนใช้ห่อหุ้ม สินค้าที่แตกหักง่าย เป็นแผ่นพลาสติกออกแบบให้มีจุดซ้อนขนาดตลอดแผ่นเป็นฟิล์มพลาสติก เรียกว่า “แอร์แคป” (Air Cap)

3. แก้ว เป็นวัสดุที่นิยมใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุเครื่องดื่ม อาหาร เครื่องสำอาง ยา ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกสะอาด นำรับประทานแล้วยังคุ้มครอง ปกป้องรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดี ถึงแม้ต้องระมัดระวังเรื่องการขนส่ง เพราะเกิดการแตกชำรุดเสียหายได้ง่าย ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ที่ทำ จากแก้วมักจะต้องมีบรรจุภัณฑ์ชั้นในอีกชั้น และบรรจุภัณฑ์ขนส่งจะต้องมีความแข็งแรง ป้องกัน การแตกชำรุดเสียหาย และมักจะมีข้อความให้ “ระวังของแตก” ข้างบรรจุภัณฑ์ขนส่ง แก้วผลิตได้ จากการหลอมรวมกันของหินปูน (Limestone) ประมาณ 10% ซิลิกา (Silica) ประมาณ 75% โซดา (Soda) ประมาณ 15% และอลูมิเนียม (Aluminum) โพแทสเซียม (Potassium) แมกนีเซียมออกไซด์ (Magnesium Oxides) เพียงเล็กน้อย หลอมละลายโดยใช้อุณหภูมิประมาณ 2,800 องศาฟาเรนไฮด์ (Farenhige) เป็นแก้วใส แล้วนำไปเป่าขึ้นรูปตามแบบ (Mold) แก้วสามารถแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ๆ ตามลักษณะการไปใช้งานดังนี้

3.1 แก้วบอโรซิลิเกต (Borosilicate) เป็นแก้วที่มีความคงทนสูง เป็นแก้วที่มีโบรอน ไตรออกไซด์ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก ต้องผลิตที่จุดหลอมเหลวสูง 1,750 C นิยมใช้บรรจุ ภัณฑ์เพื่อบรรจุสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ประเภทยาสำหรับฉีด

3.2 แก้วโซดาไลม์ (Sodalime) เป็นแก้วที่มีซิลเฟลทเป็นองค์ประกอบ อบที่ อุณหภูมิ 500 C เพื่อลดความเป็นด่างบริเวณผิวหน้าของแก้ว นิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ที่ไม่ใช่ยาสำหรับฉีด

3.3 แก้ว NP (NP Glass) เป็นแก้วโดยทั่วไป คล้ายกับแก้วโซดาไลม์ แต่แยกตัว ออกมาเพื่อใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ประเภทยาสำหรับรับประทาน ยา ไซทาภายนอกที่ไม่ใช่ยาสำหรับฉีด

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากแก้ว

บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากแก้ว วัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถแยกรูปแบบตาม องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ได้ 3 ส่วน คือ ส่วนลำตัวของบรรจุภัณฑ์ ส่วนก้นของบรรจุภัณฑ์ และ ส่วนปาก ของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์แก้วเมื่อใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์หมดแล้ว สามารถนำมาทำ

ความสะอาด หน้าเชื้อ ใช้ใหม่ได้ บรรจุภัณฑ์แก้วที่นิยมใช้มากที่สุด คือ สีใส สีน้ำตาล และ สีเขียว ตามลำดับ มีหลายรูปแบบ ดังนี้

1. ขวดแก้ว มีรูปแบบทรงกระบอกสูง ก้นกลม ขนาดไม่ใหญ่มาก ปากขวดขุด เหล็กปิดฝาแบบต่าง ๆ ตามต้องการ

2. โหลแก้ว มีรูปแบบทรงกระบอกสูง ก้นกลม ขนาดใหญ่ ปากโหลกว้าง และทรงเหลี่ยมเตี้ย ก้นเหลี่ยม ขนาดไม่ใหญ่มาก ปากโหลไม่กว้างมาก ถ้าเป็นเครื่องปั้นดินเผา มักนิยมเรียกว่า “กระปุก” ปิดฝาแบบต่าง ๆ ตามต้องการ

3. อ่างแก้ว มีรูปแบบทรงกระบอกเตี้ย ก้นกลม ขนาดใหญ่ ปากอ่างกว้างเท่ากันอ่าง ไม่มีฝาปิด

สำหรับฝาปิดมีหลายแบบ ซึ่งควรเลือกใช้และออกแบบปากขวดแก้ว ปากโหลแก้ว สอดคล้องกับความต้องการกับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ฝาปิดมีหลายแบบดังนี้

1. ฝาจีบ (Crown Finish) ใต้แก้ว ฝาชวดเบียร์ ฝาชวดน้ำอัดลมขนาดเล็ก เวลาเปิดต้องใช้เครื่องมือเปิดแบบจัดขึ้น ไม่สามารถปิดได้

2. ฝากลีวยุทธรรมา (Screw Finish) ใต้แก้ว ฝาชวดน้ำยาแก้ไอ ฝาชวดอาหารขนมอบแห้ง เวลาเปิดต้องใช้มือบิด และปิดเข้าที่ได้เหมือนเดิมเมื่อเลิกใช้

3. ฝากลีวยลื้อก (Twist – off Finish) ใต้แก้ว ฝาชวดแยมผลไม้ ฝาชวดกาแฟ เวลาเปิดใช้มือบิด และปิดเข้าที่ได้เหมือนเดิมเมื่อเลิกใช้

4. ฝากลีวยมิดขาด (R.O.P.P. Finis) หรือฝากลีวยพิเศษ ใต้แก้ว ฝาชวดน้ำหวาน ฝาชวดน้ำอัดลมขนาดใหญ่ เวลาเปิดใช้มือบิด และปิดเข้าที่ได้เหมือนเดิมเมื่อเลิกใช้

5. ฝาคอร์ก (Cork Finish) ใต้แก้ว ฝาชวดไวน์ ฝาชวดเครื่องดื่มบำรุงกำลัง เวลาเปิดต้องใช้เครื่องเปิดเฉพาะเกลียวที่ฝาคอร์ก และจัดขึ้น ไม่สามารถปิดได้แน่นเหมือนเดิม

4. โลหะ เป็นวัสดุที่นิยมใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุอาหารสำเร็จรูปหรืออาหารแปรรูป เครื่องดื่ม สารเคมี กาว น้ำมันหล่อลื่น สีน้ำมัน ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าไม่มีสิ่งปลอมปน โลหะเป็นวัสดุที่มีความแข็งแรง ทนทาน การเคลือบผิวภายในบรรจุภัณฑ์โลหะ จะช่วยแก้ปัญหาการสึกกร่อนอันเกิดจากการทำปฏิกิริยาระหว่างโลหะกับผลิตภัณฑ์บางประเภท เพราะไม่ก่อให้เกิดการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซ การนำโลหะมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์จะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษตรงรอยต่อของบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันมีโลหะที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์หลายชนิดด้วยกัน เช่น อลูมิเนียม โลหะผสม (Alloy) อลูมิเนียม แผ่นเปลว (Aluminum Foil) ทองเหลือง (Brass) ทองแดง (Copper) แผ่นเหล็กอาบดีบุก (Tinplate) เป็นต้น

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากโลหะ

บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากโลหะ วัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ มีหลายชนิดให้เลือกใช้เพื่อสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสินค้า รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากโลหะ มีดังนี้

1. กระป๋อง (Can) มีรูปแบบเป็นทรงกระบอก ขนาดพอเหมาะมือ สามารถถือรับประทานหรือจับเทได้สะดวก มีทั้งแบบสูงและแบบเตี้ย เดิมเวลาเปิดต้องใช้เครื่องมือเปิดฝากระป๋อง ปัจจุบันออกแบบเป็นห่วง ใช้มือดึงเพื่อให้ฝาเปิดได้เลย และมีรูปแบบเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เกอียว กระป๋องมักนิยมทำจากโลหะประเภท แผ่นเหล็ก แผ่นเหล็กอาบดีบุก อลูมิเนียม ใช้บรรจุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ยา น้ำมัน นมผง นมข้น ขนมอบกรอบ เป็นต้น

2. ถัง (Drum) มีรูปแบบเป็นทรงกระบอก ขนาดใหญ่ อาจมีหูหิ้วหรือไม่มีก็ได้ และมีรูปแบบเป็นทรงสี่เหลี่ยม มีฝาปิดทั้งแบบเล็กและใหญ่ ถังมักนิยมทำจากโลหะประเภทแผ่นเหล็ก แผ่นเหล็กอาบดีบุก ใช้บรรจุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทสารเคมี น้ำมัน เป็นต้น

3. แผ่นเปลว (Foil) มีรูปแบบเป็นซองแบน และมีส่วนนูนเฉพาะในส่วนที่บรรจุสินค้า หรือเรียกหน่วยของสินค้าว่า “แพ่ง” แผ่นเปลวทำจากอะลูมิเนียม หรือเรียกว่า “อะลูมิเนียมแผ่นเปลว” Aluminum Foil) ใช้บรรจุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทยา เป็นแคปซูล เม็ด และครีม

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ ที่ผู้วิจัยได้นำมาเพื่อเป็นแนวในการออกแบบนั้น มีดังนี้

พินาลิน สาริยา (2548) ได้ศึกษา ศิลปหัตถกรรมในประเพณีการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ มีสาระสำคัญดังนี้ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ซื้อ และผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์บริการ ณ จุดขายมีความจำเป็น รูปแบบบรรจุภัณฑ์บริการที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ ถุงกระดาษ รองลงมาคือ ถุงพลาสติกและกล่องกระดาษ และต้องการให้มีลวดลาย รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ โดยเห็นด้วยกับการออกแบบลวดลาย รายละเอียด กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์มากที่สุด สำหรับผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ มีดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรมประเพณี นำผลการศึกษามาสรุปเป็นข้อความส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มาบูรณาการในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจอยากท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมประเพณี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อความมุ่งเน้นวัฒนธรรมประเพณีประวัติศาสตร์ซึ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมประเพณี และประเมินความพึงพอใจได้ข้อความที่ใช้

สำหรับออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ เป็นข้อความเกี่ยวกับคำขวัญ ชุมชนโบราณ ความหมายของชื่อจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณีที่จัดเป็นประจำทุกปี ปราสาทหินพนมรุ้ง ลินค้ำ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ตั้งและการเดินทาง เบอร์โทรศัพท์สำหรับสอบถาม รายละเอียดการท่องเที่ยว รวม 10 ข้อความ

2. ด้านศิลปหัตถกรรมในประเพณี นำผลการศึกษามาสรุปและสร้างภาพศิลปหัตถกรรมในประเพณีจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเพณีว่าอีสานจังหวัดบุรีรัมย์ มาบูรณาการในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจอยากเที่ยวชมประเพณีมหกรรมว่าอีสาน จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปหัตถกรรมในประเพณีมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมุ่งเน้นภาพว่าวแอกโบราณ ในประเพณีจังหวัดบุรีรัมย์ที่ควรอนุรักษ์และเผยแพร่ จากการศึกษาวิเคราะห์ เอกสาร ตำรา และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปหัตถกรรมในประเพณีมหกรรมว่าอีสานจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ขั้นตอนการทำว่าวแอกในแต่ละขั้นตอนจะสืบเนื่องสัมพันธ์กัน โดยการกำหนดสัดส่วนของว่าวแอกนั้นจะสอดคล้องลงตัวกันพอดีในแต่ละส่วนที่สัมพันธ์กัน โดยได้สร้างผลงานภาพว่าวแอกโบราณทรงกลมรี ทรงหม้อตาลและทรงเหลี่ยมเป็นภาพสีมีลวดลายสวยงาม และนำภาพถ่ายวัฒนธรรมประเพณีที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มาใช้เป็นภาพประกอบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

3. ด้านบรรจุภัณฑ์ นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ รูปแบบถุงกระดาษ ถุงพลาสติก และกล่องกระดาษ โดยพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากรูปแบบเดิมของจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสำหรับใช้เป็นบรรจุภัณฑ์บริการ ณ จุดขาย บรรจุสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดบุรีรัมย์มีลวดลาย รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

พฤกษชาติ ชีวะ โอสถ (2549) ได้ศึกษา บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย สำหรับขนมปังชีส เซคิไล้สับประรด มีสาระสำคัญดังนี้

ตอนที่ 1 จากการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของฝักนั้น การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามวางอยู่บรรจุภัณฑ์นั้นจะทำหน้าที่เป็นนักขายไร้เสียง หรือทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้ผู้ซื้อเข้ามาภายในร้านแม้ว่าจะไม่ซื้อสินค้าตัวที่มีบรรจุภัณฑ์นั้นก็ตาม หรือเกิดการตัดสินใจซื้อในกรณีเป็นของฝัก และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องคุ้มครองสินค้าได้นั้น จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อโดยเฉพาะในเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัยในการบริโภคซึ่งจะทำให้เกิดความมั่นใจในตัวสินค้านั้นมากขึ้น และเกิดการตัดสินใจซื้อทันที

ตอนที่ 2 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงโครงสร้าง มาจากการปรับรูปทรงสี่เหลี่ยม ที่มีมาแต่เดิมให้กลายเป็นเส้นที่โค้ง และมีหูหิ้วส่วนกราฟิกนั้นเน้นในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเพื่อประเมินคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ทั้ง 4 ชิ้น โดยทำการคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 ชิ้นนั้นพบว่าผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนนแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 มากที่สุดซึ่งอยู่ในระดับดี ดังนั้นการที่จะมีบรรจุภัณฑ์สักชิ้นหนึ่งจึงต้องคำนึงในเรื่องที่กล่าวมานั้น และนอกจากนี้แล้วจะต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าในเรื่องของการลงทุนอีกด้วย ดังนั้นการมีบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีการวางแผนการทำงานเป็นอย่างดีโดยเฉพาะในเรื่องของการตลาด

ศุภรัก สุวรรณวัจน์ (2543) ได้ให้ข้อคิดเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพว่า เมื่อได้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ และประเภทของบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นพื้นฐานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์แล้วก่อนที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรจะทราบถึงปัจจัยต่างๆ ทางด้านการตลาด ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก่อนที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีประสิทธิภาพทางการตลาดที่สุดดังที่กล่าวต่อไป

1. ต้องเข้าใจถึงแนวทางการตลาดขององค์กรนั้นๆว่าเป็นอย่างไร มีจุดมุ่งหมายอย่างไรบ้างเห็นความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท รวมถึงวัตถุประสงค์ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

2. ต้องเข้าถึงประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ทั้งในแง่การปกป้องรักษาตัวสินค้า และด้านการตลาดตลอดจนภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์

3. ศึกษาถึงแนวคิดของผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์นั้นควรจะเป็นที่ต้องการของตลาด

4. ในแง่ต่างๆ ศึกษาสถานภาพการแข่งขันทางการตลาด โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นตลอดจนลักษณะการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

5. การบรรจุภัณฑ์เพื่อผู้บริโภคจะต้องศึกษาว่า ใครคือกลุ่มผู้ซื้อ และผู้ซื้อนั้นต้องการอะไร ลักษณะในการซื้อ ความภักดีต่อตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีเนื้อที่เพียงพอจะบรรจุข้อความที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อบอกกล่าวกับผู้บริโภค หรือสามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้เด่นชัดเหมาะที่จะตั้งโชว์ให้เห็นเด่นกว่าคู่แข่งตลอดจนต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ผิดกฎหมาย

สรุปจากการศึกษางานวิจัยที่กล่าวมานั้นจะเห็นว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งในที่นี้คือผู้วิจัยควรจะทราบถึงปัจจัยต่างๆ ทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆซึ่งประกอบไปด้วย

1. แนวคิดทางการตลาดในเรื่องของ องค์กร จุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ว่าเป็นอย่างไร
2. ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ในแง่การปกป้อง และภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์
3. ศึกษาแนวคิด ศึกษาคู่แข่ง และลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อกำหนด รูปแบบของบรรจุภัณฑ์
4. ศึกษากลุ่มผู้ซื้อว่าเป็นใคร ต้องการอะไรลักษณะในการซื้อความเชื่อมั่นในตราสินค้า มีพื้นที่สำหรับข้อความต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เพื่อบอกกล่าวกับผู้บริโภค หรือสามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้เด่นชัดเหมาะที่จะตั้งโชว์ให้เห็นเด่นกว่าคู่แข่ง ตลอดจนต้องเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ผิดกฎหมาย

นรชัย รัตนสมบุญ (2547) การศึกษาเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง การศึกษาในการออกแบบครั้งนี้ พบว่า การที่เราจะสามารถสร้างเลขนศิลป์ขึ้นมาเพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่นนั้น จำเป็นต้องศึกษาถึงระบบจารีตประเพณี วัฒนธรรม การแต่งกายการใช้สี ข้อห้ามต่างๆ รวมไปถึงอิทธิพลของลวดลายที่ชาวม้ง ได้เรียนรู้สืบทอดกันมา และสามารถนำสิ่งเหล่านั้นมาปรับให้เป็นรูปแบบเลขนศิลป์อย่างอิสระ โดยคำนึงถึงท้องถิ่น รวมถึงรูปแบบความน่าเชื่อถือของเลขนศิลป์นั้น สิ่งสำคัญต้องไม่ขัดต่อจารีตประเพณี

มาลิณี ฤาษตะกุล (2546).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคในจังหวัดสุรินทร์ มีสาระสำคัญดังนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 5,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากศูนย์จำหน่ายสินค้าของโครงการ เหตุผลเพราะต้องการอุดหนุนสินค้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ในการพิจารณาการเลือกซื้อจะพิจารณาจากคุณภาพ โอกาสที่จะซื้อเนื่องจากตามความต้องการ และบุคคลที่มีอิทธิพลคือ ตัวเองเป็นคนตัดสินใจ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ซื้อบ่อยที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ผ้าฝืน อันดับ 2 คือ เสื้อผ้า และอันดับ 3 คือ ดอกไม้ประดิษฐ์ ส่วน โทนสีที่ชอบมากที่สุดคือ สีน้ำเงิน รองลงมา คือ สีม่วงและสีชมพู ความถี่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉลี่ย 4 ครั้งในช่วงระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมาปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเฉลี่ย 2 ชิ้นต่อการซื้อในแต่ละครั้ง และจำนวนเงินที่จ่ายไปในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในแต่ละครั้งเฉลี่ย 1,775 บาท

งามทิพย์ กุ้วโรดม (2539) ภาชนะบรรจุใบตอง งานวิจัยภาชนะบรรจุจากใบตอง เกิดขึ้นจากการมองเห็นปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากภาชนะบรรจุประเภทโฟมกับถุงพลาสติกที่นิยมใช้ในการบรรจุอาหาร ซึ่งมีการใช้งานระยะเวลาสั้นๆ และใช้ในปริมาณมาก แต่ต้องใช้เวลาในการย่อยสลายนาน จึงคิดใช้ใบตองเป็นภาชนะบรรจุประเภทใช้แล้วทิ้ง ไม่เป็นปัญหาในการกำจัด เป็นวัสดุธรรมชาติ โดยศึกษาคุณสมบัติด้านการบรรจุของใบตอง ปรากฏว่าใบตองสดจากกล้วยตานีมีความแข็งแรงที่สุด ศึกษาวิธีทำแห้งเพื่อให้ได้ใบตองแห้งที่แข็งแรง การขึ้นรูปภาชนะใบตอง อายุการเก็บต้นทุนการผลิต และความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นอาชีพเสริมของเกษตรกร

ปรีชา ปั่นกล้า และคณะ (2543-2544) ได้ศึกษาการถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปกรรมในงานหัตถกรรม มีสาระสำคัญ ดังนี้

การวิจัยถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปกรรมในงานหัตถกรรมท้องถิ่น แบ่งผลิตภัณฑ์เป็น 5 ประเภท คือ กระจาดสา แผ่นการัดอวยพร งานประดิษฐ์เพื่อการตกแต่ง อุปกรณ์สำนักงาน และบรรจุภัณฑ์ โดยจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยการปฏิบัติการออกแบบ ผสมผสานความรู้ด้านศิลปกรรม และการออกแบบกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นการเพิ่มรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มมูลค่าของสินค้า และจัดทำหลักสูตรสำหรับฝึกอบรม นำผลของการศึกษาวิจัย การใช้ความรู้ด้านศิลปกรรมและการออกแบบ ออกเผยแพร่ด้วยการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้สัมฤทธิ์ผลต่อการดำเนินงานสร้างงาน สร้างรายได้แก่ประชาชน และเป็นแนวทางการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสืบต่อไป

ลิตติพร ลิตติพานิช (2544) ได้ศึกษา การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์พบว่ามีการใช้องค์ประกอบศิลป์เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การตลาดดังนี้ การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภาพและสีของสินค้า หรือวัตถุดิบ การแบ่งสีผู้ผลิตหรือตราสินค้าใช้ตัวอักษรแสดงตราสินค้าและผู้ผลิต การแสดงบุคลิกของสินค้าใช้ภาพและสีการแสดงคุณสมบัติประโยชน์ของสินค้าใช้ตัวอักษรแสดงคำโฆษณาชวนเชื่อ การดึงดูดความสนใจใช้สีตัดกันและภาพขนาดใหญ่ การส่งเสริมการโฆษณาใช้สัญลักษณ์ตรารับรองและเหรียญรางวัล การอำนวยความสะดวกใช้รหัสแท่งและตารางโภชนาการ การคงรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันใช้การจัดวางเป็นชุดเดียวกัน ผลการวิเคราะห์การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทย พบวิธีที่ตรงกับหลักการเบื้องต้นได้แก่ การใช้คู่สีและตัวอักษรแบบดั้งเดิมการจัดวางแบบสมมาตรและแบบซ้ำ วิธีที่ตรงกับหลักการแต่ไม่ปรากฏมีการใช้ได้แก่ การใช้ภาพเลียนกรรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม และเลียนพื้นผิวของวัสดุ

ธรรมชาติ การใช้วัสดุธรรมชาติประกอบ และใช้สีแบบเบญจรงค์ รวมทั้งยังค้นพบวิธีการใหม่ของไทยเอง ได้แก่ การใช้ภาพลวดลายจิตรกรรมไทย ภาพชาวบ้านแต่งกายชุดพื้นเมือง ภาพสถาปัตยกรรมในท้องถิ่นและการใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงความเป็นไทยและสอดคล้องกับองค์ประกอบอื่นๆ

นฤมล ทองเจริญชัยกิจ (2543) ได้ศึกษา กลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดของขนมขบเคี้ยว ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่มีสมาชิกกลุ่มอยู่ระหว่าง 11-20 คนซึ่งส่วนใหญ่แล้วมีจำนวนเงินลงทุนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท มีอัตราส่วนของรายได้ต่อเงินลงทุนมากกว่าร้อยละ 75.00 บาท พบว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่นิยมนำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.91 และเป็นวัตถุดิบที่มีอัตราส่วนของรายได้ต่อเงินลงทุนสูงที่สุด ส่วนกรรมวิธีการแปรรูปที่นิยมมากที่สุดคือวิธีการถนอมอาหารด้วยการฆ่าเชื้อที่มีความร้อนสูงคิดเป็นร้อยละ 54.54 การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สำคัญคือสถานที่ประกอบการหรือที่พักอาศัยและงานนิทรรศการ การประชุม สัมมนาต่างๆคิดเป็นร้อยละ 90.91 โดยมีประธานและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าซึ่งเป็นทั้งคนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าต่างถิ่น พบว่าปัจจัย 3 ประการที่เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดคือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะของกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีการนำเอากลยุทธ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้มาใช้ในการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค - การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยการใช้สีสันทันต่างๆ ทั้งสีของบรรจุภัณฑ์ สีของฉลากและการใช้ภาพประกอบต่างๆ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการสื่อสารเรื่องความรู้สึกและทัศนคติต่อกลุ่มเป้าหมาย

- การใช้ชื่อ/สัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการมาอ้างอิงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ซึ่งพบว่าร้อยละ 9.09 เป็นการอ้างอิงชื่อเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 13.64 เป็นการใช้นามสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว และร้อยละ 45.45 เป็นการอ้างอิงทั้งชื่อและสัญลักษณ์

- การให้ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบ กล่าวคือ ร้อยละ 86.36 ระบุชื่อสินค้า ทุกกลุ่มระบุชื่อผู้ผลิต ร้อยละ 22.73 ระบุวันเดือนปีที่ผลิต ร้อยละ 9.09 ระบุวันหมดอายุ ร้อยละ 9.09 ระบุส่วนประกอบ ร้อยละ 40.91 ระบุน้ำหนักสินค้า ร้อยละ 36.36 ระบุราคา ร้อยละ 9.09 ระบุข้อความภาษาต่างประเทศ - การใช้สโลแกนหรือคำโฆษณาสินค้า ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การแสดงสรรพคุณของสินค้าประเภทสินค้าบริโภค คือเน้นที่ความอร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย ซึ่งพบถึงร้อยละ 63.64

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อบอกแหล่งที่มาของสินค้าโดยระบุลักษณะเด่นในท้องถิ่นซึ่งพบร้อยละ 22.73 และการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นของขวัญของฝาก ซึ่งพบร้อยละ 27.27 แต่อย่างไรก็ตามพบว่า การสร้างตราสินค้าเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า สร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังมีอยู่น้อยมากคือมีเพียงร้อยละ 9.09 เท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่าไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดเลยที่ระบุคำแนะนำในการรับประทาน วิธีการผลิตเครื่องหมาย อย. สัญลักษณ์รหัสแท่งหรือบาร์โค้ด และข้อควรระวัง ซึ่งเป็นเรื่องที่เหมาะสมแก่การได้รับการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้สินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถขยายเข้าสู่ระบบการค้าสมัยใหม่ได้ (Modern Trade)

การวิจัยพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยไปสู่ตลาดโลก : การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (2547) โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รูปแบบแนวทางที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดและสามารถสู่ตลาดโลกได้ในอนาคต โดยคำนึงถึงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นองค์ประกอบสำคัญ มุ่งเน้นให้เกิดแนวทางและวิธีการในการนำเอาศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในประเทศและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในตลาดโลกในอนาคต การศึกษาในครั้งนี้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านการเกษตรในพื้นที่ศึกษา 3 จังหวัด 4 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ จังหวัดสกลนคร ผลิตภัณฑ์คือ ปลาสำเร็จรูป จังหวัดเลย ผลิตภัณฑ์คือ มะขามหวานและกระชายดำ และจังหวัดสมุทรสงคราม ผลิตภัณฑ์คือ น้ำตาลมะพร้าว โดยทางคณะผู้วิจัยได้ศึกษาและสำรวจรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งได้แบ่งการออกแบบเป็น 4 แนวทางในแต่ละแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ปรับปรุงจากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่เดิม
2. ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานในท้องตลาด
3. ออกแบบชิ้นใหม่ โดยใช้แนวทางจากบรรจุภัณฑ์และงานหัตถกรรมท้องถิ่น
4. แนวอิสระหรือรูปแบบใหม่ (innovation)

ผลจากการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ผลงาน ดังนี้

1. การสร้างชื่อตราสินค้านำเอาลักษณะของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมาเป็นแนวคิดหลัก โดยใช้วัฒนธรรมด้านภาษาและเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันมาแต่เดิม
2. องค์ประกอบในการออกแบบตราสินค้า นำแนวคิดที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยได้แก่ เนื้อหาทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่สำคัญ วัตถุ หัตถกรรมตลอดจนกรรมวิธีการผลิต

3. แนวคิดเกี่ยวกับตัวบรรจุกัณฑ์ สร้าง โครงสร้างที่ได้อิทธิพลมาจากลักษณะการใช้บรรจุกัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากบรรจุกัณฑ์ประเภทเดียวกัน นำเสนอวิธีการแปรรูปสินค้าและการใช้งานของสินค้าตลอดจนกลุ่มเป้าหมายใหม่

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อมุ่งที่จะศึกษาวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีต้นทุนต่ำจากวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องต้นทุนผลิตบรรจุภัณฑ์ในการจ้างนักออกแบบและการพิมพ์บรรจุภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นในเรื่องของการนำวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ กาบหมาก ไม้ไผ่ ด้วยกระบวนการตัด เย็บ ห่อ กลัด มัด ร้อย มาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัยดังจะนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การศึกษาข้อมูล
2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง
3. วิธีการดำเนินการ
4. การประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ออกแบบขึ้น
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาข้อมูล

การศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาไว้ 2 ส่วนดังนี้

1.1 ข้อมูลภาคเอกสาร

1.1.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมและการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าไหมจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และสิ่งพิมพ์อื่นๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ

1.1.2 ศึกษาวัสดุหรือวัตถุดิบที่สามารถจะนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำได้ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยและสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง

1.1.3 ศึกษากระบวนการสร้างหรือออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัย สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

1.2 ข้อมูลภาคสนาม

1.2.1 สสำรวจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่ใช้ในปัจจุบันจากศูนย์จำหน่ายผ้าไหมในอำเภอปักธงชัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในจังหวัดนครราชสีมา

1.2.2 คั้นหาวัสดุหรือวัตถุดิบในท้องถิ่นที่สามารถนำมาออกแบบและตกแต่งบรรจุภัณฑ์ เช่น ศึกษาดินที่หมู่บ้านด่านเกวียนนำมาทำตราสินค้าและลวดลาย กาบหมากที่อำเภอสูงเนิน เพื่อนำมาเป็นวัสดุหลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฝ้ายดิบและเศษผ้าไหมตามร้านจำหน่ายผ้าฝ้ายและผ้าไหมในอำเภอเมืองและอำเภอบักรงชัย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไว้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มนักวิชาการ ตามรายละเอียดในตาราง

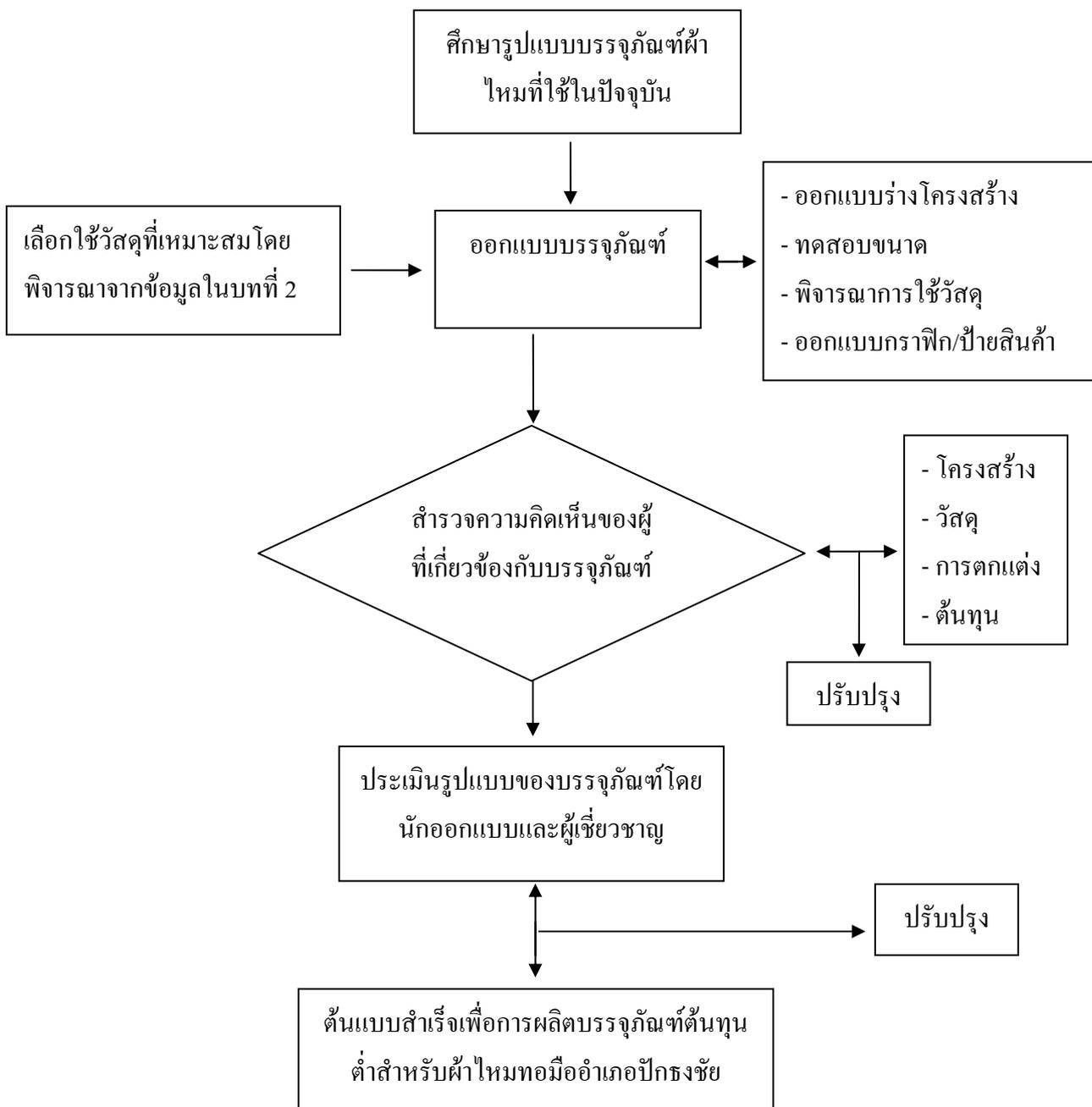
ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง	รายละเอียด	การประเมินแบบบรรจุภัณฑ์
กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่าย 10 ราย นักออกแบบ 5 ราย	แบบโครงสร้างและการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ
กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักวิชาการ	ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน	ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ

3. วิธีการดำเนินการ

ขั้นตอนการทำวิจัยสามารถสรุปเป็นผังแสดงขั้นตอนการดำเนินการเพื่อ ศึกษาทดลอง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือดังนี้

3.1 รูปแบบของผังแสดงขั้นตอนการดำเนินการ



ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของอำเภอปรางค์กู่ที่ใช้ในปัจจุบัน โดยแยกวัสดุที่ใช้ในการผลิต โครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกระบวนการพิมพ์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์พอสรุปได้ ดังนี้

3.2.1 พลาสติก

3.2.2 กระดาษมี 2 ชนิดคือ

3.2.2.1 กระดาษสีน้ำตาลขนาด 125 แกรม

3.2.2.2 กระดาษแข็งขนาด 300-500 แกรม



ภาพที่ 25 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมประเภทถุงพลาสติกที่ใช้ในปัจจุบัน
(ผลงานผู้วิจัย)



ภาพที่ 26 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมประเภทถุงหิ้วกระดาษ 125 แกรม ที่ใช้ในปัจจุบัน
(ผลงานผู้วิจัย)



ภาพที่ 27 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมประเภทกล่อง กระดาษ 300-500 แกรมที่ใช้ในปัจจุบัน
(ผลงานผู้วิจัย)

3.2.3 ระบบการพิมพ์ที่ใช้มี 2 ระบบ คือ ซิลค์สกรีนส่วนมากสกรีนสีเดียว และออฟเซต มีทั้ง 2 สีและ 4 สี

3.2.4 รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปเป็นรูปทรงเรขาคณิต คือ รูปสี่เหลี่ยม 2 แบบคือแนวตั้ง และแนวนอน เป็นแบบกล่อง ส่วนมากจะเจาะหน้าต่าง และรูปทรงที่เป็นถุงหิ้ว ร้อยหู เชือกและเจาะหูหิ้ว

3.2.5 ลักษณะของงานกราฟิกแบ่งออกได้ ดังนี้

3.2.5.1 รูปภาพ ส่วนใหญ่เป็นรูปถ่ายและภาพวาดของที่มาของตัวสินค้า และตัวสินค้า

3.2.5.2 ตัวอักษร แสดง ตราสินค้า ข้อความและรายละเอียดของร้านหรือกลุ่มผู้จำหน่ายสินค้า

3.2.5.3 สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นทั้งสีร้อน-เย็น คือ น้ำตาล ทอง เหลือง ส้ม และสีเขียว แสดงถึงความมีคุณค่าของตัวสินค้า

3.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมืออำเภอปักธงชัยจังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้ออกสำรวจรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าไหมที่มีอยู่ในอำเภอปักธงชัยและจังหวัดใกล้เคียง ทั้งในเรื่องวัสดุ โครงสร้าง และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่จะทำการสร้างงานออกแบบให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.3.1 ขั้นการศึกษาและสรุปข้อมูล ในขั้นตอนการศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ได้ศึกษาในเรื่องของวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นที่มีความเป็นไปได้ที่สามารถนำมาสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนให้กับบรรจุภัณฑ์ เช่น ไม้ไผ่ กระดาษ ใบลาน กาบหมาก งานจักสานจากวัสดุธรรมชาติ รวมถึงวัสดุที่อาจนำมาตกแต่งบรรจุภัณฑ์ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ดินด้านเกวียน ผ้าดิบ เศษผ้าไหม ศึกษากระบวนการประกอบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การตัดเย็บ การอัดกาวเพื่อยึดติด โดยจะเน้นเรื่องความยากง่ายในการผลิต การลดขั้นตอนกระบวนการผลิต เพื่อง่ายต่อการผลิตถ้าต้องให้ชาวบ้านผลิตด้วยตนเอง ในส่วนของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จะเน้นกระบวนการผลิตแบบง่ายๆ ไม่เน้นกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตที่ต้นทุนสูง โดยศึกษาในเรื่องของการทำซิลค์สกรีน ตราลาย ทำแบบปั๊มลายโดยวัสดุอย่างง่าย มาสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหม

3.3.2 ขั้นการวิเคราะห์ข้อมูล นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้างต้นเพื่อสร้างงานออกแบบทางเลือก โดยผลสรุป คือ สำหรับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุเกือบทั้งหมดเป็นหลักโดยนำมาผ่านกระบวนการรีดด้วยความร้อนให้เป็นแผ่นเรียบก่อนนำไปประกอบขึ้นรูป ส่วนกราฟิกหรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ใช้ลวดลายที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหม ผ่านแม่พิมพ์เพื่ออัดลงบนวัสดุต่างๆ เช่น ดินค่านเกวียน กาบหมาก ให้เกิดลายแล้วนำไปตกแต่งบนโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

3.3.3 ขั้นกำหนดแนวความคิด นำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอน 3.2.2 มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผ้าไหม มีรูปแบบอย่างไร ประเภทใด ใช้วัสดุประเภทไหน มีกระบวนการอย่างไร กำหนดลวดลาย ลายละเอียดหรือกำหนดกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์อย่างไรเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุด

3.3.4 ขั้นสร้างแบบตามแนวความคิด (Sketch Idea) ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างงานออกแบบแบบหลายๆ หลายๆ แบบเพื่อคัดเลือกรูปแบบที่ดีที่สุดเพื่อนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

3.3.5 ขั้นสร้างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (Mock Up) ขั้นสร้างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นี้เลือกมาจากขั้น Sketch Idea โดยออกแบบสร้างขึ้นรูปหุ่นจำลองตามแบบที่เลือกคือ 3 แบบ คือ 1) แบบกล่อง 2) แบบถุงหิ้ว 3) แบบม้วน โดยสร้างขึ้นหลายๆ ชิ้นเพื่อนำไปเพิ่มรายละเอียดส่วนของการตกแต่งในขั้นตอนต่อไป

3.3.6 ขั้นการสร้างภาพประกอบหรือลวดลาย ขั้นสร้างลวดลาย กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หรือฉลากสินค้า จากวัสดุต่างๆ ที่กำหนดไว้ เช่น ดินค่านเกวียน กระดาษ กาบหมาก จากแม่พิมพ์ที่สร้างขึ้นแล้วนำไปประกอบตกแต่งกับบรรจุภัณฑ์ที่สร้างไว้ให้สมบูรณ์แล้วนำไปทดสอบโดยนักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญ

3.3.7 ขั้นการปรับปรุงและแก้ไขแบบ ในกรณีที่ผลงานออกแบบที่ทำไปทดสอบแล้วพบปัญหาหรือไม่ลงตัว ต้องการปรับปรุงแก้ไขให้ดีกว่าเดิมจนกว่าจะลงตัว

3.3.8 ขั้นสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยการนำผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์รูปแบบของนักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญมาใช้ออกแบบเป็นผลงานขั้นสุดท้าย ซึ่งผ่านขั้นตอนการพัฒนาจนได้ผลงานที่เสร็จสมบูรณ์

3.3.9 ขั้นการประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและผู้ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำผลของการประเมินนั้นมาผลิตผลงานจริงและเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาในรูปแบบอื่นต่อไป

จากขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไว้ 2 รูปแบบ คือ 1) บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่จากวัสดุธรรมชาติและวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น 2) บรรจุภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในท้องตลาดแล้วนำมาตกแต่งเพิ่มเติมจากวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเพื่อให้ผู้ที่สนใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและสะดวกในการปฏิบัติ และนำไปเป็นต้นแบบในการผลิตต่อไป ผู้ศึกษาขอเสนอภาพแต่ละขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 28 การสร้างบรรจุภัณฑ์ตามแนวความคิด (Sketch Idea) ครั้งที่ 1

รูปแบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นใหม่จากวัสดุธรรมชาติและวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น จากกาบหมาก และไม้ไผ่

ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างงานออกแบบแบบหยาบๆ หลายๆ แบบเพื่อคัดเลือกรูปแบบที่ดีที่สุดเพื่อนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 29 การสร้างบรรจุภัณฑ์ตามแนวความคิด (Sketch Idea) ครั้งที่ 1

รูปแบบที่ 2 นำกระดาษสีน้ำตาลมาออกแบบเป็นถุงกระดาษแล้วตกแต่งด้วยเศษผ้าไหม

แนวคิด คือ นำบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงกระดาษมาตกแต่งเพิ่มจากวัสดุอื่น เช่น ผ้าโดย

วิธีการเย็บติดเข้ากับถุงกระดาษก็จะได้รูปแบบใหม่

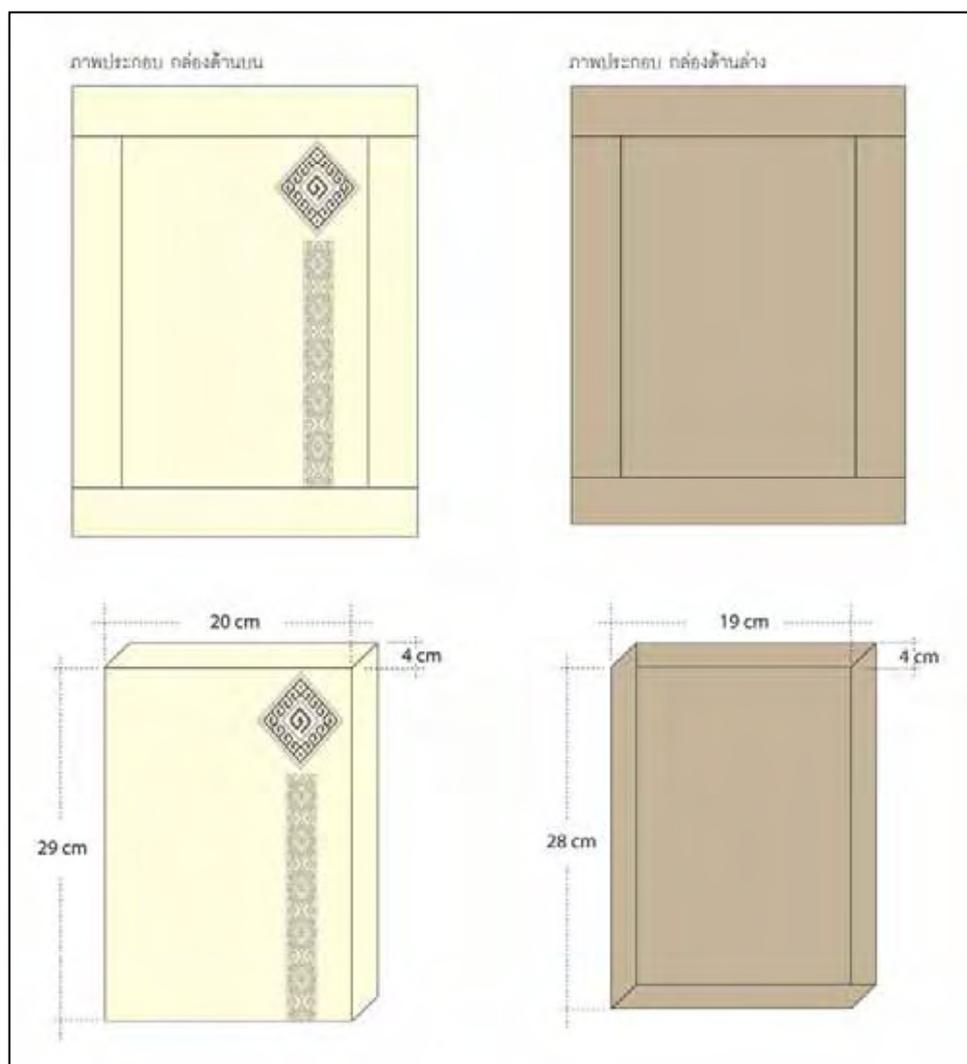


ภาพที่ 30 บรรจุภัณฑ์จากกาบหมากและไม้ไผ่แล้วตกแต่งตามแนวความคิด (Sketch Idea) ครั้งที่ 2

แนวคิด ส่วนประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์ยังคงเป็นวัสดุจากธรรมชาติ คือ กาบหมาก และไม้ไผ่ ซึ่งเป็นวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น แต่มีการตกแต่งเพิ่มเติมด้วยวัสดุอื่น เช่น เศษผ้าไหม เชือก ผ้าดิบ กระดาษ การยึดติดด้วยการเย็บ แต่รูปแบบได้เลือกให้เหลือเพียง 3 แบบ คือ แบบกล่อง แบบถุงหิ้ว และแบบม้วน

สรุปรูปแบบจากงานออกแบบ Sketch Idea และพัฒนาจนได้บรรจุภัณฑ์กาบหมาก สำหรับผ้าไหมทอมือ 3 แบบ คือ แบบกล่อง แบบถุงหิ้ว และแบบม้วน และตกแต่งด้วยวัสดุอื่นๆ เช่น เศษผ้าไหม เชือก ผ้าดิบ กระดาษ การยึดติดด้วยการเย็บ ดังต่อไปนี้

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำที่คัดเลือก



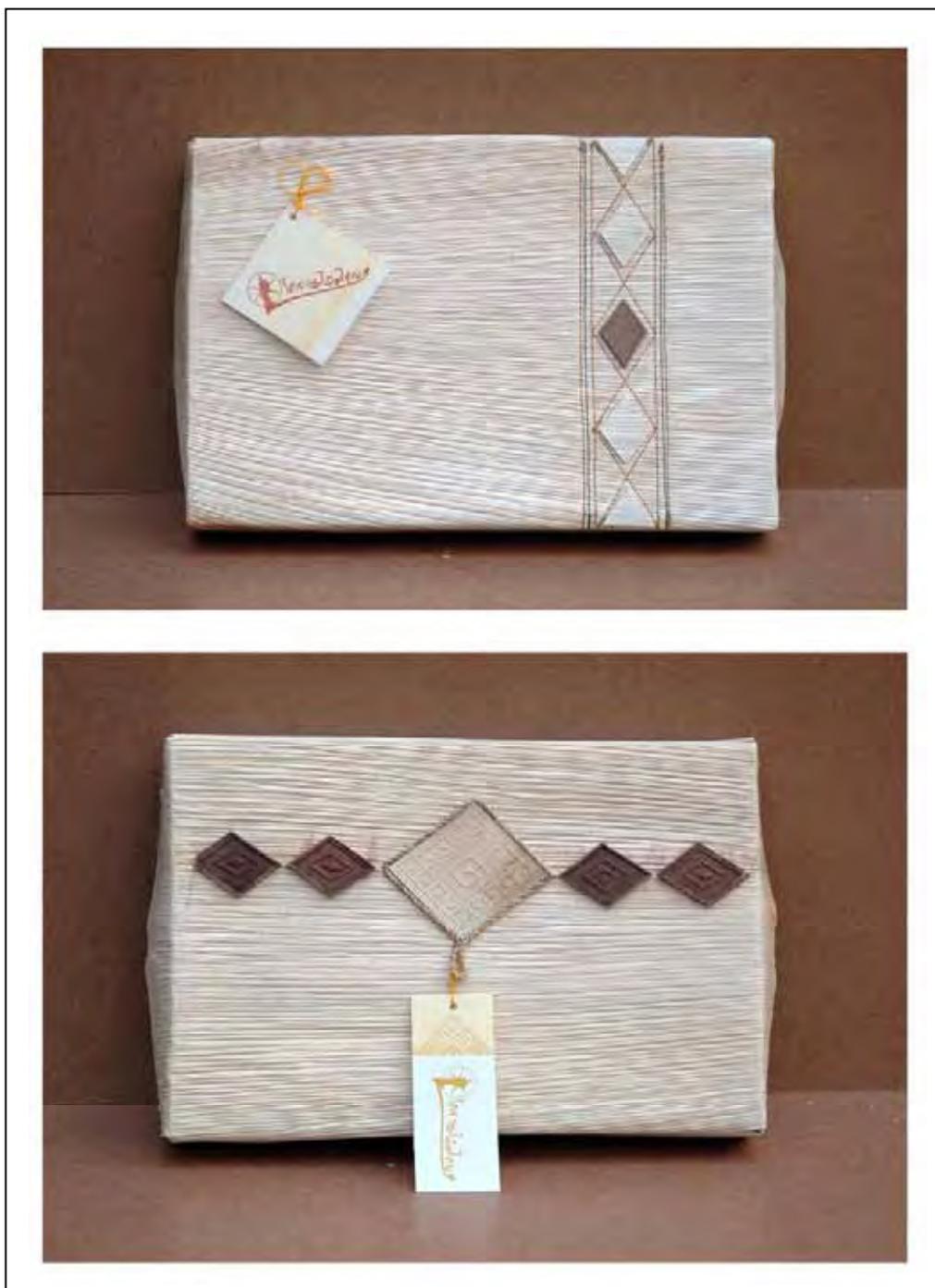
ภาพที่ 31 ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง



ภาพที่ 32 บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (1)



ภาพที่ 33 บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (2)



ภาพที่ 34 บรรจุกัณฑ์แบบกล่อง (3)



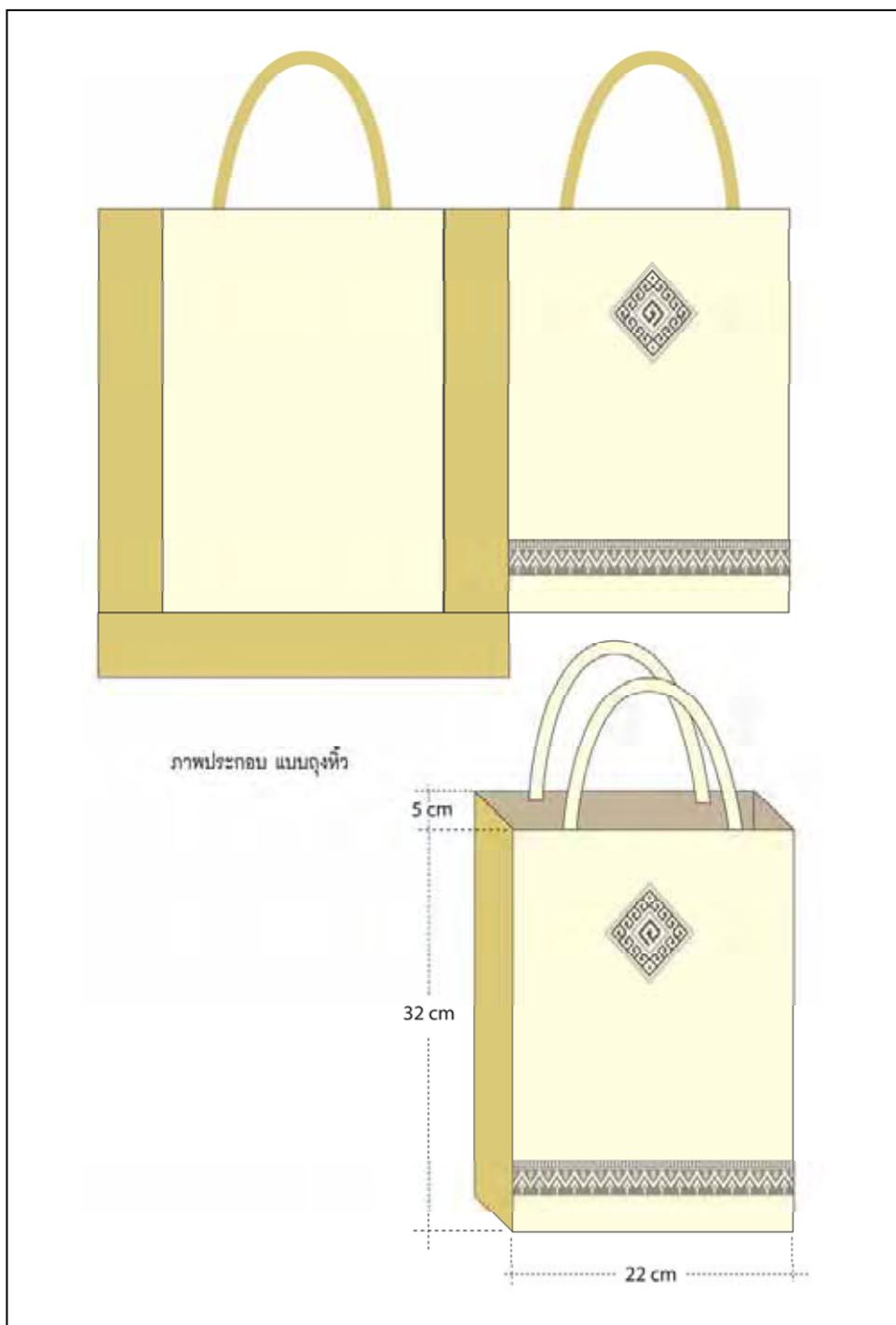
ภาพที่ 35 บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (4)



ภาพที่ 36 บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (5)



ภาพที่ 37 บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง (6)



ภาพที่ 38 ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว



ภาพที่ 39 บรรจภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (1)



ภาพที่ 40 บรรจภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (2)



ภาพที่ 41 บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว (3)



ภาพที่ 42 บรรจุกัญช์แบบถุงหิ้ว (4)



ภาพที่ 43 บรรจุกัณฑ์แบบถุงหิ้ว (5)



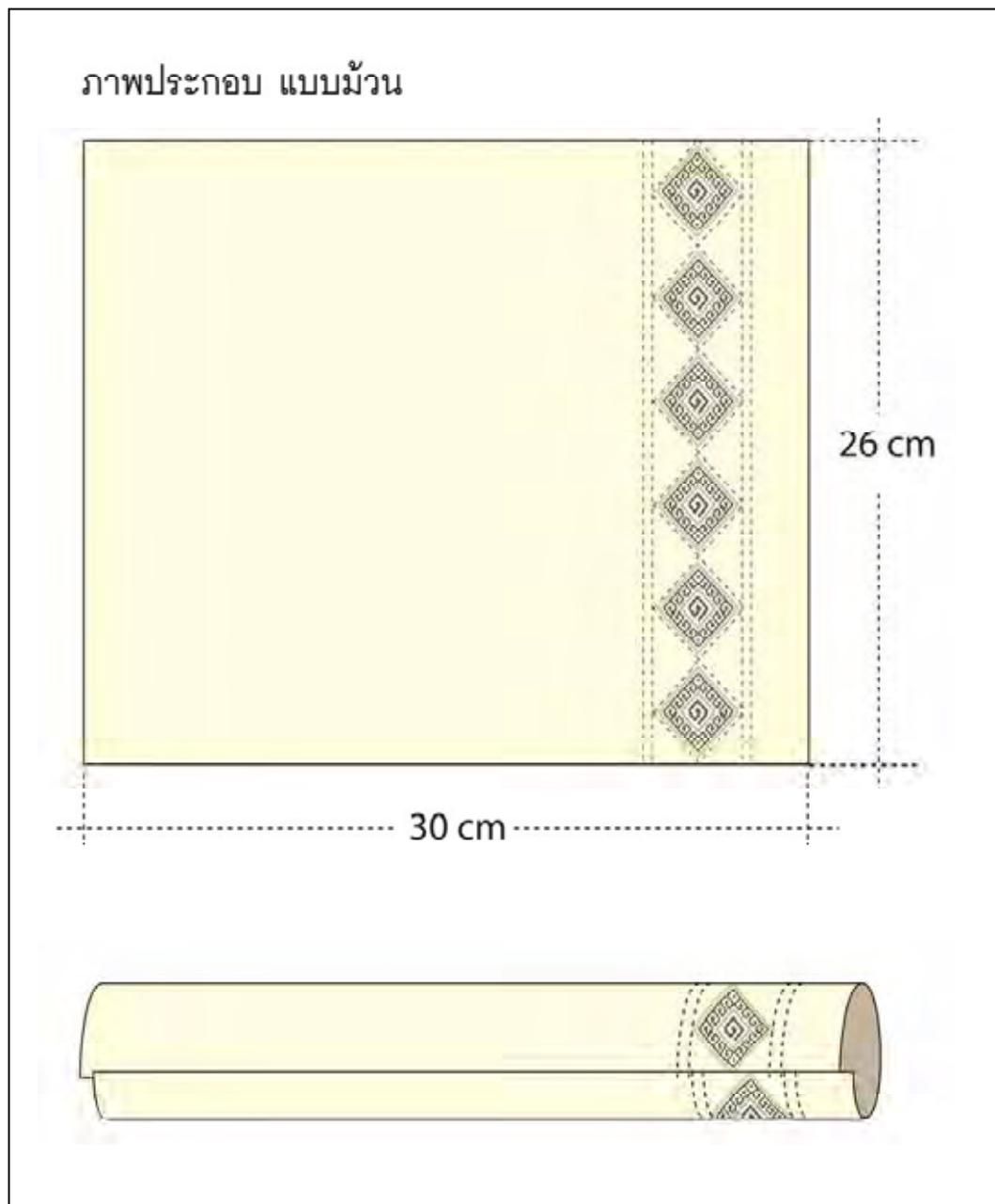
ภาพที่ 44 บรรจุกัญชงแบบถุงหิ้ว (6)



ภาพที่ 45 บรรจุก้นท์แบบถุงหิ้ว (7)



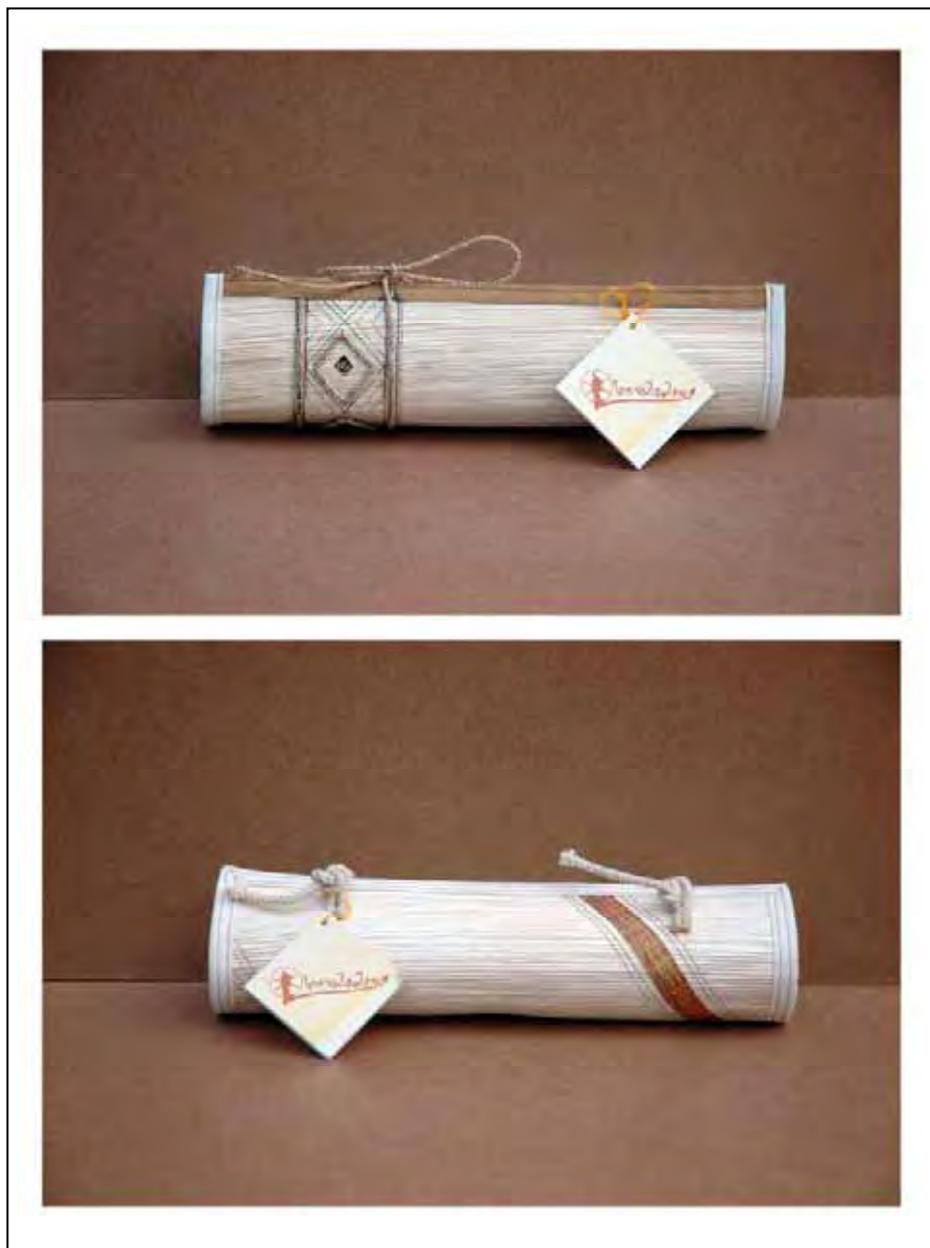
ภาพที่ 46 บรรจุภัณฑ์กานหมากแบบถุงหิ้ว (8)



ภาพที่ 47 ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์แบบม้วน



ภาพที่ 48 บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (1)



ภาพที่ 49 บรรจุกัณฑ์กาบหมากแบบม้วน (2)



ภาพที่ 50 บรรจุภัณฑ์กาบหมากแบบม้วน (3)



ภาพที่ 51 บรรจุภัณฑ์แบบม้วน (4)



ภาพที่ 52 บรรจุกัณฑ์แบบม้วน (5)



ภาพที่ 53 ป้ายราคาหรือฉลากสินค้า ชุดที่ 1

ออกแบบด้วยกระบวนการแบบง่ายๆ คือ ทรายาง ชิลค์สกรีน แม่พิมพ์ปั้มลงบนดินเผาและ กาบหมาก เป็นต้น

ป้ายราคาหรือฉลากสินค้า ชุดแรกเป็นงานออกแบบเพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสม เลือก วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ดินด่านเกวียน กาบหมาก กระดาษ จากการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญแล้ว พบว่า แบบตราสินค้าที่เป็นดินด่านเกวียนเกิดการแตกหักง่าย และให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนจึงไม่ เหมาะสมที่จะนำมาใช้



ภาพที่ 54 ป้ายราคาหรือฉลากสินค้า ชุดที่ 2

ออกแบบพิมพ์จากเครื่องพิมพ์แบบ Inkjet ทัวไปลงบนกระดาษโดยใช้การเลียนแบบพื้นผิวธรรมชาติ

ป้ายราคาหรือฉลากสินค้า ชุดที่สองเป็นงานออกแบบเพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสม จากการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ควรใช้กระดาษเพื่อจะได้ใส่ข้อมูลของผ้าไหมได้ เช่น ตราสินค้า ที่อยู่ และข้อมูลของการดูแลผ้าไหมได้ครบถ้วนแล้วพิมพ์จากเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ททั่วไปซึ่งต้นทุนการพิมพ์ก็ไม่สูง กระบวนการก็ไม่ซับซ้อนซึ่งผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมสามารถทำได้ด้วยตนเองอีกด้วยที่สำคัญไม่ต้องกังวลเรื่องราคาและจำนวนในการพิมพ์



ภาพที่ 55 ลวดลายตกแต่งบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนการทำลวดลาย โดยการทำแม่พิมพ์ขึ้นจากวัสดุที่กำหนด เช่น โลหะ ไม้ โดยเลือกลวดลายของผ้าไหมหรือลายไทยมาออกแบบ แล้วนำไปพิมพ์หรือปั๊มลงบนวัสดุดินด้านเกี่ยวกัน กาบหมาก โดยกระบวนการทำให้แม่พิมพ์ร้อน

4. การประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ออกแบบขึ้น

ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไว้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มนักวิชาการ

4.1 กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ เลือกไว้ 2 กลุ่ม คือ

4.1.1 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมในอำเภอปักธงชัย จำนวน 10 ราย โดยกลุ่มนี้ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ทางศูนย์จำหน่ายหรือร้านจำหน่ายผ้าไหม ในส่วนของแหล่งที่มาของบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิต และราคาต้นทุนในการผลิตที่ใช้ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนลงมือทำงานวิจัยออกแบบเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมและตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4.1.2 นักออกแบบ หมายถึง นักออกแบบที่ทำงานทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบกราฟิก รวมถึงคนที่ทำงานศิลปะ ที่มีประสบการณ์การออกแบบมานานอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 5 ท่าน ซึ่งสามารถให้คำแนะนำผลงานวิจัยครั้งนี้ได้ โดยวิธีการให้ตอบแบบประเมินหรือแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ดังนี้

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) อาจารย์ภักดี ปรีดาศักดิ์ | อาจารย์โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |
| 2) นายจิตติวัสส์ หมั่นบุญ | นักวิชาการกราฟิก
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |
| 3) นายวิมาน ประกอบรัก | นักออกแบบอิสระ, เจ้าของกิจการร้าน
นครป้ายศิลป์ อำเภอปากช่อง |
| 4) นายปณิธิ สิมจารย์ | นักออกแบบอิสระ, เจ้าของกิจการร้าน
บีปรินท์ มีเดีย จังหวัดนครราชสีมา |
| 5) นางสาวสมพิศ คำทองพะเนา | นักวิชาการช่างศิลป์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |

4.2 กลุ่มนักวิชาการ ผู้ศึกษาได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ในการประเมินความคิดเห็นต่อผลงานออกแบบ โดยคัดเลือกด้วยวิธีเจาะจง ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 5 ท่าน เป็นผู้ที่มีคุณวุฒิ มีประสบการณ์และผลงานวิจัยทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1) รองศาสตราจารย์พินาลิน สารिया

รองศาสตราจารย์ ระดับ 9

อาจารย์โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ประสบการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์ 17 ปี

ประวัติการสอน

- วิชา ออกแบบนิเทศศิลป์ 6 (การออกแบบบรรจุภัณฑ์)

- การออกแบบลวดลาย
- จิตรกรรม
- ศิลปะไทย

ผลงานด้านวิชาการ

- จิตรกรรมประยุกต์, การออกแบบลวดลาย
- งานวิจัย ศิลปหัตถกรรมในประเพณีกับการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์
สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดบุรีรัมย์

ผลงาน

- นำนักศึกษา ร่วมส่งเข้าประกวดผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ กับหน่วยงานนอก
มหาวิทยาลัยหลายครั้ง

2) นายสมชาย จันทสิริพงศ์

ตำแหน่ง นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชำนาญการ

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

การศึกษา ปริญญาตรี

ประสบการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์ 15 ปี

ด้านประวัติการทำงาน

- วิทยากรด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์
- ผลงานด้านวิชาการ จัดทำเอกสารการสอน เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่ม
มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

ผลงานทั่วไป

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มอาชีพ และSME ตั้งแต่ปี 2545-ปัจจุบัน

3) อาจารย์บุญก้อง อินตา

อาจารย์สอนศิลปะไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

การศึกษา สม.ศิลปะไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานด้านวิชาการ

- งานวิจัย การศึกษารูปแบบและความหมายของภาพจิตรกรรมวัดประทุมคงคา อำเภอปรางค์กู่
- งานวิจัย การสร้างสรรค์งานจิตรกรรมฝาผนังในศาลาการเปรียญ วัดราษฎร์บำรุง (วัดปรก) จังหวัดนครราชสีมา

4) นายขาม จาตุรงค์กุล

ตำแหน่ง อาจารย์พิเศษ

สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วุฒิทางการศึกษา

- พ.ศ. ๒๕๓๕ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต (ศิลปอุตสาหกรรม)
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- พ.ศ. ๒๕๔๕ ศิลปมหาบัณฑิต (การออกแบบนิเทศศิลป์)
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ปัจจุบัน กำลังศึกษาต่อ ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต (สาขาวิชาวิจัยศิลปะและวัฒนธรรม) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประสบการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์ 5 ปี

ประวัติทางการสอน หรือประวัติการทำงานในสถานประกอบการ

- ๒๕๔๒-๒๕๔๓ ลูกจ้างชั่วคราว ตำแหน่ง อาจารย์ สังกัด
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ๒๕๔๔-๒๕๔๕ อาจารย์พิเศษ โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

- ๒๕๔๖-๒๕๔๘ ที่ปรึกษาการออกแบบ บริษัท เค.แอด. จำกัด (K.AD co.,Ltd.)
- ๒๕๕๐ อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาดนตรีศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ๒๕๔๖-๒๕๕๑ พนักงานมหาวิทยาลัย ตำแหน่ง อาจารย์ สังกัด
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ๒๕๔๕ - ๒๕๕๒ ที่ปรึกษาการออกแบบ บริษัท ก-ฮ จำกัด (KO-HO co.,Ltd.)
- ๒๕๕๒ อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลงานด้านวิชาการ

- ทุนนักวิจัยใหม่ ประจำปี ๒๕๔๕ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เรื่อง
การออกแบบเลขศิลป์ที่สื่อถึงศิลปวัฒนธรรมอีสานร่วมสมัย
- ทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)
ประจำปี ๒๕๕๐ เรื่อง เขียนหมากอีสานและการประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม : กรณีศึกษาในอีสานตอนกลาง
- ทุนผลิตตำรา เรื่อง การออกแบบกราฟิก จากสำนักนวัตกรรมการศึกษา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ๒๕๔๕

ผลงานบรรจุกฎหมายที่ได้รับรางวัลหรือผลงานทั่วไป

- รางวัลชนะเลิศ การประกวดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ฟอนต์ ของกรมทรัพย์สิน
ทางปัญญา และ SIPA สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ
ผลงาน TH KoHo (๒๕ ก.ย. ๔๕)
- รางวัลที่ ๒ การประกวดโลโก้ศูนย์ ICT ขอนแก่น เทศบาลนครขอนแก่น
(๒๕ ต.ค. ๔๕)
- รางวัลที่ ๒ การประกวดแนวคิดเกมส์คอมพิวเตอร์ ศูนย์นวัตกรรมแอนิเมชัน
และมัลติมีเดีย มข. (๒๕๕๐)

5) นายตะวัน ตะวันทศไนย

อาจารย์โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
การศึกษา

- ปริญญาโท (นฤมิตศิลป์ เรขศิลป์กราฟิกดีไซน์)
- ปริญญาตรี (ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)

ประสบการณ์ด้านการออกแบบ 7 ปี

ประวัติการทำงานในสถานประกอบการ

- บริษัท บางกอก Creative Art Advertising
- 2545 โรงเรียน ไทยวิจิตรศิลป์
- 2547 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- 2548 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 2549 วิทยาลัยเพาะช่าง

ผลงานด้านวิชาการ

- การใช้ภาพแอนิเมชันในงานโฆษณาทางศาสนา
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับงานกีฬาราชภัฏเกมส์

ผลงานที่ได้รับรางวัล

- 2547. Advertisign Agen Awad

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เป็นแบบสอบถาม เพื่อให้ นักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบ

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน มี 3 แบบ โดยในแต่ละชุดแยกตามประเภทของตัวบรรจุภัณฑ์ แต่ชุดคำถามจะใช้ชุดคำถามเดียวกันแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ

1. ด้านความสามารถในการบรรจุ
2. ด้านการสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. ด้านการผลิต การขนส่ง และการใช้งาน
4. ด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
5. ด้านต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์

ระดับความคิดเห็นในการวัดระดับการประเมิน กำหนดไว้ 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ฟ้าใหม่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ นักการออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยในช่วงแรกใช้วิธีการนำผลงาน Sketch ออกให้กลุ่มดังกล่าวแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุ รูปแบบ โครงสร้าง แบบไม่เป็นทางการ ช่วงต่อมาได้สร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่สร้างขึ้นจนได้รูปแบบที่สามารถพัฒนาต่อจนได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ลงตัว 3 แบบ แล้วตกแต่งลวดลายและกราฟิกเพื่อให้บรรจุภัณฑ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วให้นักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญประเมินอีกครั้งตามเงื่อนไขของแบบสอบถามจนได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์หารูปแบบของบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 แบบจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจากความคิดเห็นของนักออกแบบ นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ ศิลปินและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10 คน ด้วยวิธีทางสถิติดังนี้

นำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X} คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\sum X$ คือ ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

N คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

7.2 ระดับความพึงพอใจจากของนักออกแบบ นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ ศิลปินและ
ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์การแปลความหมาย 5 ระดับ ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
3.51 – 4.50	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
2.51 – 3.50	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
1.51 – 2.50	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1.00 – 1.50	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษา จากการดำเนินการศึกษาโดยการสรุปจากการวิเคราะห์จากแบบประเมินของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มนักร้องแบบและออกแบบบรรจุกัณฑ์ จำนวน 5 ราย
2. กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย

การประเมินรูปแบบบรรจุกัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชุด โดยจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- ชุดที่ 1 บรรจุกัณฑ์แบบสูงหัว
- ชุดที่ 2 บรรจุกัณฑ์แบบกล่อง
- ชุดที่ 3 บรรจุกัณฑ์แบบม้วน

กลุ่มที่ 1 นักร้องแบบและออกแบบบรรจุกัณฑ์ จำนวน 5 ราย

ชุดที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุกัณฑ์แบบสูงหัวของกลุ่มนักร้องแบบและออกแบบบรรจุกัณฑ์

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านบรรจุกัณฑ์แบบสูงหัวของออกแบบ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์บรรจุกัณฑ์แบบสูงหัวของนักร้องแบบ

คุณลักษณะบรรจุกัณฑ์ต้นทูนต่ำสำหรับฟ้าใหม่ทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ			
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า	4.80	96	ดีมาก
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้	4.40	88	ดี
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า	4.40	88	ดี
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุกัณฑ์	4.60	92	ดีมาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.40	88	ดี
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.60	92	ดีมาก
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.60	92	ดีมาก
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.40	88	ดี
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน	4.40	88	ดี
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.20	84	ดี
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน			
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก	4.20	84	ดี
3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ	4.40	88	ดี
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์			
4.1 ความประณีตในการผลิต	4.80	96	ดีมาก
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม	4.80	96	ดีมาก
4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม	4.80	96	ดีมาก
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค	4.60	92	ดีมาก
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์			
5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว ราคา 10 บาท /ชิ้น	4.80	96	ดีมาก

จากตารางที่ 3 พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว กลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.80 หรือร้อยละ 96 คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 4.1 ความประณีตในการผลิต 4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม 4.3 การออกแบบเลขชนิดปีบนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม และ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว

ชุดที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ของกลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ราย

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์แบบกล่องของออกแบบ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบกล่องของนักออกแบบ

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ			
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า	5.00	100	ดีมาก
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้	4.80	96	ดีมาก
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า	4.80	96	ดีมาก
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้านลงในบรรจุภัณฑ์	4.80	96	ดีมาก
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.40	88	ดี
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.60	92	ดีมาก
2.3 การออกแบบเลขชนิดปีบนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.60	92	ดีมาก
2.4 การออกแบบเลขชนิดปีบนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.40	88	ดี
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน	4.40	88	ดี
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.20	84	ดี

ตารางที่ 4 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน			
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก	4.20	84	ดี
3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ	4.40	88	ดี
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์			
4.1 ความประณีตในการผลิต	4.80	96	ดีมาก
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม	5.00	100	ดีมาก
4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) มีความสวยงาม	4.80	96	ดีมาก
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค	4.80	96	ดีมาก
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์			
5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ราคา 6 บาท /ชิ้น	4.80	96	ดีมาก

จากตารางที่ 4 พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง กลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 2 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 5.00 หรือร้อยละ 100 คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.80 หรือร้อยละ 96 มี 7 ข้อ คือ 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้ 1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า 1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ 4.1 ความประณีตในการผลิต 4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม และ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง

ชุดที่ 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีวน ของกลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ราย

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์แบบมีวนของออกแบบ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบมีวนของนักออกแบบ

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ			
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า	4.80	96	ดีมาก
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้	4.80	96	ดีมาก
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า	4.40	88	ดี
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์	4.60	92	ดีมาก
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.20	84	ดี
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.60	92	ดีมาก
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.60	92	ดีมาก
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.40	88	ดี
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน	4.40	88	ดี
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.40	88	ดี
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน			
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก	4.40	88	ดี
3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ	4.40	88	ดี

ตารางที่ 5 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์			
4.1 ความประณีตในการผลิต	4.80	96	ดีมาก
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม	4.80	96	ดีมาก
4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม	4.60	92	ดีมาก
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค	4.60	92	ดีมาก
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์			
5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ราคา 3 บาท /ชิ้น	5.00	100	ดีมาก

จากตารางที่ 5 พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบม้วน กลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 5.00 หรือร้อยละ 100 คือ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.80 หรือร้อยละ 96 มี 4 ข้อ คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้ 4.1 ความประณีตในการผลิต 4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม

กลุ่มที่ 2 นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย

ชุดที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว ของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว
ของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วของผู้เชี่ยวชาญ

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ			
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า	4.20	84	ดี
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้	4.60	92	ดีมาก
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า	4.20	84	ดี
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์	4.20	84	ดี
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึง ตัวผลิตภัณฑ์	3.60	72	ดี
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสาร ถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.20	84	ดี
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	3.60	72	ดี
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.80	76	ดี
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน	4.00	80	ดี
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ ถึงตัวผลิตภัณฑ์	3.40	68	ดี
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน			
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก	4.20	84	ดี
3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ	4.20	84	ดี

ตารางที่ 6 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4.20	84	ดี
4.1 ความประณีตในการผลิต	4.20	84	ดี
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม	4.00	80	ดี
4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม	4.20	84	ดี
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค			
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์	4.40	88	ดี
5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว ราคา 10 บาท /ชิ้น			

จากตารางที่ 6 พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.60 หรือร้อยละ 92 คือ 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.40 หรือร้อยละ 88 มี 1 ข้อ คือ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว



ภาพที่ 56 รูปแบบบรรจุภัณฑ์กาทบหมากแบบถุงหิ้ว

ชุดที่ 2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ของกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง
ของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบกล่องของผู้เชี่ยวชาญ

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต์สำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ			
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า	4.20	84	ดี
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้	4.20	84	ดี
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า	4.40	88	ดี
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์	4.00	80	ดี
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึง ตัวผลิตภัณฑ์	3.20	64	พอใช้
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสาร ถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.20	84	ดี
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	3.80	76	ดี
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.80	76	ดี
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน	3.60	72	ดี
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ ถึงตัวผลิตภัณฑ์	3.60	72	ดี
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน			
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก	3.60	72	ดี
3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ	3.80	76	ดี

ตารางที่ 7 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์			
4.1 ความประณีตในการผลิต	3.60	72	ดี
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม	3.60	72	ดี
4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม	3.60	72	ดี
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค	3.40	68	พอใช้
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์			
5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ราคา 6 บาท /ชิ้น	4.40	88	ดี

จากตารางที่ 7 พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 2 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.40 หรือร้อยละ 88 คือ 1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.20 หรือร้อยละ 84 มี 2 ข้อ คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้



ภาพที่ 57 รูปแบบบรรจุภัณฑ์กาบหมากแบบกล่อง

ชุดที่ 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ของกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ

ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์แบบม้วน
ของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์แบบม้วนของผู้เชี่ยวชาญ

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ			
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า	3.80	76	ดี
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้	3.80	76	ดี
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า	3.60	72	ดี
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์	4.20	84	ดี
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึง ตัวผลิตภัณฑ์	4.00	80	ดี
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสาร ถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	4.20	84	ดี
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	3.80	76	ดี
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย สินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.80	76	ดี
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน	3.60	72	ดี
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.20	84	ดี
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน			
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก	4.40	88	ดี
3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ	4.00	80	ดี

ตารางที่ 8 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ	จำนวน	ร้อยละ	แปลความหมาย
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์			
4.1 ความประณีตในการผลิต	4.00	80	ดี
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม	3.80	76	ดี
4.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม	3.80	76	ดี
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค	4.00	80	ดี
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์			
5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ราคา 3 บาท /ชิ้น	4.60	92	ดีมาก

จากตารางที่ 8 พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.60 หรือร้อยละ 92 คือ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.40 หรือร้อยละ 88 มี 1 ข้อ คือ 3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก และที่มีค่าเฉลี่ย 4.20 หรือร้อยละ 84 มี 3 ข้อ คือ 1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ 2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น 2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 58 รูปแบบบรรจุภัณฑ์กาทหมากแบบม้วน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มโดยใช้แบบประเมินในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาแจกแจงหาค่าเฉลี่ยความนิยมของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น คือ

กลุ่มแรก คือกลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ราย ให้ความเห็นต่อบรรจุภัณฑ์โดยการรวมคะแนนจากค่าร้อยละข้อคำถามการประเมินของแต่ละแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับ 1 หรือคิดเป็นร้อยละ 92.70 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 91.52 และบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 90.82

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. อยากให้นำวัสดุธรรมชาติ อย่างอื่นมาลองออกแบบเพิ่มเติม
2. วัสดุคินเฟาน่าสนใจแล้ว แต่อยากให้นำมาตกแต่งรูปแบบอื่นบ้าง
3. อยากให้นำวัสดุมาตกแต่งให้แสดงเห็นพื้นถื่นนั้นๆ

กลุ่มที่สอง คือกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย ให้ความเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ โดยการรวมคะแนนจากค่าร้อยละข้อคำถามการประเมินของแต่ละแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับ 1 หรือคิดเป็นร้อยละ 81.41 % บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 79.52 % และบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.47 %

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ

แบบถุงหิ้ว

- การพัฒนาด้านรูปแบบของตัววัสดุคงต้องปรับให้ลงตัวมากขึ้น เพื่อการสร้างสรรค์ต่อเนื่องอีก
 - ส่วนของรูปทรง ความหลากหลาย และเรียบง่าย ควรคำนึงถึงประเด็นนี้
 - วัสดุที่ใช้ในการผลิต ควรจะมองหาวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติตัวอื่นมาผสมผสานเข้าด้วย เพราะจะทำให้เกิดความแตกต่างของโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์
 - การผลิตควรจะมีการวางแผนให้สอดคล้องกับตลาดและแหล่งของวัตถุดิบให้มาก เพราะแหล่งวัตถุดิบกับการผลิตจะรองรับกันได้หรือไม่ในการผลิตจำนวนมากๆ
 - มีความสวยงาม ใช้งานง่าย

แบบกล่อง

- การจัดการรูปทรง การควบคุมรูปทรง อาจจะต้องค้นหาวิธีการจัดการให้รูปแบบมีความประณีตให้มากขึ้นอีก

- รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ต้องศึกษาขนาดของผ้าที่ทอเป็นผืนว่าเมื่อพับแล้วจะมีขนาดความกว้าง ยาว หนา เท่าไหร่ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ

- วัสดุคิบบอร์จะเอาเส้นใยธรรมชาติอื่นมาประกอบด้วยเพื่อเพิ่มสีสันลงบนพื้นผิวตัวกล่อง

- สวยงามแต่อาจไม่ค่อยแข็งแรง

แบบม้วน

- การม้วนรูปทรงอาจต้องดูถึงแบบของผ้าที่ใส่ เพื่อให้เกิดความสวยงาม หรืออาจจะไม่จำกัดเฉพาะรูปทรงที่เป็นกระบอกอย่างเดียวก็ได้

- วัสดุคิบบอร์จะมีนำเอาเส้นใยพืชอื่นๆมาประกอบด้วย เพื่อให้เกิดความแตกต่างด้านโครงสร้างและสีสันลงบนพื้นผิวซึ่งอาจจะเพิ่มความแข็งแรงด้วย

- รูปทรงน่าสนใจที่สุด แต่อาจปกป้องผ้าได้ลำบาก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ ภูมิศึกษา กลุ่มผ้าไหมทอมือใน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อหาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมให้มีต้นทุนต่ำ โดยมุ่งเน้นการเอาวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นจากกาบหมาก ไม้ไผ่ ผลิตภัณฑ์เส้นใยพืช นำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมผ่านกระบวนการ ห่อ ถักมัด ร้อยและการตัดเย็บ ออกแบบสร้างสรรค์ผสมผสานออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมุ่งเน้นออกแบบโครงสร้างแบบกล่อง ถู ม้วน และการตกแต่งลดทอนบนบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์และสร้างคุณค่าบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่แสดงภาพลักษณ์เชื่อมโยงพื้นที่ถิ่น โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการประเมินผลงาน 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบกราฟิก นักศิลปะ จำนวน 5 ท่าน 2) กลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้ให้การแนะนำระหว่างขั้นตอนการออกแบบ พัฒนาจนถึงการประเมินผลงานบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย ผู้ศึกษาได้ทำการสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาจากผลงานที่ผ่านมาที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมให้กับกลุ่มผ้าไหมทอมืออำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์รูปแบบ จากการสำรวจบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมที่มีอยู่ในปัจจุบันของอำเภอปักธงชัย เพื่อพิจารณาหาแนวทางที่เหมาะสมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำให้กับผ้าไหมทอมือ ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้าง รูปแบบกราฟิก สีของบรรจุภัณฑ์ วัสดุกระบวนการพิมพ์และต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบัน พบว่า 1) แบบถุงพลาสติก นิยมพิมพ์หรือสกรีนข้อมูลลงบนพลาสติก 2) ประเภทกระดาษมี 2 ชนิดคือ 1) กระดาษสีน้ำตาลขนาด 125 แกรม 2) กระดาษแข็งขนาด 300-500 แกรม มีทั้งแบบถุงหิ้ว และกล่องกระดาษ การพิมพ์มีทั้ง 1 สีและ 4 สีส่วนใหญ่พิมพ์ระบบออฟเซต ประเภทถุงกระดาษราคา ประมาณ 3 บาท ประเภทกล่อง ราคา 17 บาท ประเภทถุงพลาสติก ราคา 1.50 บาท (ต้องสั่งพิมพ์จำนวนมาก)

ตอนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้างต้น เพื่อมาศึกษาวัสดุธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์กาบหมาก ผลิตภัณฑ์จักสาน

ไม้ไผ่ ไบโกลาน เชือกจากเส้นใยพืช ผ้าประเภทต่างๆ กระดาษ มาทำการทดลองสร้างโครงสร้างตามแนวคิดเพื่อหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ โดยการ Sketch Idea รูปแบบคร่าวๆ หลากๆ รูปแบบ แล้วนำผลงานไปสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดเพื่อเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จนได้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์กาทบมากที่สุดเลือก 3 แบบ คือ แบบถุงหิ้ว แบบกล่อง และแบบม้วน โดยวัสดุที่เลือกมาเป็นวัสดุหลักในการสร้างบรรจุภัณฑ์คือ กาทบมาก ซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติซึ่งหาได้จากในท้องถิ่นซึ่งมีคุณสมบัติที่ดึงดูดใจคือ ปลอดภัยของกาทบมากที่เป็นธรรมชาติ และมีขนาดที่สามารถนำมาขึ้นรูปตามขนาดที่กำหนดได้ ส่วนวัสดุประกอบคือผ้า เช่น ผ้าด้ายดิบ เศษผ้าม่าน ซึ่งมีคุณสมบัติตรงที่ต้องการและราคาไม่แพง ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยวิธีการตัดเย็บ ห่อ ถักมัด ร้อย ซึ่งเป็นกระบวนการที่ชาวบ้านสามารถผลิตเองได้

การตกแต่งบรรจุภัณฑ์ เป็นขั้นตอนต่อจากการสร้างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ แล้วเพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้นหรือเพิ่มองค์ประกอบให้ครบสมบูรณ์ เช่น การตกแต่งกราฟิก ลวดลาย และป้ายสินค้า ส่วนวัสดุที่นำมาทำกราฟิกก็เป็นวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นเช่นกัน เช่น ดินเผา ด่านเกวียน ผ้าหรือเศษผ้าไหมที่เหลือจากการตัดขาย เชือกจากเส้นใยธรรมชาติและกาทบมาก โดยวิธีการทำแม่พิมพ์แล้วปั๊มลงบนวัสดุที่กำหนด แล้วนำมาประกอบตกแต่งบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบให้สมบูรณ์

ตอนที่ 3 การทดสอบผลงานที่ออกแบบ เมื่อได้บรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์ทั้ง 3 แบบแล้ว นำผลงานไปประเมินหรือสำรวจความนิยมชมชอบ จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักศิลปะ จำนวน 5 ท่าน กลุ่มที่สอง นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยให้ผลการสำรวจได้ดังนี้

กลุ่มแรก ให้ความนิยมบรรจุภัณฑ์ตามลำดับ โดยให้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 92.70 อันดับ 2 คือ บรรจุภัณฑ์แบบม้วน คิดเป็นร้อยละ 91.52 % อันดับ 3 คือ บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว คิดเป็นร้อยละ 90.82

กลุ่มที่สอง ให้ความนิยมบรรจุภัณฑ์ตามลำดับ โดยให้บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 81.41 อันดับ 2 คือ บรรจุภัณฑ์แบบม้วน คิดเป็นร้อยละ 79.52 อันดับ 3 คือ บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง คิดเป็นร้อยละ 76.47

ตอนที่ 4 จากผลงานเชิงการวิเคราะห์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีที่มาของแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมให้กับกลุ่มผ้าไหมทอมืออำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นการสำรวจและนำเอาวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ผลิตงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งคำนึงถึงกระบวนการผลิตแบบง่ายในการผลิตเพื่อกลุ่มหรือชาวบ้าน

สามารถผลิตได้เอง ซึ่งเป็นวิธีการตัดเย็บเป็นหลัก การตกแต่งก็ใช้วัสดุที่สามารถทำขึ้นเองได้ ซึ่งที่
ออกแบบมานั้นได้ทำการวิเคราะห์ความเหมาะสมด้วยการใช้แบบสอบถามความนิยมจากกลุ่ม
ตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 10 ท่านจนได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผ้าไหมทอมือที่เหมาะสม

2. อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้อภิปรายผลการศึกษาในประเด็นความนิยมหรือความคิดเห็น
ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักศิลปะ จำนวน 5 ท่าน กลุ่มที่
สอง นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบทั้ง 3 แบบ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความนิยมบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.80

หรือร้อยละ 96 คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 4.1 ความประณีตในการผลิต 4.2

รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม 4.3 การออกแบบเลขชนิดศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มี
ความสวยงาม และ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว

บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 2 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 5.00

หรือร้อยละ 100 คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม
ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.80 หรือร้อยละ 96 มี 7 ข้อ คือ 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับ
สินค้าได้ 1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า 1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงใน
บรรจุภัณฑ์ 4.1 ความประณีตในการผลิต 4.3 การออกแบบเลขชนิดศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้าย
สินค้า) มีความสวยงาม และ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง

บรรจุภัณฑ์แบบม้วน พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 5.00 หรือ

ร้อยละ 100 % คือ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.80 หรือ
ร้อยละ 96 มี 4 ข้อ คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับ
สินค้าได้ 4.1 ความประณีตในการผลิต 4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม

อภิปรายสรุปของกลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ราย ให้ความเห็น
ต่อบรรจุภัณฑ์โดยการรวมคะแนนจากค่าร้อยละข้อคำถามการประเมินของแต่ละแบบบรรจุภัณฑ์
ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับ 1 หรือคิดเป็นร้อยละ 92.70 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่
2 หรือคิดเป็นร้อยละ 91.52 และบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 90.82

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกลุ่มนักออกแบบและออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. อยากให้นำวัสดุธรรมชาติ อย่างอื่นมาลองออกแบบเพิ่มเติม
2. วัสดุหินเผา น่าสนใจแล้ว แต่อยากให้นำมาตกแต่งรูปแบบอื่นบ้าง
3. อยากให้นำวัสดุมาตกแต่งให้แสดงเห็นพื้นดินนั้นๆ

กลุ่มที่ 1 นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ มีความนิยมบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.60 หรือ ร้อยละ 92 คือ 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.40 หรือ ร้อยละ 88 มี 1 ข้อ คือ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว

บรรจุภัณฑ์แบบกล่อง พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 2 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.40 หรือ ร้อยละ 88 คือ 1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.20 หรือร้อยละ 84 มี 2 ข้อ คือ 1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า 1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้

บรรจุภัณฑ์แบบม้วน พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 1 ข้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.60 หรือ ร้อยละ 92 คือ 5.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.40 หรือร้อยละ 88 มี 1 ข้อ คือ 3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก และที่มีค่าเฉลี่ย 4.20 หรือร้อยละ 84 มี 3 ข้อ คือ 1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ 2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น 2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์

อภิปรายสรุปกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย ให้ความเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ โดยการรวมคะแนนจากค่าร้อยละข้อคำถามการประเมินของแต่ละแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับ 1 หรือคิดเป็นร้อยละ 81.41 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 79.52 และบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.47

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ

แบบถุงหิ้ว

- การพัฒนาด้านรูปแบบของตัววัสดุคงต้องปรับให้ลงตัวมากขึ้น เพื่อการสร้างสรรค์ต่อเนื่องอีก

- ส่วนของรูปทรง ความหลากหลาย และเรียบง่าย ควรคำนึงถึงประเด็นนี้

- วัสดุที่ใช้ในการผลิต ควรจะมองหาวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติตัวอื่นมาผสมผสานเข้าด้วย เพราะจะทำให้เกิดความแตกต่างของโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์

- การผลิตควรมีการวางแผนให้สอดคล้องกับตลาดและแหล่งของวัตถุดิบให้มาก เพราะแหล่งวัตถุดิบกับการผลิตจะรองรับกันได้หรือไม่ในการผลิตจำนวนมากๆ

- มีความสวยงาม ใช้งานง่าย

แบบกล่อง

- การจัดการรูปทรง การควบคุมรูปทรง อาจจะต้องค้นหาวิธีการจัดการให้รูปแบบ มีความประณีตให้มากขึ้นอีก
- รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ต้องศึกษาขนาดของผ้าที่ทอเป็นผืนว่าเมื่อพับแล้วจะมีขนาด ความกว้าง ยาว หนา เท่าไหร่ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ
- วัตถุดิบควรจะมีเส้นใยธรรมชาติอื่นมาประกอบด้วยเพื่อเพิ่มสีสันลงบนพื้นผิวดัว กล่อง
- สวยงามแต่อาจไม่ค่อยแข็งแรง

แบบม้วน

- การม้วนรูปทรงอาจต้องดูถึงแบบของผ้าที่ใส่ เพื่อให้เกิดความสวยงาม หรืออาจจะไม่ จำกัเฉพาะรูปทรงที่เป็นกระบอกอย่างเดียวก็ได้
- วัตถุดิบน่าจะมีนำเอาเส้นใยพืชอื่นๆมาประกอบด้วย เพื่อให้เกิดความแตกต่างด้าน โครงสร้างและสีสันลงบนพื้นผิวซึ่งอาจจะเพิ่มความแข็งแรงด้วย
- รูปทรงน่าสนใจที่สุด แต่อาจปกป้องผ้าได้ลำบาก

จากการใช้แบบสอบถามและการพูดคุย สัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวแล้ว พบว่ากลุ่ม ดังกล่าวให้ความสนมากกว่าวัสดุตัวทอมากกว่านำมาใช้ออกแบบ ส่วนวัสดุที่นำมาตกแต่งให้ น้ำหนักกับตัวดินเผาผ่านเกวียนมากเช่นกัน ในส่วนของนักศึกษาการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนต่ำนี้ ผู้ศึกษาต้องคำนึงถึงเรื่องที่กำลังกล่าวมาแล้วทั้งหมดก็ยังคงต้องตระหนักถึงกระบวนการผลิต และต้นทุนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์อีกด้วย ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบนั้นจะต้อง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และการนำไปใช้ได้จริงด้วย

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ เพื่อลดต้นทุนให้กับบรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบและใช้กันอยู่ในปัจจุบัน หลายหน่วยงานก็พยายามหาวิธีการลดต้นทุนให้ได้มากที่สุด แต่ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการที่ อาจยังไม่สามารถทำให้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์นั้นต่ำได้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ การจ้าง นักออกแบบ กระบวนการพิมพ์ ซึ่งปัจจุบันมีเรื่องของการแข่งขันในเรื่องของรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ มากขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับบรรจุภัณฑ์ แต่ยิ่งรูปลักษณ์ที่แปลกแตกต่างก็ดูเหมือนว่า ต้นทุนยิ่งเพิ่มตามไปด้วย ดังนั้นการที่ต้นทุนบรรจุภัณฑ์นั้นจะสูงหรือต่ำก็ต้องขึ้นกับสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย ระหว่างสินค้าส่งออกกับสินค้าพื้นบ้าน (Otop) ย่อมมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง อยู่แล้ว

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือที่ผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบให้กับกลุ่มผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา ผลของการศึกษาในเรื่องของต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์กาบหมาก คือ แบบกล่องมีต้นทุนที่ผลิตอยู่ที่ราคา 6 บาท แบบถุงหิ้วราคาอยู่ที่ 10 บาทและแบบม้วนราคาต้นทุนอยู่ที่ราคา 3 บาท ทั้งนี้ราคาต้นทุนการผลิตอาจเพิ่มขึ้นลงได้ตามกระบวนการตกแต่งรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพราะถ้ากระบวนการเพิ่มขึ้น ตกแต่งมากขึ้นราคาก็จะเพิ่มขึ้นไปด้วย ถ้าเทียบกับราคาบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันทั้งประเภทกล่องกระดาษและประเภทถุงกระดาษหิ้วราคายังคงใกล้เคียงกันกับการพิมพ์จากโรงพิมพ์ แต่ข้อดีของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตเองจากวัสดุธรรมชาตินี้ไม่ต้องผลิตไว้จำนวนมากๆสามารถผลิตไปใช้ไปตามจำนวนที่ใช้จริงในแต่ละครั้งซึ่งผู้ศึกษาคิดว่าบรรจุภัณฑ์กาบหมากนี้ก็ยังคงตอบโจทย์ในเรื่องของการลดต้นทุนให้กับบรรจุภัณฑ์ไม่ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ถ้าเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ โดยเฉพาะถุงกระดาษ ถุงพลาสติก ซึ่งต้นทุนในการผลิตต่ำอยู่แล้วถ้าพิมพ์เพียงสีเขียวซึ่งกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมในจังหวัดนครราชสีมาใช้อยู่ในปัจจุบัน

บรรจุภัณฑ์กาบหมากที่ผู้ศึกษาได้ออกแบบครั้งนี้ ยังไม่สามารถตอบโจทย์เรื่องลดต้นทุนได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ได้ในเรื่องของการค้นหาวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาออกแบบและตกแต่งบรรจุภัณฑ์ที่แสดงภาพลักษณ์เชื่อมโยงพื้นถิ่นและอาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งต่อไปหรือเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในการนำวัสดุเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือออกแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อประโยชน์ใช้สอย ที่สำคัญวัสดุนี้ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมเพราะย่อยสลายง่าย

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

- วัสดุ กาบหมาก ถือเป็นวัสดุธรรมชาติที่มีประโยชน์ใช้สอยมาก ในสมัยก่อนได้มีการนำ กาบหมากมาห่อข้าวไปทำไรสวน เลี้ยงควายของชาวบ้าน (นายเสถียร เสียวุดชา, 2552 : สัมภาษณ์) และมีลวดลายธรรมชาติที่สวยงาม ดูขาวสะอาด เมื่อนำมาพิจารณา ซึ่งถ้านำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่หรือนำไปประกอบกับวัสดุอื่นก็สามารถความสร้างสรรค์โดดเด่นได้หรือนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบเอนกประสงค์ตามความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบต่อไป

- ดินเผา ด่านเกวียน มีความเป็นเอกลักษณ์ที่คืออยู่แล้วน่าจะนำมาใส่ความคิดสร้างสรรค์ได้อีกมาก โดยเฉพาะการนำไปประดับตกแต่งร่วมวัสดุอื่น โดยเฉพาะวัสดุที่เป็นธรรมชาติด้วยกัน

บรรณานุกรม

- กงพัฒน ศักดาพิทักษ์. ไอเดียแคนดู = Idea can do. กรุงเทพฯ : บ้านและสวน, 2545.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ : ด่านสุทธาการพิมพ์, 2537.
- คณะอำนวยการ โครงการ OTO Product Champion (2546) คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย. กรุงเทพฯ : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- _____. (2547). คู่มือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย OTO Product Champion ปี พ.ศ. 2547 กรุงเทพฯ : กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- งามทิพย์ ภู่วโรดม. หลักการบรรจุ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2538.
- ชัยรัตน์ อัสวาทกร. ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ : ทิ้งฮั้วชินการพิมพ์, 2548.
- ชัยศักดิ์ เชื้อชานา. รวมเทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : ช. รุ่งเรือง อินเตอร์พรีนทร์, ม.ป.ป.
- ญาดา ชวาลกุล. “การใช้ที่ว่างเพื่อสื่อสารบุคลิกภาพของงานออกแบบเรขศิลป์ 2 มิติจากประวัติเรขศิลป์.” โครงร่างวิทยานิพนธ์ ปรียญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : อักษร, 2541.
- ทองเจือ เขียดทอง. การออกแบบสัญลักษณ์ – กรุงเทพฯ : สิปประภา, 2548.
- นเร ขอจิตต์เมตต์. เสกสรรปั้นแต่งบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : ฐานบุคส์, 2550.
- ประชิด ทิณบุตร. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : ไอเดียเนสโตร์, 2531.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. บรรจุภัณฑ์โลหะ. กรุงเทพฯ : อมรโปรดักส์, 2551.
- _____. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : อมรโปรดักส์, 2551.
- ปรีชา ปั่นกล้า และคณะ. รายงานโครงการวิจัยถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปกรรมในงานหัตถกรรมท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2544.
- เปรมวิทย์ ท่อแก้ว และคณะ. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม. นครราชสีมา : สมศักดิ์การพิมพ์, 2541.
- พงศักดิ์ ไชยทิพย์. เทคนิคการออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : ศิลปะบรรณาการ, 2535 .
- พรเทพ เลิศเทวศิริ. การคิดออกแบบและมีติทางวัฒนธรรม Design Education 2 : รวมบทความวิชาการและบทความวิจัยทางออกแบบ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- พินาลิน สาริยา. หลักการออกแบบ. นครราชสีมา : สถาบันราชภัฏนครราชสีมา, 2534.

พรวิไล คาร์วี่. Packaging 's Drive แรงขับเคลื่อนแห่งบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2545.

แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. 2545

มหาวิทยาลัยศิลปากร. ผ้าพื้นเมือง- การสำรวจผู้ผลิตทั่วประเทศ โครงการพัฒนาผ้าภาคพื้นเมืองในทุกจังหวัด – กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2544.

มาโนช กงกะนันท์. ศิลปะการออกแบบ. ส.เอเชียเพรส, 2549.

เยาวนถ นรินทร์สรศักดิ์. การขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :

http://issuu.com/narintornsorasak/docs/3_local_pack_thai?mode=a_p. (19 กรกฎาคม 2551)

วิเชียร และนางเยาว์ จิระกรานนท์. การพิมพ์สกรีน. กรุงเทพฯ : อุกาการพิมพ์, 2546.

วินัย วิริยะปานนท์. เครื่องจักรสาน. กทม. : สำนักพิมพ์แพร่พิทยา, 2527.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : ดันอ้อ, 2538.

วรวงศ์ วิชาติอุดมพงศ์. (2538). บทบาทความรู้ทางการออกแบบพานิชศิลป์ การออกแบบ กราฟฟิก, พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

วิษณุ ตั้งเจริญ. (2544). การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สันติศิริ.

ศูนย์สารสนเทศอีสานสิรินธร. งานวิจัยเกี่ยวกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : บทคัดย่อ เล่ม 14, 2547.

ศิริ ผาสุก. ผ้าไหมพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2544.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (วว.). วารสารการบรรจุภัณฑ์.

14 (มกราคม – มีนาคม 2549) : 8

เสน่ห์ ชนารัตนสถิตย์. พิมพ์ครั้งที่ 3. ทฤษฎีภาคปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2547.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. ผ้าไหม ...สายใยแห่งภูมิปัญญา...สู่คุณค่าเศรษฐกิจไทย.

กรุงเทพฯ : องค์การค้าของคุรุสภา, 2545.

อัจฉรา ภาณุรัตน์, เครือจิต ศรีบุญนาท, วารุณี สุวรรณานนท์. ผ้าไหมในวิถีชีวิตไทยยุคและไทยเขมร.

สุรินทร์ : รุ่งชนเกียรติออฟเซตการพิมพ์, มปป.

อุตสาหกรรมสาร. ปีที่ 45 ฉบับเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม, 2545.

Ballinger, Raymond A. Layout and Graphic Design. New York : Van Nostrand Reinhold, 1980.

Berryman, G. Notes on Graphic Design and Visual Communication. Los altos : William Kaufunam, 1979.

Briston, J. and T. J. Neill. Packaging Manage Ment. Epping, Essex : Gover Press, 1972.

Meggs, Philip B. Second Edition. A History of Graphic Design. New York : Van Nostrand Reinhold, 1991.

Denison, Edward. Packaging Prototype. Crans-Pres-Celigny : RotoVision,1999.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

แบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ
กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือในอำเภอบึงขังชัย จังหวัดนครราชสีมา

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมืออำเภอบึงขังชัยจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาวัสดุท้องถิ่นที่สามารถนำมาสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำให้กับผ้าไหมของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมืออำเภอบึงขังชัยจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตผ้าไหมทอมืออำเภอบึงขังชัยจังหวัดนครราชสีมาให้มีความโดดเด่น และแสดงภาพลักษณ์เชื่อมโยงพื้นที่

คำชี้แจง

1. วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามฉบับนี้เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมต้นทุนต่ำ โดยการศึกษาวัสดุในท้องถิ่นมาออกแบบบรรจุภัณฑ์และตกแต่งด้วยกระบวนการแบบดั้งเดิม ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด จากบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 แบบ

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ประวัติย่อของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหลังจากได้ประเมินตามแบบสอบถามแล้วทั้ง 3 แบบ

ขอความกรุณา พิจารณา และตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงเพื่อจะได้นำข้อมูลที่ท่านตอบไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในโอกาสต่อไป

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

(นายสุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ)
 สาขาการออกแบบนิเทศศิลป์
 มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ประวัติย่อของผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง กรุณาเติมข้อความลงในช่องว่างตามความจริงของท่าน

ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน

.....
.....

วุฒิทางการศึกษา

.....
.....
.....

ประสบการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์.....ปี

ประวัติการสอน หรือประวัติการทำงานในสถานประกอบการ

.....
.....
.....
.....
.....

ผลงานด้านวิชาการ

.....
.....

ผลงานบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลหรือผลงานทั่วไป

.....
.....
.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน หลังจากได้ตรวจสอบงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้นแบบแล้ว โดยใช้เกณฑ์ในการแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

ระดับ 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

ระดับ 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับพอใช้

ระดับ 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง

ระดับ 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผ้าไหมทอมือ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความสามารถในการบรรจุ					
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า					
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้					
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า					
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์					
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์					
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน					
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน					
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก					

3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ					
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
4.1 ความปราณีตในการผลิต					
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม					
4.3 การออกแบบเลขชนิดบนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม					
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค					
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์					
6.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้ว ราคา 10 บาท /ชิ้น					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ในด้านอื่นๆที่นอกเหนือจากคำถามในแบบที่กำหนดให้ขอได้โปรดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ด้าน.....

.....

ด้าน.....

.....

ด้าน.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน หลังจากได้ตรวจสอบงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้นแบบแล้ว โดยใช้เกณฑ์ในการแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

ระดับ 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

ระดับ 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับพอใช้

ระดับ 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง

ระดับ 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผ้าไหมทอมือ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความสามารถความสามารถในการบรรจุ					
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า					
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้					
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า					
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์					
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์					
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน					
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน					
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก					

3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ					
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
4.1 ความปราณีตในการผลิต					
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม					
4.3 การออกแบบเลขชนิดบนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม					
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค					
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์					
6.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง ราคา 6 บาท /ชิ้น					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ในด้านอื่นๆที่นอกเหนือจากคำถามในแบบที่กำหนดให้ขอได้โปรดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ด้าน.....

.....

ด้าน.....

.....

ด้าน.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน หลังจากได้ตรวจสอบงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้นแบบแล้ว โดยใช้เกณฑ์ในการแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก

ระดับ 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี

ระดับ 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับพอใช้

ระดับ 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง

ระดับ 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผ้าไหมทอมือ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านความสามารถความสามารถในการบรรจุ					
1.1 ขนาดความพอดีในการบรรจุสินค้า					
1.2 ความแข็งแรงที่สามารถรองรับสินค้าได้					
1.3 ความสามารถในการคุ้มครองป้องกันสินค้า					
1.4 ความสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์					
2. การสื่อสารของการออกแบบบรรจุภัณฑ์					
2.1 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
2.2 วัสดุที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.3 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
2.4 การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) สามารถสื่อสารถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2.5 ป้ายสินค้าสามารถแสดงข้อมูลที่จำเป็นได้ครบถ้วน					
2.6 การออกแบบรูปร่างรูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
3. การผลิต การขนส่ง และการใช้งาน					
3.1 สะดวกต่อการผลิตจำนวนมาก					

3.2 สะดวกต่อการขนส่ง หอบหิ้ว การจัดเก็บ					
4. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์					
4.1 ความประณีตในการผลิต					
4.2 รูปร่าง รูปทรง มีความสวยงาม					
4.3 การออกแบบเลขชนิดบนบรรจุภัณฑ์ (หรือบนป้ายสินค้า) มีความสวยงาม					
4.4 สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค					
5. ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์					
6.1 ต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์แบบม้วน ราคา 3 บาท /ชิ้น					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

ในด้านอื่นๆที่นอกเหนือจากคำถามในแบบที่กำหนดให้ขอได้โปรดแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ด้าน.....

.....

ด้าน.....

.....

ด้าน.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ภาคผนวก ข

วัสดุและกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 59 วัสดุจากหมาก



ภาพที่ 60 กระบวนการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 61 กระบวนการสร้างลวดลาย

ภาคผนวก ค
การบรรจุผ้าไหม

การบรรจุผ้าไหมลงใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ต้องนำผ้าไหมบรรจุลงถุงพลาสติกก่อนชั้นหนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ผ้าไหมสัมผัสกับพื้นผิวภาชนะมาก เพราะผิวภาชนะขรุขระอาจทำให้ผ้าไหมถูก ขูดขีดเสียหายได้ ตามลำดับดังนี้



ภาพที่ 62 การบรรจุผ้าไหม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายสุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ
ที่อยู่	24 หมู่ 3 ตำบลพุดซา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
ที่ทำงาน	โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
การศึกษา	
พ.ศ.2538	อนุปริญญา ศศ.บ. (การออกแบบนิเทศศิลป์) สถาบันราชภัฏนครราชสีมา
พ.ศ.2541	ปริญญาตรี ค.บ. (ศิลปศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
พ.ศ.2553	ปริญญาโท สาขาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
การทำงาน	
พ.ศ.2543	นักวิชาการกราฟิก มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
พ.ศ.2547 – ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา