



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีน  
สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่  
Project Design Packaging of Clean Food  
for Dealing and Delivery

ญาณิศา กาญจนภาส  
YANISA KANJANOPAS

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีน  
สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่  
Project Design Packaging of Clean Food  
for Dealing and Delivery

ญาณิศา กาญจนภาส  
YANISA KANJANOPAS

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อศิลปินพันธ์                   โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคาวีสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่  
ชื่อ นามสกุล                        ญาณีศา กาญจนภาส  
ชื่อปริญญา                         เทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชา                            การออกแบบบรรจุภัณฑ์  
คณะ                                  สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
อาจารย์ที่ปรึกษา                    อาจารย์ มัทธี ปรามิทยเมือง

คณะกรรมการสอบศิลปินพันธ์ได้ให้ความเห็นชอบศิลปินพันธ์ฉบับนี้แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ คณิต อยู่สมบุญ)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ชูเกียรติ อนันต์เวทยานนท์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชานนท์ ต้นประวัตติ)

.....กรรมการ

(อาจารย์ มัทธี ปรามิทยเมือง)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นำ  
ศิลปินพันธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

(อาจารย์ ธาณี สุคนระชาติ)

วันที่ ..... 11 ..... เดือน ..... มีนาคม ..... พ.ศ. .... 2562 .....

ชื่อศิลปินพันธ์	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคาวสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่
ชื่อ นามสกุล	ญาณิศ กาญจนภาส
ชื่อปริญญา	เทคโนโลยีบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
ปีการศึกษา	2561

## บทคัดย่อ

ศิลปินพันธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคาวสำหรับ การจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ โดยการออกแบบนั้นประกอบไปด้วย โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กราฟิก บนบรรจุภัณฑ์ และกล่องจัดแสดงสินค้า เพื่อตอบสนองการเลือกซื้อ เลือกใช้ของผู้บริโภค 1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ ปกป้อง สินค้าภายในไม่ให้เกิดความเสียหาย 2. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นสวยงามดึงดูด ผู้บริโภคที่สำคัญบรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย 3. กล่องจัดแสดงสินค้าที่สามารถจัดวางสินค้าได้เหมาะสมกับเอกลักษณ์ ของแบรนด์ เพื่อช่วยส่งเสริมการขายและเกิด ภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินงานเป็นลักษณะการสัมภาษณ์ และการสอบถาม จากเจ้าของผลิตภัณฑ์/สถาน ประกอบการ และแบบประเมินความพึงพอใจผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ข้อมูล ด้านการออกแบบ โครงสร้าง ด้านกราฟิกและด้านการตลาด/กล่องจัดแสดงสินค้า โดยแบบ ประเมินผลความพึงพอใจ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและ นำเสนอในลักษณะรูปแบบ ตารางและการเขียนสรุปเชิงพรรณนาผลการวิจัยสรุปว่า แบบ ประเมินผลความพึงพอใจบุคคลทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 80 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 80 ช่วงอายุระหว่าง 20-24 ปี คิดเป็นค่าร้อยละ 35 แบบประเมินความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 อยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก แบบประเมิน ความ พึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5 อยู่ในเกณฑ์ระดับ มากที่สุด แบบประเมิน ความ พึงพอใจด้านการตลาด/ชั้นจัด แสดงสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 อยู่ในเกณฑ์ระดับ มาก

<b>Arts Thesis Title</b>	Project Design Packaging of Clean Food for Dealing and Delivery
<b>Author</b>	Yanisa Kanjanopas
<b>Degree</b>	Bachelor of Technology
<b>Major program</b>	Packaging Design Faculty of Architecture and Design
<b>Academic Year</b>	2018

## ABSTRACT

This Arts project have Purposes to design Packaging of Clean Food for Dealing and Delivery. By that designing was consists of, The structure of the packaging, The graphic of the packaging and the shelves showing for responding the selection to purchase or use of customers. 1. The packaging is unique and protecting the product inside is not causing damage. 2. The graphic on the packaging have the dominance and the beauty to attract consumers. The important thing was the packaging might increase the value for products also. 3. The shelves showing can Placement of product appropriate for the brandidentity. To help promote sales and create a good image for the product.

The operation as the interviews and questionnaires formentrepreneurs of products / location and satisfaction assessment form had respondent with experts from 3 sides include information of designing of the structure, the graphic and marketing/ shelves showing. By satisfaction assessment form will uses analyze data and average results. Percentage and presentation in table and descriptive writing.The research result was concluded that most of the Satisfaction Assessment Form of general peoples were women for the number of 80 persons at 80% that had the age range between 20-24 years at 35%. satisfaction assessment fom in the structure of the packaging was The total average were at 4.25 In the much criteria. satisfaction assessment form in the graphic on the packaging was the total average were at 5. In the

Most criteria. satisfaction assessment form in marketing the shelves showing of products was the total average were at 4.08. In the much criteria.



## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปินฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีนั้น ได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่ายด้วยกัน ในการศึกษาค้นคว้าและให้คำปรึกษาตลอดจนให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปฏิบัติดังนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์มัทธิณี ปราโมทย์เมือง อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปินพันธ์ และอาจารย์คณิต อยู่สมบุญ อาจารย์ที่ปรึกษาสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำศิลปินพันธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ธานี สุคนธชาติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชานนท์ ต้นประวัตติ และอาจารย์ชูเกียรติ อนันต์เวทยานนท์ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นอาจารย์สอนศิลปินพันธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษากิจการงานวิจัยเป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้านที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการทำศิลปินพันธ์ในครั้งนี้ทางด้านโครงสร้าง ผศ.ดร.กฤติกา ต้นประเสริฐ อาจารย์รักษาการหัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ทางด้านกราฟิกคุณธนิฏา วิทิพย์รอด ตำแหน่ง Graphic Design บริษัท เมดิแคร์ เฮลท์ กรุป จำกัด และการตลาดคุณปานรดา อมตรงชัยย์ ตำแหน่ง Marketing Executive บริษัท ฟุจฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ คุณจิรายุ มณีโชติ ที่ได้เชื้อเพื่อสถานที่ให้ไปลง พื้นที่และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาทำศิลปินพันธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัว บิดา มารดา และพี่น้องทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านทุนทรัพย์ คอยให้กำลังใจในการทำศิลปินพันธ์และให้การสนับสนุนด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบุคคลที่คอยช่วยเหลือที่มีได้เอ่ยนามในการทำศิลปินพันธ์ ให้สำเร็จลุล่วงนี้ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ได้รับทุนอุดหนุนงบประมาณจากโครงการส่งเสริมสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมเพื่อคนรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ญาณิศา กาญจนภาส

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
Abstract	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ง)
สารบัญ	(จ)
สารบัญตาราง	(ฉ)
สารบัญภาพ	(ญ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ที่มาของปัญหา	2
1.4 วิธีการแก้ปัญหา	3
1.5 ขอบเขตการศึกษา	3
1.6 ขอบเขตการออกแบบ	3
1.7 วิธีการดำเนินงาน	4
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.9 นิยามศัพท์สำคัญ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของร้านบราจูการ์	6
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	8
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	16
2.4 ศึกษาจิตวิทยาและการใช้สี	19
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์	29



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
2.6	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกล่องใส่สินค้า	35
2.7	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	37
2.8	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน		47
3.1	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
3.2	กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	48
3.3	สร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
3.4	วิเคราะห์ข้อมูล	48
3.5	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ	53
3.6	พัฒนาการออกแบบ	50
3.7	เขียนแบบเพื่อการผลิต	51
3.8	สร้างหุ่นจำลองโดยมีรูปแบบเป็น 3 มิติ	51
3.9	สร้างต้นแบบเพื่อนำเสนอผลงาน	51
3.10	จัดทำศิลปนิพนธ์	51
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล		52
4.1	การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์	52
4.2	การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างด้าน กราฟิกและด้านการตลาด	53
4.3	การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจด้าน โครงสร้างของผู้เชี่ยวชาญ	55
4.4	การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจด้าน กราฟิกของผู้เชี่ยวชาญ	57

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจ ด้านการตลาดของผู้เชี่ยวชาญ	60
4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภค	61
4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินผลความพึงพอใจเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์ สำหรับผู้บริโภค	63
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	66
5.1 ขั้นตอนการศึกษาแบบประเมินผลทั่วไปการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ สถานการณ์ทั่วไปของผู้บริโภค	66
5.2 ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุกภัณฑ์ กราฟิกและสร้าง กล่องจัดแสดงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์	66
5.3 ข้อเสนอแนะ	67
เอกสารอ้างอิง	68
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก หนังสือราชการ	70
ภาคผนวก ข แบบประเมิน	74
ภาคผนวก ค เขียนแบบเพื่อการผลิต	100
ภาคผนวก ง ขั้นตอนการวิจัย	114
ภาคผนวก ฉ ผลงานการออกแบบบรรจุกภัณฑ์	118
ประวัติการศึกษา	122

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่อกไก่ราดซอส ฮ่องกงและไข่ต้ม	5
4.2 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์สแต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ	56
4.3 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์หมีฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและ ไข่อบนึ่ง	56
4.4 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น	57
4.5 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม	57
4.6 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์สแต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ	58
4.7 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์หมีฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่อบนึ่ง	59
4.8 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น	59
4.9 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจด้านการตลาด และกล่องจัดแสดง สินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่	60
4.10 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานะภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบโลโก้	63
4.12 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบกราฟิก	64
4.13 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์	65



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 บรรยายการภายในร้านบราวซูการ์	7
2.2 บรรยายการภายนอกร้านบราวซูการ์	7
2.3 สีส	19
2.4 ทฤษฎีสี	23
2.5 วงจรสี	24
2.6 วรรณะของสี	25
2.7 การพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟ	31
2.8 การพิมพ์ระบบกราเวียร์	32
2.9 การพิมพ์ระบบออฟเซต	33
2.10 การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน	34



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคของการแข่งขัน ที่เรากำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ชีวิตมีความรีบเร่งมากขึ้นจนไม่ค่อยมีเวลาที่จะให้ความสำคัญกับเรื่อง ความสมดุลของอาหารที่รับประทานรวมทั้งค่านิยมการรับประทานอาหารแบบตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย เนื้อสัตว์ ไขมัน นม เนย เป็นส่วนใหญ่ ทำให้คนไทยมีโรค ซึ่งเกิดจากการกินดีเกินไป เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคอัมพาต ซึ่งโรคเหล่านี้ล้วนเกี่ยวกับความเสื่อมของหลอดเลือดในปัจจุบันชาวตะวันตกเริ่มตระหนักถึงพิษภัยของการกินอาหาร ซึ่งไม่สมดุลได้มีการชักชวนให้ลดการรับประทาน เนื้อสัตว์ นม เนย ให้เพิ่มการรับประทาน พืช ผัก และธัญพืช ซึ่งอุดมด้วยเส้นใยจากธรรมชาติ และวิตามิน

กระแสการรับประทานอาหารคลีนได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ แต่เพราะพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่มักจะเร่งรีบ และไม่มีเวลามาพิถีพิถันกับการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพ ธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอรี่จึงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพกลุ่มนั้น หากลองใช้เสิร์ชเอนจินค้นหาคำว่า "อาหารคลีน เดลิเวอรี่" จะพบว่า มีผู้ประกอบการด้านนี้มากกว่า 20 รายในกรุงเทพฯ และในเมืองใหญ่ๆ ทั่วประเทศอีกมากมาย

ร้านบราวชูการ์ซึ่งมีคุณจิรายุ มณีโชติ เจ้าของธุรกิจอาหารคลีน ได้เล่าให้ฟังว่าก่อนแรกเริ่มธุรกิจนี้ มีงานประจำเป็นทุนเดิม แต่ด้วยอยากมีธุรกิจส่วนตัวร่วมกับน้องชายจึงแข่งกิจการ ร้านนี้มีหน้าร้านอยู่ติดบีทีเอส สถานนีสะพานควาย และยังติดกับคอนโดเป็นที่พบเห็นได้ง่ายอาหารคลีนเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ผ่านการปรุงแต่ง แต่สามารถปรุงให้สุกได้ด้วยวิธีการ ต้ม ย่าง นึ่ง ลดการปรุงรส และเลือกพลังงานที่ได้มาจากธรรมชาติ เช่น คาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อนจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ ขนมปังโฮลวีท ฝัอก มัน เป็นต้นเป็นการตอบโจทย์การใช้ชีวิตของคนไทยในปัจจุบันที่มีการเร่งรีบดูแลสุขภาพมากขึ้นนอกจากการออกกำลังกายและการกินอาหารที่ช่วยให้ ร่างกายสุขภาพดีก็มีประโยชน์เช่นกัน คุณจิรายุ จึงมีแนวคิดที่จะทำการขายทางออนไลน์มีการส่งเดลิเวอรี่ถึงที่หมายเพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ นอกจากขายหน้าร้านขายออนไลน์แล้วยังขายส่งไปในร้านอาหารต่างๆ

อีกมากมาย กลุ่มเป้าหมายจะเน้นไปที่บุคคลที่รักสุขภาพ ผู้ที่ชอบดูแลตัวเอง ภายในร้านมีหลากหลายเมนูให้ลิ้มลอง ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม สเต็กปลาแซลม่อน ซอสพริกไทยดำ หมี่ฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่อ่อนเซ็น ต้มยำกุ้งน้ำข้น

บรรจุภัณฑ์เดิมมีลักษณะใหญ่เกินไปสำหรับการใส่อาหารทำให้พื้นที่เหลือเยอะ มีปัญหาในการขนส่งเพราะบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปกป้องอาหารให้ถึงมือผู้บริโภคได้

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในการทำบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนในระบบสั่งออนไลน์แบบเดลิเวอรี่ ซึ่งตัวบรรจุภัณฑ์เป็นแรงจูงใจให้คนอยากซื้อเพิ่มมากขึ้นซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมของร้านนั้นไม่มีโลโก้ กล่องบรรจุอาหารเป็นพลาสติกธรรมดาไม่มีลวดลายกราฟิกที่แสดงข้อมูลให้ทราบถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้เด่นชัด เวลาขนส่งบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปกป้องสินค้าได้จนถึงมือผู้บริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผลิตภัณฑ์ทั้งนี้เพื่อบอกเรื่องราว ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และยังช่วยส่งเสริมในเรื่องของการตลาด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ให้สามารถจัดส่งและป้องกันอาหารก่อนถึงมือผู้บริโภค

1.2.2 เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสวยงามและแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ และออกแบบโลโก้ตราสินค้า ร้านบราวชูการ์

1.2.3 เพื่อออกแบบกล่องจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ สำหรับจัดส่งสินค้าแก่ผู้บริโภค

## 1.3 ที่มาของปัญหา

1.3.1 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นกล่องพลาสติกมีฝาปิด ซึ่งสามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดทั่วไป ไม่สามารถปกป้องสินค้าได้ก่อนถึงมือผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์บรรจุสินค้าได้ไม่พอดีกับปริมาณ

1.3.2 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ไม่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด ขาดรายละเอียด ข้อมูล เช่น ที่อยู่ ปริมาณอาหาร แคลอรี่

1.3.3 กล่องจัดจำหน่ายสินค้าแบบเดลิเวอรี่ไม่มีใช้ใน ร้านบราวชูการ์

## 1.4 วิธีการแก้ปัญหา

1.4.1 ออกแบบโครงสร้างให้มีความแข็งแรง ทนต่อแรงกระแทก และออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าได้พอดีกับผลิตภัณฑ์

1.4.2 ออกแบบกราฟิกให้สามารถสื่อตัวผลิตภัณฑ์ ใส่รายละเอียดส่วนผสมของอาหาร วิธีการอุ่นอาหาร วันหมดอายุ ข้อมูลโภชนาการ ปริมาณอาหาร แสดงข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด

1.4.3 ออกแบบกล่องขึ้นมาใหม่เพื่อให้กล่องพอดีกับปริมาณอาหารและสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าแบบเดลิเวอรี่ เพื่อสะดวกแก่การจัดส่งสินค้า

## 1.5 ขอบเขตการศึกษา

ในการวิจัยโครงการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีน สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาข้อมูลดังนี้

- 1.5.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของร้านบราวซูการ์
- 1.5.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 1.5.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 1.5.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 1.5.5 ศึกษาจิตวิทยาการใช้สี
- 1.5.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์
- 1.5.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกล่องใส่สินค้า
- 1.5.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
- 1.5.9 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1.6 ขอบเขตการออกแบบ

1.6.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1.6.1.1 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

1.6.1.2 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สเต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทย



ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

1.6.1.3 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีช่องกึ่งปิดซอสโคชูจังกึ่งและไข่อ่อนเซ็น

ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

1.6.1.4 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

1.6.1.5 ออกแบบโครงสร้าง รวมหน่วย 3 กล่อง ปริมาณ 250 กรัม x 3 จำนวน

1 แบบ

1.6.2 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

1.6.2.1 ออกแบบกราฟิกข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสช่องกึ่งและไข่ต้ม ปริมาณ 250 กรัม

จำนวน 1 แบบ

1.6.2.2 ออกแบบกราฟิกภัณฑ์สติกปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ ปริมาณ 250 กรัม

จำนวน 1 แบบ

1.6.2.3 ออกแบบกราฟิกมีช่องกึ่งปิดซอสโคชูจังกึ่งและไข่อ่อนเซ็น ปริมาณ 250 กรัม

จำนวน 1 แบบ

1.6.2.4 ออกแบบกราฟิกต้มยำกุ้งน้ำข้น ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

1.6.2.5 ออกแบบแบบกราฟิก รวมหน่วย 3 กล่อง ปริมาณ 250 กรัม x 3 จำนวน 1 แบบ

1.6.2.6 ออกแบบโลโก้ร้านบราวนชูการ์ เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์

1.6.3 ออกแบบกล่องจัดจำหน่ายสินค้าแบบเดลิเวอรี่ จำนวน 1 แบบ

## 1.7 วิธีการดำเนินงาน

1.7.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.7.2 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.7.3 สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล

1.7.4 วิเคราะห์ข้อมูล

1.7.5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ

1.7.6 พัฒนาการออกแบบ

1.7.7 เขียนแบบเพื่อการผลิต

1.7.8 สร้างหุ่นจำลองโดยมีรูปแบบเป็น 3 มิติ

1.7.9 สร้างต้นแบบเพื่อการนำเสนอผลงาน

1.7.10 จัดศิลปินิพนธ์

## 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 เพื่อออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ให้สามารถจัดส่งและป้องกันอาหารก่อนถึงมือผู้บริโภค

1.8.2 เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสวยงามและแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ และออกแบบโลโก้ตราสินค้า ร้านบราวชูการ์

1.8.3 เพื่อออกแบบกล่องจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ สำหรับจัดส่งสินค้าแก่ผู้บริโภค

## 1.9 นิยามศัพท์สำคัญ

1.9.1 อาหารคลีน คือ อาหารที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งด้วยสารเคมีต่าง ๆ หรือผ่านการแปรรูปน้อยที่สุดนั่นเอง อาหารเหล่านี้จะเป็นอาหารที่สดสะอาดไม่ผ่านกระบวนการหมักดองหรือปรุงรสใด ๆ มากจนเกินไป เช่น เค็มจัดหรือหวานจัด การปรุงอาหารแบบคลีนไม่ใช่การเน้นทานผักเยอะ ๆ แต่เป็นการทานอาหารทุกหมู่อย่างในสัดส่วนที่เหมาะสม คือต้องมีทั้งคาร์โบไฮเดรตและโปรตีนในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย เนื้อสัตว์ที่ใช้ควรเลือกแบบที่ไม่ใช่สำเร็จรูปหรือผ่านการปรุงรสมาแล้ว

1.9.2 เดลิเวอรี่ คือ การจัดส่งสินค้าตามที่อยู่ของลูกค้าและเป็นไปตามเงื่อนไขที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือผู้จำหน่ายสินค้าได้จัดตั้งเงื่อนไขขึ้น โดยทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องตกลงยินยอมกันภายใต้เงื่อนไข เมื่อลูกค้ายินยอมรับเงื่อนไขของบริษัท บริษัทก็จะทำการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าถึงที่อยู่ตามที่ลูกค้าได้ระบุไว้ โดยมีค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าเพิ่มเติม ขึ้นอยู่กับสถานที่ประกอบการต่างๆ

1.9.3 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่รองรับหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เพื่อทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์จากความเสียหายต่างๆ สามารถใส่ผลิตภัณฑ์ได้พอดีต่อความต้องการได้ สามารถสื่อตัวผลิตภัณฑ์ ใส่รายละเอียดส่วนผสมของอาหาร วิธีการอุ่นอาหาร วันหมดอายุ ข้อมูลโภชนาการ ปริมาณอาหาร แสดงข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด และยังสามารถบรรจุสินค้าได้พอดีกับปริมาณและแสดงโภชนาการ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาโครงการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล ที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของร้านบราวชูการ์
- 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 2.4 ศึกษาจิตวิทยาและการใช้สี
- 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์
- 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกล่องใส่สินค้า
- 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
- 2.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของร้านบราวชูการ์

2.1.1 ประวัติความเป็นมา ร้านบราวชูการ์ซึ่งคุณจิรายุ มณีโชติ เจ้าของธุรกิจอาหารคลีน ได้เล่าให้ฟังว่าก่อนแรกเริ่มธุรกิจนี้ มีงานประจำเป็นทุนเดิม แต่ด้วยอยากมีธุรกิจส่วนตัวร่วมกับ น้องชายจึงแข่งกิจการ ร้านนี้มีหน้าร้านอยู่ติดบีทีเอส สถานที่สะพานควาย และยังติดกับคอนโด เป็นที่พบเห็นได้ง่ายอาหารคลีนเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ผ่านการปรุงแต่ง แต่สามารถปรุงให้สุก ได้ด้วยวิธีการ ต้ม ย่าง นึ่ง ลดการปรุงรส และเลือกพลังงานที่ได้มาจากธรรมชาติ เช่น คาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อนจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ ขนมปังโฮลวีท ฝัก ถั่ว เป็นต้นเป็นการตอบโจทย์การใช้ ชีวิตของคนไทยในปัจจุบันที่มีการเร่งรีบ ดูแลสุขภาพมากขึ้นนอกจากการออกกำลังกายและการ กินอาหารที่ช่วยให้ร่างกายสุขภาพดีก็มีประโยชน์เช่นกัน คุณจิรายุ จึงมีแนวคิดที่จะทำการขายทาง ออนไลน์มีการส่งเดลิเวอรี่ถึงที่หมาย เพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ นอกจากขายหน้าร้านขายออนไลน์

แล้วยังขายส่งไปในร้านอาหารต่างๆอีกมากมาย กลุ่มเป้าหมายจะเน้นไปที่บุคคลที่รักสุขภาพ ผู้ที่ชอบดูแลตัวเอง ภายในร้านมีหลากหลายเมนูให้ลิ้มลอง ได้แก่ ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกง และไข่ต้ม สเต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ หมี่ฮ่องกงซอสโคชูจังกุ้งไข่อบนเซ็น และ ต้มยำกุ้งน้ำข้น



ภาพ 2.1 บรรยากาศภายในร้านบราวชูการ์  
ที่มา : บันทึกโดยผู้วิจัย



ภาพ 2.2 บรรยากาศภายนอกร้านบราวชูการ์  
ที่มา : บันทึกโดยผู้วิจัย

## 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สินค้าจะสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ผลิตได้ก็ต่อเมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าที่อยู่ในสภาพดี กล่าวคือ สินค้าไม่เสียหาย ไม่บวมเน่าเสีย และอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของสินค้านั้นๆ บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่แรกที่สำคัญคือช่วยปกป้องสินค้าให้ปลอดภัยในระหว่างขนส่ง หน้าที่ต่อมาคือให้ข้อมูลของสินค้าเสมือนเป็นพนักงานขาย ซึ่งจะพบหน้าที่นี้ในซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายของชำ แม้แต่สินค้าอุตสาหกรรม บั้มไฟฟ้า จะจำหน่ายได้ดี ถ้ามีบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตา การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเป็นระบบการนำเสนอตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อไปสู่วัตถุประสงค์หลัก

### 2.2.1 ข้อกำหนดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- 2.2.1.1 ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุการวางขาย
- 2.2.1.2 รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
- 2.2.1.3 ขนาดพอดีและสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
- 2.2.1.4 การขึ้นรูป การบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก

### 2.2.2 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและการจัดวางรูปประกอบตัวอักษร ลวดลาย ถ้อยคำ เครื่องหมาย หรือตราสัญลักษณ์ทางการค้า โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัดภาพองค์ประกอบศิลป์เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

### 2.2.3 ข้อมูลประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- 2.2.3.1 ข้อมูลด้านการตลาด ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย ฤดูกาล
- 2.2.3.2 รูปแบบการกระจายสินค้า (ปลีก/ส่ง) พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2.3.3 ปริมาณและมูลค่าของสินค้าในตลาด (ส่วนแบ่งทางการตลาด)
- 2.2.3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา
- 2.2.3.5 คำอธิบาย จุดเด่น ประโยชน์ ขนาดปริมาณบรรจุ ความถี่/ปริมาณการใช้ที่ใช้

ต่อครั้ง

### 2.2.4 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.2.4.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นเรื่องสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้

ชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน แม่บ้าน เด็ก ฯลฯ เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายที่ได้ยกตัวอย่างนี้ นอกจากจะมีความสนใจและความต้องการที่แตกต่างกันแล้วกลุ่มเป้าหมายเดียวกันแต่ช่วงอายุต่างกันและมีสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ซึ่งทำให้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ หรือบางครั้งผลิตภัณฑ์บางอย่างผลิตขึ้นมาเพื่อผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง แต่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งกลับเป็นผู้เลือกและตัดสินใจซื้อ เช่น อาหารเสริมสำหรับเด็ก หรือนมผงสำหรับทารก จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ทารกและเด็กมิได้เป็นผู้เลือกซื้อ แต่ผู้เลือกและตัดสินใจซื้อกลับเป็นผู้ปกครอง ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด รอบครอบ และค้นหาวิธีว่าจะออกแบบอย่างไรให้บรรจุภัณฑ์ของท่านสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตามกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน

#### 2.2.4.2 กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมาย

สำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภคตราสินค้าที่ตีนั้นสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ คือตั้งตามชื่อเจ้าของกิจการ ตั้งตามความเชื่ออันเป็นมงคล ตั้งตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ หรือตั้งโดยการผสมคำที่มีความหมายให้เกิดเป็นคำใหม่ที่มีเอกลักษณ์ ฯลฯ เป็นต้น

#### 2.2.4.3 ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดี

1. สั้น กะทัดรัด จดจำได้ง่าย ออกเสียงได้ง่าย มีความโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์ เฉพาะตัว
2. แปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่ายมีความหมายที่เหมาะสม
3. สามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์
4. สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้โดยไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่

2.2.5 วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ การที่ผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้วัสดุอะไรมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์นั้น ท่านควร คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละ ประเภท ที่จะนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ เนื่องจากวัสดุแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติที่เป็นข้อดี และข้อเสียใน

การคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการนำกลับมาใช้ ใหม่ (Recycle) ที่แตกต่างกันไป หากท่านเลือกใช้วัสดุไม่ถูกต้องนอกจากจะทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นสาเหตุให้เกิดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ เพิ่มขึ้นอีกด้วย

2.2.6 รูปทรงบรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปร่างสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับ ผู้บริโภค ถึงแม้ผู้บริโภคจะยังมิได้สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้าง ความเป็นเอกลักษณ์ได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ อะไรและมีชื่อตราสินค้าอะไร หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์เดี่ยวแตกต่างกันที่ชื่อตราสินค้า

2.2.7 สีส้นและกราฟิก สีส้นและกราฟิกนี้คือการรวมของการใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึงชื่อตราสินค้าลักษณะ ผลิตภัณฑ์ ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย

2.2.8 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสวยงาม และความ แปลกตา เท่านั้นคงไม่เพียงพอสำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารเพราะหัวใจของ บรรจุภัณฑ์ คือ การเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ยืนยาว ดังนั้น การออกแบบที่ดี ผู้ประกอบการควร คำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ ดังนี้

2.2.8.1 ป้องกันผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในการบรรจุอาหารจะต้อง สามารถป้องกันไม่ให้อาหารสัมผัสกับบรรยากาศภายนอก ซึ่งอาจจะเกิดการรั่ว การซึม แสง ความ ร้อนเย็น

2.2.8.2 เก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรสามารถรักษา คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์มิให้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเปลี่ยนกลิ่นหรือรสชาติ

2.2.8.3 ยืดอายุผลิตภัณฑ์ จะต้องสามารถนำเทคโนโลยีที่ล้ำซับซ้อนมาช่วย ใน การออกแบบเพื่อให้บรรจุภัณฑ์ สามารถยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุยืนยาว

2.2.8.4 ความสะดวกในการใช้งาน

2.2.8.5 การประหยัดในการขนส่ง

2.2.9 งานพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ในการพิมพ์

สิ่งพิมพ์ ประเภทบรรจุภัณฑ์ ควรให้ ความสำคัญในการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ ปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภท อาหาร ควรเลือกสีชนิด Food grade และ ควรเป็นสีที่คงทนต่อการใช้งานที่ต้องการพิมพ์บนวัสดุใช้ พิมพ์ที่ต้องการได้ เช่น กระดาษแข็ง แผ่นกระดาษลูกฟูก โดยไม่ทำให้วัสดุใช้พิมพ์เสียหายในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้

ขนาดของชิ้นงานกับขนาดกระดาษ มาตรฐานที่ขึ้นแท่นพิมพ์พอดี ไม่เหลือเศษขอบกระดาษมาก เพื่อความประหยัดต้นทุน

#### 2.2.9.1 กล่องเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (The Box as Transit Container)

1. เป็นบรรจุภัณฑ์พื้นฐานที่มุ่งเน้นการใช้งาน
2. เน้นเรื่องราคาในการตัดสินใจซื้อ

#### 2.2.9.2 กล่องเป็นเครื่องมือทางการตลาด (The Box as a Marketing Tool)

1. เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ นอกเหนือจากการทำงาน
2. การวางแผนคิดจะสอดคล้องกันระหว่างสินค้าบรรจุภัณฑ์ชั้นในและบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก
3. ออกแบบสวยงามเน้นตราสินค้าและความเด่นเมื่อโชว์ตามร้านค้า

#### 2.2.10 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ด้านการตลาด (Marketing Functions)

- 2.2.10.1 หน้าที่ส่งเสริมการขาย
- 2.2.10.2 หน้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
- 2.2.10.3 หน้าที่ให้ความถูกต้อง รวดเร็วในการขาย
- 2.2.10.4 หน้าที่รักษาสิ่งแวดล้อม
- 2.2.10.5 หน้าที่ในการรณรงค์เรื่องต่างๆ เช่น กินของไทยใช้ของไทยส่งเสริม การ

ท่องเที่ยว

หลัก 5 P ของกลยุทธ์ทางการตลาด

P1 = Product (ตัวสินค้า)

P2 = Place (สถานที่)

P3 = Price (ราคา)

P4 = Promotion (การประชาสัมพันธ์)

P5 = Packaging (บรรจุภัณฑ์)

#### 2.2.11 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยการออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ

- การออกแบบโครงสร้าง เน้นคุณสมบัติของวัสดุใช้ทำบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์



- การออกแบบกราฟิก เน้นการสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย

## 2.2.12 เนื้อหาการนำเสนอกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- Product & Product in use แสดงผลิตภัณฑ์และการใช้
- Ingredient แสดงเครื่องปรุงและส่วนผสม
- Dramatize the benefit เน้นประโยชน์อย่างน่าสนใจ
- Heritage/origin แสดงวัฒนธรรมและแหล่งกำเนิด
- Mood/Characteristic แสดงอารมณ์และบุคลิกของสินค้าผู้ใช้
- Type classification/family range แสดงชนิด/กลุ่มสินค้า
- Cumulative effect แสดงผลของการรวมหมู่
- Season & occasion แสดงความเป็นเทศกาล โอกาสพิเศษ

2.2.13 สีบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สันนิษฐานว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ อย่างหนึ่ง เพราะสีเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อประสาทสัมผัส เป็นเครื่องดึงดูดความสนใจทำให้เกิดความรู้สึก อยากจับต้องอยากสัมผัส โดดเด่น

### 2.2.13.1 ความหมายของสี

1. เมื่อต้องการความสงบและการพักผ่อนจะใช้สีฟ้าและสีขาว
2. เมื่อต้องการความสำคัญจะได้แก่ สีม่วง แดงอรุณ และขาว เหลืองทองคำ และดำ
3. เมื่อต้องการความงดงาม ใช้สีซึ่งเข้ากันอย่างกลมกลืนและสมดุลย์
4. เมื่อต้องการความรื่นรมย์ให้ใช้สีฟ้าอ่อน ฟ้ากับขาว หรือขาวกับแดง
5. เมื่อแต่ละตลาดมีลักษณะพิเศษของตนขึ้นอยู่กับรสนิยมชนผิวสีไม่นิยมสีน้ำตาลไหม้ แต่จะชอบสีเหลือง ชาวตะวันออกชอบสีสดใสสว่าง
6. สีที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารจะเป็นสีส้ม เหลืองอ่อน แดงสด เขียวอ่อน น้ำตาลอ่อน และสีน้ำตาล สำหรับเครื่องดื่มจะใช้เหลืองปนน้ำตาล เหลืองแดง หรือเขียว ปนฟ้า หรือฟ้า
7. สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกซึ่งขงและมีประโยชน์ ใ้ความรู้สึกของ ความสมบูรณ์ของชีวิตและงานประจำ
8. สีส้ม ให้ความรู้สึกถึงรัศมี และแสดงออกยิ่งกว่าสีแดงเป็นสี ความเคลื่อนไหว ให้ความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย เช่น ไฟที่กำลังไหม้อยู่ในเตาผิง

9. สีฟ้าหรือสีน้ำเงิน เป็นสีสันที่ลึกซึ้งและเป็นผู้หญิง ให้ความรู้สึกพักผ่อน รู้สึกเป็นผู้ใหญ่ แต่ก็ยังให้ความทรงจำวัยเด็ก เป็นสีที่ให้ชีวิตแต่ไม่เท่าสีแดง ขณะที่เป็นที่ที่เงียบแต่ไม่เท่าสีเขียวสีอ่อนจะดึงดูดน้อยกว่าสีเข้ม การมองให้ความรู้สึกสดชื่นสะอาด โดยเฉพาะเมื่อรวมกับ สีขาว

10. สีน้ำทะเล ให้พลังงานดังเช่นไฟ แต่เป็นไฟเย็นที่มีความสดชื่นดัง น้ำทะเลในทะเลสาบ

11. สีเหลือง เป็นสีที่มีรัศมีที่สุด เป็นสีสว่าง และมีเสียงดัง เป็นความอ่อนวัยในทางตรงข้ามกับสีฟ้า สีเหลืองทองให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ขณะที่สีเหลืองแกมเขียวให้ความรู้สึกของความไม่สบาย เมื่อผสมกับสีแดงจะทำให้สบายตา ให้ความอบอุ่น ความพอใจ ดังเช่นสีทองของทุ่งนา

12. สีม่วง ให้ความมืดและอึดอัด มักจะเป็นสัญลักษณ์ของความ หมดหวังและความตาย มีคุณลักษณะของความสิ้นหวังหมดโอกาส ความเงียบที่ไม่มีอนาคต ให้ความรู้สึกเป็นกลุ่มก้อนที่แข็งแกร่ง ให้ความรู้สึกของความสง่างามโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีผิวมัน

13. สีขาว เป็นการแสดงออกถึงความบริสุทธิ์ โดยลักษณะสีสันของสีขาวก่อให้เกิดความรู้สึกของความอ้างว้างไม่มีจุดจบ แต่ก็ให้ความรู้สึกสดชื่น และความรู้สึกของความสะอาดเมื่อใช้กับสีน้ำเงิน

14. สีเทา ไม่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวเหมือนสีขาว หรือให้ความรู้สึกในทางเข้มแข็งเหมือนสีดำ แต่แสดงออกซึ่งความเป็นกลาง เป็นลักษณะของการไม่ตัดสินใจ ไม่มีพลังงาน สีเทาอ่อนให้ความรู้สึกกลัว

15. สีเขียว แสดงถึงความมีชีวิตชีวามีลักษณะเข้มแข็ง และปราดเปรียว ให้ความรู้สึกสง่างาม และมีเสน่ห์

16. สีแดง เป็นสีร้อน สีแดงจะสะดุดตาเมื่อแรกเห็น เราจะต้องมองไม่ เราจะต้องการมองหรือไม่ แต่ละโทนของสีแดงยังมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น แดง ให้ความรู้สึก มั่งคั่ง มีอำนาจ และสง่างาม สีแดงปานกลางให้ความรู้สึกถึงพลังงาน การเคลื่อนไหว และความ ต้องการ เราสามารถเลือกโทนของสีแดงมาใช้โดยที่ให้ความรู้สึกเบิกบานมีชีวิตชีวา

17. สีชมพู ให้ความรู้สึกอ่อนหวาน เอียงอาย โรแมนติก แต่ขาดความ มีชีวิตชีวา เป็นลักษณะของผู้หญิงและความรัก ให้ความรู้สึกของความอ่อนโยนและมีเสน่ห์

#### 2.2.13.2 ข้อควรคำนึงในการเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

- อยากซื้อ
1. สีบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้ควรกระตุ้นประสาททั้ง 5 เพื่อทำให้เกิด ความอยากซื้อ
  2. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่จำง่าย สามารถทำให้นึกถึงยี่ห้อหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้ทันที ใช้สีจดจำได้ง่ายดีกว่าใช้สีแปลกๆ ไม่คุ้นตา
  3. ถ้าการขายเป็นลักษณะแบบช่วยตนเอง สีที่ควรเลือกใช้สำหรับ การขายแบบตัวต่อตัว ก็ควรเลือกสีที่แตกต่างกันไป สีสว่างหรือสีที่คล้ายๆ กันมักให้ความรู้สึกที่ดี สี นุ่มๆ เหมาะกับสินค้าราคาค่อนข้างสูง
  4. สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นสีที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในทุกๆ สถานการณ์ที่ผู้บริโภคนำมาใช้งาน
  5. การเลือกใช้สีควรเลือกตามลักษณะของลูกค้า เพศ สังคม เศรษฐกิจ สภาพภูมิประเทศ ที่ตั้งลักษณะตลาด
  6. แสงที่ใช้ในร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ก็ต้องนำมาพิจารณาด้วย เพราะ แสงไฟที่แตกต่างกันก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกต่อสีได้
  7. การเลือกใช้สีประกอบบนบรรจุภัณฑ์ 2 - 3 สีที่เราคุ้นเคย ได้ผลดีกว่า ใช้สีแปลก
  8. สีที่เลือกใช้บนบรรจุภัณฑ์ควรใช้สีเพื่อทำการเน้นส่วนที่ต้องการ จะ เน้นให้เด่นชัดนอกจากนั้นใช้สีที่สามารถดึงดูดได้จริงๆ ลงมาตามลำดับความสำคัญ
  9. สีที่เลือกควรเข้ากันได้กับวัสดุที่เลือกใช้ด้วย
  10. สีของผลิตภัณฑ์และสีของบรรจุภัณฑ์ควรเข้ากันได้ดี มิฉะนั้นจะ เกิดความขัดแย้งเกิดขึ้น เมื่อเปิดสินค้าออกจากบรรจุภัณฑ์
  11. สีที่เลือกใช้จะต้องดูดีเมื่อพิมพ์ขาว - ดำ หรือออกทีวีขาว - ดำ หรือ ลงนิตยสารอื่นๆ ด้วย
  12. ข้อจำกัดด้านราคามีผลในการกำหนดขอบเขตของสีด้วย
  13. การใช้สีที่ไม่ถูกต้องทำให้ดูน่าเบื่อและกลายเป็นสิ่งส่งเสริมคู่แข่ง

#### 2.2.14 ประโยชน์ของสีบรรจุภัณฑ์

- 2.2.14.1 เรียกร้องความสนใจเมื่อพบเห็น
- 2.2.14.2 จำได้เมื่อเห็นอีกครั้ง (มองหาได้ง่าย)
- 2.2.14.3 จดจำได้ง่าย
- 2.2.14.4 ข้อความชัดเจนอย่างง่าย

- 2.2.14.5 ให้ผลทางด้านการมองเห็น
- 2.2.14.6 บ่งบอกถึงสิ่งที่บรรจุ
- 2.2.14.7 กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกทางบวกต่อสินค้า
- 2.2.14.8 สนองความรู้สึกในการบริโภคสินค้า
- 2.2.14.9 ช่วยให้เกิดการยอมรับและความพอใจ
- 2.2.14.10 ช่วยแยกความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด
- 2.2.14.11 โน้มน้าวและให้ความมั่นใจแก่ผู้ซื้อ

2.2.15 บทบาทของสีบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการขาย สีของบรรจุภัณฑ์จะมี ความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ ในกรณีนี้

- 2.2.15.1 ความภักดีของลูกค้าต่อสินค้าเสื่อมลง
- 2.2.15.2 ราคาและคุณภาพของสินค้าไม่ต่างกันมาก
- 2.2.15.3 ยอดการจำหน่ายไม่แน่นอน เนื่องจากเหตุผลทั้งสองข้อแรกทำให้ ลูกค้าอาจซื้อสินค้าทดแทนกันได้ ยอดจำหน่ายจึงไม่แน่นอน

2.2.16 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก มักเป็นสีที่แสดงความรู้สึกอ่อนโยน ไม่แข็งมาก เช่น สีขาว ชมพู ฟ้า เขียวอ่อน เหลืองอ่อน ฯลฯ เป็นส่วนที่พื้นที่ใหญ่ๆ และ อาจมีสีสดใสบางจุดบนบรรจุภัณฑ์ เช่น ตัวหนังสือกราฟฟิกต่างๆ ให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้นสีที่สามารถบ่งบอกถึงสถานะผู้บริโภคให้เป็นกลุ่มตามความเข้าใจทั่วไปแบ่งได้ ดังนี้

1. สีฟ้า หรือ สีน้ำเงิน แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้ชาย
2. สีชมพูหรือแดง แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้หญิง

แต่บางกรณีการใช้สีก็อาจจะไม่เป็นไปตามนี้ก็ได้ ในกรณีที่เป็นสินค้าที่ไม่มีการแบ่งเพศ เช่น บรรจุภัณฑ์สีชมพู หมายถึง ผลิตภัณฑ์ธรรมดา แต่บรรจุภัณฑ์สีขาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ชนิดพิเศษสำหรับสีที่เป็นที่นิยมในการใช้เป็นสีบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุดคือ สีขาว เนื่องจากให้ความรู้สึกสะอาด ปลอดภัย บริสุทธิ์ เหมาะสมสำหรับเด็ก การเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ จึงมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่กล่าวมา

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น นักออกแบบต้อง ใช้ความรู้ และข้อมูลจากหลายๆ ด้านมาประกอบกัน จึงจะทำให้ผลงานออกแบบโครงสร้างนี้ ผู้ออกแบบจึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยใช้การร่างแบบตามแนวความคิดของรูปร่าง บรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียดด้วยการเขียนแบบ แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่แน่นอนเพื่อแสดงให้ผู้ผลิตผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบ คือ เครื่องมือที่

ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมาเพื่อเป็นการนำเสนอต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้าง หรือ ผู้เกี่ยวข้องให้ช่วยพิจารณาปรับปรุง เพื่อให้ได้ผลงานที่สำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

## 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกหมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (to communicate) ในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยา ต่อผู้อุปโภคบริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธี การออกแบบ การจัดวาง รูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ตามที่ได้วางแผนไว้

การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผนภาพของวัสดุ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก แผ่นโลหะอบตีบุก หรืออลูมิเนียม โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัตถุต่างๆ เหล่านี้ประกอบกันเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลาก (label) หรือแผ่นป้าย ที่นำไปติดบนแผ่นบรรจุภัณฑ์ประเภท rigid forms ที่ขึ้นรูปมาเป็นภาชนะบรรจุสำเร็จมาแล้ว หรืออาจจะสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ รูปทรง 3 มิติโดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆ เป็นหลัก การออกแบบกราฟิก เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ เหนือ ไปจากการบรรจุและการป้องกันผลิตภัณฑ์โดยตรงทำให้บรรจุภัณฑ์ได้มีหน้าที่เพิ่มขึ้นมา โดยที่ลักษณะกราฟิก บรรจุภัณฑ์และฉลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

2.3.1 การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และ แผ่นฉลากได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อ ประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้อุปโภคบริโภคแสดงออกถึง คุณงานความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบที่ ผู้ผลิตมีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยที่ลักษณะทาง กราฟิก จะสื่อความหมายและปลูกฝังความรู้ความเข้าใจการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ ตลอดจนสร้างความต่อเนื่องของการใช้การเชื่อถือในคุณภาพ กระทั่งเกิดความศรัทธาเชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่สุดด้วย ยกตัวอย่าง เช่น นมไทยเดนมาร์คที่ใช้กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นรูปวัวสีแดงเรียบง่าย ไม่มีอะไรเติมแต่งให้ดูเกินความเป็นจริง แสดงให้เห็นถึงความตรงไปตรงมาในตัว ของผลิตภัณฑ์ เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย

2.3.2 การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภค ทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะ กราฟิก เพื่อ ให้สื่อความหมาย หรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิต นั้น มักนิยมอาศัย ใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ ในการออกแบบ 14 รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจหมายหมายได้ เช่น เดียวกับการใช้ภาพและข้อความ อธิบายอย่างชัดเจน ตัวอย่างงานดังกล่าวนี้มีให้เห็นได้ทั่วไปและที่เห็นชัดคือผลิตภัณฑ์ ต่างประเทศที่บรรจุอยู่ในภาชนะคล้ายคลึงกัน ดังเช่น เครื่องสำอาง และยา เป็นต้น แม้บรรจุอยู่ใน ขวดหรือหลอดรูปทรงเหมือนกันผู้บริโภค ก็สามารถชี้ได้ว่าอันใดคือเครื่องสำอางอันใดคือยา ทั้งนี้ ก็โดนการสังเกตจากกราฟิก เช่น ลักษณะตัวอักษร หรือ สีที่ใช้ซึ่งนักออกแบบจัดไว้ให้ เกิด ความรู้สึกผิดแผกจากกัน เป็นต้น

2.3.3 การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะรูปทรง และโครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้ เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับ ผู้ แข่งขัน ในตลาดนั้นมีมาก ที่เห็นได้จากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่ผลิตและจำหน่ายอยู่อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะรูปทรง และโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันมาก เช่น อาหารกระป๋อง ขวดเครื่องดื่ม ขวดยา ซองปิดผนึก (pouch) และกล่องกระดาษ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ มักมี ขนาด สัดส่วน ปริมาณการบรรจุที่เหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นการออกแบบกราฟิก จึงมีบทบาท หน้าที่แสดงเอกลักษณ์ หรือบุคลิกพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน (brand image) ของผลิตภัณฑ์ และ ผู้ผลิตให้เกิดความชัดเจน ผิดแผกแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นที่สะดุดตา และเรียกร้อง ความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งเก่าและใหม่ให้จดจำ ได้ตลอดจนซื้อได้โดยสะดวกและรวดเร็ว ช่วยในการ ตัดสินใจซื้อ สามารถแยกแยะได้ว่านั่นคือสินค้าประเภทใดได้ โดยที่ยังคงความโดดเด่นของกราฟิกให้ สะดุดตาเป็นที่จดจำของผู้บริโภคเหมือนเดิม

2.3.4 การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วนผสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง ข้องกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้ อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง (lay-out) ภาพประกอบ ข้อความสั้นๆ (slogan) ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรอง คุณภาพและอื่นๆ ให้สามารถ เรียกร้องความสนใจ จากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบจึงเปรียบเสมือน การสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นพนักงานขายเงียบ (the silent salesman) ที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อ (point of purchase) นั่นเอง ยกตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์มาส์กกลอนหน้าถ่านภูเขาไฟ

ที่กราฟิกเป็นผู้หญิงคนหนึ่งที่กำลังสาธิตการใช้งานผลิตภัณฑ์อยู่ เปรียบเสมือนพนักงานที่กำลังแนะนำวิธีการใช้และสรรพคุณให้แก่ผู้บริโภค เป็นต้น

2.3.5 บรรจุกฎเกณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจ ดอกสุดท้ายที่ จะไขผ่านประตูแห่งการ ตัดสินใจซื้อ บรรจุกฎเกณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณา ได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุกฎเกณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติและมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นที่สื่อโฆษณา ได้ดีกว่าแผ่น โฆษณาที่มีเพียง 2 มิติหรือด้านเดียว นักออกแบบบางท่าน ได้เปรียบเทียบการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ ว่า เปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ เริ่มต้นจากรูปร่างของบรรจุกฎเกณฑ์ อันได้แก่ ทรงสี่เหลี่ยม ของกล่อง ทรงกลมของขวด หรือกระป๋อง เป็นต้น รูปร่างเหล่านี้เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุกฎเกณฑ์ เปรียบได้กับ ปาก ที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพ คุณของสินค้าการออกแบบทั้งหมด ของบรรจุกฎเกณฑ์จึงเปรียบเสมือน ระบบการทำงานของมนุษย์ ในการออกแบบนักออกแบบ จะนำเอาองค์ประกอบ ต่างๆ อันได้แก่ กลยุทธ์ การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และสภาวะคู่แข่งขึ้นมาเป็นแนวความคิด ในการ ออกแบบ ให้ สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ด้วยเหตุนี้ ในแง่ของนักออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ การ ออกแบบอาจจะเขียน เป็นสมการอย่างง่ายๆ ได้ดังนี้

2.3.5.1 การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์

2.3.5.2 Design = Words + Symbols + Image

ในสมการนี้ คำบรรยาย และสัญลักษณ์มีความเข้าใจ ตามความหมายของคำ ส่วนภาพพจน์นั้น ค่อนข้างจะเป็นนามธรรม เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่าย ผสมผสานกัน ออกมาเป็นพาณิชย ศิลป์บนบรรจุกฎเกณฑ์ ด้วยหลักการง่ายๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

2.3.5.3 S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

2.3.5.4 A = Aesthetic มีความสวยงามชวนมอง

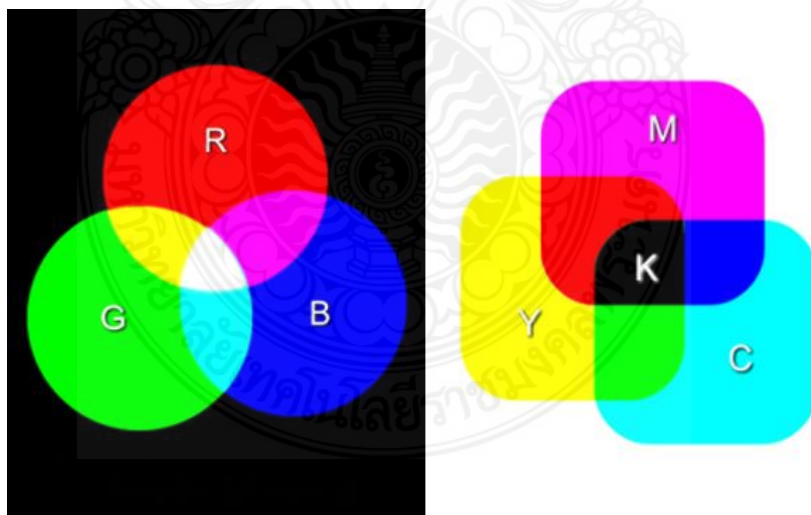
2.3.5.5 F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

2.3.5.6 E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม (กราฟิกบนบรรจุกฎเกณฑ์,

## 2.4 ศึกษาจิตวิทยาและการใช้สี

สี เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บนโลก ทุกๆ สิ่งที่เรามองเห็นรอบๆ ตัวนั้น ล้วนแต่มีสี โลกของเรา ถูก จรรโลง และแต่งแต้มด้วย สีล้วนหลายหลาก ทั้งสีล้วนตามธรรมชาติ และสีที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้น หาก โลกนี้ไม่มีสี หรือมนุษย์ไม่สามารถรับรู้เกี่ยวกับสีได้ สิ่งนั้นอาจเป็นความพקרพร่องที่ยิ่งใหญ่ของ ธรรมชาติ เพราะสีมีความสำคัญต่อวัฏจักรแห่งโลก และเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตมนุษย์จนแยกกันไม่ ออก เพราะมนุษย์ได้ตระหนักแล้วว่าสีนั้นส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ จินตนาการ การสื่อ ความหมาย และความสุขสำราญใจในชีวิตประจำวันมาช้านานแล้ว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สีมี อิทธิพลต่อมนุษย์เราเป็นอย่างสูง และมนุษย์ก็ใช้ประโยชน์จากสีอย่างเอนกอนันต์ในการ สรรสร้างสิ่งต่างๆ อย่างไม่มีที่ติ

2.4.1 ความหมายและการเกิดสี คำว่าสี (Colour) ตามพจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาเรา ให้เห็นเป็น สีขาว ดำ แดง เขียว ฯลฯ หรือการสะท้อนรังสีของแสงมาสู่ตาเรา สี ที่ปรากฏ ในธรรมชาติ เกิดจากการสะท้อน ของแสงสว่าง ตกกระทบ กับวัตถุแล้วเกิดการหักเหของแสง (Spectrum) สีเป็นคลื่นแสงชนิดหนึ่ง ซึ่งปรากฏให้เห็นเมื่อแสงผ่านละอองไอน้ำในอากาศ หรือ แท่งแก้วปริซึม ปรากฏเป็นสีต่างๆ รวม 7 สี ได้แก่ สีแดง ม่วง ส้ม เหลือง น้ำเงิน คราม และเขียว เรียกว่า สีรุ้ง ที่ปรากฏบนท้องฟ้า



ภาพ 2.3 สี

ที่มา : <https://commons.wikimedia.org>



2.4.2 ประเภทของสี สีมีอยู่ทั่วไปในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเรา สีที่ปรากฏอยู่ในโลก สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.4.2.1 สีที่เกิดในธรรมชาติ มีอยู่ 2 ชนิดคือ

1. สีที่เป็นแสง (Spectrum) คือ สีที่เกิดจากการหักเหของแสง เช่น สี รุ้ง สี จากแท่งแก้วปริซึม

2. สีที่อยู่ในวัตถุหรือเนื้อสี (Pigment) คือ สีที่มีอยู่ในวัตถุธรรมชาติ ทั่วไป เช่น สีของพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุต่างๆ

2.4.2.2 สีที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ สีที่ได้จากการสังเคราะห์ เพื่อใช้ประโยชน์ในงานต่างๆ เช่น งานศิลปะ อุตสาหกรรม การพาณิชย์ และในชีวิตประจำวัน โดยสังเคราะห์จากวัสดุธรรมชาติ และจากสารเคมี ที่เรียกว่า สีวิทยาศาสตร์ ซึ่งสีที่ได้จากการสังเคราะห์สามารถนำมาผสมกัน ให้เกิดเป็นสีต่างๆ อีกมากมาย

2.4.3 การรับรู้เรื่องสี การรับรู้ต่อสีของมนุษย์ เกิดจากการมองเห็นโดยใช้ตาเป็น อวัยวะรับสัมผัส ตาจะตอบสนองต่อแสงสีต่างๆ โดยเฉพาะแสงสว่างจากดวงอาทิตย์และจากดวง ไฟ ทำให้มองเห็น โดยเริ่มจากแสงสะท้อนจากวัตถุผ่านเข้านัยน์ตา ความเข้มของแสงสว่างมีผลต่อ การเห็นสี และความคมชัดของวัตถุ หากความเข้มของแสงสว่างปกติ จะทำให้มองเห็นวัตถุชัดเจน แต่หากความเข้มของแสงสว่างมีน้อย หรือ มีด จะทำให้มองเห็นวัตถุไม่ชัดเจน หรือพร่ามัว นักวิทยาศาสตร์ ได้เคยทำ การศึกษาเกี่ยวกับความไวในการรับรู้ต่อสีต่างๆ ของมนุษย์ปรากฏว่า ประชาชนสัมผัสของมนุษย์ไวต่อการรับรู้สีแดง สีเขียว และสีม่วงมากกว่าสีอื่นๆ ส่วนการรับรู้ของเด็ก เกี่ยวกับสีนั้น

เด็กส่วนใหญ่จะชอบภาพที่มีสีสะอาดสดใสมากกว่าภาพขาวดำ ชอบภาพหลายๆ สีมากกว่าสีแดง และชอบภาพที่เป็นกลุ่มสีร้อนมากกว่าสีเย็น (โกสุม สายใจ, 2540) ตาของ จะสามารถ แยกแยะสีต่างๆ ได้ถูกต้อง แต่หากมองเห็นสีนั้นๆ เป็นสีอื่นที่ผิดเพี้ยนไป เรียกว่า ตา บอดสี เช่น เห็นวัตถุสีแดง เป็นสีอื่นที่มีไฮสีแดง ก็แสดงว่า ตาบอดสีแดง หากเห็นสีน้ำเงินผิดเพี้ยน แสดงว่าตาบอดสีน้ำเงิน เป็นต้น ซึ่งตาบอดสีเป็นความบกพร่องทางการมองเห็นอย่างหนึ่ง บุคคลใดที่ตาบอดสีก็จะเป็นอุปสรรคต่อการทำงานบางประเภทได้ เช่น งานศิลปะงานออกแบบ การขับรถ ขับเครื่องบินงานด้านวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

2.4.4 จิตวิทยาสีกับความรู้สึก ในด้านจิตวิทยา สี เป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกและมีผล ต่อจิตใจของมนุษย์ สีต่างๆ จะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นเราจึงมักใช้สีเพื่อสื่อความรู้สึกและความหมายต่างๆ ได้แก่

2.4.4.1 สีแดง ให้ความรู้สึกเร้าร้อน รุนแรง อันตราย ตื่นเต้น

- 2.4.4.2 สีเหลือง ให้ความรู้สึก สว่าง อบอุ่น แจ่มแจ้ง ร่าเริง ศรัทธา มั่งคั่ง
- 2.4.4.3 สีเขียว ให้ความรู้สึก สดใส สดชื่น เย็น ปลอดภัย สบายตา มุ่งหวัง
- 2.4.4.4 สีฟ้า ให้ความรู้สึก ปลอดภัย โปร่ง แจ่มใส กว้าง ปรารถนา
- 2.4.4.5 สีม่วง ให้ความรู้สึก เศร้า หม่นหมอง ลึกลับ
- 2.4.4.6 สีดำ ให้ความรู้สึก มีดมืด เศร้า น่ากลัว หนักแน่น
- 2.4.4.7 สีขาว ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ ผุดผ่อง ว่างเปล่า จืดชืด
- 2.4.4.8 สีแดง ให้ความรู้สึก สดใส ร้อนแรง เจิดจ้า มีพลัง อำนาจ
- 2.4.4.9 สีเทา ให้ความรู้สึก เศร้า เจ็บขริม สงบ แก่ชรา
- 2.4.4.10 สีนํ้าเงิน ให้ความรู้สึก เจ็บขริม สงบสุข จริงจัง มีสมาธิ
- 2.4.4.11 สีนํ้าตาล ให้ความรู้สึก แห่งแล้ง ไม่สดชื่น น่าเบื่อ
- 2.4.4.12 สีชมพู ให้ความรู้สึก อ่อนหวาน เป็นผู้หญิง ประณีต ร่าเริง
- 2.4.4.13 สีทอง ให้ความรู้สึก มั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์

2.4.5 คุณลักษณะของสี ในงานศิลปะ สีนับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญ มาก โดยเฉพาะในงานจิตรกรรม สีถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ศิลปิน สามารถสร้างสรรค์ผลงาน ได้ตามเจตนารมณ์ ซึ่งคุณลักษณะของสีในงานศิลปะที่ต้องนำมาพิจารณามีอยู่ 3 ประการ คือ

2.4.5.1 สีแท้ (Hue) หมายถึง ความเป็นสีนั้นๆ ที่มิได้มีการผสมให้เข้มขึ้น หรือ จางลง สีแท้เป็นสีในวงจรสี เช่น สีแดง นํ้าเงิน เหลือง ส้ม เขียว ม่วง ฯลฯ

2.4.5.2 น้ำหนักของสี (Value) หมายถึง ค่าความอ่อนแก่ หรือ ความสว่างและความมืด ของสี โดยแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

1. สีแท้ถูกทำให้อ่อนลงโดยผสมสีขาว เรียกว่า สีนวล (Tint)
2. สีแท้ถูกทำให้เข้มขึ้นโดยผสมสีดำ เรียกว่า สีคล้ำ (Shade)

2.4.5.3 ความจัดหรือความเข้มของสี (Intensity) หมายถึง ความสดหรือความบริสุทธิ์ของสีๆ หนึ่งที่ไม่ได้ถูกผสมให้สีหม่นหรืออ่อนลง หากสีนั้นอยู่ท่ามกลางสีที่มีน้ำหนักต่างค่ากันจะเห็นสภาพสีแท้สดใสมากขึ้น เช่น วงกลมสีแดง บนพื้นสีนํ้าเงินอมเทา

2.4.5.4 ค่าความเป็นสีกลาง (Neutral) หมายถึง การทำให้สีแท้ที่มีความเข้ม ของสีนั้นหม่นลง โดยการผสมสีตรงข้าม เรียกว่า การเบรกสี เช่น สีแดงผสมกับสีเขียว หรือผสม ด้วยสีที่เป็นกลาง เช่น สีเทา สีนํ้าตาลอ่อน สีครีม และขาว เพื่อลดความสดของสีแท้ลง

2.4.6 หน้าที่ของสี สีสื่อคุณประโยชน์ต่อโลกและมนุษย์เรารู้จักการใช้สีมาช้านาน

2.4.6.1 สีที่มีอยู่ในธรรมชาติ เป็นปรากฏการณ์ที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาเพื่อ แสดงถึงความเป็นไปของสิ่งที่มีอยู่บนโลก ซึ่งมีจะเป็นตัวบ่งบอก สิ่งต่างๆ ได้แก่

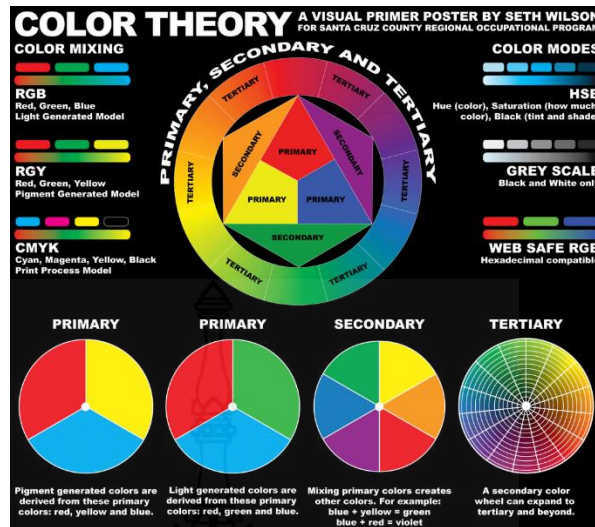
1. ความเปลี่ยนแปลง หรือวิวัฒนาการของธรรมชาติ หรือวัตถุธาตุ เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปสจากกลายสภาพจากสีหนึ่งไปเป็นอีกสีหนึ่ง เช่น การเปลี่ยนสีของใบไม้
2. ความแตกต่างของชนิด หรือประเภทของวัตถุธาตุ ได้แก่ สีของอัญมณี เช่น แร่ไพฑูริมีสีน้ำเงิน แร่มรกตมีสีเขียว แร่ทับทิมมีสีแดง เป็นต้น
3. แบ่งแยกเผ่าพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต ได้แก่ สีผิวของมนุษย์ที่ต่างกัน เช่น คนยุโรปผิวขาว คนเอเชียผิวเหลือง และคนแอฟริกาผิวดำ ดอกไม้ หรือแมลงมีสีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับชนิดและเผ่าพันธุ์ของมัน

2.4.6.2 สีในงานศิลปะ ทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้งานศิลปะชิ้น นั้นมีคุณค่าทางสุนทรียะ หน้าที่หลักของสีในงานศิลปะ คือ

1. ให้ความแตกต่างระหว่างรูปกับพื้น หรือรูปทรงกับที่ว่าง
2. ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวด้วยการนำสายตาของผู้ดูบริเวณที่สีตัดกัน จะดึงดูดความสนใจ
3. ให้ความเป็นมิติแก่รูปทรง และภาพด้วยน้ำหนักของสีที่ต่างกัน
4. ให้อารมณ์ความรู้สึกได้ด้วยตัวมันเอง

2.4.6.3 ในด้านกายภาพ สีมักนำมาใช้เพื่อส่งผลต่ออุณหภูมิ เช่น สีดำ จะดูดความร้อนได้มากกว่าสีขาว และด้านความปลอดภัย สีที่สว่างจะช่วยในเรื่องความปลอดภัยได้ดีกว่าสีมืด

2.4.7 ทฤษฎีสี (Theory of colour) มนุษย์เราได้มีการศึกษาค้นคว้าและทดลอง เกี่ยวกับสีมานานแล้วเพื่อค้นหาคุณสมบัติที่แท้จริง เพื่อนำสีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เรมอน จากเมื่อประมาณปี ค.ศ. 1731 เจ ซี ลี โบลน (m.cle Blon) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ธรรมชาติ หรือคุณลักษณะเฉพาะของสี และได้กำหนดสีขั้นต้นเป็น แดง เหลือง และน้ำเงิน แล้วนำสีทั้งสาม มาจับคู่ผสมซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดสีต่างๆ อีกมากมาย (โกสุม สายใจ ,2540) การค้นพบ คุณสมบัติเกี่ยวกับสีนี้ ได้ถูกกำหนดเป็น "ทฤษฎีสี" ขึ้นมา และต่อมาได้มีผู้นำหลักทฤษฎีสีนี้ไป ศึกษาค้นคว้าต่อ และได้ค้นพบคุณสมบัติของสีอีกหลายประการด้วยกัน ซึ่งความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี สี สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้ เกิดประโยชน์ในงานด้านต่างๆ ได้อีกมากมายตามมา



ภาพ 2.4 ทฤษฎีสี

ที่มา : <https://sites.google.com>

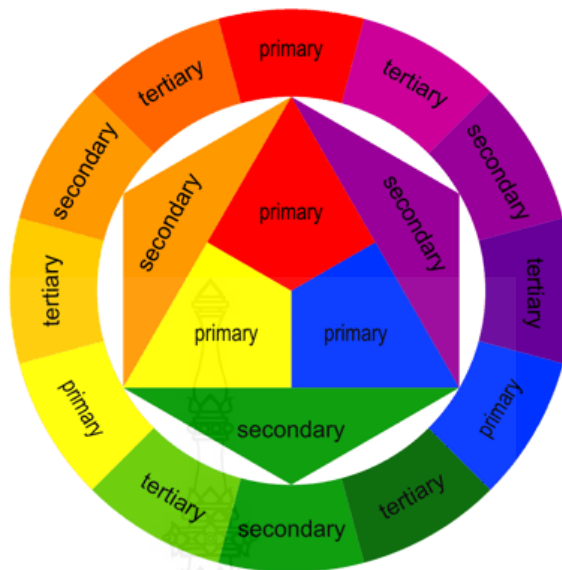
2.4.8 วงจรสี (Colour Wheel) วงจรสี คือ สีที่เกิดจากการผสมกันเป็นคู่ เริ่มตั้งแต่แม่ สี 3 สี แล้วเกิดเป็นสีใหม่ขึ้นมา จนครบวงจร จะได้สีทั้งหมด 12 สี ซึ่งแบ่งสีเป็น 3 ชั้นคือ

2.4.8.1 สีชั้นที่ 1 (Primary Colours) คือ แม่สี 3 สี ได้แก่ สีแดง เหลือง และน้ำเงิน

2.4.8.2 สีชั้นที่ 2 (Secondary Colours) คือ สีที่เกิดจากการผสมกันเป็นคู่ๆ ระหว่างแม่สี 3 สี จะได้สีเพิ่มขึ้นอีก 3 สี

2.4.8.3 สีชั้นที่ 3 (Tertiary Colours) คือ สีที่เกิดจากการผสมกันเป็นคู่ๆ ระหว่างแม่สี 3 สี กับสีชั้นที่ 2 จะได้สีเพิ่มขึ้นอีก 6 สี

2.4.8.4 สีกลาง (Neutral Colour) คือ สีที่เกิดการผสมสีทุกสี ในวงจรสี หรือ แม่สี 3 สี ผสมกันจะได้สีเทาแก่ สีทั้ง 3 ชั้น เมื่อนำมาจัดอยู่เป็นวงจรจะได้ลักษณะเป็นวงล้อสี



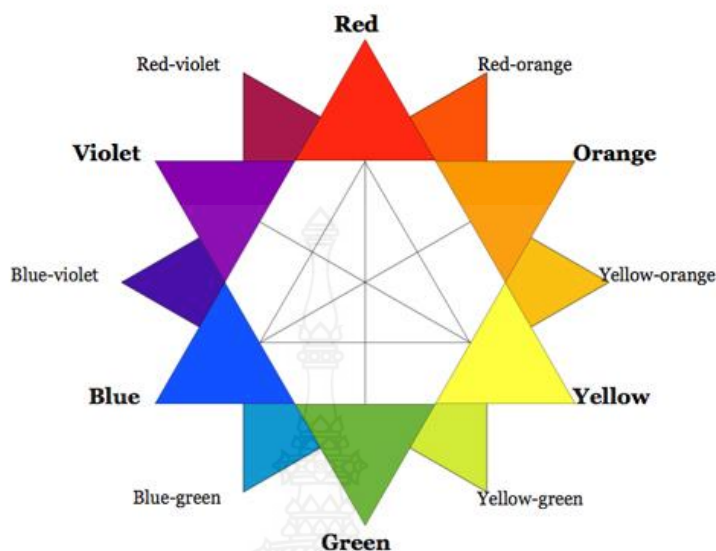
ภาพ 2.5 วงจรสี

ที่มา : <https://krittayakorn.wordpress.com>

2.4.9 วรรณะของสี วรรณะสี คือ ความแตกต่างของสีแต่ละกลุ่ม ในวงจรสีโดยแบ่ง ตาม ความรู้สึกระดับอุณหภูมิ โดยแบ่งออกเป็น 2 วรรณะ คือ

2.4.9.1 สีวรรณะร้อน(Warm Tone) ประกอบด้วยสีเหลือง, ส้มเหลือง, ส้ม, ส้มแดง,แดง และม่วงแดง

2.4.9.2 สีวรรณะเย็น (Cool Tone) ประกอบด้วยสีม่วง, ม่วงน้ำเงิน น้ำเงิน, เขียว น้ำ-เงิน เขียวและเขียวเหลือง



ภาพ 2.6 วรรณะของสี

ที่มา : <http://pisapornom12.blogspot.com>

2.4.10 สีตรงข้าม สีตรงข้าม หมายถึง สีที่อยู่ในตำแหน่งตรงข้ามกันในวงจรสี และมี การตัดกันอย่างเด่นชัดซึ่งจะให้ความรู้สึกที่ขัดแย้งกัน หากนำมาผสมกันจะได้สีกลาง (เทา) ซึ่งมีทั้งหมด 6 คู่ ได้แก่

- 2.4.10.1 สีเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วง
- 2.4.10.2 สีแดง ตรงข้ามกับ สีเขียว
- 2.4.10.3 สีนํ้าเงิน ตรงข้ามกับ สีส้ม
- 2.4.10.4 สีเขียวเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วงแดง
- 2.4.10.5 สีส้มแดง ตรงข้ามกับ สีเขียวนํ้าเงิน
- 2.4.10.6 สีม่วงนํ้าเงิน ตรงข้ามกับ สีส้มเหลือง

2.4.11 สีข้างเคียง (Analogous Colour) สีข้างเคียง หมายถึง สีที่อยู่เคียงข้างกันทั้ง ซ้าย และขวาในวงจรสี มีความคล้ายคลึงกันหากนำมาจัดอยู่ด้วยกันจะมีความกลมกลืนกัน หากอยู่ห่างกันมากเท่าใดความกลมกลืนก็จะยิ่งน้อยลงความขัดแย้งก็จะมีมากขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นสี ใน วรรณะเดียวกัน สีข้างเคียงได้แก่

- 2.4.11.1 สีแดง - ส้มแดง - ส้ม หรือ ม่วงแดง - แดง - ส้มแดง
- 2.4.11.2 สีส้มเหลือง - เหลือง เขียวเหลือง หรือ ส้มแดง - ส้ม ส้มเหลือง

2.4.11.3 สีเขียว - เขียวน้ำเงิน น้ำเงิน หรือ เขียวน้ำเงิน - เขียว เขียวเหลือง

2.4.11.4 สีม่วงน้ำเงิน - ม่วง ม่วงแดง หรือ ม่วงน้ำเงิน น้ำเงิน - เขียวน้ำเงิน

2.4.12 ทฤษฎีสี จากในอดีตที่สามารถค้นคว้าได้ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์นั้น สี มักจะถูกใช้โดยผู้ชำนาญ เช่น จิตรกร หมายถึง เพื่อการแสดงออกของอารมณ์ ความรู้สึก ทั้งกับ ผู้ทำ และผู้ดูสีขั้นปฐม (THE PRIMARY COLORS) ในโรงเรียน สมัยประถมต้นว่า สีพื้นฐาน ที่เป็นแม่สี นั้นมีภาษาเป็นทางการว่า "สีขั้นปฐมภูมิ" ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน จำนวน 3 สี เป็นสีเดี่ยวๆ ที่ไม่สามารถใช้สีอื่นใดผสม เป็นสี 3 สีนี้ได้

2.4.12.1 สีขั้นทุติยภูมิ (SECONDARY COLORS) เป็นสีในขั้น ที่ 2 เกิดจาก การผสมตัวของแม่สี 2 สี เช่น แดง+เหลือง = ส้ม, แดง + น้ำเงิน = ม่วง, เหลือง + น้ำเงิน = เขียว เป็นต้น

2.4.12.2 สีขั้นที่ 3 (TERTIARY COLORS) เป็นการผสมสีใน ขั้นที่ 2 จำนวน 2 สีมาผสมกัน เช่น ส้ม+ม่วง หรือ เขียว+ส้ม หรือ เขียว+ม่วง โดยผลที่ออกมาจะเป็นสีออกน้ำตาล คล้ายๆ กัน

2.4.12.3 ดำ : BLACK สีดำไม่จัดเป็นแม่สี นักทฤษฎีสีบางท่าน ถือว่าสี ดำ ไม่ใช่ สี แต่ในความเป็นจริงเราพบเห็นและใช้สีดำ อย่างขาดไม่ได้พอๆ กับสีตรงข้ามของดำ คือ

2.4.12.4 ขาว : WHITE สีขาว สำหรับงานจิตรกรรมผลิตจากสารตะกั่วที่ให้คุณสมบัติที่บดแสงและกลบทับได้ดีเบื้องต้นของ หลักการความเป็นมาของสีนี้เป็นสีที่มักใช้โดยกลุ่มจิตรกร และมักจะใช้ในงานจิตรกรรม งานสถาปัตยกรรม, ตกแต่งภายใน ฯลฯ ไม่รวมถึงสีของแสง ซึ่งต่างออกไป

2.4.12.5 สีของแสง : ประกอบด้วยแม่สี 3 สี เช่นกัน ได้แก่ BGR คือ BLUE - น้ำเงิน, GREEN - เขียว, RED - แดง เช่นในเครื่องรับโทรทัศน์ แต่เมื่อรวมเอาแสงของสีทั้ง 3 เขาสาขาต่างๆ เราจะไม่ใช่การ ด้วยกันในปริมาณเท่าๆ กันจะได้สีของแสงเป็นขาว ในงานออกแบบสาขาต่างๆ เราจะไม่ใช่การ ผสมสีสร้างสี ด้วยเนื้อสีเองแต่เราจะใช้สีในวัสดุต่างๆ นำมาจัดวางเข้าด้วยกัน หรือประกอบกันแล้ว เกิดผลในภาพรวม ซึ่งถ้าเราเข้าใจในหลักการต่างๆ ของน้ำหนักรสี ความเข้มสี ความสว่าง สีคู่ตรงข้าม สีพหุรงค์+เอกรงค์ สร้อนเป็นสีครอบงำ การกลับค่าสี และ อาจจะมีจิตวิทยาของสี ความเชื่อ เรื่องสีต่างๆ นี้ก็จะทำให้การทำงานในระดับมืออาชีพของนัก ตกแต่งหนักแน่นขึ้น มีที่มาก และสนุกสนานมีทางเลือกมากขึ้นสำหรับนักตกแต่งบ้านในระดับสมัครเล่นและบุคคลทั่วไป ซึ่งเรา สามารถนำเอาหลักการต่างๆ นี้มาประยุกต์ใช้ได้นอกเหนือไปจากงานตกแต่งภายในได้อย่างกว้างขวาง

2.4.12.6 สีร้อนและเย็น (WARM AND COOL COLORS) สีแดง สีเหลือง สีส้ม สีม่วง ออกแดง สีส้มแดง เหล่านี้เป็นสีที่จัดอยู่ในวรรณะร้อน เนื่องจากสีเหล่านี้ให้อารมณ์และความรู้สึกที่รวดเร็ว ร้อนแรง ไม่เย็น ให้ความรู้สึกในทางกระตุ้น การตื่นตัว เตรียมพร้อม สีน้ำเงิน สีฟ้า สีเขียว สีเขียวฟ้า เหล่านี้เป็นสีที่จัดอยู่ในวรรณะเย็น เนื่องจากสีเหล่านี้ให้อารมณ์ที่สงบเยือกเย็นให้ ให้ความรู้สึกตรงข้ามกับสีใน วรรณะร้อนอย่างสิ้นเชิง ในงานศิลปะแขนงจิตรกรรม สีวรรณะร้อนเท่าที่นึกได้ เช่น ศิลปินเซซานน์ หรือ โมเน่ เป็นต้น แต่ไม่ได้หมายความว่า ท่านเหล่านี้ผลิตผลงานอันเป็นอมตะของท่านเป็นวรรณะร้อน แต่เพียงอย่างเดียวหรือ วรรณะเย็นอย่างเดียว แต่มีวิธีการใช้สอยอย่างชาญฉลาดกว่านั้นมากนัก สีร้อนและสีเย็นยังให้ผลในแง่ทัศนียภาพ โดยหลักการแล้วสีวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกอยู่ใกล้หรืออยู่ข้างหน้ามากกว่า ในขณะที่สีวรรณะเย็นทำตรงข้าม คือสีเย็นช่วยให้ระยะอยู่ลึกกว่าความเป็นจริง หรือดูไกลออกไปมากกว่า ในด้านงานตกแต่งภายในไม่ว่าจะเป็นมือสมัครเล่นหรือมืออาชีพการนำเอาหลักการเหล่านี้มาใช้ก็จะช่วยให้งานการเลือกวัสดุและสีต่างๆ ของผนัง พื้น เพดาน ต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องง่ายขึ้นและผิดพลาดน้อยลง และใช้เป็นข้อยุติได้สำหรับมืออาชีพ

#### 2.4.13 ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์

สีมีพลังที่สามารถกระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ดูได้ดี นักออกแบบจึงมักใช้สีเพื่อชักจูงให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ต่างๆ ตามต้องการได้ อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนอาจจะแสดงความรู้สึกต่อสีที่ออกมาแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นกับการเรียนรู้ประสบการณ์ แต่โดยทั่วไปที่จัดอยู่ในวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ตื่นเต้น เร้าใจ และสีที่จัดอยู่ในวรรณะเย็น จะให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ ยิ่งกว่านั้น สีแต่ละสียังมีลักษณะเฉพาะตัวที่มีการนำไปใช้ในลักษณะต่างๆ กันได้มาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

2.4.13.1 สีแดง เป็นสีที่มีความร้อนแรงมากที่สุด มองเห็นได้รวดเร็วที่สุด จึงมักเลือกให้เป็นสีที่ใช้ดึงดูดความสนใจมากที่สุดสีหนึ่ง สีแดงจะให้ความรู้สึกการมีพลังกำลัง ความก้าวร้าว รุนแรง รวดเร็ว และปราดเปรียว จึงนิยมใช้เป็นสีสำหรับรถสปอร์ต เสื้อทีมสำหรับนักกีฬา นอกจากนี้ สีแดงยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรักชาติ ความเป็นชาตินิยม จึงมักพบว่าสีแดงเป็นสีประจำชาติของหลายชาติ และสีแดงยังใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรัก ตลอดจนอารมณ์ต่างๆ เกี่ยวกับความเร้าร้อน ความขัดแย้ง ทะเลาะวิวาทและอันตราย เป็นต้น

2.4.13.2 สีน้ำเงิน เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำ ให้ความรู้สึกเยือกเย็น เยียบสงบ ความรับผิดชอบ ความจริงจัง สีน้ำเงินเข้มมักเป็นสีที่นักบริหารชั้นสูงเลือกใช้เป็นสีรถ เครื่องแต่งกาย สำหรับสีน้ำเงินอ่อนหรือสีฟ้า มักทำให้นึกถึงความสะอาด ความเย็น และผ่อนคลาย มักใช้



เป็นสีพื้นหลังบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกเย็นและชุ่มชื้น เช่น ลูกอมที่มีเมนทอลผสม เป็นต้น

2.4.13.3 สีเหลือง เป็นสีที่ความสว่างสีสูง สีเหลืองที่สดใสเป็นสัญลักษณ์ของ ดวงอาทิตย์ จะให้ความรู้สึกที่อบอุ่น ความสนุกสนานร่าเริง ความใหม่ ความทันสมัย สุขภาพที่ดี แต่ถ้าเป็นสีเหลืองหม่น จะให้ความรู้สึกถึงความขี้ลาด ความอ่อนแอ และโรคภัยไข้เจ็บ

2.4.13.4 สีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกับสีน้ำเงิน คือ รู้สึกผ่อนคลายสงบ แต่ให้ความรู้สึกสดชื่นความมีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ นิยมใช้เป็นสีสำหรับสินค้าปลอดสารเคมี หรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.4.13.5 สีม่วง เป็นสีที่เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงิน จึงรวมคุณลักษณะของ ทั้งสองสีเข้าด้วยกันคือ ความมีอำนาจของสีแดง และความมีคุณธรรม รับผิดชอบของสีน้ำเงิน สี ม่วง มักจะให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ ความหรูหราโอ่อ่า และความประทับใจ

2.4.13.6 สีขาว เป็นสีที่มีความสว่างสีสูงที่สุด ให้ความรู้สึกโปร่งเบา ละเอียดอ่อนบริสุทธิ์ ความดีงาม ความมีคุณธรรม การใช้ธงขาวจะหมายถึง การยอมแพ้ สงบศึก ในบางประเทศใช้สีขาวแสดงถึงความเศร้าโศก การพลัดพราก

2.4.13.7 สีดำ เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำที่สุด ให้ความรู้สึกหดหู เศร้าซึม ลึกลับ น่ากลัว ขี้รำยำ ความเป็นอมตะ บางประเทศใช้สีดำแสดงถึงความเศร้าหมองและความตาย

2.4.13.8 ความรู้สึกเกี่ยวกับขนาดสีอ่อนหรือสีที่มีความสว่างสีสูง เช่น วัตถุสีเหลืองจะให้ความรู้สึกว่ามีขนาดใหญ่กว่าและน้ำหนักเบากว่าวัตถุที่มีสีเข้มหรือสีที่มีความสว่างสีต่ำ เช่น สีน้ำเงิน แม้ว่าความจริงแล้ววัตถุทั้งสองนั้นจะมีขนาดเท่ากันก็ตาม

2.4.13.9 ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะ สีแต่ละสีอาจให้ความรู้สึกเกี่ยวกับ ระยะใกล้ไกลต่างกัน กล่าวคือ สีที่อยู่ในวรรณะร้อน เช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม จะให้ความรู้สึกว่ายู่ระยะใกล้ ส่วนสีที่อยู่ในวรรณะเย็น เช่น สีม่วง สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกว่ายู่ไกล

2.4.13.10 ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับสีให้ ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวมี ดังนี้

- 1) สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวภายในตัวเอง
- 2) สีเหลือง จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวสู่ภายนอก
- 3) สีเขียว จะให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวเข้าสู่ศูนย์กลาง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า สีในวรรณะร้อนจะให้ความรู้สึก ของการเคลื่อนไหวได้ดีกว่าสี วรรณะเย็น ดังนั้นเราควรเลือกใช้เฉดสีให้เหมาะสมกับความต้องการ

## 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนท้ายที่สุดของการบรรจุภัณฑ์คือ การผลิต ซึ่งอาจจะผกผันขั้นตอนของการผลิตรูปร่างของภาชนะ หรือลักษณะของกราฟิกกันได้ว่า ขั้นตอนใดต้องผลิตขึ้นมาก่อน เช่น การบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (rigid forms) อาทิ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เซลามิกส์ ต้องผลิตเป็น รูปทรงภาชนะบรรจุสำเร็จรูปมาก่อนแล้ว ค่อยสร้างลักษณะของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขึ้นทีหลัง หรือบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาจากกระดาษ พลาสติก ฟิล์มพลาสติก รูปอลูมิเนียมฟอยล์ แผ่นเหล็กอาบดีบุก จะต้องสร้างลักษณะกราฟิกบนแผ่นระนาบ 2 มิติ ของวัสดุให้เสร็จก่อนนำมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ ที่สมบูรณ์ เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะผกผันขั้นตอนอย่างไรก็ตาม การสร้างงานลักษณะกราฟิกบรรจุ ภัณฑ์เพื่อ การบ่งชี้ของเอกลักษณ์เฉพาะ ผลิตภัณฑ์จะต้อง คงอยู่โดยอาศัย เทคนิค และกรรมวิธี ของการพิมพ์เข้ามาช่วย ดังนั้นเมื่อกระบวนการกำหนดโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิกบรรจุ ภัณฑ์ผ่านการลงมติเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ระหว่างผู้ออกแบบและผู้ผลิตแล้ว จึงต้องมีกระบวนการเลือก พิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับโครงสร้าง และความต้องการทางคุณภาพของผลงานด้วย เช่น บรรจุภัณฑ์ทรงกลม อาทิ ขวดน้ำอัดลม ขวดแชมพูสระผม ต้องป้องกันการหลุดลอกของสีจาก ความเปียกชื้น ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมจึงต้องใช้วิธีการพิมพ์ ซิลค์สกรีน (silk screen) โดยพิมพ์ สีเส้น ลวดลายงานกราฟิกลงบนผิวของบรรจุภัณฑ์โดยตรงเพราะภาชนะบรรจุ มีผิวโค้ง เป็นต้น

2.5.1 ระบบการพิมพ์ (the printing process) ระบบการพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ ตกแต่ง ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับ หลักการพิมพ์ 4 กระบวนการใหญ่ๆ ตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์คือ

2.5.1.1 กระบวนการพิมพ์ผิวฉนวน (relief printing process) ได้แก่การพิมพ์ระบบ press letter และ การพิมพ์ระบบ flexo

2.5.1.2 กระบวนการพิมพ์ร่องลึก (intaglio printing process) เช่นการพิมพ์ระบบกราเวียร์ gravure

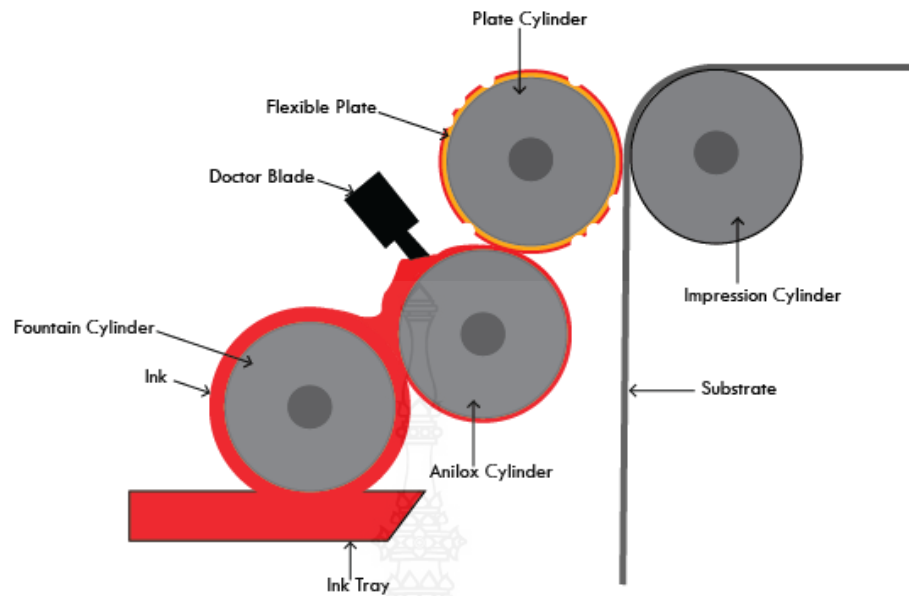
2.5.1.3 กระบวนการพิมพ์พื้นราบ (planographic printing process) ได้แก่การพิมพ์ ในระบบออฟเซต

2.5.1.4 กระบวนการพิมพ์ผ่านฉากพิมพ์ (serigraphic printing process) ได้แก่การพิมพ์ ระบบซิลค์สกรีน silk screen การพิมพ์ฉลุลาย stencil

2.5.2 การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส การพิมพ์โดยระบบเลตเตอร์เพรส เป็นระบบการ พิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดมีอายุกว่า 500 ปีมาแล้ว โดยนักประดิษฐ์ ชาวเยอรมันชื่อ กูเตนเบอร์ก gutenberg

เป็นผู้คิดค้นการพิมพ์โดยใช้ตัวอักษร แต่ละตัวมาผสมกัน เป็นคำขึ้นได้ คนแรก ทำให้การพิมพ์หนังสือเป็นที่แพร่หลายตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา การเกิดภาพในการพิมพ์ของ ระบบนี้ เกิดขึ้นโดยวิธีที่กระดาษถูกกดลงบนแม่พิมพ์ ที่ได้รับการเคลือบหมึกแล้วโดยตรง การ กดทับลงไปทำให้หมึกถ่ายทอดลงบนกระดาษเกิดเป็นภาพพิมพ์ขึ้น แม่พิมพ์ของระบบเลตเตอร์เพรส มีลักษณะนูนสูงขึ้นมาจากพื้น คือส่วนที่เป็นภาพจะสูงขึ้นมากกว่า บริเวณที่ไม่ใช่ ภาพ หมึกจะจับติดเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพสูงขึ้นมาเท่านั้น แม่พิมพ์อาจเป็นตัวเรียงโลหะ หรือเป็นบล็อกทั้งชิ้นก็ได้ สำหรับตัวเรียงโลหะนั้น ทำด้วยโลหะผสม ของ ตะกั่วและดีบุกกด เป็นส่วนใหญ่ มีความสูงจากฐานจนถึงผิวตัวอักษร 0.918 นิ้ว ตัวอักษรที่ใช้มีขนาดแตกต่าง กันทั้งความสูง และความหนา ดังที่เห็นในหนังสือทั่วๆ ไป ตัวเรียงโลหะนี้จะใช้เรียงได้เฉพาะ ข้อความที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น ส่วนพวกแผนภูมิ กราฟ ตาราง หรือภาพ จะต้องใช้แม่พิมพ์ที่ เป็นบล็อกแทน การพิมพ์ในระบบนี้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุจำพวก กระดาษเป็นส่วนใหญ่ เช่น พิมพ์บนกล่องกระดาษแข็ง แบบพับ ถุงกระดาษ ซองกระดาษ หรือพิมพ์เป็นแบบตราฉลากสำหรับ ปิดผนึกบน บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แต่ข้อเสียของคุณภาพ การพิมพ์ก็มีอยู่ เช่น ทำให้เกิดรอยคูนนูนขึ้นด้านหลังของกระดาษ ขอบภาพและตัวอักษรไม่ เรียบ เนื่องจากกระดาษและแม่พิมพ์โลหะถูกกดอัดให้สัมพันธ์ และดึงกระดาษออกมา โดยตรง อีกทั้งแม่พิมพ์ทำด้วยโลหะแข็ง อาจทำให้เกิดการทะลุขีดขาดจากการกดอัดพิมพ์ได้

2.5.3 การพิมพ์ระบบเฟล็กโซกราฟี หลักการพิมพ์ระบบ flexo นั้น แม่พิมพ์ทำด้วยยาง บริเวณที่เกิดภาพ จะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นเช่นเดียวกับ แม่พิมพ์ในระบบเลตเตอร์เพรส การทำแม่พิมพ์จะต้องทำแม่พิมพ์บนสังกะสีก่อนแล้วจึงเอา bakelite ไปทาบนแผ่นสังกะสี ที่กัดกรวดเป็นแม่พิมพ์เมื่อถ่ายแบบมาแล้วนำแผ่นยางไปอัดบน bakelite จึงจะได้ แม่พิมพ์ยางออกมา กรรมวิธีก็คล้ายคลึงกับการตรายางที่ใช้ปั๊มในสำนักงานทั่วไป แม่พิมพ์ยาง ที่ได้เรียกว่า polymer plate ซึ่งเป็นยางสังเคราะห์ มีความเหมาะสมในการใช้งาน เพราะทนทานรับหมึกได้ดี ระบบการพิมพ์จะมีลูกกลิ้งยางนุ่มอยู่ในอ่างหมึก ลูกกลิ้งจะพาหมึกมาติดที่ลูกกลิ้งเหล็ก ลูกกลิ้งเหล็กนี้จะถ่ายถอดหมึกไปให้ลูกกลิ้งอีกลูก ที่จะถ่ายทอดหมึกให้แม่พิมพ์ยางแล้วค่อย ถ่ายทอดลงบนผิว ของวัตถุ โดยมีลูกกลิ้งเหล็กอีกอันติดอยู่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยระบบเฟล็กโซก็ได้แก่กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ ถุงปูนซีเมนต์ ถุงใส่ปุ๋ย ถุงพลาสติกใหญ่ๆ กล่องนม UHT เป็นต้น

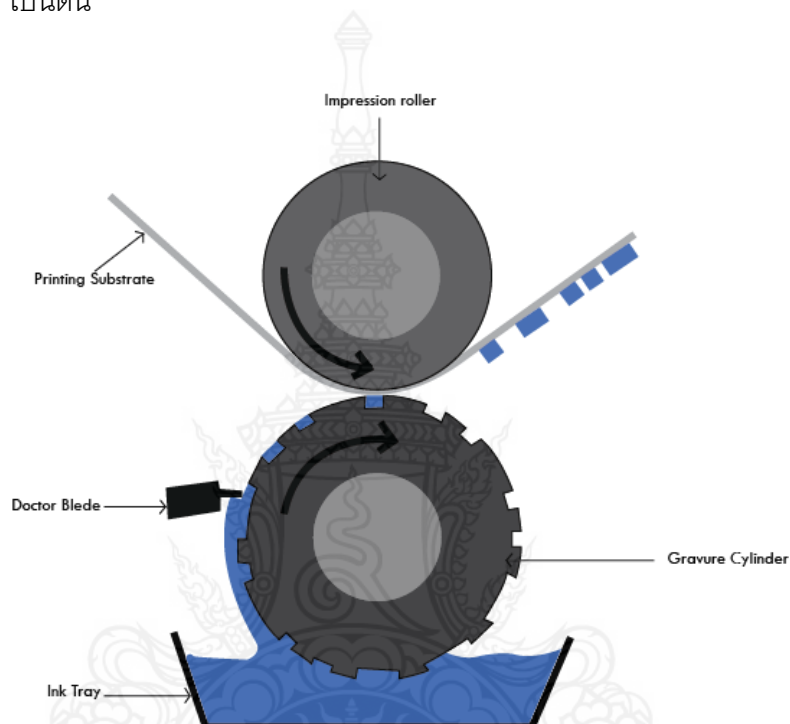


ภาพ 2.7 การพิมพ์ระบบเฟลกโซกราฟ

ที่มา : <http://www.wintiprinting.com/flexo.html>

2.5.4 การพิมพ์ระบบกราเวียร์ การเวียร์เป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก intaglio ซึ่งส่วนที่เป็นภาพ หรือลายเส้นที่พิมพ์ จะถูกกัดเจาะ เป็นบ่อเล็กๆ จำนวนนับล้านบ่อ เรียกว่า เซลล์ ซึ่งขังหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุอะไรก็ตาม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ จะเป็นผิว เรียบและอยู่สูงกว่าบ่อหมึก บ่อหมึกแต่ละบ่อแยกออกจากกันโดยผนัง ที่เรียกว่า cell wall หรือ land บ่อเล็กๆ นี้ขังหมึกไว้ในปริมาณที่ไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของบ่อปริมาณหมึก ถ้ามากก็จะทำให้สีเข้มมากกว่าบ่อที่มีหมึกน้อยกว่า ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้แม่พิมพ์กราเวียร์นี้ ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดง และบ่อหมึกเล็กๆ ก็จะถูกกัดลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจนำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่งหลักการพิมพ์กราเวียร์ แม่พิมพ์ที่ถูกกัดเป็นภาพแล้ว จะหมუნอยู่ในอ่างหมึกเหลวเหมือนกับการพิมพ์แบบเฟลกโซ หมึกจะเกาะอยู่ในบ่อหมึกที่กัดไว้และจะมีมีดปาดหมึก (doctor blade) เป็นเหล็กสปริง ยาวๆ กดแนบสนิทอยู่กับผิว ของแม่พิมพ์ทำหน้าที่ปาดหมึกออกจากผิว หมึกก็จะติดอยู่กับเฉพาะในบ่อหมึก เมื่อผ่านวัสดุแผ่นเรียบเข้าไปจะมีลูกกลิ้งเหล็กทำหน้าที่กด (impression) วัสดุติดกับแม่พิมพ์ หมึกเหลวเมื่อรับแรงอัดก็จะถ่ายทอดหมึก (transfer) จากแม่พิมพ์ ลงบนผิวของวัตถุเป็นลายเส้น ทางกราฟิก ออกมาการพิมพ์ระบบกราเวียร์ เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น (line work) และภาพฮาล์ฟโตน (half tone) ได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์บนผิววัตถุต่างๆ ได้อีกหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรจุภัณฑ์ ที่ทำจากวัสดุจำพวก

พลาสติกและอลูมิเนียมฟอยล์ ระบบการพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้ในการบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก เพราะคุณภาพการพิมพ์ทัดเทียมกับระบบออฟเซต ได้เช่นกันบรรจุภัณฑ์ที่ใช้การพิมพ์ระบบกราเวียร์นี้ได้แก่ กล่องกระดาษพับ ห่อซองที่ยืดหยุ่นได้ กระดาษห่อของขั้วถั่ว กระดาษห่อของ ฉลาก ตรา ทั้งแผ่นและม้วน ประเภทสิ่งพิมพ์พิเศษอื่นๆ สิ่งพิมพ์พิเศษกันกรองบุหรือกระป๋องโลหะ เป็นต้น



ภาพ 2.8 การพิมพ์ระบบกราเวียร์

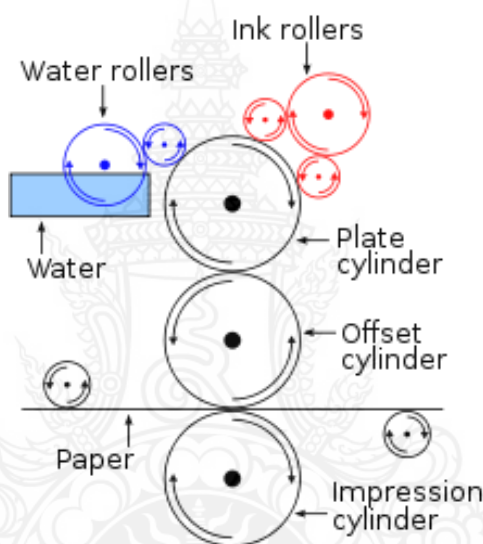
ที่มา : <http://www.wintiprinting.com/flexo.html>

2.5.5 การพิมพ์ระบบออฟเซต การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตเป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบัน ระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันจนแยกไม่ออกไม่ว่าหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์ รายเดือน ไปสเตอร์ แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตทั้งสิ้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีบทบาทเข้ามาแทนที่ระบบเลตเตอร์เพรสที่ล้าหลังไปงานออฟเซตสามารถให้คุณค่าของงานพิมพ์ได้สูง เนื่องจากการผสมผสานของเม็ดสีกรีนได้อย่างละเอียด หลักการพิมพ์ในระบบนี้ มีความแตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรสโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ

2.5.5.1 แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบแทนที่จะเป็นตัวนูน

2.5.5.2 แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือผ้าอย่างแบลงเกต แล้วจึงลงไปบนกระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลตเตอร์เพรส

2.5.5.3 การที่แม่พิมพ์เป็นแบบผิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพที่ต้องรับหมึก และส่วนที่ไม่ใช่ภาพ ที่จะรับหมึกไม่ได้ อยู่ในระดับเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นที่จะรับหมึก และถ่ายทอดไปยังแบลงเกต ซึ่งทำได้โดยการนำน้ำมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพ แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ (ซึ่งไม่รับน้ำหมึก) รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

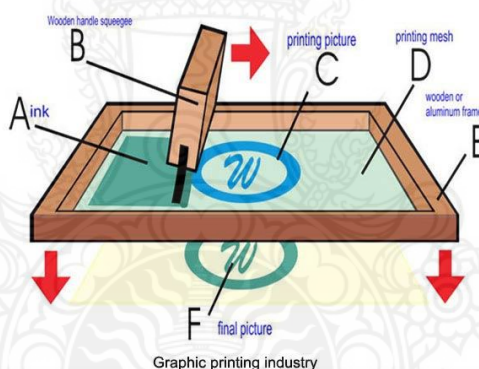


ภาพ 2.9 การพิมพ์ระบบออฟเซต

ที่มา : <http://www.wintiprinting.com/flexo.html>

2.5.6 การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน การพิมพ์ซิลค์สกรีน ก็คือการนำผ้าไหม (silk) ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมาซึ่งให้ตั้ง กับขอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ (screen) ปิดกั้นในส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพที่ติดบนกระดาษ และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกั้นผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสี น้ำมัน แชลแลค फिल्म ตลอดจนจนถึงการใช้กากับน้ำยาไวแสงปิดกั้น และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทับลงบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้งรูปทรง 3 มิติ หรือแผ่นเรียบที่มีพื้นผิว ไม่ขรุขระมาก เช่น กระดาษ ผ้า แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้ว หยอดสีลงบนแม่พิมพ์ใช้ยางปาด (squeegee) ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดดันสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติดบนพื้นรองรับ ซึ่งก็จะได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ การ

พิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นวิธีเดียว ที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิวโค้ง เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระป๋องโลหะที่ผ่านการขึ้นรูปแล้ว จากการพิมพ์ระบบต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีเทคนิคและระบบการพิมพ์ที่นำมาใช้ พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีแต่กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วเท่านั้น ระบบการพิมพ์ในปัจจุบัน นับว่ามีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆ ถูกคิดค้นมามากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการ แยกยอดออกไปในกระบวนการพิมพ์ 4 ประการ หรือการประสานกันในเทคนิค กรรมวิธีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น การพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วยการยิงหมึกออกมาเป็น จุดประกอบเป็นตัวอักษร และข้อความต่อเนื่องบน บรรจุภัณฑ์ก็ พัฒนาขึ้นมาแทนการพิมพ์ แบบ stencil และ silk screen การพิมพ์ระบบแพด (pad transfer printing) ก็เป็นการประสานหลักการ ระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซต ซิลค์สกรีนและเฟลกโซ เพื่อให้พิมพ์บนวัสดุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น (ระบบการพิมพ์, 2559)



ภาพ 2.10 การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

ที่มา : <http://www.th.huataogroup.com>

2.5.7 การพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) เป็นการพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์ต่อพ่วงกับคอมพิวเตอร์ โดยรับข้อมูลภาพจากคอมพิวเตอร์มาพิมพ์

2.5.7.1 การพิมพ์แบบถ่ายโอนความร้อน (Thermal Transfer Printing) ซึ่งใช้หลักการ ถ่ายความร้อนจากหัวพิมพ์ไปยังฟิล์มที่เคลือบด้วยหมึกพิมพ์ทำให้หมึกพิมพ์หลุดไปเกาะติดกับวัสดุใช้พิมพ์จนเกิดเป็นภาพ

2.5.7.2 การพิมพ์แบบพ่นหมึก / อิงค์เจ็ท (InkJet Printing) ซึ่งใช้หลักการพ่นหยดหมึกเล็กๆ จากหัวพ่นไปสร้างเป็นภาพบนวัสดุใช้พิมพ์

2.5.7.3 การพิมพ์แบบไฟฟ้าสถิต (Electrostatic Printing) ซึ่งใช้หลักการควบคุมลำแสงสร้างภาพเป็นประจุไฟฟ้าบนกระบอกโลหะแล้วให้ผงหมึกไปเกาะบนกระบอกโลหะตามบริเวณที่มีประจุอยู่เกิดเป็นภาพที่ถูกถ่ายทอดไปเกาะติดบนวัสดุใช้พิมพ์อีกทีหนึ่ง (บริษัท สุพริมพริ้นท์ จำกัด, 2560)

## 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกล่องใส่สินค้า

2.6.1 ความหมาย ความสำคัญ การจัด แสดงสินค้า หมายถึง วิธีการนำเสนอสินค้าหรือความคิดให้แก่ผู้คนทั่วไปได้พบเห็นเพื่อให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ามีโอกาสพบเห็นและตัดสินใจซื้อสินค้านั้น นอกจากนี้ยังเป็นการปลุกฝังค่านิยม หรือสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับร้านค้าอีกด้วย ความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าเป็น ปัจจัยที่ช่วยให้กิจการใหญ่หรือเล็กประสบความสำเร็จมี ยอดขายสูงตลอดเวลา วัตถุประสงค์ของ การจัดแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายแนะนำสินค้าที่มี อยู่ในร้านเป็นการ Impulse Buying เพื่อ เป็นการสร้างเอกลักษณ์และสร้างค่านิยมที่ดีให้กับร้านค้า

ขั้นตอนการขนส่งสินค้าจากสถานที่ต้นทางไปยังปลายทางที่กำหนดไว้ล่วงหน้า โดยการขนส่งผ่านทางถนน ทางรถไฟ การขนส่งทางทะเล การขนส่งอากาศ สินค้าพิเศษบางอย่างอาจจัดส่งผ่านทางเครือข่ายอื่น ๆ เช่นท่อสำหรับสินค้าเหลวและเครือข่ายคอมพิวเตอร์เช่นอินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายกระจายเสียงสำหรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ กระบวนการในการส่งมอบสินค้าเรียกว่าการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพสำหรับการจำหน่ายสินค้าเรียกว่าการขนส่ง บริษัทที่เชี่ยวชาญในการจัดส่งสินค้าเชิงพาณิชย์จากจุดผลิตหรือที่เก็บสินค้าไปยังจุดขายโดยทั่วไปจะเรียกว่าผู้จัดจำหน่าย ในขณะที่ผู้ที่เชี่ยวชาญในการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคเรียกว่าผู้บริการจัดส่ง

เดลิเวอรี่คือบริการจัดส่งถึงที่ เมื่อท่านสั่งสินค้า/บริการจากทางร้าน ก็จะมีสินค้า/บริการส่งให้ท่านในทันที เช่น การจัดส่งดอกไม้ พวงหรีดงานศพ สินค้าไอที การจัดส่งอาหารและอื่น ๆ อีกมากมาย เป็นต้น บริการนี้เพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า เพราะ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาซื้อที่ร้านด้วยตัวเองและอาจมีบริการเก็บเงินปลายทาง ด้วย บริการเดลิเวอรี่จึงมีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจาก สังคมเมือง ปัญหารถติด มลพิษ เวลาเป็นสิ่งสำคัญ ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบอยู่กับ บ้าน สั่งอาหาร สั่งของ

2.6.2 บทบาทและประเภทของสื่อโฆษณาที่ร้านค้าปลีก การโฆษณาได้มีบทบาท ในการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการให้ ผู้บริโภค ได้ทราบ การโฆษณาของร้านค้าปลีกแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การโฆษณาเพื่อส่งเสริม การขาย



สินค้าโดยตรงและการโฆษณาเพื่อส่งเสริมสถาบัน สื่อโฆษณาที่ผู้ค้าปลีกสามารถเลือกใช้ได้หลายประเภท คือ Newspaper, Magazine, Direct Mail, Television, Radio, Outdoor Advertising

2.6.2.1 ลักษณะของกิจการค้าปลีกกับการจัดแสดงสินค้า กิจการเกือบทุกประเภท จะใช้การจัดแสดงสินค้าช่วยในการส่งเสริมการขาย แตกต่างว่าจะใช้เพื่อสร้างยอดขาย หรือสร้างค่านิยม สร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าหรือบริการในการดำเนินงานการจัดแสดงสินค้า กิจการอาจจัดเองหรือจ้างผู้เชี่ยวชาญมาดำเนินการให้ขึ้นอยู่กับขนาดและลักษณะของกิจการ งบประมาณ เช่น กิจการค้าปลีกขนาดเล็กพื้นที่ของร้านไม่มากนักไม่จำเป็นต้องมีฝ่ายจัดแสดง กิจการจัดแสดงเองได้ที่สำคัญต้องเน้นบรรยากาศภายในร้านสะอาด สะดวก สะดุดตาน่าสนใจ สามารถเรียกความสนใจจากลูกค้าได้ แต่ถ้าเป็นกิจการค้าปลีกขนาดใหญ่พื้นที่มากก็จำเป็น จะต้องมีฝ่ายจัดแสดงที่มีความเชี่ยวชาญมาดำเนินการจัดแสดงสินค้า

2.6.2.2 สภาพภายนอกและภายในร้านค้าปลีก สภาพภายนอกร้านค้าปลีกเปรียบเสมือนหน้าตาหรือเครื่องแต่งกายของคนที่จะเชิญชวนให้ลูกค้าอยากเข้าร้านหรือไม่ ดังนั้นพ่อค้าปลีกต้องตรวจสอบสภาพภายนอกของร้านค้าตนเองโดยดูจากตัวอาคาร ทางเดินเข้า-ออกของร้านที่จอดรถสำหรับลูกค้าหน้าร้าน หน้าต่างโชว์

2.6.2.3 สภาพภายในร้านค้าปลีก เมื่อสภาพภายนอกร้านดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้าร้านแล้วสภาพภายในก็ควรให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการเดินเลือกซื้อสินค้า สภาพภายในร้านค้าปลีกที่กิจการควรให้ความสนใจคือ ทางด้านเข้า-ออก บรรยากาศภายในร้าน ความสะอาดของร้าน การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ตามชนิดตามประเภทของสินค้า

2.6.2.4 หลักและเครื่องมือในการจัดแสดงสินค้า หลักการจัดแสดงสินค้ามี 4 ประการ

- 1) การวางแผนจัดแสดงสินค้าล่วงหน้า
- 2) ศึกษาตัวสินค้าที่นำมาจัดแสดง
- 3) ประสานงานกับฝ่ายขาย
- 4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

เครื่องมือในการจัดแสดงสินค้า กิจการควรมีเครื่องมือที่จะใช้ในการจัดแสดงไว้บ้าง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ลวด เชือกเข็มหมุด ไชยวงขนาดต่างๆ ฝัอน มีดคัตเตอร์ Staple และ Staple Gun กระดาษสี กระดาษแข็ง สีสเปรย์ โฟม ไม้ สำลี เป็นต้น

## 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

ความสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ นับวันจะมีมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภคและกระแสโลกาภิวัตน์ กระตุ้นให้รัฐบาลต้องออกกฎหมายควบคุม

### 2.7.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์

2.7.1.1 พระราชบัญญัติมาตราซึ่งดวงวัด พ.ศ. 2466 พ.ร.บ. ฉบับนี้ร่างขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้บริโภคสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ซึ่งจะได้ผลดีเพียงใดขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ประกอบการในการดูแลเอาใจใส่ในการบรรจุสินค้าของตนเองให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยครอบคลุมสินค้าที่ผลิตแล้วจัดจำหน่ายในประเทศ และยังรวมถึงสินค้านำเข้าหรือส่งออกนอกราชอาณาจักร ดังนั้น อุปกรณ์หรือเครื่องจักรใดๆ ที่ใช้ในการซึ่งดวงวัดจะต้องได้รับใบรับรองส่วนหน่วยที่แสดงปริมาณของสินค้าตามมาตราซึ่งดวงวัด ควรใช้ระบบเมตริกและตัวเลขที่ใช้ สามารถใช้ตัวเลขอารบิกหรือตัวเลขไทยได้ ขนาดของตัวเลขและตัวอักษรที่ใช้ต้องไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรนอกจากนี้ในประกาศกระทรวงพาณิชย์ฉบับล่าสุด ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2539 ได้กำหนดให้สินค้าบางประเภท บรรจุสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ผลิตภัณฑ์อาหารที่กำหนดให้บรรจุตามปริมาณที่กำหนด ระบุอยู่ในบัญชีท้ายประกาศดังกล่าว ประกอบด้วย อาหารปรุงแต่ง เครื่องดื่ม และน้ำส้มสายชู

2.7.1.2 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 สาระสำคัญในพระราชบัญญัติฉบับนี้สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และการขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร

#### 1. การขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร ตามพระราชบัญญัติอาหาร

พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าซึ่งอาหารควบคุมเฉพาะ ต้องนำอาหารนั้นมาขอขึ้นทะเบียน ตำรับอาหารก่อน เมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนแล้ว จึงผลิตหรือนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้ หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งปรับทั้งจำ ประเภท อาหารที่ต้องขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

- อาหารควบคุมเฉพาะ มี 39 ประเภท
- อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานมี 9 ประเภท
- อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก มี 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) พิจารณาก่อนนำใช้

2. กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้คณะกรรมการอาหารและยา

(อย.) พิจารณา

2. การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร อาหารควบคุมเฉพาะที่กำหนดคุณภาพ และที่กำหนดให้มีฉลากต้องขึ้นทะเบียนอาหารและขออนุญาตใช้ฉลาก เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงทำการผลิตอาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ ฉลากอาหารมี 4 กลุ่มคือ

2.1 อาหารควบคุมเฉพาะที่ผลิตจากสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าข่ายเป็นโรงงาน คือ มีเครื่องจักรตั้งแต่ 5 แรงม้า หรือคนงาน 7 คนขึ้นไป ฉลากอาหารที่ใช้ของกลุ่มนี้จะเริ่มต้นด้วยตัวอักษร "ผ" โดยที่ "นป" หมายถึง น้ำปลา "ซ" หมายถึง น้ำส้มสายชูซึ่งเป็นอาหารควบคุมเฉพาะใน 39 ประเภท ในกรณีที่ผลิตจาก ผู้ผลิตในประเทศที่ไม่เข้าข่ายโรงงานอุตสาหกรรมจะใช้ตัวย่อ "ฉผ" หมายถึง ฉลากผลิต ดังนั้นบนทะเบียนฉลากอาหารจะกลายเป็น "ฉผนป" และ "ฉผซ" ตามลำดับ ส่วนหมายเลขที่ตาม คือ หมายเลขที่และปีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากอาหารนั้นๆ ส่วนอาหารที่นำเข้า จะใช้อักษร "ส" แทน "ผ" และ "ฉ" ในปี พ.ศ. 2536 กระทรวงสาธารณสุขอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดของแต่ละที่ได้ ดังนั้นจึง เกิดอักษรตัวย่อของจังหวัดนำหน้าอักษรรหัส เช่น การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหารที่นครปฐมจะมีตัวย่อ นฐ. ระบุไว้ในเครื่องหมาย อย. ด้วย

2.2 อาหารที่ถูกกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

2.3 อาหารที่ถูกนำเข้าประเทศเพื่อจำหน่ายซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ

2.4 อาหารอื่นที่มีการจำหน่ายและรัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก คือ อาหารประเภทที่ 1 ที่ 2 และบางส่วนของประเภทที่ 4 ตามที่ประกาศกำหนดให้มีฉลากที่ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งต้องมีข้อมูลดังต่อไปนี้

2.4.1 เครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลาก อาหารพร้อมปีที่ให้อนุญาต ซึ่งอาจเขียนเต็ม เช่น 2541 หรือเขียนย่อ เช่น 41 ก็ได้ ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารแล้วให้แสดงเลขที่อนุญาตในฉลากอาหารด้วยตัวอักษรบน กว้าง 2 มิลลิเมตรในกรอบพื้นสีขาว โดยสีของกรอบให้ตัดกับพื้นฉลาก

2.4.2 น้ำหนักสุทธิหรือปริมาณสุทธิ ซึ่งหมายถึงน้ำหนักหรือปริมาตรของอาหารที่ไม่รวมภาชนะบรรจุ ส่วนน้ำหนักอีกประเภทที่ให้แสดง คือ น้ำหนักเนื้ออาหาร (Drained Weight) ซึ่งเป็นน้ำหนักของอาหารที่เป็นเนื้อหรือของแข็งโดยได้กรองส่วนที่เป็นของเหลวแยกออกแล้ว

### 2.4.3 ชื่อภาษาไทย กำหนดให้ใช้อักษรสีเดียวกัน ซึ่งอาจมี

ชื่อ ได้ 2 ส่วนคือ

เช่น บะหมี่กิ่งสำเร็จรูป

- ชื่อตามกฎหมายที่กำหนดให้เรียกผลิตภัณฑ์นั้น

- ชื่อทางการค้า (Brand Name)

### 2.4.4 ส่วนประกอบที่สำคัญ โดยประมาณ การระบุ

ส่วนประกอบนี้ต้องระบุปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก และเรียงจากปริมาณมากไปหาน้อย

• การระบุส่วนประกอบหรือวัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร ส่วนประกอบของอาหาร บางประเภท ที่ใช้เติมลงในอาหาร อาจเป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดอาการแพ้ แก่ผู้บริโภคบางกลุ่ม ดังนั้น จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องแจ้งชนิด หรือ ปริมาณของส่วนประกอบ หรือวัตถุดิบปรุงแต่ง รสอาหารต่าง ๆ เช่นการใช้ผงชูรส การใช้วัตถุกันเสีย การเจือสี การแต่งรสหรือกลิ่น เป็นต้น

• ระบุวันที่ผลิตหรือวันที่หมดอายุ โดยปกติอาหารที่มีอายุการเก็บยาวนาน เช่น อาหารกระป๋อง มักจะระบุวันที่ผลิต ในทางตรงกันข้ามอาหารที่มีอายุการเก็บสั้น เช่น อาหารนม เป็นต้น จะระบุวันที่หมดอายุหรือวันที่ควรบริโภคก่อน

• ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่

• คำแนะนำในการเก็บรักษาและในการปรุงอาหาร หรือการเตรียมเพื่อบริโภค เช่น อาหารบางจำพวกอาจจะต้องเก็บในสภาพเย็น หรืออาหารที่ใช้อุ่นในไมโครเวฟ จำต้องบอกวิธีการปรุง คำแนะนำสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นมาก ในการที่ผู้บริโภคจะสามารถบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการตามที่ได้คาดหวังไว้

• ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้น (ถ้ามี) คำเตือนเหล่านี้พบได้จากอาหารจำพวกชุกำลัง หรืออาหารที่ทานแล้วทำให้อยากทานอีก เช่น เครื่องดื่ม ผสมคาเฟอีน เป็นต้น

2.7.1.3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกฎหมายอื่น ๆ ที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการนั้น เป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิของผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการ

ต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินการ ทางแพ่ง ก็เป็นภาระ และเสียค่าใช้จ่ายมาก อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตนเองได้ วิธีการ ดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจ หน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแลและประสานงาน การปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ เพื่อให้ ความคุ้มครองผู้บริโภครวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภค ได้ใช้สิทธิร้องเรียนเพื่อขอ ให้ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายเมื่อถูกผู้ประกอบการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

1. สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้รับความคุ้มครองตาม กฎหมาย 4 ข้อ ดังนี้

1.1 สิทธิที่ได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้า และบริการ

1.2 สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการโดยปราศจากการ ผูกขาด

1.3 สิทธิที่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

1.4 สิทธิที่จะได้ชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการ

2. องค์กรของรัฐตาม พ.ร.บ. องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น 2 ด้าน คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) ต่างก็มีคณะกรรมการย่อยลงไปอีกเพื่อสอดส่องดูแลรับเรื่องร้องทุกข์ พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ

3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า ความหมายของฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้ คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้หมายความถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษ หรือสิ่งอื่นใด ที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้า สอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า พร้อมทั้งป้าย ที่ติดตั้ง หรือแสดง ไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น ส่วนสินค้าควบคุมฉลากจากต่างประเทศ ที่นำเข้ามาขายแสดงค่าควบคุมฉลากจากต่างประเทศ ที่นำเข้ามาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็นข้อความภาษาไทย มีความหมายตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุ ชื่อพร้อมสถานที่ ประกอบการของผู้ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้น และต้องมีรายละเอียด เกี่ยวกับสินค้าตามประกาศที่

คณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า สินค้าที่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลาก

2.7.1.4 พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือรู้จักกันในนามของ "สมอ." เป็นหน่วยงานระดับกรม สังกัด กระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 จึงนับได้ว่า สมอ. เป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ โดยมีหน้าที่ หลัก คือ การกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพ รับรอง ความสามารถของห้องปฏิบัติการ ทดสอบและสอบเทียบ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่เป็นสื่อกลางกับ องค์การที่เกี่ยวข้องทั้งโลก เช่น องค์การการค้า ระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization For Standardization) หรือที่รู้จักกันแพร่หลายว่า ISO องค์การโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์การอื่น ๆ การจัด หมวด หมู่ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีอยู่อย่างมากมายนั้น ทาง สมอ. มีระบบการจัดหมวดหมู่เป็นไปตามที่ ISO ได้พัฒนาขึ้น มีชื่อว่า International Classification For Standard หรือเรียกย่อว่า ICS และ ประกาศใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535

1. ความหมายของมาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานอุตสาหกรรม คือ ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจในการผลิต สินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด เครื่องหมายมาตรฐานเหล่านี้จะเป็นหลักฐานของทางราชการ และเป็นเครื่องพิสูจน์บ่งชี้ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทำขึ้นได้ตามมาตรฐาน เครื่องหมายมาตรฐานจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือในสินค้าและธุรกิจ ข้อสำคัญที่สุดก็คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้น จะอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับ ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอได้ตลอด สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดำเนินการกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการ ให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน อันเป็นการเพิ่มความเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าไทยทั้งตลาดภายในและต่างประเทศและเพื่อประหยัดทรัพยากร พร้อมทั้งลดต้นทุนการผลิต

2. วัตถุประสงค์ของการมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สามารถจำแนกได้ ดังนี้

2.1 เพื่อสร้างความเชื่อถือผลิตภัณฑ์ที่ทำในประเทศด้วยการ ปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น

2.2 เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการซื้อขาย ขจัดปัญหาและ อุปสรรค  
ทางการค้าต่างๆ

2.3 เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน

2.4 เพื่อให้เกิดการประหยัดทรัพยากรและค่าใช้จ่ายในการใช้งาน และ  
การผลิต

2.5 เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และ ประสานกันได้  
พอดี

เมื่อผู้ประกอบการรายใดที่ต้องการแสดงเครื่องหมายมาตรฐาน  
หรือ เครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาต เมื่อสำนักงาน  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมตรวจสอบโรงงานและผลิตภัณฑ์แล้วว่าสามารถทำได้ตาม  
มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ จะอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานได้

3. เครื่องหมายมาตรฐาน เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์  
ทั่วไป เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค เป็นต้น

4. เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ ผลิตภัณฑ์ใดที่กำหนดไว้ว่าเป็น  
มาตรฐานบังคับ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจะต้องผลิต นำเข้า และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่  
เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น โดยมีเครื่องหมายมาตรฐานบังคับแสดง เช่น ผงซักฟอก ถังก๊าซ  
ปิโตรเลียม บัลลัสต์ สำหรับหลอดฟลูออเรสเซนต์ เหล็กเส้น เสริมคอนกรีต เป็นต้น

5. องค์การที่รับผิดชอบพระราชบัญญัติเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์  
พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกภัณฑ์รับผิดชอบโดยองค์การต่อไปนี้

5.1 สำนักงานกลางซึ่งตวงวัด กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์

5.2 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

5.3 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักนายกรัฐมนตรี

5.4 สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม

2.7.1.5 หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์นอกเหนือจากองค์การที่  
รับผิดชอบต่อพระราชบัญญัติทั้ง 4 ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีองค์การทั้งส่วนของราชการ  
รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับบรรจุกภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

1. ส่วนอุตสาหกรรมการเกษตร สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา  
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการศึกษา วิเคราะห์และวิจัยข้อมูลทาง  
เทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ อุตสาหกรรมการเกษตร เน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืช เพื่อกำหนด

และพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีตามภาวะการตลาดประสานงานจัดหาผู้ชำนาญการ เฉพาะด้านเพื่อฝึกอบรมสัมมนาและให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงเทคนิค การผลิตตลอดจนการให้บริการข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แก่สถาน ประกอบการ ผลิตบุคลากรในระดับต่างๆ ในสถานประกอบการ

2. ส่วนบรรจุกภัณฑ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม มีหน้าที่ให้บริการแนะนำ ส่งเสริม และพัฒนาบรรจุกภัณฑ์แก่ ผู้ประกอบการกลุ่ม บุคคล และบุคคลทั่วไปที่ให้ความสนใจในอุตสาหกรรมบรรจุกภัณฑ์ ทั้งทางด้านวิชาการ ด้าน เทคโนโลยี การออกแบบ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการฝึกอบรม สัมมนา นิทรรศการ และการจัดประกวด

3. ศูนย์บริการการออกแบบ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมการส่งออก ใน สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันทางการค้าขายอย่างต่อเนื่อง ทุกประเทศจำเป็นต้อง ปรับกลยุทธ์ทางการค้าให้ทันต่อเหตุการณ์และสภาพการแข่งขัน ประเทศไทยได้เล็งเห็น ความสำคัญของการพัฒนาตัวสินค้าเนื่องจากคุณภาพและค่าแรงต่ำไม่ใช่สิ่งจูงใจและซื้อได้เปรียบ อีกต่อไปในกระแสโลกาภิวัตน์ ดังนั้นจึงสมควรนำการออกแบบมาเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มมูลค่า สินค้าสำหรับการส่งออก รัฐบาลไทยได้เห็นความสำคัญข้อนี้จึงได้จัดตั้งศูนย์กลางบริการการ ออกแบบ เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2533 เพื่อมุ่งพัฒนาการออกแบบสินค้าส่งออกสำคัญ 4 ชนิด คือ เครื่องหนัง อัญมณี ผลิตภัณฑ์พลาสติก และของเด็กเล่น

4. ศูนย์การบรรจุกภัณฑ์ไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่ง ประเทศไทย นโยบายหลักของศูนย์การบรรจุกภัณฑ์ นโยบายหลักของศูนย์การบรรจุกภัณฑ์ไทย คือ สนับสนุนนโยบายการบรรจุกภัณฑ์ของประเทศ เสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กร เพื่อสนอง ความต้องการของผู้ประกอบการ รวบรวม แลกเปลี่ยน และบริการข้อมูลด้านการบริการข้อมูล ด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการบรรจุกภัณฑ์ ประสานงานระหว่างผู้ผลิตและผู้ใช้ทั้งในและ ต่างประเทศ

5. สถาบันค้นคว้าและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (Institute of Food Research and Product Development หรือ IFRPD) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2511 โดยแบ่งการบริหารงาน 7 ฝ่าย และ 1 ศูนย์ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร และธุรการทั่วไป ฝ่ายค้นคว้าและวิจัย ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ฝ่ายผลิตทดลอง ฝ่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ฝ่ายศึกษาสาธิต ฝ่ายวิศวกรรม ศูนย์บริการประกัน คุณภาพทางด้านอาหาร



## 6. องค์การเอกชนที่ให้การส่งเสริมการบรรจุภัณฑ์อาหาร

6.1 สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย

6.2 สถาบันอาหาร

6.3 สถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ไทย

## 2.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 ดวงใจ หทัยวิวัฒน์. (2553) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ศึกษาาระดับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด กับพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป และศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนผู้บริโภคที่เลือกซื้อ อาหารสำเร็จรูปในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test F - test และการทดสอบไค-สแควร์ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภค ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี เป็นโสด การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน รายได้ 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 5 คน พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารสำเร็จรูปมากกว่า 10 ครั้งต่อ เดือน ซื้ออาหารสำเร็จรูปในวันจันทร์ - วันศุกร์ ซื้ออาหารสำเร็จรูปหลังจาก 16.00 นาฬิกา ใช้เวลา ในการซื้อ 10 - 20 นาที มีค่าใช้จ่าย 100 - 200 บาท ซื้อที่ร้านขายอาหารใกล้บ้าน เหตุผลที่เลือก ซื้ออาหารสำเร็จรูป คือ มีความสะดวกในการซื้อ ทราบแหล่งข้อมูลอาหารสำเร็จรูปด้วยตนเอง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปของ ผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก เรียงตามลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ให้บริการ ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ด้านพนักงาน/บุคลากร และด้านราคา ตามลำดับ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป พบว่าเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูป ของผู้บริโภค ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.8.2 ลัดดา โสภนรัตน์. (2546) ทำการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ดังนี้

1. ผลของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. ผลของระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้าต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค
3. ผลของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ และในระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้าต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในสินค้าประเภทความเกี่ยวพันต่ำโดยจะทำการวิจัยในเชิงทดลอง 2 x 2 แฟคทอเรียลกับกลุ่มผู้เข้าร่วมการวิจัยที่เป็นนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งสิ้น 120 คน โดยทำการวิจัยในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2547

ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีภาพประกอบและระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้า มีผลกระทบหลักต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคไม่พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีภาพประกอบและระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้ามีผลกระทบร่วมกันต่อกระบวนการตัดสินใจต่อผู้บริโภคแต่อย่างใดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีภาพประกอบจะมีประสิทธิผลในการเปลี่ยนแปลงความเชื่อเกี่ยวกับ ตราสินค้า ทศนคติต่อตราสินค้า ทศนคติต่อบรรจุภัณฑ์และความตั้งใจซื้อในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อนำเสนอคู่กับระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้าต่ำ

2.8.3 อภิชา จิวเจริญ. (2548) ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาความคุ้มค่าทางด้านการเงินของโครงการเพิ่มระบบการพิมพ์ออฟเซตบนกล่องกระดาษลูกฟูก การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตและลักษณะของธุรกิจการพิมพ์ระบบออฟเซตบนกล่องกระดาษลูกฟูก
2. เพื่อศึกษาความคุ้มค่าทางด้านการเงินของโครงการเพิ่มระบบการพิมพ์ออฟเซตบนกล่องลูกฟูกโดยกำหนดให้โครงการมีอายุ 11 ปีและใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 11 การวิจัยใช้ข้อมูลปฐมภูมิมาทำให้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงปริมาณเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์

ผลการวิจัยพบว่าทางด้านขั้นตอนและกระบวนการในการผลิตบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูก โดยใช้ระบบการพิมพ์ระบบออฟเซต สามารถแบ่งขั้นตอนหลักเป็น 2 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบและเครื่องมือ ได้แก่ การจัดแผ่นกระดาษลูกฟูกลอนขึ้น และการจัดเตรียมเพลทพิมพ์และไดท์คัท
2. ขั้นตอนการผลิตซึ่งมีการนำเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการบวนการผลิตทั้งด้านการออกแบบโครงสร้างกล่องและการออกแบบกราฟิกบนผิวกล่อง เครื่องพิมพ์ที่สามารถเลือกใช้ได้มี 2 ประเภท คือ เครื่องพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนสีเดียวกับเครื่องพิมพ์ป้อนแผ่น

หลายสี่ การวิจัยทางด้านการตลาดพบว่ากล่องลูกฟูกที่ระบบการพิมพ์ออฟเซต จะมีบทบาทในการส่งเสริมการขาย การให้ข้อมูลสินค้าและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันพบว่าการกีดกันการเข้าสู่ตลาดของผู้ผลิตรายใหม่ต่ำเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนไม่มากนัก โดยผู้ประกอบการเน้นการแข่งขันที่มีโซราคาที่ ได้แก่ การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า การบริการ ครบวงจรและการจัดการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการต้องคำนึงอุปสรรคด้านการผลิตที่ใช้หมึกฐานน้ำมันทำให้เกิดข้อจำกัดการเข้าตลาดกลุ่มลูกค้าด้านอาหารและระวังเรื่องการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และสุดท้ายการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินพบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 81.27 ล้านบาท อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับ 2.83 อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนเท่ากับ 1.14 และระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 10 เดือน 18 วัน และทำการวิเคราะห์การอ่อนไหวซึ่งพบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งในทุกกรณี



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานโครงการครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นที่ประกอบกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นพื้นฐานในการนำไปใช้ในการออกแบบหรือประโยชน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมากำหนดการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ
- 3.6 พัฒนาการออกแบบ
- 3.7 เขียนแบบเพื่อการผลิต
- 3.8 สร้างหุ่นจำลองโดยมีรูปแบบเป็น 3 มิติ
- 3.9 สร้างต้นแบบเพื่อการนำเสนอผลงาน
- 3.10 จัดศิลป์นิพนธ์

#### 3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ทางวิชาการของโครงการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจึงได้รวบรวมข้อมูลเพื่อที่จะได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่จะมาเสริมสำหรับการทำโครงการ ซึ่งข้อมูลการทำงานโครงการได้มาจะมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งที่เกี่ยวข้อง

- 3.1.1 ศึกษาเอกสารที่หอสมุดแห่งชาติ
- 3.1.2 ศึกษาเอกสารที่ห้องสมุดไซติเวช
- 3.1.3 ศึกษาเอกสารทาง internet-//www.google.com

### 3.2 กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลโครงการการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร้าน บราวซูการ์ โดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน

3.2.1 กลุ่มประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคบุคคลทั่วไป โดยแบ่งตามสถานที่ต่างๆ ดังนี้

- ร้านบราวซูการ์ จำนวน 150 คน
- ตลาดเทเวศร์ จำนวน 150 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคบุคคลทั่วไป โดยแบ่งตามสถานที่ต่างๆ โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

- ร้านบราวซูการ์ จำนวน 80 คน
- ตลาดเทเวศร์ จำนวน 30 คน

### 3.3 สร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางของการศึกษาและพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ร้านลิซิตไถ่อย่าง 52 ปี มี 2 ชุด คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของบุคคลทั่วไป แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจด้านโครงสร้างและกราฟิก

3.3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 คำถามด้านการออกแบบโครงสร้างและด้านกราฟิก

3.3.2 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 3 ด้าน

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกราฟิก
- ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับกล่องจัดแสดงสินค้า

### 3.4 วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การแสดงผลข้อมูลตาราง แสดงผล ดังนี้

3.4.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยสรุปผลแบบสัมภาษณ์ในเชิงบรรยาย

3.4.2 แบบประเมินผลความพึงพอใจผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบวิเคราะห์โดยเกณฑ์ในการวัดระดับความพึงพอใจ เพื่อหาค่าคะแนนที่แสดงความพึงพอใจ ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารคลีน สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ดังนี้

แบบวิเคราะห์แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์ในการวัดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยสุด

3.4.3 แบบประเมินผลความพึงพอใจผู้บริโภค โดยใช้แบบวิเคราะห์โดยเกณฑ์ในการวัดระดับความพึงพอใจ เพื่อหาค่าคะแนนที่แสดงความพึงพอใจในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารคลีน สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ดังนี้

แบบวิเคราะห์แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์ในการวัดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจที่น้อยสุด

3.4.4 แบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาหารคลีน สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ เพื่อเป็นฐานข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สรุปผลโดยสูตรค่าเฉลี่ยร้อยละ

สูตรการหาค่าเฉลี่ยร้อยละสำหรับแบบประเมินผลความพึงพอใจผู้บริโภค

$$\text{ค่าเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนทั้งหมด} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบประเมิน}}$$

### 3.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำแนวทางที่ได้มาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ร้านบราวซูการ์

### 3.6 พัฒนาการออกแบบ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก เพื่อผลิตภัณฑ์สินค้าร้านลิซิตไต้ย่าง 52 ปี ดังนั้นจึงมีการพัฒนาการออกแบบ ดังนี้

#### 3.6.1 ออกแบบโครงสร้าง

3.6.1.1 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.1.2 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สติกกล้วยหอมอ่อนซอสพริกไทยดำ ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.1.3 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์หมีฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่อบนึ่ง ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.1.4 ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น ปริมาณ 300 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.1.5 ออกแบบโครงสร้าง รวมหน่วย 3 กล่อง ปริมาณ 250 กรัม x 3

#### 3.6.2 ออกแบบกราฟิก

3.6.2.1 ออกแบบกราฟิกข้าวไรซ์เบอร์รี่ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.2.2 ออกแบบกราฟิกสติกกล้วยหอมอ่อนซอสพริกไทยดำ ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.2.3 ออกแบบกราฟิกหมีฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่อบนึ่ง ปริมาณ 250 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.2.4 ออกแบบกราฟิกต้มยำกุ้งน้ำข้น ปริมาณ 300 กรัม จำนวน 1 แบบ

3.6.2.5 ออกแบบโลโก้ร้านบราวซูการ์ จำนวน 1 แบบ

#### 3.6.3 ออกแบบกล่องจัดแสดงสินค้า

ออกแบบกล่องจัดจำหน่ายสินค้าแบบเดลิเวอรี่ จำนวน 1 แบบ

### 3.7 เขียนแบบเพื่อการผลิต

เขียนแบบเพื่อการผลิตในระบบอุตสาหกรรม

### 3.8 สร้างหุ่นจำลองโดยมีรูปแบบเป็น 3 มิติ

การศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้คือการสำรวจความนิยมและนำมาปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ ปรับและประยุกต์ใหม่และนำต้นแบบที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งมี ขั้นตอน ดังนี้

- เลือกวัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งแบบโครงสร้างและการฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- นำแบบที่ได้จากการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกมาสำรวจความเหมาะสมจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
- นำผลสำรวจมาแจกแจงความถี่เพื่อเลือกแก้ไขเพื่อสร้างต้นแบบ
- นำโครงสร้างและกราฟิกที่ผ่านการแก้ไขมาออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์

### 3.9 สร้างต้นแบบเพื่อนำเสนอผลงาน

ทำการสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบซึ่งแสดงรายละเอียดชัดเจน

### 3.10 จัดทำศิลปนิพนธ์

นำข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลมาจัดทำเป็นศิลปนิพนธ์



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคัสสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการออกแบบ จากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านกราฟิกและด้านการตลาด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง ด้านกราฟิกและด้านการตลาด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคมี 3 ตอน จำนวน 100 ชุด

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างกราฟิกและการตลาด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์

วัน / เดือน / ปี ที่สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2561 เวลา 15.45 น. สถานที่ ร้านบราวซูก้า สัมภาษณ์คุณจิรายุ มณีโชติ ตำแหน่ง ผู้ประกอบการร้านบราวซูก้า

##### 4.1.1 ที่มาและแนวคิดในการเริ่มทำผลิตภัณฑ์

คุณจิรายุ มณีโชติ อยากให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่สามารถป้องกันสินค้าได้และสามารถขนส่งสินค้าได้อย่างสะดวก ทำให้ดูมีความน่าสนใจ และเป็นเอกลักษณ์ สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างจุดเด่นให้กับบรรจุภัณฑ์ที่จะนำไปใส่อาหาร เป็นการเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้น ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น

#### 4.1.2 ผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง

4.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

4.1.2.2 ผลิตภัณฑ์สเต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ

4.1.2.3 ผลิตภัณฑ์หมี่ฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่อ่อนชิ้น

4.1.2.4 ผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น

#### 4.1.3 ปัญหาหรือความต้องการในบรรจุภัณฑ์

ปัญหาที่สำคัญ คือ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะใหม่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้านเพื่อที่จะสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนาให้ดีขึ้น

#### 4.1.4 ปัญหารูปแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม

4.1.4.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิมขนาดใหญ่เกิดความจำเป็นไม่พอดีกับอาหารที่บรรจุ และยากต่อการขนส่ง

4.1.4.2 ด้านกราฟิก กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เดิมไม่สื่อสารไปถึงผู้บริโภคได้ไม่ครบถ้วน ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจและกราฟิกไม่ดึงดูดผู้บริโภค

#### 4.1.5 มีการจัดระเบียบการค้า/ตราสินค้าหรือไม่มีการจัดระเบียบ

4.1.6 แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีกราฟิกและโครงสร้างที่มีเอกลักษณ์เหมาะแก่การใช้งาน กราฟิกสวยงาม มีความเหมาะสมและสามารถป้องกันสินค้าได้

#### 4.1.7 สถานที่จัดจำหน่าย/หรือการวางขายและกล่องจัดแสดงสินค้า

ผลิตภัณฑ์อาหารคลีน อารีย์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่มีชั้นวางสินค้าที่สวยงามมีเพียงตู้แช่อาหารธรรมดา ณ บริเวณที่มีการจำหน่าย

## 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างด้าน กราฟิก และด้านการตลาด

### 4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง

วัน / เดือน / ปี ที่สอบถาม วันอังคารที่ 5 กุมภาพันธ์ 2562 เวลา 13.30 น. สถานที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สัมภาษณ์ ผศ.ดร.กฤติกา ต้นประเสริฐ อาจารย์ รักษาการหัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์

4.2.1.1 ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคาวคือเราต้องคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภคเช่น ลักษณะการขนส่งตอบโจทย์การใช้งานหรือไม่

4.2.1.2 การเลือกใช้กระดาษกล่องแข็งหน้าขาวหลังเทา ด้านหนึ่งเรียบขาว ด้านหนึ่งเป็นสีเทา มีความแข็งแรงต่อการใช้งาน เหมาะสำหรับใช้ผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์ต่างๆ กล่องบรรจุภัณฑ์อาหารเป็นวัสดุชั้นที่ 2 นั้นมีความเห็นว่าเป็นเหมาะสม เพราะกระดาษเป็นวัสดุที่หาง่าย และสามารถควบคุมต้นทุนได้ง่าย

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก

วัน / เดือน / ปี ที่สอบถาม วันศุกร์ที่ 21 ธันวาคม 2561 เวลา 10.00 น. สถานที่ บริษัท เมดิแคร์ เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด สัมภาษณ์ คุณธนัญญา วิทิพย์รอด ตำแหน่ง Graphic Design

4.2.2.1 คิดว่ากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคาว ควรมีทิศทางการพัฒนาทางด้านกราฟิกเป็นไปทิศทางที่คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4.2.2.2 คิดว่ากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคาว ที่ใช้ในปัจจุบันไม่เป็นที่น่าจดจำของกลุ่มลูกค้าเพราะขาดความสวยงาม ไม่มีเอกลักษณ์ การเลือกใช้ตัวอักษรที่ไม่ดึงดูดความสนใจ

4.2.2.3 คิดว่ากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคาว ควรมุ่งเน้นด้วยสีสันท่านำมารับประทาน ควรเลือกใช้สีที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้ตัวผลิตภัณฑ์ เลือกใช้กราฟิกเป็นลวดลายของอาหารแต่ละชนิด สร้าง Concept ให้กับงานออกแบบกราฟิกเพื่อเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

4.2.2.4 คิดว่ากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคาว ในปัจจุบันไม่เหมาะสมเพราะไม่มีความสวยงามใช้สีที่ไม่เหมาะสมเพราะไม่มีความสวยงามใช้สีที่ไม่น่าจดจำ และตัวอักษรที่เลือกใช้ไม่เหมาะสม

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผลผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

วัน / เดือน / ปี ที่สอบถาม วันศุกร์ที่ 7 ธันวาคม 2561 เวลา 14.20 น. สถานที่ บริษัท พูจีฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด สัมภาษณ์ คุณปานรดา อมตรงชัยย์ ตำแหน่ง Marketing Executived

4.2.3.1 คิดว่ากล่องจัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะเป็นกล่องจัดแสดงสินค้า สำหรับตั้งบนโต๊ะ เพื่อโชว์สินค้า อสงมีการตกแต่งด้วยอาหารและผักเพื่อให้เข้ากับตัวผลิตภัณฑ์

4.2.3.2 คิดว่าวัสดุที่ควรนำไปใช้ในการสร้างกล่องจัดแสดงสินค้าคือกล่องผ้า โครง Fiber ซึ่งสามารถเก็บความร้อนได้ดี และขนส่งได้อย่างดี

4.2.3.3 คิดว่ากล่องชั้นแสดงสินค้าสามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์จากอาหารคลีน ได้เพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ผู้บริโภคจะได้เห็นเป็นอันดับแรกเมื่อเข้ามาเลือกชมผลิตภัณฑ์

4.2.3.4 คิดว่ากล่องจัดแสดงสินค้าที่ดีควนส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคส่งเสริมการขายได้ดีและตอบโจทย์การใช้งาน

### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจด้าน โครงสร้างของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 4.1 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

ข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4	3	5
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก	5	5	4
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน	5	5	3
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม	5	5	5
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>17</b>

จากตาราง 4.1 แสดงให้เห็นว่าแสดงระดับความพึงพอใจในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม เป็นแบบที่ 1

ตาราง 4.2 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์สแต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ

ข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	3	5
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก	5	4	4
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด – ปิดและง่ายต่อการใช้งาน	5	5	3
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม	4	5	5
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>17</b>

จากตาราง 4.2 แสดงให้เห็นว่าแสดงระดับความพึงพอใจในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์สแต็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำเป็นแบบที่ 1

ตาราง 4.3 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์หมีฮ้องกงผัดซอสโคชูจังกึ่งและไซออนเซ็น

ข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	4	4
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก	5	4	5
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด – ปิดและง่ายต่อการใช้งาน	5	5	3
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม	5	5	5
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>17</b>

จากตาราง 4.3 แสดงให้เห็นว่าแสดงระดับความพึงพอใจในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์หมีฮ้องกงผัดซอสโคชูจังกึ่งและไซออนเซ็นเป็นแบบที่ 1

ตาราง 4.4 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น

ข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	4	4
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก	5	4	5
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน	5	5	3
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม	5	5	5
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>17</b>

จากตาราง 4.4 แสดงให้เห็นว่าแสดงระดับความพึงพอใจในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 ของผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้นเป็นแบบที่ 1

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจด้านกราฟิกของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 4.5 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	5	4
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5	4	5
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	4	3

ตาราง 4.5 (ต่อ)

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
4.ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนเหมาะสม	5	5	4
<b>รวม</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>16</b>

จากตาราง 4.5 แสดงระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรรีอกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่เป็นแบบที่ 1

ตาราง 4.6 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์สเด็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำ

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	5	4
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4	4	5
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	4	3
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนเหมาะสม	5	5	4
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>16</b>

จากตาราง 4.6 แสดงระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สเด็กปลาแซลม่อนซอสพริกไทยดำเป็นแบบที่ 1

ตาราง 4.7 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์  
หมี่ฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่ออนเซ็น

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสม สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	5	4
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4	4	5
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน	5	4	3
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถ มองเห็นได้อย่างชัดเจนเหมาะสม	5	4	4
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>16</b>

จากตาราง 4.7 แสดงระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์  
หมี่ฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้งและไข่ออนเซ็นเป็นแบบที่ 1

ตาราง 4.8 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์  
ต้มยำกุ้งน้ำข้น

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสม สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	5	4
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5	4	5
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน	4	4	3



ตาราง 4.8 (ต่อ)

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
4.ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนเหมาะสม	5	4	4
<b>รวม</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>16</b>

จากตาราง 4.8 แสดงระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ต้มยำกึ่งน้ำขึ้นเป็นแบบที่ 1

#### 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจด้านการตลาดของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 4.9 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจด้านการตลาด และกล่องจัดแสดงสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารคาวสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	5	5	4
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5	4	5
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4	4	3
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนเหมาะสม	5	4	4

ตาราง 4.9 (ต่อ)

ข้อพิจารณาโครงสร้างกราฟิก	ระดับความพึงพอใจ		
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
รวม	19	17	16

จากตาราง 4.9 แสดงระดับความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ต้มยำกึ่งน้ำข้นเป็นแบบที่ 1

#### 4.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภค

จากแบบประเมินผลความพึงพอใจผู้บริโภคทั้งหมด 3 ตอนจำนวน 100 ชุดผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบเรียงตามตัวข้อดังนี้

ตอนที่ 1 แบบประเมินผลเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลเกี่ยวกับการออกแบบกล่องจัดแสดงสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

ตอนที่ 3 แบบประเมินผลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้

ตาราง 4.10 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานะภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	สถานะภาพ	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	18	18.00
	หญิง	82	82.00
	รวม	100	100
อายุ	15-19 ปี	30	30.00
	20-24 ปี	35	35.00

ตาราง 4.10 (ต่อ)

	สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
	25-29 ปี	20	20.00
	30 ปีขึ้นไป	15	15.00
	<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>	นักเรียน / นักศึกษา	45	45.00
	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25	25.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	30	30.00
	<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>	ต่ำกว่า 5,000 บาท	10	10.00
	5,000 – 10,000 บาท	9	9.00
	10,001 – 15,000 บาท	25	25.00
	15,001 – 20,000 บาท	35	35.00
	20,001 – 25,000 บาท	20	20.00
	25,000 บาทขึ้นไป	1	1.00
	<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ระดับวุฒิการศึกษา</b>	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	10	10.00
	มัธยมศึกษา / ปวช.	40	40.00
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	50	50.00
	<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.10 แสดงให้เห็นว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 80.00) ช่วงอายุอันดับแรกคือ ช่วงอายุ 20-24 ปี (ร้อยละ 35.00) รองลงมาคือช่วงอายุ 15-19 ปี (ร้อยละ 30.00) กลุ่มอาชีพอันดับแรกคือ นักเรียน / นักศึกษา (ร้อยละ 45.00) รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 30.00) รายได้ต่อเดือนอันดับแรกคือ 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 35.00) รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 25.00) ระดับวุฒิการศึกษาอันดับแรกคือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 50.00) รองลงมาคือ มัธยมศึกษา / ปวช. (ร้อยละ 40.00)

#### 4.7 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินผลความพึงพอใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ สำหรับผู้บริโภค

เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจตามระดับอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยจะใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างตามหลักการค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด , 2542) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 8 \end{aligned}$$

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตาราง 4.11 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบโลโก้

รายการ	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. โลโก้สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของอาหารคลื่น	4.28	0.38	4.25	0.85	3.42	0.68
2. โลโก้เป็นที่จัดจ้านง่าย	4.43	0.88	3.75	0.75	4.35	0.87
3. โลโก้มีองค์ประกอบที่เหมาะสม	4.37	0.87	3.68	0.73	4.24	0.84
4. โลโก้สามารถนำไปใช้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม	4.87	0.97	3.42	0.68	4.10	0.82

จากตาราง 4.11 สรุปแบบประเมินความพึงพอใจในด้านรูปแบบโลโก้สินค้า เมื่อนำผลการประเมินทั้ง 3 แบบมาเปรียบเทียบพบว่ารูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยประเมินความพึงพอใจด้านโลโก้สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของอาหารคลี้นที่ ( $\bar{x}$  4.28) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยด้านโลโก้เป็นที่จดจำง่าย ( $\bar{x}$  4.24) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยด้านองค์ประกอบที่เหมาะสม ( $\bar{x}$  4.26)

อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยด้านโลโก้สามารถนำไปใช้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ( $\bar{x}$  4.39) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ผู้วิจัยจึงนำรูปแบบที่ 1 มาเป็นแบบโลโก้หรือตราสินค้าของผลิตภัณฑ์

ตาราง 4.12 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบกราฟิก

รายการ	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. กราฟิกสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของอาหารคลี้น	4.35	0.87	3.95	0.79	4.25	0.85
2. รูปแบบกราฟิกมีองค์ประกอบที่เหมาะสม	4.43	0.88	3.75	0.75	4.35	0.87
3. สีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า	4.37	0.87	3.68	0.73	4.24	0.84
4. กราฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า	4.87	0.97	3.42	0.68	4.10	0.82

จากตาราง 4.12 สรุปแบบประเมินความพึงพอใจในด้านรูปแบบกราฟิก เมื่อนำผลการประเมินทั้ง 3 แบบมาเปรียบเทียบพบว่ารูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยประเมินความพึงพอใจกราฟิกสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของอาหารคลี้นที่ ( $\bar{x}$  4.39) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรูปแบบกราฟิกมีองค์ประกอบที่เหมาะสม ( $\bar{x}$  4.43) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยด้านสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า ( $\bar{x}$  4.37) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยกราฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า ( $\bar{x}$  4.87) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ผู้วิจัยจึงนำรูปแบบที่ 1 มาเป็นโครงสร้างในการออกแบบกราฟิก

ตาราง 4.13 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านรูปแบบการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์

รายการ	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์	4.25	0.87	4.16	0.83	4.10	0.82
2. มีรูปทรงแปลกใหม่ น่าสนใจ	4.87	0.98	4.59	0.91	4.39	0.87
3. มีความแข็งแรงทนทาน	4.86	0.97	4.84	0.94	4.24	0.84
4. มีรูปแบบที่เหมาะสมกับสินค้า	4.84	0.94	34.24	0.84	4.16	0.83

จากตาราง 4.13 สรุปแบบประเมินความพึงพอใจในด้านรูปแบบการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ เมื่อ นำผลการประเมินทั้ง 3 แบบมาเปรียบเทียบพบว่ารูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยประเมินความพึงพอใจ บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่ ( $\bar{x}$  4.25) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรูปแบบรูปทรงแปลกใหม่ น่าสนใจ ( $\bar{x}$  4.87) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยด้านมีความแข็งแรงทนทาน ( $\bar{x}$  4.86) อยู่ใน เกณฑ์ดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรูปแบบที่เหมาะสมกับสินค้า ( $\bar{x}$  4.84) อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด ผู้วิจัยจึง นำรูปแบบที่ 1 มาเป็นบรรจุภัณฑ์ในการออกแบบ

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

#### 5.1 ขั้นตอนการศึกษาแบบประเมินผลทั่วไปการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภค

ข้อมูลแบบประเมินผลเบื้องต้นได้ดังนี้

ผลการศึกษาความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 82 อายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 35 ประกอบอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 45 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 35 ระดับวุฒิการศึกษาระดับปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 50

#### 5.2 ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและสร้างกล่องจัดแสดงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์

ผลการพัฒนาารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กราฟิกและโครงสร้างกล่องจัดแสดงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ จากการประเมินการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิกและโครงสร้างกล่องจัดแสดงสินค้าด้านตราสินค้าและด้านโครงสร้างกล่องจัดแสดงสินค้า สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.2.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ได้ออกแบบให้มีรูปทรงที่สื่อให้เข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีความโดดเด่น น่าสนใจ สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความเสียหาย และมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

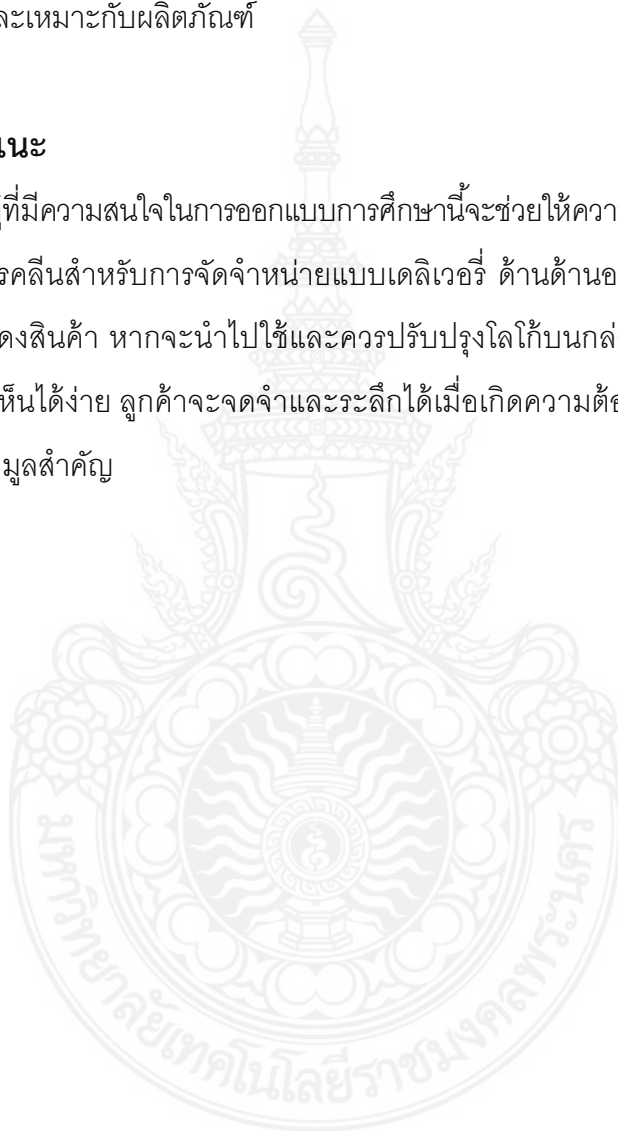
5.2.2 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถแสดงว่าความน่ากินน่าสนใจและสื่อสารข้อมูลได้ดี

5.2.3 การออกแบบตราสินค้าสำหรับตัวผลิตภัณฑ์ ออกแบบโดยใช้ผลิตภัณฑ์อาหารคาวี  
สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ แสดงให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

5.2.4 การออกแบบกล่องจัดแสดงสินค้า ออกแบบให้มีลักษณะเป็นกล่องจัดแสดงและมี  
พื้นที่รอบข้างเผื่อวางโชว์ตัวผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด วัสดุเป็น Fiber และไม่ในการทำเพื่อให้ความ  
แข็งแรง มั่นคง และเหมาะกับผลิตภัณฑ์

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการออกแบบการศึกษานี้จะช่วยให้ความรู้การออกแบบบรรจุภัณฑ์  
ผลิตภัณฑ์อาหารคาวีสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ด้านด้านออกแบบโครงสร้าง กราฟิก  
และกล่องจัดแสดงสินค้า หากจะนำไปใช้และควรปรับปรุงโลโก้บนกล่องจัดแสดงให้ใหญ่ขึ้น สิ่ง  
สำคัญต้องมองเห็นได้ง่าย ลูกค้าน่าจะจดจำและระลึกได้เมื่อเกิดความต้องการในสินค้านั้นๆ เพิ่มส  
แตนด์เพื่อเพื่อข้อมูลสำคัญ





## เอกสารอ้างอิง

- กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกภัณฑ์. วารสารอุตสาหกรรมสาร. ฉบับเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม 2546.  
กุลนิตา เหลือบจำเริญ. 2553. **จิตวิทยาสี**. เรื่องของสี. องค์ประกอบศิลป์ .
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. 2546. **หลักการออกแบบบรรจุกภัณฑ์**. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์  
และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.).
- งามทิพย์ ภู่วโรดม. 2550. **ระบบการพิมพ์บรรจุกภัณฑ์**.
- เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ. ม.ป.ป. **ระบบการพิมพ์**.
- สายชล วิสุทธุสมุท. ม.ป.ป. **วิธีการจัดแสดงสินค้า**. การจัดแสดงสินค้า. สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริม  
วิชาการ ของบริษัทสำนักพิมพ์เอ็มพันธ์ จำกัด.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือราชการ

ภาคผนวก ข แบบประเมิน

ภาคผนวก ค เขียนแบบเพื่อการผลิต

ภาคผนวก ง ขั้นตอนการวิจัย

ภาคผนวก จ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ภาคผนวก ก  
หนังสือราชการ



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๑๐/๖๑๑



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา แขวงวังชิรพยาบาล  
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๐๐

๑๗/ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณปานรดา อมตงชัยย์ Marketing Executive บริษัท พูจีฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

ด้วย นางสาวญาณิศา กาญจน์โนภาส นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับการอนุมัติและอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “โครงการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร คลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ร้านบราวซูการ์”

ทั้งนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ และความสามารถต่อการวิจัย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด ซึ่งผลการพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ของท่าน จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะฯ มอบหมายให้ นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง โทรศัพท์ ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๒๔ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายธานี สุนระชาติ)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทรศัพท์ / โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๓๓๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๑๐/๑๙๖๖



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา แขวงวังชิรพยาบาล  
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๐๐

๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณธนัญญา วิทิพย์รอด Graphic บริษัท เมดิแคร์ เฮลท์ กรุ๊ป จำกัด

ด้วย นางสาวณัฏฐา กาญจนภาส นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับการอนุมัติและอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “โครงการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ร้านบราวซูการ์”

ทั้งนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้และความสามารถต่อการวิจัย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิก ซึ่งผลการพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ของท่าน จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะฯ มอบหมายให้ นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง โทรศัพท์ ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๒๔ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ธนัญญา วิทิพย์รอด  
คุณธนัญญา วิทิพย์รอด

(นายธานี สุนทรชาติ)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทรศัพท์ / โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๓

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๑๐/๑๖๑๑



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา แขวงศิริพยาบาล  
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๐๐

๑๓/ ธันวาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณปานรดา อมตรงชัยย์ Marketing Executive บริษัท ฟูลฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

ด้วย นางสาวญาณิศา กาญจนโนภาส นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับการอนุมัติและอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “โครงการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร คลื่นสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ ร้านบราวซูการ์”

ทั้งนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ และความสามารถต่อการวิจัย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด ซึ่งผลการพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ของท่าน จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะฯ มอบหมายให้ นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง โทรศัพท์ ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๒๔ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายธานี สุนธะชาติ)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ฝ่ายวิชาการและวิจัย  
โทรศัพท์ / โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๙

ภาคผนวก ข  
แบบประเมิน



## แบบสัมภาษณ์ ความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (ผู้ประกอบการ)

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

---

### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 ชื่อ.....นามสกุล.....
- 1.2 อายุ.....ปี
- 1.3 ประสบการณ์ทำงาน.....ปี

### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

- 2.1 ที่มาและแนวคิดในการเริ่มทำผลิตภัณฑ์
- .....
- .....
- 2.2 ผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง
- .....
- .....
- 2.3 ปัญหาหรือความต้องการในการผลิตและการบรรจุสินค้า
- .....
- .....



2.4 ปัญหารูปแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม

.....

.....

2.5 มีการจดทะเบียนการค้า / ตราสินค้าหรือไม่

.....

.....

2.6 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

.....

.....

2.7 แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์

.....

.....

2.8 สถานที่จำหน่าย / หรือการวางขายและแทนวางสินค้า

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

## แบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

**คำอธิบาย** แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ จึงใคร่ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามประเมินนี้ตามความจริงในความเห็นของท่าน เพื่อจะได้นำไปเป็นประโยชน์ดังกล่าวและนำไปข้อมูลที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในครั้งต่อไปแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 5 หัวข้อเพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไป

### ประเมินนี้ มี 5 หัวข้อ ประกอบไปด้วย

หัวข้อที่ 1 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่  
อกไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

หัวข้อที่ 2 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เด็กปลาแซลม่อนพริกไทยดำ

หัวข้อที่ 3 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์หมีฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกึ่งและไข่อ่อนชิ้น

หัวข้อที่ 4 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น

หัวข้อที่ 5 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กล่องอาหารรวมหน่วย

นางสาวญาณิศา กาญจนินาส ผู้วิจัย

## แบบประเมินผลผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

ผู้ทำโครงการ

นางสาวญาณิศา กาญจนภาส

ปริญญาตรี ปีที่4 สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**คำชี้แจง** แบบประเมินผลระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ โดยพิจารณาเลือกตามความเหมาะสมทางด้านต่างๆแล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็น ดังนี้

- |   |         |                         |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความเหมาะสมมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | มีความเหมาะสมมาก        |
| 3 | หมายถึง | มีความเหมาะสมปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | มีความเหมาะสมน้อย       |
| 1 | หมายถึง | มีความเหมาะสมน้อยที่สุด |



หัวข้อที่ 1 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอรี่อกไก่ราด  
ซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก					
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน					
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม					



หัวข้อที่ 2 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สเด็กปลาแซลม่อน  
พริกไทยดำ

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก					
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน					
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม					



หัวข้อที่ 3 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีช่องกวดสอดสโคซูจิ้ง  
กึ่งและไข่ออนเซ็น

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก					
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน					
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม					



หัวข้อที่ 4 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก					
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน					
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม					



หัวข้อที่ 5 คำถามเกี่ยวกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กล่องอาหาร รวมหน่วย

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถหยิบจับได้สะดวก					
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เปิด - ปิดและง่ายต่อการใช้งาน					
4. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ชั้น 1 และชั้นที่ 2 มีความเหมาะสม					



ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมินครั้งนี้

ลงชื่อ.....(ผู้เชี่ยวชาญ)

(.....)

ตำแหน่ง.....

(วันที่.....เดือน.....ปี.....)



## แบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

**คำอธิบาย** แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัด

จำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ จึงใคร่ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามประเมินนี้ตามความจริงในความเห็นของท่าน เพื่อจะได้นำไปเป็นประโยชน์ดังกล่าวและนำไปข้อมูลที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ในการ ออกแบบและพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ในครั้งต่อไปแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 5 หัวข้อเพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตาม วัตถุประสงค์และเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไป

### ประเมินนี้ มี 5 หัวข้อ ประกอบไปด้วย

หัวข้อที่ 1 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ออกไถ่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

หัวข้อที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สเต็มเด็กปลาแซลม่อนพริกไทยดำ

หัวข้อที่ 3 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์หมีฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกึ่งและไข่อบนึ่ง

หัวข้อที่ 4 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น

หัวข้อที่ 5 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กล่องอาหารรวมหน่วย

นางสาวญาณิศา กาญจนภาส ผู้วิจัย

## แบบประเมินผลผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

ผู้ทำโครงการ

นางสาวญาณิศา กาญจนภาส

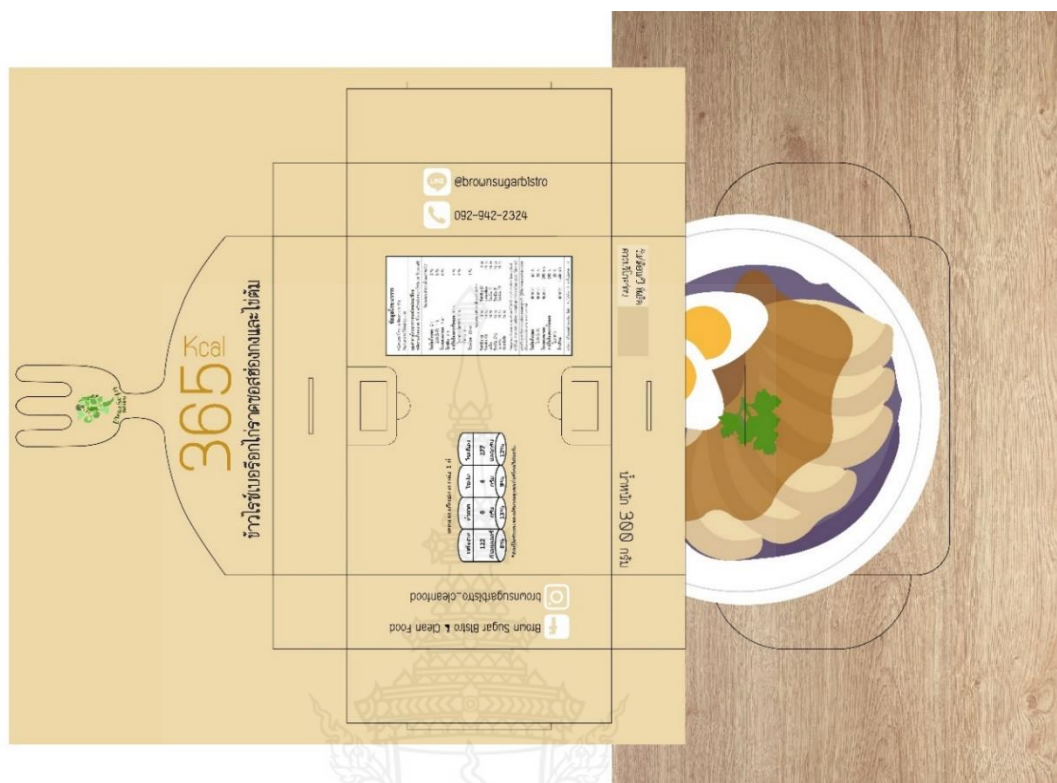
ปริญญาตรี ปีที่4 สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**คำชี้แจง** แบบประเมินผลระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์โดยพิจารณาเลือกตามความเหมาะสมทางด้านต่างๆแล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็น ดังนี้

- |   |         |                         |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความเหมาะสมมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | มีความเหมาะสมมาก        |
| 3 | หมายถึง | มีความเหมาะสมปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | มีความเหมาะสมน้อย       |
| 1 | หมายถึง | มีความเหมาะสมน้อยที่สุด |



หัวข้อที่ 1 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ไก่ราดซอสฮ่องกงและไข่ต้ม

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน					
5. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระบุข้อความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน					



หัวข้อที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์สเด็กปลาแซลม่อนพริกไทยดำ

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน					
5. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระบุข้อความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน					



หัวข้อที่ 3 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์หมี่ฮ่องกงผัดซอสโคชูจังกุ้ง และไข่ออนเซ็น

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน					
5. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระบุข้อความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน					



#### หัวข้อที่ 4 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้งน้ำข้น

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน					
5. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระบุข้อความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน					



หัวข้อที่ 5 คำถามเกี่ยวกับกราฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กล่องอาหารรวมหน่วย

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. โลโก้ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. โทนสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
3. ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน					
4. ตัวอักษรข้อความบนบรรจุภัณฑ์อ่านง่ายและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน					
5. ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ระบุข้อความสำคัญของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน					



ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมินครั้งนี้

ลงชื่อ.....(ผู้เชี่ยวชาญ)

(.....)

ตำแหน่ง.....

(วันที่.....เดือน.....ปี.....)



## แบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

**คำอธิบาย** แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัด

จำหน่ายแบบเดลิเวอรี่จึงขอใคร่ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามนี้ตามจริงในความจริงในความเห็นของท่าน เพื่อจะได้นำไปประโยชน์ดังกล่าวและนำข้อมูลที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในครั้งต่อไปแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 2 ตอนเพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไป

นางสาวญาณิศา กาญจนภาส ผู้จัดทำ



แบบประเมินผลผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด / กล้องจัดแสดง  
 โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่  
 ผู้ทำโครงการ  
 นางสาวญาณิศา กาญจนภาส  
 ปริญญาตรี ปีที่4 สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์  
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**คำชี้แจง** แบบประเมินผลระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด / กล้องจัดแสดง  
 สินค้าของบรรจุภัณฑ์โดยพิจารณาเลือกตามความเหมาะสมทางด้านต่างๆแล้วเขียนเครื่องหมาย  
 ✓ ลงในช่องความคิดเห็นดังนี้

- |   |         |                         |
|---|---------|-------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีความเหมาะสมมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง | มีความเหมาะสมมาก        |
| 3 | หมายถึง | มีความเหมาะสมปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง | มีความเหมาะสมน้อย       |
| 1 | หมายถึง | มีความเหมาะสมน้อยที่สุด |



คำถามเกี่ยวกับการออกแบบกล่องจัดแสดงสินค้า

หัวข้อพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. กล่องจัดแสดงสินค้ามีรูปแบบที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. กล่องจัดแสดงสินค้าสามารถวางสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจนและครบถ้วน					
3. วัสดุที่ใช้ทำกล่องจัดแสดงสินค้ามีความแข็งแรงสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย					
4. สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาเลือกชมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....  
 .....

ขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบประเมินครั้งนี้

ลงชื่อ..... (ผู้เชี่ยวชาญ)

(.....)

ตำแหน่ง.....

(วันที่.....เดือน.....ปี.....)

## แบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านโครงสร้าง/ด้านกราฟิก/

### ด้านการตลาดของบรรจุภัณฑ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารคาวสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

**คำอธิบาย** แบบประเมินฉบับนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 3 ตอน เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไป

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานะภาพทั่วไปของผู้บริโภคที่ตอบแบบประเมิน โดยทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 2 แบบประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านโครงสร้าง/ด้านกราฟิก/ด้านการตลาด ของบรรจุภัณฑ์ โดยพิจารณาเลือกตามความเหมาะสมทางด้านต่างๆแล้วเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่องความคิดเห็นดังนี้

5	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์นอกเหนือจากที่ระบุไว้

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

#### ตอนที่ 1 สถานะภาพทั่วไป

- 1.1 เพศ  ชาย  หญิง
- 1.2 อายุ  18-25 ปี  26-35 ปี
- 1.3 อาชีพ  นักเรียน / นักศึกษา  ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

ข้าราชการ , รัฐวิสาหกิจ       พนักงานบริษัทเอกชน

อื่นๆ (ระบุ).....

#### 1.4 การศึกษา

ต่ำกว่ามัธยม       มัธยมศึกษา / ปวช.

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า       อื่นๆ

(ระบุ).....

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงความพึงพอใจ / ความรู้ความเข้าใจ / การนำไปใช้ของท่านเพียงระดับเดียว

**ตอนที่ 2** ระดับความพึงพอใจ / ด้านโครงสร้าง / ด้านกราฟิก / ด้านการตลาดของบรรจุภัณฑ์



โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ / กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ / กล้องจัดแสดงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคลีน  
สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่

ประเด็นความคิด	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2</b>					
1. สามารถทำการผลิตได้จริง					
2. โครงสร้างสามารถหยิบจับได้สะดวก					
3. รูปแบบที่ใช้มีความสวยงาม					
4. วัสดุที่ใช้ในการทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม					
<b>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</b>					
1. สีของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม					
2. ภาพประกอบสื่อสารได้อย่างชัดเจน					
3. กราฟิกมีความสวยงามโดดเด่น					
4. ตราสินค้าอ่านง่าย เข้าใจง่าย					
5. ตัวอักษรของตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์					
6. สามารถดึงดูดความสนใจได้					
<b>ด้านการตลาด / กล้องจัดแสดง</b>					
1. กล้องจัดแสดงสินค้ามีรูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. แทนจัดแสดงสินค้าสามารถวางสินค้าให้เห็นอย่างชัดเจนและครบถ้วน					

3. วัสดุที่ใช้ในการทำแทนจัดแสดง สินค้ามีความแข็งแรงและสะดวก ต่อการขนย้าย	
4. กล้องจัดแสดงสินค้าดึงดูด ผู้บริโภคให้เข้ามาเลือกชมเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์	

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

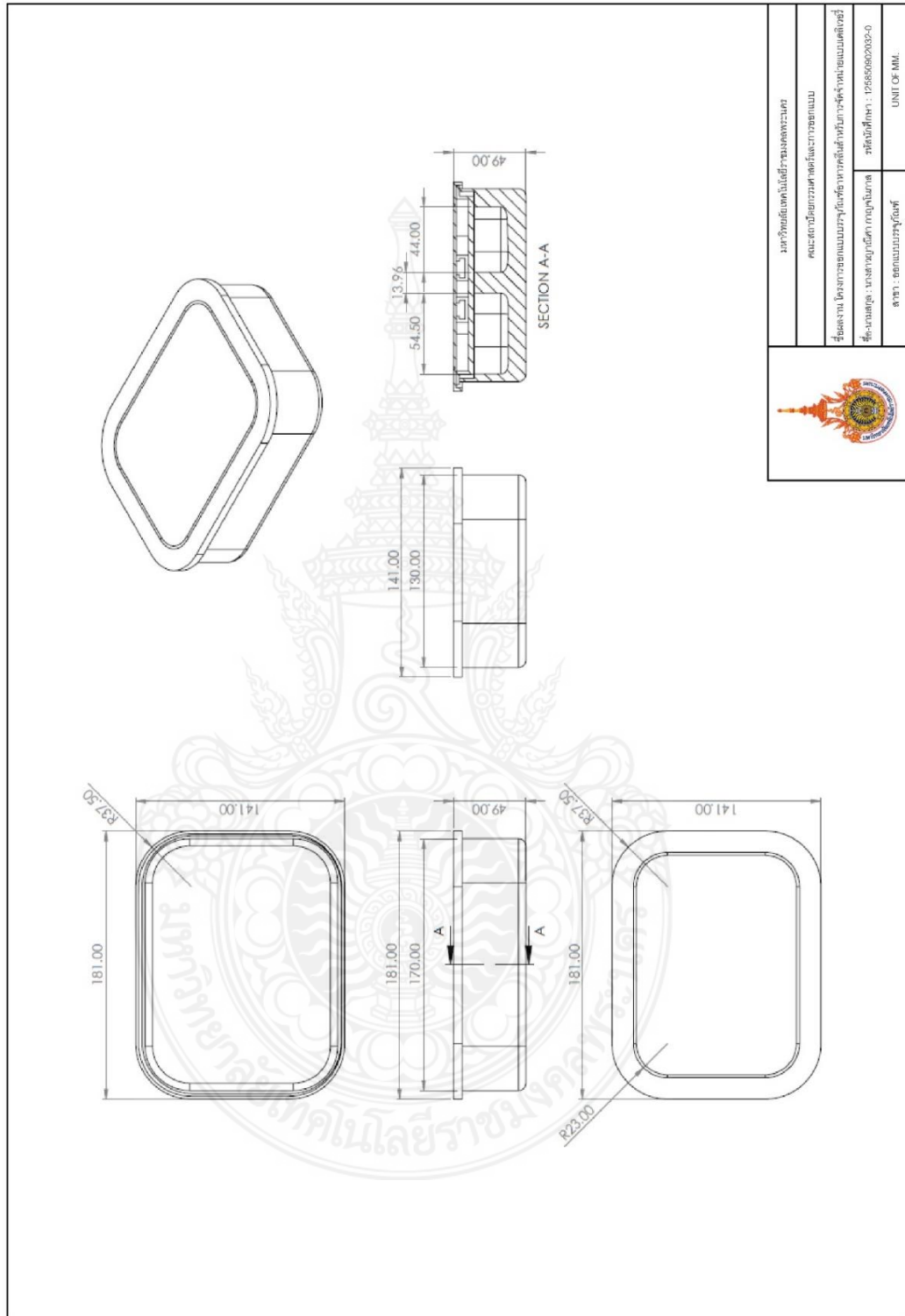
.....




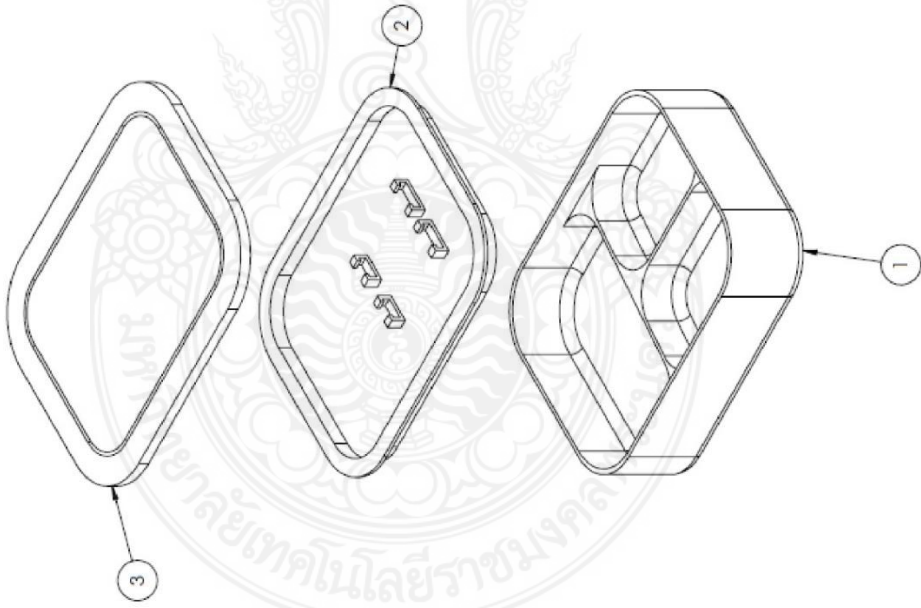


ภาคผนวก ค  
เขียนแบบเพื่อการผลิต




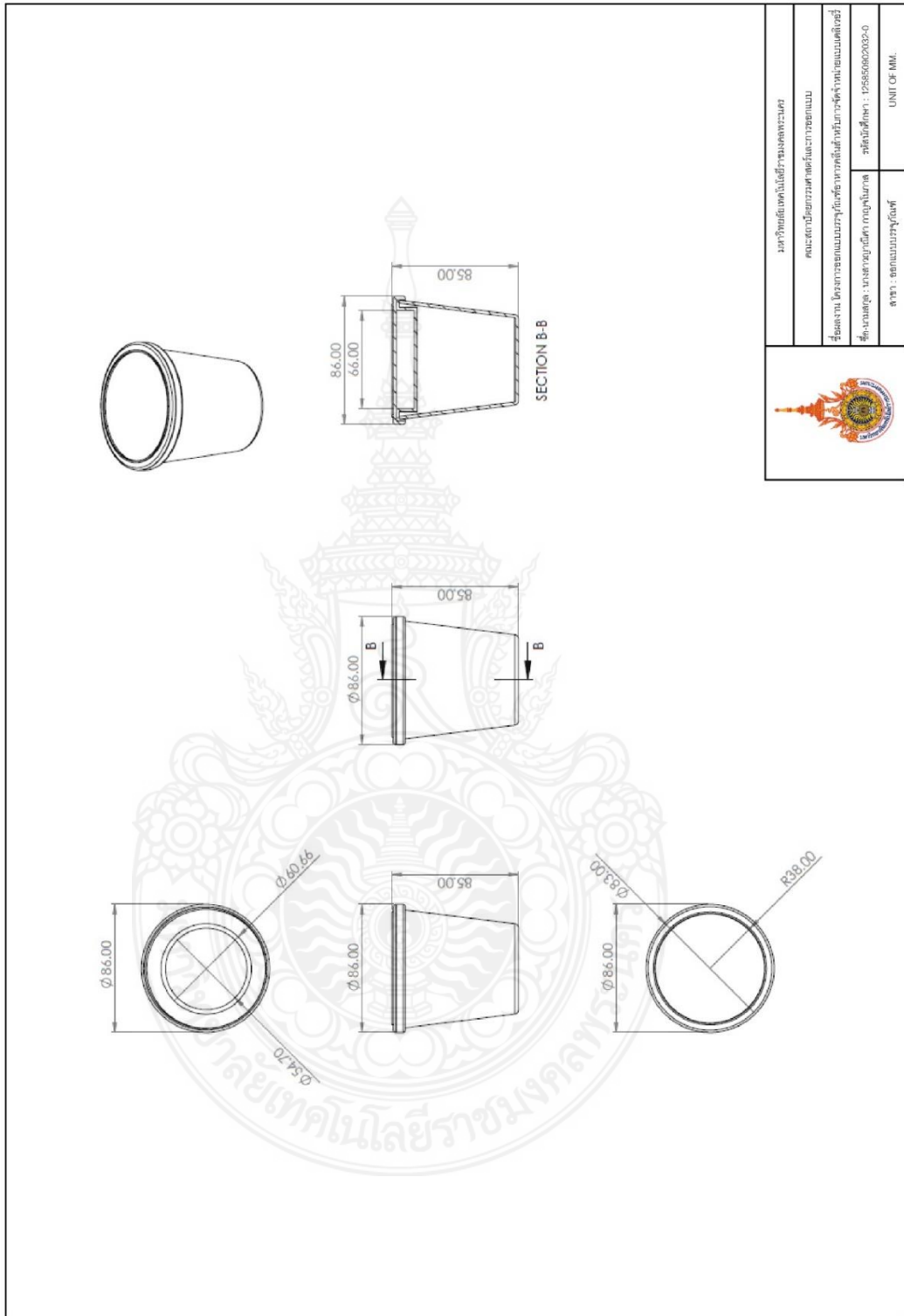



	
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ชื่อผลงาน : โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากผลิตภัณฑ์ทางการค้า (ทำแบบผลิตภัณฑ์)	
ผู้ควบคุมงาน : นางสาวกัญฉิกา กฤษณานาถ	รหัสนักศึกษา : 12655080203-0
สาขา : สถาปัตยกรรมบรรจุภัณฑ์	UNIT OF MM.

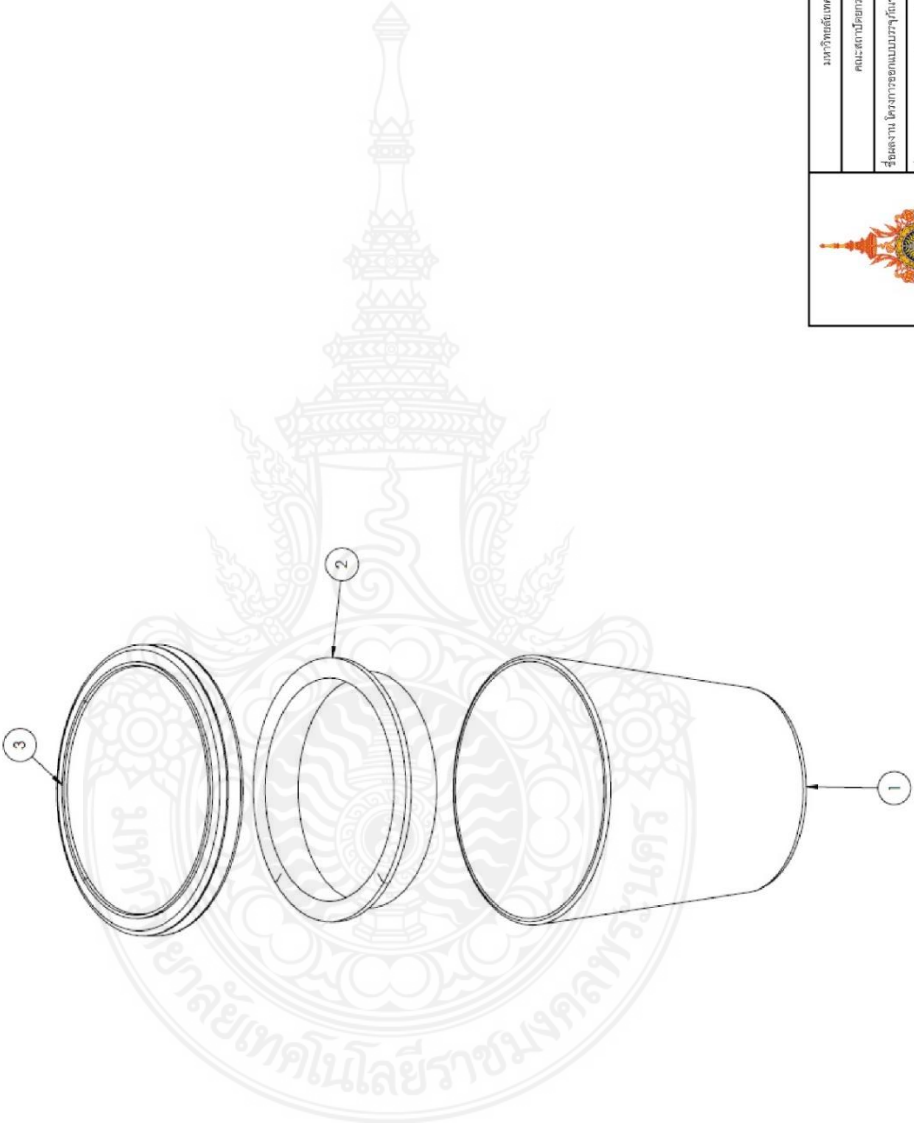


The diagram shows an exploded view of a three-tiered container. Part 1 is the main body with three horizontal tiers. Part 2 is a flat lid with three small rectangular protrusions. Part 3 is a separate rim or frame. The background features a watermark of a Thai temple stupa and the text 'มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล' (Rajabhat Technology University).


	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ศูนย์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและนวัตกรรมสร้างสรรค์	
ชื่อและ น. ชื่อภาควิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุภัณฑ์	ชื่อภาควิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุภัณฑ์
ชื่อ-นามสกุล : นายสุภณัฐ ฤกษ์งามใจ	รหัสบัตรประจำตัว : 128650002032-0
สาขา : สอนแบบบรรจุภัณฑ์	UNIT OF MM.

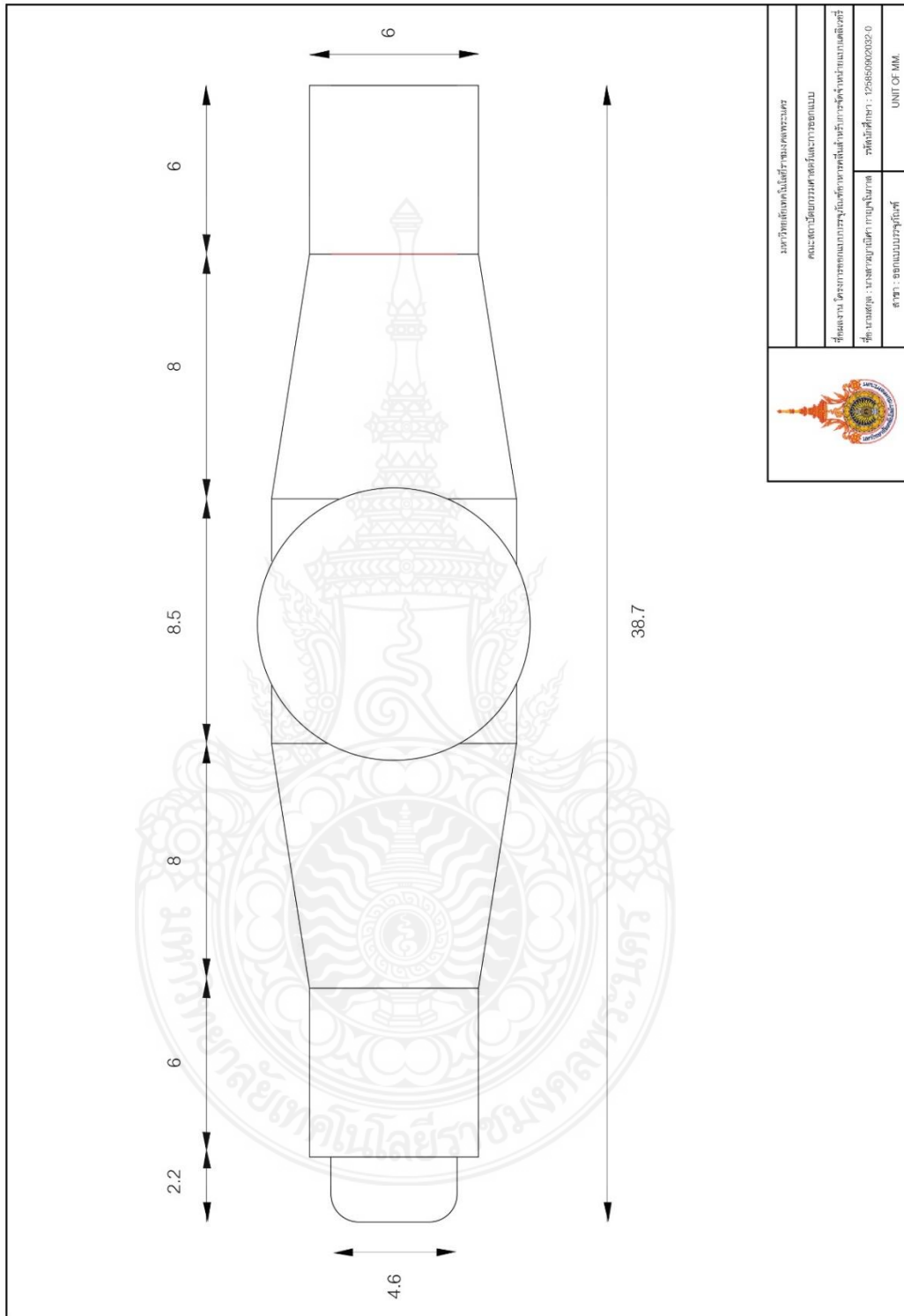


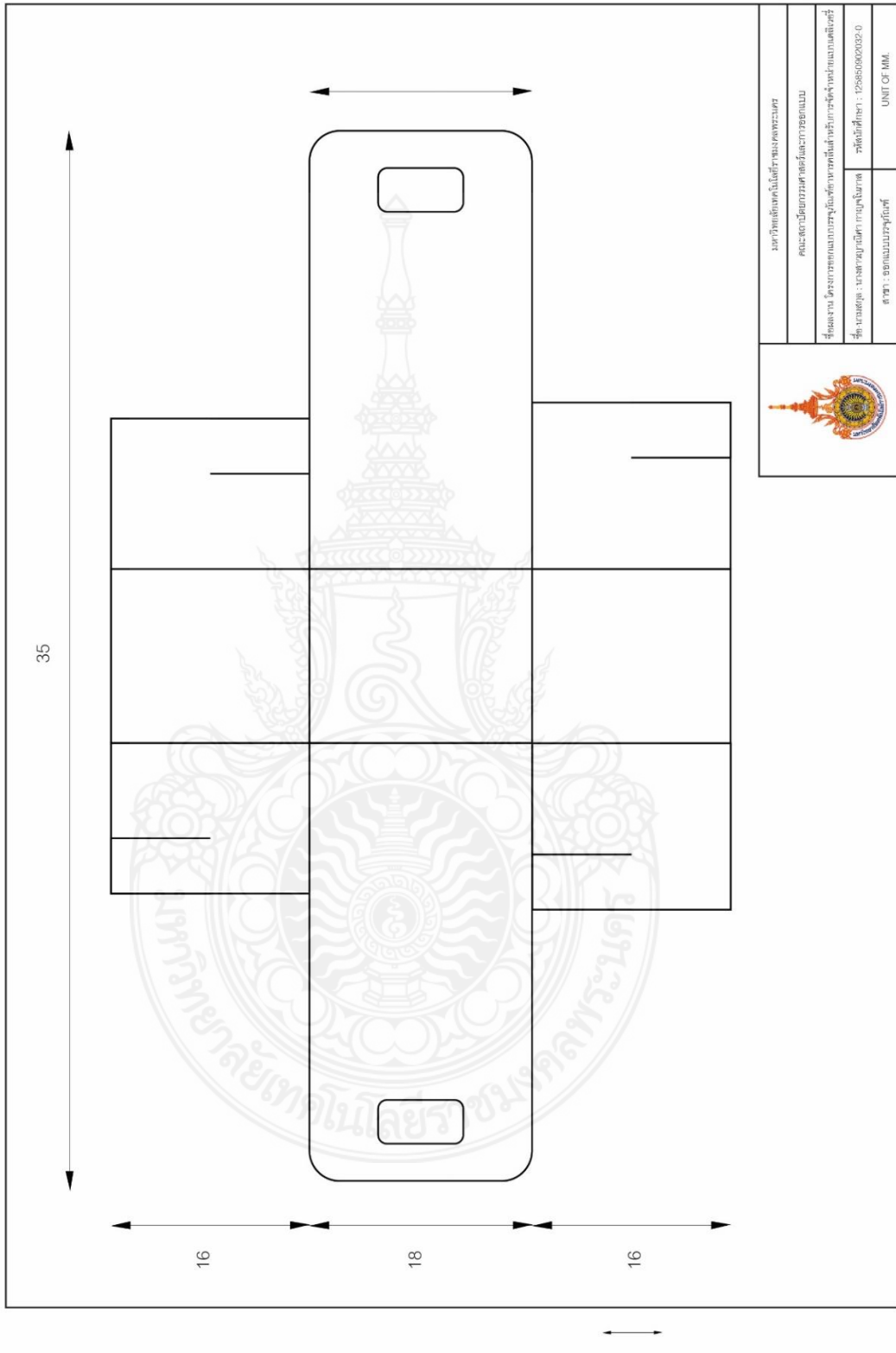
	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมหาสารคาม	
คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์	
ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล	
ชื่อผลงาน : โครงสร้างและแบบร่างชิ้นงาน	
ชื่อ-นามสกุล : นายสุวิทย์ คุ้มคำ	
รหัสนักศึกษา : 12885060202-0	
สาขา : วิศวกรรมเครื่องกล	
UNIT OF MM.	



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ผู้บรรยาย : วิศวกรออกแบบวัสดุและเครื่องจักรกล	ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล
ชื่อ-นามสกุล : นางสาวณิชา กฤษณานิภา	รหัสนักศึกษา : 125856060032-0
สาขา : สถาปัตยกรรมศาสตร์	UNIT OF MM.

	
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	
คณะสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ	
ศึกษานิเทศก์ : นางสาวณิศา เกตุจันทร์ ศึกษานิเทศก์ : 1258592022 0 สาขา : เทคโนโลยีสารสนเทศ	
UNIT OF MM	





		
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา		
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ		
ผังอาคาร, โครงสร้างสถาปัตยกรรมศาสตร์, การตกแต่งภายใน, การก่อสร้าง, การจัดการสิ่งแวดล้อม		
ชื่อ วิชา/สาขา : วัสดุอุปกรณ์ การเขียนงาน	รหัสวิชา : 12865000020	
ชื่อ : อนุชิตานันท์ บุญคุ้ม		UNIT OF MM



365 Kcal

300 mg

365 Kcal

300 mg

18.2

14.2

4

11


18.2

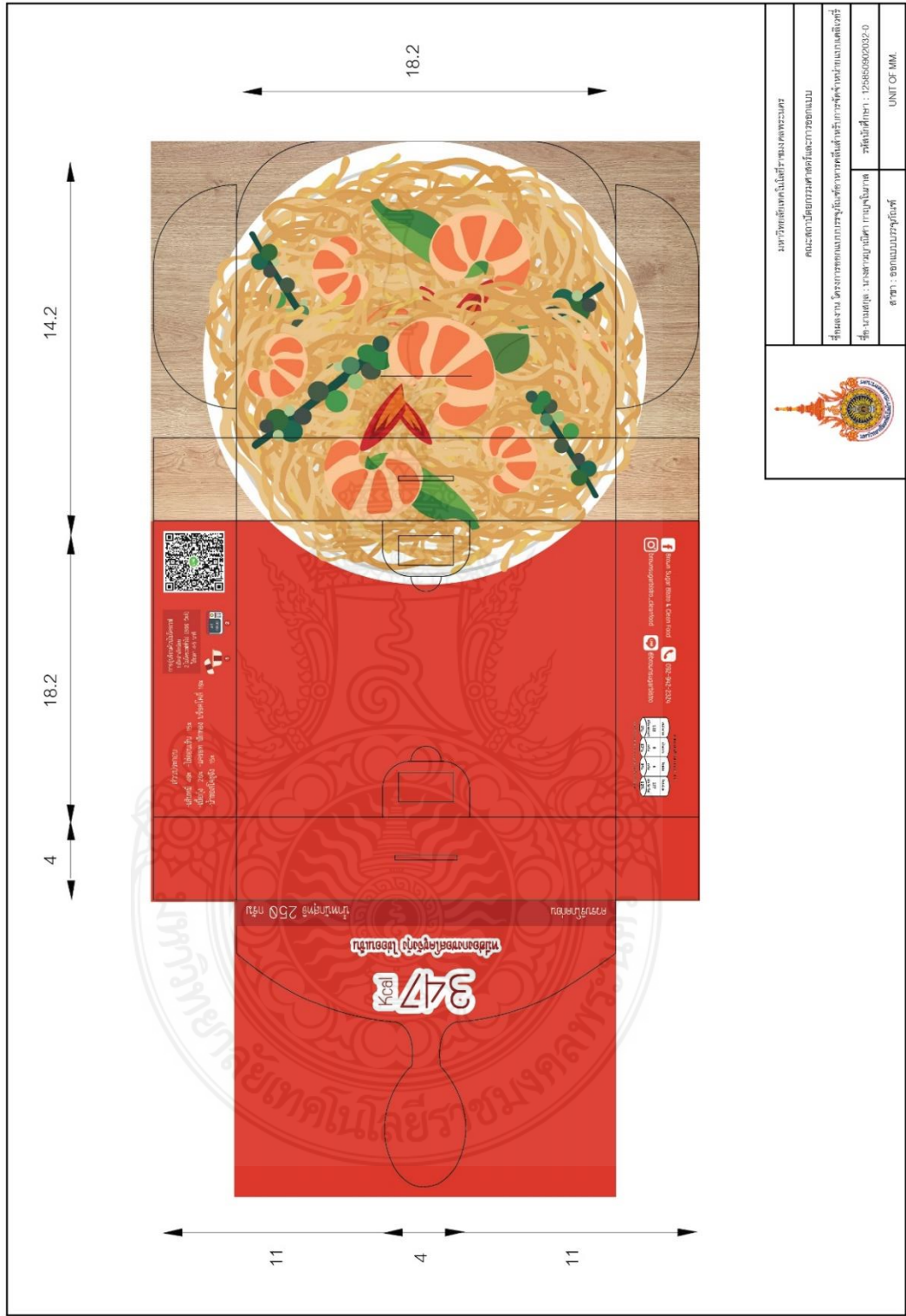
11

4

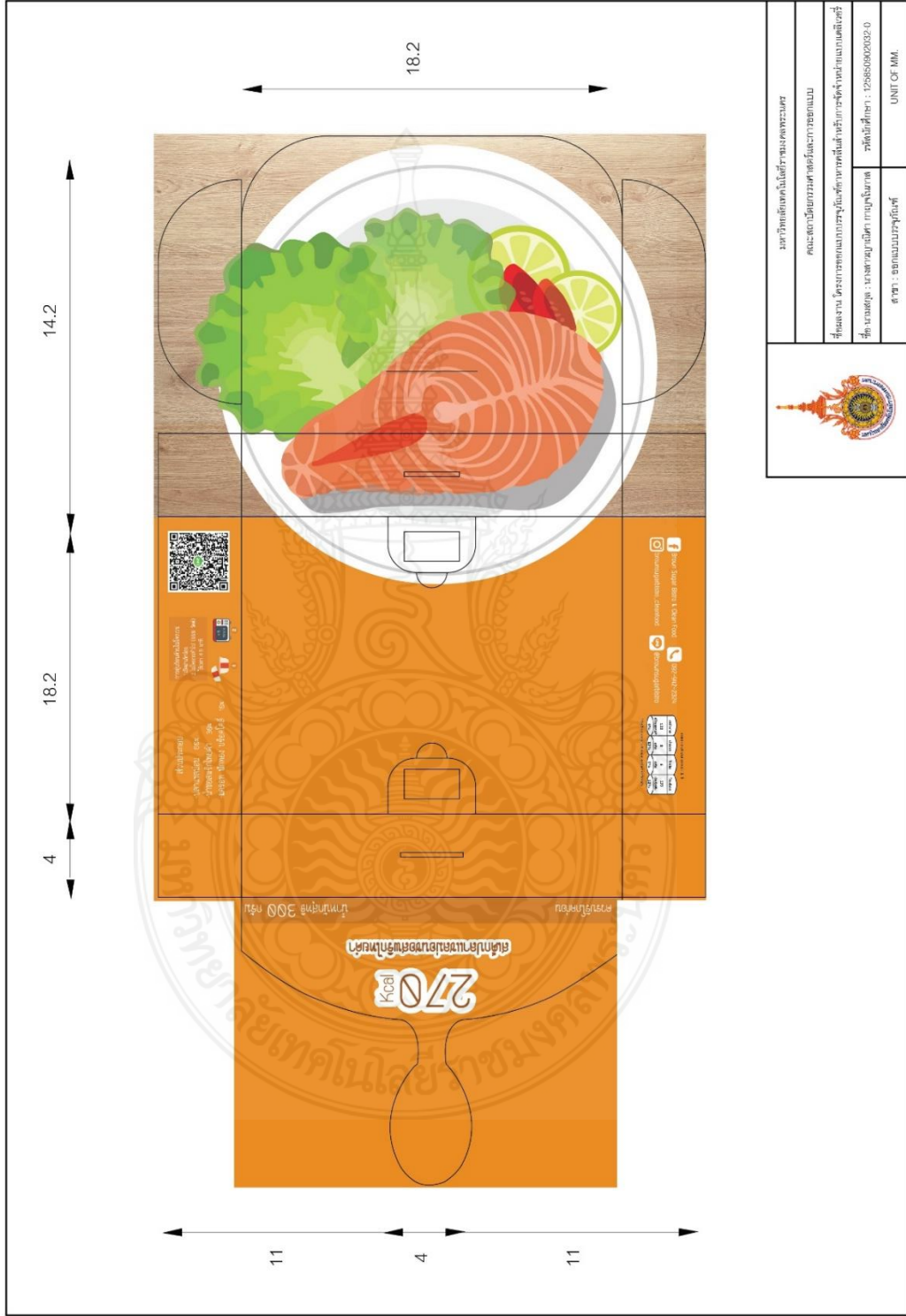
11

18.2

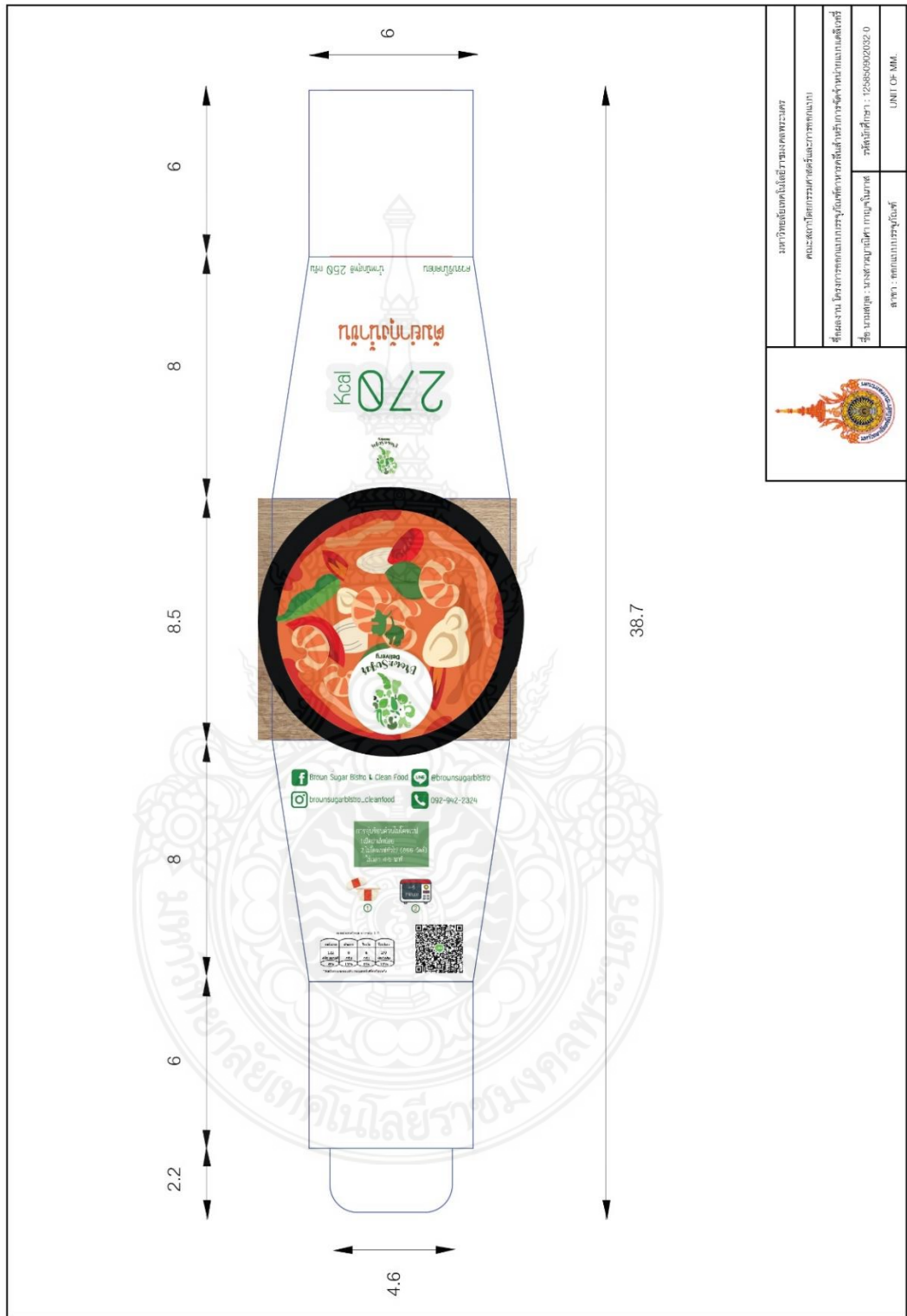
	
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม	
คณะเทคโนโลยีการอาหารและโภชนาการ	
ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : <a href="http://www.rmutm.ac.th">www.rmutm.ac.th</a> ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : <a href="http://www.rmutm.ac.th">www.rmutm.ac.th</a> ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : <a href="http://www.rmutm.ac.th">www.rmutm.ac.th</a> ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ : <a href="http://www.rmutm.ac.th">www.rmutm.ac.th</a>	
ชื่อ-นามสกุล : นางสาวกัญญาภากร บุญคุ้ม	รหัสประจำตัว : 125659920232.0
สาขา : เทคโนโลยีการอาหาร	UNIT OF NAME



	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
115 หมู่ 10 ตำบลคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510	115 หมู่ 10 ตำบลคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510
โทร : 029-242-300	โทร : 029-242-300
เว็บไซต์ : www.rmutt.tu.ac.th	เว็บไซต์ : www.rmutt.tu.ac.th
สาขา : สถาปัตยกรรมศาสตร์	สาขา : สถาปัตยกรรมศาสตร์
UNIT OF MM.	UNIT OF MM.



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
	คณะเทคโนโลยีการเกษตรและวิศวกรรม
ศึกษานิเทศก์ : อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล อ.ดร.สุวิมล	
ปีที่ : ๒๕๖๕ สาขา : วิศวกรรมเทคโนโลยีการผลิต รหัสวิชา : ๒๕๖๕๐๒๐๒๐	
วิชา : ฐานความรู้วิชาชีพ UNIT OF MM.	



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
	คณะเทคโนโลยีการเกษตรและนวัตกรรม
ศึกษานิเทศน์ โดย ดร.ชุตินันท์ ประเสริฐศรี อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการเกษตร ศึกษานิเทศน์ โดย น.ส.ศุภาวี นามะกุล นิสิตศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีการเกษตร	รหัสประจำตัว : 123650302032 0
สาขา : เทคโนโลยีการเกษตร วิชา : เทคโนโลยีการเกษตร	UNIT OF M.A.

35

16 18 16

**บริการจัดส่ง**  
 บริการจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม  
 ทุกสาขา ทุกวัน เวลา 10:00 - 22:00 น.  
 โทร. 02-256-8000 หรือ 02-256-8002

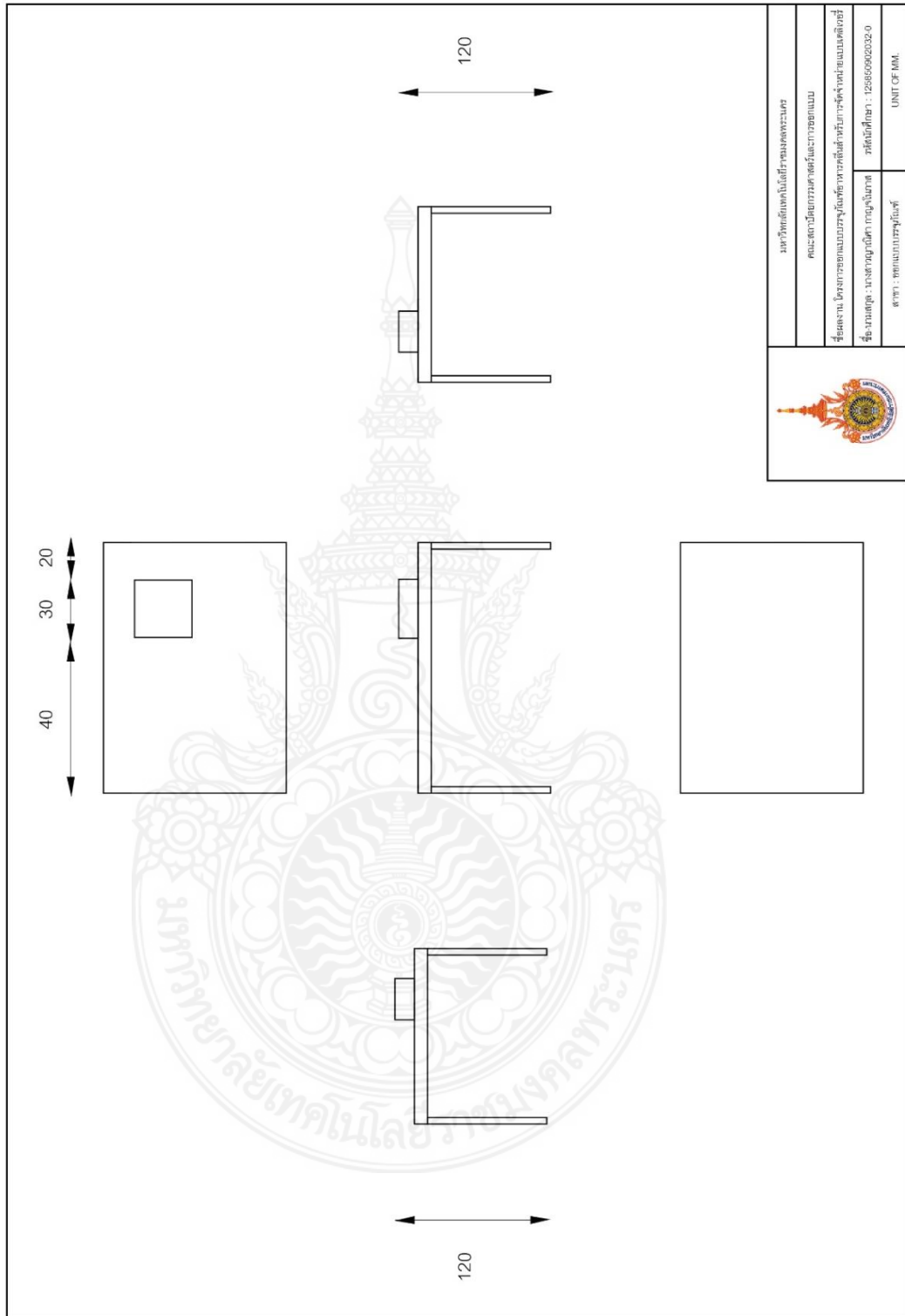
**ติดต่อเรา**  
 Facebook: @ecospin.delivery  
 Line: @ecospin.delivery  
 Instagram: @ecospin.delivery


**บริการจัดส่ง**  
 บริการจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม  
 ทุกสาขา ทุกวัน เวลา 10:00 - 22:00 น.  
 โทร. 02-256-8000 หรือ 02-256-8002

**Eco-Spin Delivery**

**Eco-Spin Delivery**

	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
สำนักงานโครงการพัฒนาระบบบริการจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม	
ชื่อโครงการ : บริการจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม	รหัสคดีสาร : 125650002022 0
สาขา : คณะเทคโนโลยี	UNIT 05-104



	มหาวิทยาลัยราชภัฏจลฬหบรรณ	
	คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศึกษา	
ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพของราษฎร (ศ.สป.) ราชภัฏจลฬหบรรณ		
ชื่อ-นามสกุล : นางสาวกัญญา กฤษณะนันท		
ชื่อ-นามสกุล : นางสาวกัญญา กฤษณะนันท		
รหัสประจำตัว : 12565000232-0		
ชื่อ : กฤษณะนันทกัญญา		
UNIT OF MM.		

ภาคผนวก ง  
ขั้นตอนการวิจัย



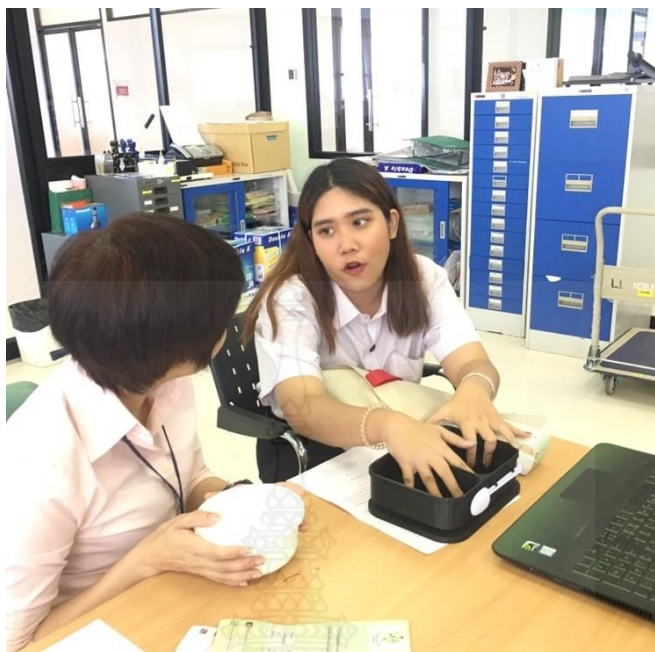


การเข้าพบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารคั้นสำหรับการจัดจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่  
คุณจิรายุ มณีโชติ (ผู้ประกอบการ)



บรรยากาศภายในร้านบราวชูการ์





การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้าง  
 ผศ.ดร.กฤติกา ต้นประเสริฐ ตำแหน่ง อาจารย์รักษาการหัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และ  
 บรรณารักษ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด  
 นางสาวปานรดา อมตธงชัยย์ ตำแหน่ง Marketing executive  
 บริษัท พูจีฟิล์ม ประเทศไทย จำกัด



การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก  
นางสาวธนิฏตา วิทิพย์รอด ตำแหน่ง Graphic Desingn  
บริษัท เมดิแคร์ เฮลธ์ กรุ๊ป จำกัด



ภาคผนวก ฉ  
ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์





บรรจุภัณฑ์อาหารคณีนสำหรับข้าวไรซ์เบอร์รี่อกไก่ราดซอสเซียงไฮ้



บรรจุภัณฑ์อาหารคณีนสำหรับเด็กปลาแซลมอนซอสพริกไทยดำ



บรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับหมีฮ้องกงซอสโคชูจัง



บรรจุภัณฑ์อาหารคลีนสำหรับต้มยำกุ้งน้ำข้น



กล่องจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย



## ประวัติการศึกษา

ชื่อ นามสกุล นางสาวญาณิศา กาญจนภาส  
 วัน เดือน ปีเกิด 16 พฤษภาคม 2540  
 ภูมิลำเนา 523 หมู่บ้านเสรีอ่อนนุช ถนนอ่อนนุช ซอยอ่อนนุช 70/1 แขวงประเวศ  
 เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

### ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	2561
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนศรีพฤฒา	2557
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนศรีพฤฒา	2554
ประถมศึกษา	โรงเรียนจินดาพงศ์	2551

