



การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์
อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี
Study, Thaiyoun cultural identity of Thailand for package design,
local food. Street culture of Sao Hai District, Saraburi

คณะผู้วิจัย

มัทรณี ปราโมทย์เมือง

หัวหน้าโครงการวิจัย

ธานี สุคนระชาติ

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

สุรภา วงศ์สุวรรณ

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ 2560

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์
อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

ผู้วิจัย : มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการวิจัย
ธานี สุคนธชาติ ผู้ร่วมโครงการวิจัย
สุรภา วงศ์สุวรรณ ผู้ร่วมโครงการวิจัย

พ.ศ. : 2560

บทคัดย่อ

การศึกษอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี 2) เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี ในการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3) เพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองตัวใหม่ ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

วิธีการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนา
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ การประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ นำผลข้อมูลที่ได้มา
วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสรุปผล

ผลการศึกษา พบว่า บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้
จังหวัดสระบุรี มีผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพโดยรวมต่อการประเมินความพึงพอใจของรูปแบบบรรจุ
ภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน
คือ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบของโครงสร้าง
บรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58 และด้านการ
ออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีสีของภาพที่กลมกลืนกับเนื้อหา
ข้อความ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83

Title : Study Thaiyoun cultural identity of Thailand for package design, local food. Street culture of Sao Hai District, Saraburi

Author : Mattanee Parmotmuang
Thanee Sukontachart
Surapa Wongsuwan

Year : 2017

ABSTRACT

The research project is : Study Thaiyoun cultural identity of Thailand for package design, local food. Street culture of Sao Hai District, Saraburi. The purpose is 1) To study the information of the road. In the design of local food packaging Thai Cultural Road, Sao Hai District, Saraburi 2) To design local food packaging Thai Cultural Road, Sao Hai District, Saraburi To upgrade and add value to the product. According to the design principles of packaging. 3) To evaluate the satisfaction of the new indigenous food packaging model. Thai Cultural Road, Sao Hai District, Saraburi.

The research method consists of studying the research. Packaging design and development phase Evaluation of the satisfaction with the form of packaging. The data obtained were analyzed for mean. And standard deviation and summary

The results showed that the local food packaging Thai Cultural Road, Sao Hai District, Saraburi. The results of the analysis showed that the overall condition of the satisfaction of the new packaging model of the target group. The level of satisfaction was 4.40. It is divided into 2 areas Packaging Design The most satisfying aspect was the overall form of packaging structure. Suitable for the product. The highest level was 4.58. And graphic design aspects of packaging. The most satisfying is that the packaging has the color of the image in harmony with the message content. The highest level was 4.83

กิตติกรรมประกาศ

ผลรายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ 2560 จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งได้ให้ความสำคัญในการจัดทำโครงการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนฯ ชาวบ้านตลอดเส้นทางถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่มาท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ที่ได้ช่วยเหลือในการพูดคุย สัมภาษณ์ ซักถามข้อมูล ตลอดจนการตอบแบบสอบถาม การประเมินผล และข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลมาประกอบการทำการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่านที่ช่วยกันทำงานจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายผู้วิจัยหวังว่าโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี จะเป็นประโยชน์ทางด้านการศึกษาและเชิงพาณิชย์ต่อชุมชนเป็นอย่างดี อนึ่งถ้าหากการวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยจึงใคร่ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านและผู้ศึกษาด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่อไป

มัทธนี ปราโมทย์เมือง
ธานี สุคนระชาติ
สุรภา วงศ์สุวรรณ

สารบัญ

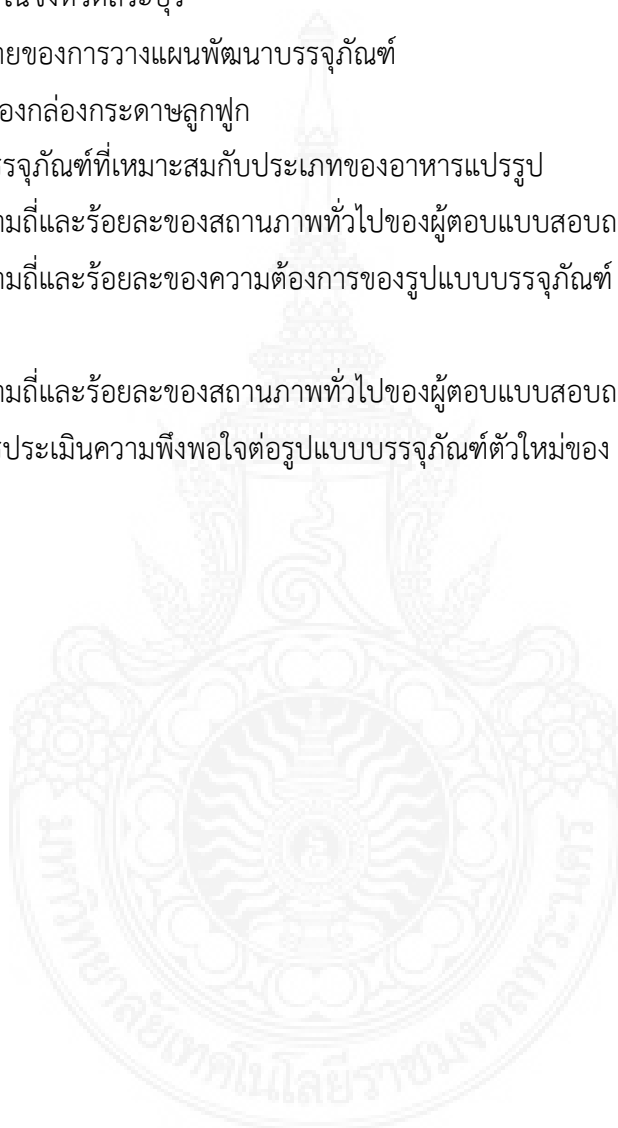
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 สมมติฐานของงานวิจัย	5
1.4 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย	5
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของจังหวัดสระบุรี และประวัติชาวไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี	10
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์	20
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาของสี	36
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์	41
2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์	55
2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	62
3.1 ขอบเขตของการวิจัย	62
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	65
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	66
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	68

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	69
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์	70
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบผลงานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่	71
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย	78
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่	80
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
5.1 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	83
5.2 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์	84
5.3 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่	85
5.4 ข้อเสนอแนะ	85
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	88
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	89
ภาคผนวก ข ภาพบรรยากาศการตรวจผลงานออกแบบ/การประเมินผลงานบรรจุภัณฑ์	99
ภาคผนวก ค ภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์	101
ประวัติผู้วิจัย	107

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงประชากรในจังหวัดสระบุรี	12
2.2 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์	35
2.3 ความแข็งแรงของกล่องกระดาษลูกฟูก	44
2.4 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป	47
4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
4.2 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ตัวใหม่	79
4.3 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
4.4 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ของ กลุ่มเป้าหมาย	81



สารบัญรูป

รูปที่	หน้า	
2.1	ตราประจำจังหวัดสระบุรี	10
2.2	แผนภูมิแสดงที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดสระบุรี	11
2.3	แผนที่แสดงข้อมูลชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	15
2.4	ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	16
2.5	ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารการกินชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	17
2.6	ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่มชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	17
2.7	ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องใช้พื้นบ้านชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	18
2.8	ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องใช้พื้นบ้านชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	18
2.9	ภูมิปัญญาเกี่ยวกับศิลปะการแสดงชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	19
2.10	ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมืองของถนนสายวัฒนธรรมชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี	20
2.11	แสดงลักษณะของวิวัฒนาการสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) ของเป๊ปซี่	33
2.12	ชาร์ตสี	37
2.13	ชั้นกระดาษลูกฟูก	44
2.14	อักษรย่อทางพลาสติก	45
2.15	ซองอลูมิเนียมฟอยล์	48
2.16	การเคลือบลามิเนตบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป	49
2.17	ระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไป	50
2.18	เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป	57
2.19	เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ	58
2.20	เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	58
2.21	เครื่องหมายโอท็อป	58
2.22	เครื่องหมายตลาดต้องชม	59
3.1	แผนผังแสดงขั้นตอนกระบวนการ	67
4.1	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมี่ไทยวน	71
4.2	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์หมี่กรอบสามรสไทยวน	72
4.3	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเทียนแก้ว	73
4.4	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยอบมัน	73
4.5	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมข้าวเกรียบงา	74
4.6	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกระยาสาทร	75
4.7	วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะนมสด	76

สารบัญญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
4.8 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกง	76
4.9 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ปลาสามแก้ว	77



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้มีการกำหนดนโยบาย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ด้วยการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเองอย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และด้านวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Globle) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Rehource) พูมฝึกประชาชนให้สู้ด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

จังหวัดสระบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคกลาง ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศทางตอนเหนือ ทางตะวันออกและทางตอนกลางของจังหวัดที่เป็นป่าเขามีเนินเขาสลับที่ราบสูงส่วนตอนใต้และทางตะวันตกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบ มีแม่น้ำไหลผ่านภายในจังหวัด โดยถือแม่น้ำสายที่สำคัญ คือ แม่น้ำป่าสัก ซึ่งจะไหลผ่านอำเภออมกเหล็ก อำเภอแก่งคอย อำเภอเมือง อำเภอเสาไห้ และไปบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยาที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยถือเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญในด้านโบราณสถานทางพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งล้วนแล้วแต่ยังคงคุณค่าไว้ได้อย่างครบสมบูรณ์ ทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวและการศึกษาหาความรู้ ทั้งยังเป็นเมืองที่มีความสำคัญต่อภาคระบบอุตสาหกรรมลำดับต้น ๆ ของประเทศไทย โดยเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมมากมายที่มีชื่อเสียงระดับโลกอีกด้วย จึงนับเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านต่าง ๆ ทั้งทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และอุตสาหกรรมของประเทศไทยที่น่าสนใจ

เส้นทางถนนสายวัฒนธรรมไทยวนของอำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี ถือเป็นเส้นทางสัญจรและการคมนาคมที่มีประชากรและกลุ่มชนของอำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี อาศัยอยู่เป็นจำนวนมากโดยเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยวนเป็นส่วนใหญ่ ชาวไทยวนแต่เดิมมีถิ่นฐานกำเนิดอยู่ที่เมืองเชียงแสน ซึ่งเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งของอาณาจักรล้านนา ที่มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งทางด้านศิลปกรรม การศาสนา

และศิลปวัฒนธรรม เมื่ออาณาจักรล้านนาเสื่อมอำนาจลง พม่าได้เข้ามามีอำนาจปกครองเมืองจวบจนถึงรัชสมัยแห่งองค์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โปรดเกล้าให้พระเจ้าหลานเธอกรมหลวงเทพหริรักษ์ และพระยายมราช ยกทัพพร้อมกับกองทัพเจ้าอนุวงศ์เมืองเวียงจันทน์ เจ้าอุปราชเมืองเชียงใหม่ เจ้านครน่าน และเจ้านครลำปาง เข้าล้อมตีเมืองเชียงแสน เมื่อตีเมืองได้แล้วจึงเผาทำลายป้อมปราการเมือง กำแพงเมืองและบ้านเมือง เพื่อมิให้เป็นที่ยึดมั่นแก่ข้าศึกพม่าในคราวต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากเมืองเชียงแสนเป็นยุทธศาสตร์ที่อยู่ทางเหนือสุดของประเทศ กองทัพไทยไม่มีกำลังพอที่จะป้องกันเมืองไว้ตลอดไปได้ จึงได้อพยพผู้คนชาวเมือง จำนวนราว 23,000 คน แล้วจัดแบ่งเป็น 5 ส่วน แยกไปไว้ที่เมืองเวียงจันทน์ 1 ส่วน เมืองเชียงใหม่ 1 ส่วน เมืองลำปาง 1 ส่วน เมืองน่าน 1 ส่วน ที่เหลือโปรดให้ลงมาเมืองหลวง และมาตั้งบ้านเรือนที่จังหวัดสระบุรี บริเวณแถบลุ่มน้ำป่าสักทางตอนใต้บางส่วนเลยไปตั้งถิ่นฐานที่จังหวัดราชบุรี (แถบตำบลคูบัว อำเภอเมือง) และได้กระจัดกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ เช่น สระบุรี ลพบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ชาวไทยวนนั้นถนัดในอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา การเพาะปลูก และมีเอกลักษณ์ทางด้านภาษา คือ ภาษายวนหรือภาษาล้านนาไทย ซึ่งเป็นภาษาถิ่นที่จัดอยู่ในภาษาตระกูลไทย

ปัจจุบันถนนสายวัฒนธรรมไทยวน จังหวัดสระบุรี มีพื้นที่เส้นทางครอบคลุมตลอดอำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรี ซึ่งทางประชาชนในชุมชนอำเภอเสาให้ และหน่วยงานราชการจังหวัดสระบุรี ได้ร่วมมือกันในการจัดดำเนินการให้ถนนเส้นดังกล่าวเกิดเป็นถนนสายวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทยวนขึ้น โดยถือเป็นเส้นทางถนนแห่งใหม่ที่จัดขึ้น ให้เป็นถนนสายวัฒนธรรมของชาวไทยวนแห่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของชาวไทยวนไว้ ทั้งยังมีผลงานด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ด้านภาษาท้องถิ่น และด้านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดสระบุรี ที่มีความหลากหลาย ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน นี้มีพื้นที่ของเส้นทางที่ครอบคลุมถนนตลอดทั้งตำบลดาวเรือง ตำบลเสาให้ ตำบลต้นตาล ตำบลท่าช้าง ตำบลม่วงงาม ตำบลบ้านยาง ตำบลเริงราง ตำบลพระยาท ตำบลวังงาม ตำบลศาลารีไทย ตำบลเมืองเก่า ตำบลหัวปลวกของอำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรีโดยรอบ

อาหารพื้นเมืองชาวไทยวนของอำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรี ตลอดเส้นทางถนนสายวัฒนธรรมไทยวนนั้น เป็นอาหารพื้นเมืองที่ประชาชนชาวไทยวนยังบริโภคเป็นอาหารในชีวิตประจำวัน หรือใช้จัดในการบริโภคในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น เมื่อยามมีแขกบ้านแขกเมืองมาเยือน การทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน เป็นต้น โดยอาศัยการปรุงด้วยวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากแหล่งธรรมชาติ หรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมภายในชุมชน หรือท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ผลิตขึ้นมาเอง เช่น ในการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ หรือจากการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยมีกรรมวิธีการทำที่เป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นแตกต่างกันไป ดังนั้นอาหารพื้นเมืองชาวไทยวนของประชาชนอำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรี จึงมีทั้งที่เป็นอาหารคาว และอาหารหวาน โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะเน้นได้นำอาหารหวาน ที่เป็นลักษณะของอาหารว่าง คือ “ขนม” เป็นหลัก โดยจะได้นำเอา

วัตถุดิบจากการเกษตรกรรมที่ปลูกภายในชุมชนมาใช้เป็นส่วนประกอบการปรุง เช่น ข้าว แป้ง น้ำตาล ถั่ว และงา เป็นต้น และเมื่อผลผลิตต่างๆเหลือใช้จากการบริโภคแล้ว จึงนำมาแปรรูปเพื่อใช้ในการประกอบอาหารอื่นๆ และยังจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนต่อไป

การวิจัยนี้ เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” ผู้วิจัยจึงเลือกตัวผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารหวาน ที่เป็นลักษณะอาหารว่างชนิดต่าง ๆ ที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยวนภายในชุมชนพื้นที่ของตำบลดาวเรือง ตำบลเส้าไห้ ตำบลต้นตาล ตำบลท่าช้าง ตำบลม่วงงาม ตำบลบ้านยาง ตำบลเรีงราง ตำบลพระยาทตำบลวังงาม ตำบลศาลารีไทย ตำบลเมืองเก่า ตำบลหัวปลวกของอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี มาเป็นกรณีศึกษาสำหรับการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ขึ้นโดยมีการศึกษาอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมชาวไทยวน และนำมาใช้ประกอบในการเล่าเรื่องวัฒนธรรม คติ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวไทยวนตลอดเส้นทางของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรีนี้ และนำผลมาวิเคราะห์ ในการประกอบแนวความคิดสำหรับการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองตัวใหม่ ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมชาวไทยวน มีความสวยงาม และเหมาะสมสำหรับการใช้งานให้แก่ชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ อีกทั้งผู้วิจัยจะยังมุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า ชาวบ้านที่เป็นชาวไทยวน นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น และประชาชนภายในจังหวัดสระบุรี ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองตัวใหม่นี้ถือเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ที่จะเน้นความร่วมมือแสดงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยวน ให้เกิดความสวยงาม และมีผลต่อการใช้งานที่เหมาะสมภายใต้สภาพปัญหาต่าง ๆ ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวเดิมที่ผู้วิจัยได้มีการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล และพื้นที่ในการดำเนินงานของการไปสำรวจตัวผลิตภัณฑ์อาหารและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิม และได้สัมภาษณ์เจ้าของสินค้า ผู้ประกอบการถึงการผลิต และการจัดจำหน่าย เพื่อนำไปการปรับแก้ไขงาน แล้วสู่กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองในรูปแบบใหม่ให้ดีขึ้น ดังต่อไปนี้

1. ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิม จะไม่สามารถตอบสนองประโยชน์การใช้งานด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ได้ ดังนี้

1.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวเดิม จะใช้ถุงพลาสติกใส กล่องพลาสติกใสสำเร็จรูปที่มีความบาง กรอบเปราะ ขำรูดเสียหายง่าย ไม่มีความแข็งแรง ทำให้บรรจุภัณฑ์เกิดการฉีกขาดได้ง่าย

1.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวเดิม มีปัญหาทางกายภาพที่เมื่อระยะเวลาการบรรจุอาหารผ่านไปสักระยะเวลาหนึ่ง กล่องจะเริ่มขุ่นมัว ไม่ใส ทำให้อาหารดูไม่สะอาด ตัวสินค้าดูเหมือนของเก่า ไม่น่ารับประทาน ทำให้ลูกค้าไม่กล้าซื้อเพราะกลัวเป็นสินค้าเก่า

1.3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวเดิม ไม่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกในการหยิบจับ ถือหิ้ว หรือการนำพาที่เหมาะสมได้ด้วยตัวบรรจุภัณฑ์เอง โดยต้องอาศัยใส่ในถุงพลาสติกให้สิ้นเปลืองอีกชั้นหนึ่ง

2. ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ตัวเดิม ไม่สามารถตอบสนองประโยชน์ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้ ดังนี้

2.1 ไม่มีตราสัญลักษณ์ของสินค้า ที่สื่อถึงแหล่งที่มาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นี้มาจากผู้ผลิตคนใด อันเนื่องมาจากการจำหน่ายสินค้าชนิดเดียวกัน หลายๆร้านภายในชุมชน

2.2 รูปแบบของกราฟิกบรรจุภัณฑ์ตัวเดิม กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ยังขาดความสอดคล้องกันตลอดทั้งเส้นทางถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี เพราะแต่ละผู้ผลิต แต่ละสถานที่ที่จะประกอบอาหาร โดยวิธีการแยกกันจัดทำ และจำหน่ายสินค้าแต่อย่างของตัวเองเองเป็นหลัก ดังนั้นเวลาที่มาวางรวมกันในร้านค้า หรือสถานที่จัดจำหน่ายเดียวกัน สินค้าจึงดูกระจัดกระจาย มองดูไม่มีเอกภาพทางการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชาวไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

2.3 รูปแบบของกราฟิกบรรจุภัณฑ์ตัวเดิม ทั้งรูปภาพ สีสันทันและตัวอักษร ยังขาดซึ่งความสวยงาม ชวนมอง การแสดงรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ไม่มี ไม่เหมาะสม ขาดความชัดเจน และขาดความสอดคล้องกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาหารที่อยู่ด้านใน

2.4 รูปแบบของกราฟิกบรรจุภัณฑ์ตัวเดิมบางผลิตภัณฑ์ มีเพียงป้ายฉลากสินค้าที่เป็นการใช้กระดาษสีต่าง ๆ โดยปริ้นท์จากคอมพิวเตอร์ หรือใช้การถ่ายเอกสารมาติดประกอบ และเขียนราคาจำหน่ายลงบนกล่องบรรจุภัณฑ์ด้วยปากกาเมจิก จึงทำให้เกิดการปนเปื้อนลงบนอาหารภายในได้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี” ดังกล่าวเพื่อช่วยในการช่วยส่งเสริมด้านวัฒนธรรมชาวไทยวนให้แก่ชุมชนได้เห็นความสำคัญ และเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์ สืบสานและเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นชาวไทยวนของชุมชนอีกทั้งตลอดทั้งเส้นทางของการท่องเที่ยวของถนนสายวัฒนธรรมไทยวนแห่งนี้ ทั้งบรรจุภัณฑ์ยังช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย เพราะบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองที่ดี ถูกเปรียบเปรยให้เป็น “พนักงานขายเงียบ” นั่นเอง อันเนื่องมาจากเพราะว่าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้น บรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เช่น การหยิบ จับ การเปิด-ปิดของตัวบรรจุภัณฑ์ที่ดีแล้วทางด้านกรอกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ดี ก็ต้องมีความสวยงามร่วมด้วย ดังนั้นจึงจะเป็นการช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันในการช่วยเพิ่มมูลค่าและยกระดับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้สามารถเพิ่มมูลค่ามากขึ้นให้แก่สินค้าในการเพิ่มยอดขายให้แก่ชุมชนได้นั่นเอง

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

1.2.2 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ในการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.2.3 เพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองตัวใหม่ของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

1.3 สมมติฐานของงานวิจัย

ทฤษฎี สมมติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

- สมมติฐาน

กลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ที่มากกว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม ทั้งทางด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์

1.4 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี”

1.4.1 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.1.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวความคิด ในการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ให้มีประสิทธิภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ที่จะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การศึกษาค้นคว้าข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายและบรรจุภัณฑ์

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการลงสำรวจพื้นที่ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือกมาใช้เป็นกรณีศึกษาทั้งในด้านช่องทางการตลาด การวางจำหน่าย รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ และจากการสอบถามความต้องการของผู้จำหน่าย ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าผลิตภัณฑ์และตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ในขั้นตอนการออกแบบ

2) การศึกษาข้อมูลวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

ทำการศึกษาข้อมูลเพื่อหาสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยวน ของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ให้ดีที่สุด และดูจากการสัมภาษณ์ ทางเลือกที่ได้มาจากคำขวัญประจำอำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี โดยการอ้างอิงในเอกสารตำราต่างๆ เช่น แหล่งการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมชาวไทยวน หอศิลป์วัฒนธรรมพื้นบ้านไทยวน แหล่งแสดงผลงานด้านศิลปะพื้นบ้าน ด้านภาษาท้องถิ่น และแหล่งผลิตจำหน่ายด้านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดสระบุรี

เช่น ตลาดน้ำโบราณต้นตาล ตลาดน้ำดาวเรือง ตลาดน้ำลาวเวียง เป็นต้น ตามแนวความคิดของ Sakane (1986 : 7-12) เพื่อนำมาใช้สะท้อนภาพลักษณ์ของท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

3) การศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้นำชุมชน เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า ชาวบ้านที่เป็นชาวไทยวน นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น และประชาชนภายในจังหวัดสระบุรี ในการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนความต้องการในการออกแบบ การพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์อาหารที่วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองไทยวนนี้

1.4.2 คุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์

เพื่อใช้เป็นนิยามแนวความคิด (Conceptual definition) ในการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณลักษณะทั้งในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (การใช้งาน) และในด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (การใช้งาน)

- มีความแข็งแรง ทนทานต่อการใช้งาน
- มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าภายในได้ดี
- อำนวยความสะดวกในการเปิด-ปิด ใช้งาน
- อำนวยความสะดวกในการหิ้วถือ นำพา
- เปิดบริโภาค และจัดเก็บสินค้าส่วนที่เหลือได้สะดวก
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

2. ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (การตลาด)

- แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของไทยวน
- สร้างความสวยงามน่าใช้ ทำให้เกิดการจดจำที่ดี
- สื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด
- แสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ดี ชัดเจน
- ยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า

1.4.3 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย

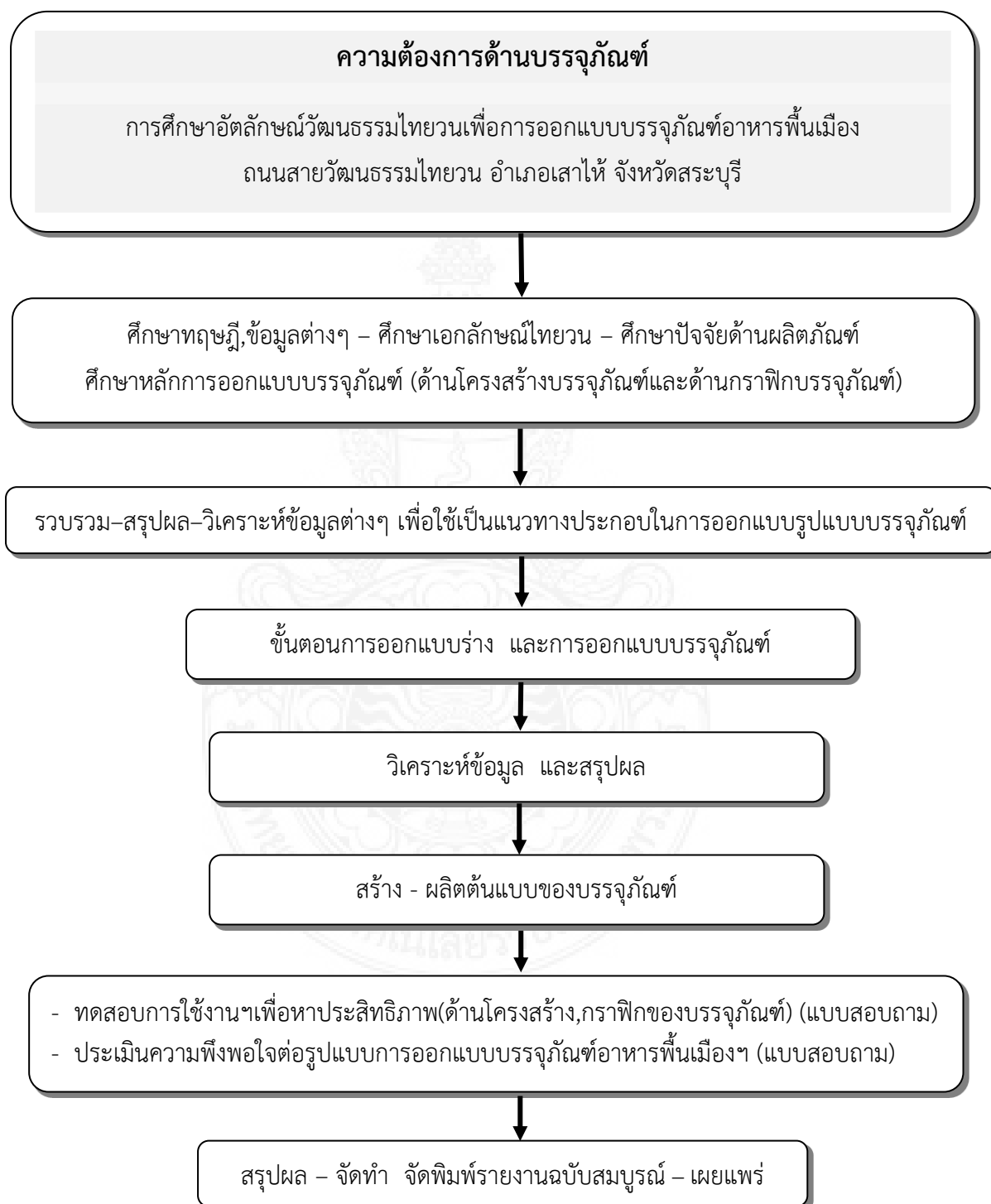
เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด(Conceptual frame work) ในการประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางต่างๆ ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมาย โดยการประเมินความพึงพอใจในผลงานด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์

1.4.4 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่

การประเมินความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ทั้ง

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ จากการศึกษาทฤษฎีทั้ง 2 ประการข้างต้น สามารถเชื่อมโยงกรอบและกระบวนการวิจัย ดังนี้

กรอบการวิจัย



1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาลักษณะรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองไทยวน อำเภอสายไทร จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยที่ทำการศึกษา ดังนี้

1.5.1 ตัวแปรที่ทำการศึกษา

1) ตัวแปรต้น ได้แก่

1.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน
อำเภอสายไทร จังหวัดสระบุรี

2) ตัวแปรตาม ได้แก่

2.1 ประสิทธิภาพของรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน
อำเภอสายไทร จังหวัดสระบุรี ดังนี้

- ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์

2.2 ความพึงพอใจต่อรูปแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง
ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอสายไทร จังหวัดสระบุรี ดังนี้

- ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากร ได้แก่ ผู้นำชุมชน, เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า, ชาวบ้านที่เป็นชาว
ไทยวน, ประชาชนภายในจังหวัดสระบุรี และนักท่องเที่ยว
ต่างถิ่น จำนวน 300 คน
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำชุมชน, เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า, ชาวบ้านที่เป็นชาว
ไทยวน, ประชาชนภายในจังหวัดสระบุรี และนักท่องเที่ยว
ต่างถิ่น จำนวน 100 คน

1.5.2 ขอบเขตขั้นตอนการศึกษาคำถามวิจัย

1) ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเอกสาร

การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง
ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอสายไทร จังหวัดสระบุรี

2) สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3) การแจกและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

4) วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเบื้องต้น

5) การออกแบบ-การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมืองฯ

- 6) การทดสอบ-การประเมินผลบรรจุกัญท์ (ด้านการใช้งาน)
- 7) การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย
- 8) เขียนและจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์
- 9) จัดพิมพ์และเผยแพร่ผลงานการวิจัย

1.5.3 ขอบเขตการออกแบบบรรจุกัญท์ของงานวิจัย

การออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุกัญท์

1) การออกแบบบรรจุกัญท์อาหารพื้นเมืองไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

- | | |
|-------------------|---------------|
| - ผัดหมี่ไทยวน | จำนวน 1 ผลงาน |
| - หมี่กรอบไทยวน | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ขนมเทียนแก้ว | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ก๋วยเตี๋ยวหมั่น | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ขนมข้าวเกรียบงา | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ขนมกระยาสารท | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ขนมเปียะนมสด | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ขนมกง | จำนวน 1 ผลงาน |
| - ปลาส้มแก้ว | จำนวน 1 ผลงาน |

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.6.1 ได้รูปแบบบรรจุกัญท์อาหารพื้นเมืองไทยวนตัวใหม่ที่มีความเหมาะสม สวยงาม ทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุกัญท์

1.6.2 ได้งานกราฟิกบรรจุกัญท์อาหารพื้นเมืองไทยวนตัวใหม่ที่ช่วยเล่าเรื่อง สืบสานวัฒนธรรมของชาวไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี ทางอ้อมให้แก่ผู้บริโภคได้รู้

1.6.3 ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านชุมชนอำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

1.6.4 สามารถยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มยอดขายให้แก่ชุมชน

1.6.5 เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ถนนสายวัฒนธรรมไทยวนอำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรีให้รู้จักมากขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” ได้มีการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของจังหวัดสระบุรี
และประวัติชาวไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี
- 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาของสี
- 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์
- 2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของจังหวัดสระบุรี

และประวัติชาวไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดสระบุรี

จังหวัดสระบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย นับเป็นเสมือนด่านผ่านทางระหว่างภาคกลางกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และพร้อมด้วยแหล่งท่องเที่ยวมากมาย สระบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลาง ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ ทั้งในด้านโบราณสถานทางพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ ประเพณี ซึ่งยังคงคุณค่าไว้ได้อย่างครบถ้วน และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์อยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นจังหวัดหนึ่งที่น่าท่องเที่ยวและศึกษาหาความรู้



รูปที่ 2.1 ตราประจำจังหวัดสระบุรี

รูปมณฑป

หมายถึง สถานที่อันเป็นที่เคารพบูชาสูงสุดของชาวจังหวัดสระบุรีและชาวไทยทั้งประเทศ เป็นรูปมณฑปปลูกสร้างครอบรอยพระพุทธรูปบาทของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ตั้งอยู่ที่วัดพระพุทธบาทราชวรมหาวิหาร ตำบลขุนโขลน อำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี

จังหวัดสระบุรี ใช้อักษรย่อว่า "สบ"

จังหวัดสระบุรี ตั้งอยู่ตอนภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร ละติจูดที่ 14 องศา 31 ลิปดา 43.59439 พิลิปดาเหนือ กับลองจิจูดที่ 100 องศา 54 ลิปดา 35.58478 พิลิปดาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) ระยะทางประมาณ 108 กิโลเมตร(อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ - ศาลากลางจังหวัด) และตามทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ ระยะทางประมาณ 113 กิโลเมตร และตามแม่น้ำเจ้าพระยา แยกเข้าแม่น้ำป่าสัก

เนื้อที่จังหวัดสระบุรี มีเนื้อที่ทั้งหมด3,576,486 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 2,235,304 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.70 ของพื้นที่ประเทศอาณาเขตจ.สระบุรี มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอเมืองลพบุรี อำเภอชัยบาดาล และอำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
- ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ติดต่อกับอำเภอปากช่อง อำเภอสีคิ้ว จ.นครราชสีมา และอำเภอบ้านนา จ.นครนายก
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี และอำเภอวังน้อย อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอภาชี อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และอำเภอเมือง ลพบุรี จังหวัดลพบุรี

แผนภูมิแสดงที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดสระบุรี



รูปที่ 2.2 แผนภูมิแสดงที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดสระบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่จังหวัดสระบุรี เป็นส่วนหนึ่งของบริเวณลุ่มน้ำที่ราบลุ่มภาคกลาง ร่วมกับอีกส่วนหนึ่งของทิวเขาตงพญาเย็น สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเป็น 3 ลักษณะ คือ เป็นบริเวณที่ราบลุ่มเป็นบริเวณเขาห่อมหรือเขาเตี้ยและเป็นบริเวณเขาสูง โดยพบลักษณะดินโดยทั่วไปพบเป็นดินเหนียว ดินเหนียวปนทรายแป้ง ที่มีการระบายน้ำไหล หรือค่อนข้างไหล ใช้ทำนาปลูกข้าว บางแห่งมีชั้นของสารจาไรโซที่อยู่ที่ตื้น มีปฏิกิริยาเป็นกรด ซึ่งเป็นพืชต่อข้าว บางแห่งอาจมีน้ำท่วมทำให้ผลผลิตสูญเสียสำหรับดินเหนียวที่มีการระบายน้ำดี และมีความลาดชัน ใช้สำหรับการปลูกพืชไร่และไม้ผล บางแห่งพบชั้นดินกรวดหนาแน่นอยู่ตื้น และบางแห่งถูกกัดกร่อน ส่วนพื้นที่ที่มีความลาดชันสูง ๆ จะเป็นภูเขาบางแห่งพบชั้นหินที่พื้นอยู่ตื้น ซึ่งใช้เป็นที่ทำป่า

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดสระบุรี เป็นจังหวัดที่มีลักษณะอากาศแบบฝนเมืองร้อนเฉพาะฤดู (Tropical Aavanna Climate, Aw) ระบบจำแนกประเภทภูมิอากาศของ Koppen ซึ่งลักษณะภูมิอากาศแบบนี้จะมีฝนน้อยแห้งแล้งในฤดูหนาว และมีอุณหภูมิค่อนข้างสูงในฤดูร้อนและค่อนข้างจะหนาวเย็นในฤดูหนาว และมีฝนตกชุกในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม

อุณหภูมิ



จังหวัดสระบุรี เป็นจังหวัดในภาคกลาง และอยู่ลึกเข้ามาในแผ่นดินปกติมีอุณหภูมิค่อนข้างสูง จึงทำให้อากาศร้อนอบอ้าวในฤดูร้อน ส่วนในฤดูหนาวไม่หนาวจัด โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 28-29 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 33-34 องศาเซลเซียสและอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 23-24 องศาเซลเซียส เดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอากาศร้อนจัดที่สุดในรอบปี ส่วนฤดูหนาวอากาศจะหนาวที่สุดในเดือนมกราคม

สภาพทางการปกครองและการเมือง

หน่วยการปกครอง

จังหวัดสระบุรี	แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ 111 ตำบล 973 หมู่บ้าน	
การปกครองส่วนท้องถิ่น	ประกอบด้วย	
	องค์การบริหารส่วนจังหวัด	1 แห่ง
	เทศบาลเมือง	4 แห่ง
	เทศบาลตำบล	34 แห่ง
	องค์การบริหารส่วนตำบล	70 แห่ง

ตารางที่ 2.1 แสดงประชากรในจังหวัดสระบุรี

	หมายถึงจำนวนประชากรได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน
	หมายถึงจำนวนประชากรได้ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

อำเภอ/ปี	2557 (คน)	2556 (คน)	2555 (คน)	2554 (คน)	2553 (คน)	2552 (คน)	2551 (คน)
เมืองสระบุรี	118,299	118,124	117,466	115,880	116,052	115,576	115,117
แก่งคอย	98,113	96,990	96,285	95,294	94,555	93,154	92,514
หนองแค	91,621	90,956	90,601	90,041	89,651	88,888	88,218
พระพุทธบาท	64,272	63,984	63,755	63,608	63,611	63,409	75,895
มวกเหล็ก	54,981	54,407	54,014	53,624	52,851	52,199	51,988
บ้านหมอ	42,753	42,614	42,585	42,512	42,409	42,206	42,058
วิหารแดง	38,351	38,114	37,753	37,539	37,340	37,041	36,741
เฉลิมพระเกียรติ	35,486	35,021	34,601	34,066	33,547	33,138	32,671
เสาไห้	33,310	32,871	32,555	32,264	31,959	31,764	31,448
วังม่วง	19,531	19,348	19,206	19,009	18,828	18,624	18,287
หนองแซง	15,792	15,774	15,782	15,726	15,679	15,703	15,745
หนองโดน	14,197	14,238	14,297	14,095	14,097	14,200	14,206
ดอนพุด	6,754	6,775	6,789	6,796	6,805	6,805	6,752
รวมทั้งจังหวัด	633,460	629,216	625,689	620,454	617,384	612,707	621,640

อ้างอิง : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

2.1.2 ประวัติชาวไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

2.1.2.1 ความหมายของคำว่า “ยวน”

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า “ยวน” ว่าหมายถึง ชื่อชนชาติกรีก ชาวอินเดียเรียกเพี้ยนมาจากคำ Ionia, เรียกชาวไทยทางลานนาว่าไท ยวน เพี้ยนเป็น “เฮาวนะ” “โยน” หรือโยนก ก็มี (ส) (ราชบัณฑิตยสถาน. 2546 : 892)

สงวน โชติสุขรัตน์ (2541 : 86) กล่าวว่า พวกไทยเงี้ยว (ไทยใหญ่) เรียกพวกคนไทยภาคเหนือว่า “ไท ยวน” หรือ “ไทยโยน” ซึ่งแปลมาจากคำว่า พวกไทยโยนก

บงอร ปิยะพันธุ์ (2541 : 1) ได้กล่าวว่า ไท ยวน คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหัวเมืองล้านนา ได้แก่ เมืองเชียงใหม่ เมืองเชียงแสน เมืองลำปาง เมืองลำพูน เมืองน่าน และเมืองแพร่ เป็นต้น ในอดีตนิยมสักตามร่างกายด้วยหมึกสีดำตั้งแต่เอวลงมาถึงเข่า จึงมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ลาวพุงดำ”

สุรพล ดำริห์กุล (2539 : 110-111) กล่าวไว้ว่า คนภาคเหนือปัจจุบันจะไม่เรียกตนเองว่า “คนยวน” เหมือนเช่นในอดีต จะเรียกตนเองว่า “คนเมือง” และเรียกภาษาที่ตนพูดว่า “คำเมือง” ทั้งนี้เพราะว่าสมัยก่อนล้านนาไทยเคยถูกพม่าปกครองเป็นเวลานานกว่า 150 ปีทำให้มีพม่าเข้ามาอาศัยปะปนอยู่ในเมืองเหนือมาก เพื่อเป็นการแบ่งแยกชนชาติไทยออกจากพม่า คนไทยภาคเหนือที่อยู่ในเมืองจึงเรียกตนเองว่า “คนเมือง” เพื่อให้ต่างจากชาวพม่าที่เรียกว่า “พวกม่าน” (พิเนตร น้อยพุทธา. 2530 : 55) ต่อมาคำว่า คนเมืองนิยมใช้กันแพร่หลาย จนลืมนิยามคำว่ายวนเสีย

จิตร ภูมิศักดิ์ ได้แสดงความคิดเห็นว่า การเรียกตนเองว่า “คนเมือง” นั้น เกิดขึ้นเพื่อทำหน้าที่ตอบโต้การดูถูกเหยียดหยาม ผู้ที่ถูกเหยียดหยามชาวล้านนาในอดีตนั้นอาจเป็นได้ทั้งคนไทยภาคกลางเราเองและพวกพม่ารวมกันซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ จันทบูรณ์ สุทธิที่ได้ศึกษาเรื่องนี้และเสนอว่า คำว่า คนเมือง นั้นน่าจะเป็นคำเรียกตนเองของคนในภาคเหนือที่แสดงออกถึงการตอบโต้ชี้แจง การเรียกหาอย่างดูถูก ดูหมิ่น เหยียดหยาม มากกว่าที่จะเป็นการเรียกหา เพื่อเป็นการแบ่งแยกหรือจำแนกชาติพันธุ์

2.1.2.2 ประวัติความเป็นมาชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี (อำพร ขุนเนียม. 2555)

สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพทรงสันนิษฐานว่า เมือง “สระบุรี” ตั้งขึ้นประมาณ พ.ศ. 2092 ในรัชสมัยพระมหาจักรพรรดิแห่งกรุงศรีอยุธยา สืบเนื่องมาจากยามมีศึกสงครามประชิดติดพระนคร ไม่สามารถเรียกระดมพลรักษาพระนครได้ทัน เพราะหัวเมืองต่างๆ ตามที่มีการแบ่งการปกครองอยู่ห่างจากกรุงศรีอยุธยามาก จึงต้องตั้งเมืองใหม่ขึ้นเพื่อให้สะดวกรวดเร็ว และได้ผลทันต่อเหตุการณ์ยากเกิดศึกสงคราม ส่วนที่ตั้งเมืองสระบุรีคราวแรกไม่มีการกำหนดดินแดนไว้แน่นอน สันนิษฐานว่า คงจะแบ่งเอาบางส่วนจากทางเมืองลพบุรี แขวงเมืองนครราชสีมา แขวงเมืองนครนายก ตั้งขึ้นเป็นเมืองสระบุรี ทั้งนี้เพราะเขตที่ตั้งขึ้นเป็นเมืองสระบุรี เป็นเขตที่ลุ่มบางส่วนของแม่น้ำป่าสัก ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และยังคงเป็นเส้นทางที่พวกขอมสมัยโบราณเคยใช้เดินทางในการติดต่อกับราชธานี

การปกครองแบ่งออกเป็น 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสระบุรี อำเภอแก่งคอย อำเภอหนองแค อำเภอวิหารแดง อำเภอหนองแซง อำเภอบ้านหมอ อำเภอดอนพุด อำเภอหนองโดน อำเภอพระพุทธบาท อำเภอเสาไห้ อำเภอมวกเหล็ก อำเภอวังม่วง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ มีพื้นที่ทั้งหมด 3576.5 ตารางกิโลเมตร



รูปที่ 2.3 แผนที่แสดงข้อมูลชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

ชาวไทยวน สระบุรี แต่เดิมมีถิ่นฐานกำเนิดอยู่ที่เมืองเชียงแสน ซึ่งเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งของอาณาจักรล้านนา ที่มีความเจริญรุ่งเรืองทั้งทางด้านการปกครอง การศาสนา และศิลปะวัฒนธรรม เมื่ออาณาจักรล้านนาเสื่อมอำนาจลง พม่าได้เข้ามามีอำนาจปกครองเมืองจวบจนถึงรัชสมัยแห่งองค์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โปรดเกล้าให้พระเจ้าหลานเธอ กรมหลวงเทพหริรักษ์ และพระยายมราชยกทัพพร้อมกับกองทัพเจ้าอนุวงศ์เมืองเวียงจันทร์ เจ้าอุปราชเมืองเชียงใหม่ เจ้านครน่าน และเจ้าครลำปาง เข้าล้อมตีเมืองเชียงแสน เมื่อตีเมืองได้แล้ว จึงเผาทำลายป้อมปราการเมือง กำแพงเมืองและบ้านเมือง เพื่อมิให้เป็นที่มั่นแก่ข้าศึกพม่าในคราวต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากเมืองเชียงแสนเป็นยุทธศาสตร์ที่อยู่ทางเหนือสุดของประเทศ กองทัพไทยไม่มีกำลังพอที่จะป้องกันเมืองไว้ตลอดไปได้ จึงได้อพยพผู้คนชาวเมืองจำนวนราว 23,000 คน แล้วจัดแบ่งเป็น 5 ส่วน แยกไปไว้ที่เมืองเวียงจันทร์ 1 ส่วน เมืองเชียงใหม่ 1 ส่วน เมืองลำปาง 1 ส่วน เมืองน่าน 1 ส่วน ที่เหลือโปรดให้ลงมาเมืองหลวง และมาตั้งบ้านเรือนที่จังหวัดสระบุรี บริเวณแถบลุ่มน้ำป่าสักทางตอนใต้ บางส่วนเลยไปตั้งถิ่นฐานที่จังหวัดราชบุรี (แถบตำบลคูบัว อำเภอเมือง)

ชาวไทยวนสระบุรี ระยะเวลาได้ตั้งรกรากถิ่นฐาน สร้างบ้านเรือน อยู่สองริมฝั่งแม่น้ำป่าสัก แถบพื้นที่อำเภอเสาไห้ และอำเภอเมือง ต่อมาเมื่อมีลูกหลานเพิ่มมากขึ้น จึงขยายพื้นที่ย้ายถิ่นฐานไปอยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดสระบุรี (ยกเว้นอำเภอหนองโดนและดอนพุด) นอกจากนี้ยังมีการอพยพครอบครัวไปตั้งถิ่นฐานยังต่างจังหวัด เช่น อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา อำเภอพัฒนานิคม จังหวัด

ลพบุรี อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร และอำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น

ชาวไทยวน ที่อาศัยอยู่ในเมืองสระบุรี มีความรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรม มีการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม ที่สืบทอดมาจากถิ่นฐานเดิม อันได้แก่ งานบุญสลากภัต งานถวายปราสาทผึ้ง การสร้างหนังสือพระธรรมคัมภีร์ต่าง ๆ ตามความเชื่อทางศาสนา ที่สืบทอดกันมายาวนาน

2.1.2.3 เอกลักษณะ จุดเด่นของชาวไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

(สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสระบุรี, 2559)

1) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

ชาวไทยวนนิยมสร้างบ้านเรือนริมน้ำป่าสัก และสร้างตามรูปแบบของวัฒนธรรมเดิม คือ การสร้างบ้านเรือน แบบทรงกาแล มีไม้ไข้ว อยู่บนหลังคาหน้าจั่วเรือน ส่วนบนผายออก เรียกว่า “เรือนอกโตเอวคอด”



รูปที่ 2.4 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

2) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารการกิน

ชาวไทยวน ได้รับการถ่ายทอดการประกอบอาหารมาจากบรรพบุรุษ โดยเป็นอาหารทางเหนือ จัดอาหารแบบขันโตก มีข้าวเหนียว แกงโฮ๊ะ ลาบ ผัดหมี่ ใส่อั่ว แค็บหมู น้ำพริกหนุ่ม และชาวไทยวนสระบุรียังได้ทำอาหารว่างที่เป็นขนมต่างๆ เพื่อใช้ในงานพิธี งานบุญประเพณีด้วย เช่น งานบุญถวายสลากภัต งานกวนข้าวทิพย์ ส่วนขนมที่ชาวไทยวนนิยมทำ ได้แก่ ขนมกง ขนมนางเล็ด (ข้าวแต่น) ข้าวเกรียบงา กระจยาสารท เป็นต้น



รูปที่ 2.5 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารการกินชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

3) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่ม

ชาวไทยวนบ้านต้นตาล อำเภอสายบุรี จังหวัดสระบุรี ยังคงสืบทอดการทอผ้า และมีการประกอบอาชีพทอผ้า เพื่อการขาย และการอนุรักษ์ให้คงอยู่ ผ้าที่นิยมทอ ได้แก่ ยาม หมอน ผ้าห่ม ผ้าซิ่น ผ้าขาวม้า ผ้าปรกหัวนาค ผ้าห่อคัมภีร์ ตุ๊ก กลุ่มทอผ้าบ้านต้นตาล ที่มีการออกแบบลวดลายอย่างเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น ผ้าทอมือจากศูนย์ทอผ้าตำบลต้นตาล ได้เข้าคัดสรรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในปี 2547 ในระดับประเทศ ได้ระดับ 3 ดาว



รูปที่ 2.6 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่มชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

4) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องใช้พื้นบ้าน

เนื่องจากคนไทยวนสระบุรีอาศัยอยู่ใกล้ริมน้ำจึงทำเครื่องมือจับสัตว์น้ำ ได้แก่ ข้อง สุ่ม ไซ แห เป็นต้น และได้ทำเครื่องใช้ในครัวเรือน ได้แก่ กระจาด ชะลอม સાແறက ပြင်တင်



รูปที่ 2.7 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องใช้พื้นบ้านชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

5) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำเครื่องใช้บูชา

ชาวไทยวน ได้สืบทอดความเชื่อความศรัทธาในเรื่องของพุทธศาสนา และการนับถือ “ผี” จึงได้ทำเครื่องมือไว้บูชา คือ ตุง และ โคม “ตุง” เป็นสิ่งที่ทำขึ้นเพื่อใช้ในงานพิธีทางพุทธศาสนา ถวายเป็นพุทธบูชา ถือว่าเป็นการทำบุญอุทิศให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว หรือถวายเพื่อเป็นปัจจัยส่งกุศลให้แก่ตนไปในชาติหน้าด้วยความเชื่อว่าเมื่อตายไปแล้วจะได้เกาะยึดชายตุงขึ้นสวรรค์ ส่วน “โคม” สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ “โคมแขวน” จะประดิษฐ์ขึ้นเพื่อประดับประดา มักจะทำเป็นรูปทรงต่าง ๆ ทั้งทรงกลม ทรงเหลี่ยม ทำจากกระดาษชนิดต่างๆ เช่น กระดาษสา กระดาษแก้ว กระดาษว่าว หรือผ้าดิบ ขึ้นโครงด้วยไม้ไผ่เอี้ยะ ที่มีลักษณะพิเศษ คือ ลำปล้องยาว ตาห่าง เหมาะแก่การตัดทำเป็นโครงรูปทรงต่าง ๆ ข้างในประกอบด้วยหลอดไฟ แต่เดิมมีความเชื่อว่า หากจุดโคมในเวลากลางคืนจะเป็นการบูชาเทวดาที่รักษาบ้านช่อง “โคมลอย” ใช้วัสดุแบบเดียวกับโคมแขวน แต่โคมลอยจะช่วยให้สามารถลอยขึ้นท้องฟ้าได้ ถือเป็นการปล่อยเคราะห์ปล่อยโศกที่ติดตามตัวเราให้ออกไปให้หมด



รูปที่ 2.8 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องใช้พื้นบ้านชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

6) ภูมิปัญญาเกี่ยวกับศิลปะการแสดง

การแสดงชุด โยนกนาครพันธุ์สิงห์ดิโนคร (ไทยวน) บ้านต้นตาล อำเภอสายบุรี จังหวัด สระบุรี เป็นการแสดงเพื่อรำลึกถึงเมืองโยนกนาครนคร ที่เดิมเป็นที่อาศัยของชาวไทย-ยวนในอดีต ในการแสดงชุดนี้จะสะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทย-ยวน ทั้งการแต่งกาย เสื้อผ้า ประกอบกับอุปกรณ์การแสดง เช่น ร่ม ผางประทีป และโคม ที่บ่งบอกถึงศิลปะของชาวไทยวน การแสดงชุดนี้จัดแสดงขึ้นเพื่อให้เห็นความงามและความเจริญรุ่งเรืองของเมืองโยนกนาครนครในอดีต ใช้ ประเพณีความเชื่อร่วมเข้ามาในการแสดง ทั้งนี้การแสดงนี้จะรวบรวมไว้ซึ่งคุณค่าของชาวไทยวน เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมไทยวน



รูปที่ 2.9 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับศิลปะการแสดงชาวไทยวน จังหวัดสระบุรี

2.1.3 ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมืองของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอสายบุรี จังหวัดสระบุรี

2.1.3.1 ผัดหมี่ไทยวน

2.1.3.2 หมี่กรอบไทยวน

2.1.3.3 ขนมเทียนแก้ว

2.1.3.4 ก๋วยยอบม้วน

2.1.3.5 ขนมข้าวเกรียบงา

2.1.3.6 ขนมกระยาสารท

2.1.3.7 ขนมเปียะนมสด

2.1.3.8 ขนมกง

2.1.3.9 ปลาสามแก้ว



รูปที่ 2.10 ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมืองของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน จังหวัดสระบุรี

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.2.1 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค และจะให้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน ได้มีผู้ให้ความหมายคำนิยามแตกต่างกันออกไป ดังนี้

2.2.1.1 ผู้เชี่ยวชาญทางบรรจุภัณฑ์ ชื่อ นิไกโด (Nikaido) ให้ความหมายไว้ว่า

“บรรจุภัณฑ์เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่งและการเก็บรักษาในคลัง”

2.2.1.2 ประชิต ทินบุตร ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบรรจุภัณฑ์หรือศิลปวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของการเตรียมสินค้า เพื่อการขนส่งและการขาย และวิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคให้อยู่ในสภาพเรียบร้อยสมบูรณ์ และมีราคาที่เหมาะสม

2.2.1.3 งามทิพย์ ภู่วโรดม ได้กล่าวไว้ว่า การบรรจุ หมายถึง การบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตภาชนะบรรจุ และบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในภาชนะบรรจุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลิตภัณฑ์นั้นไปถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์

2.2.1.4 บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจำหน่ายเพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (ปุ่น และ สมพร คงเจริญเกียรติ. 2547:1)

2.2.1.5 ดำรงค์ดี ชัยสนิทและก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2521 : 2) ให้คำจำกัดความว่าการบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมาให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้า ตลอดจนอำนวยความสะดวกใช้สอยด้านอื่นๆ เช่น ความสะดวกสบายในการหยิบหิ้วพกพา หรือการใช้งาน เป็นต้น

2.2.1.6 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543 : 341) ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า สิ่งห่อหุ้มหรือการบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้หรือผู้บริโภค โดยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อยู่ในสภาพดีเหมือนก่อนการบรรจุ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจแบ่งประเภทลักษณะการออกแบบได้ 2 ประเภทคือ

1) การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดลักษณะโครงสร้างวัสดุที่ใช้ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ ตลอดจนจัดการขนส่งเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นับตั้งแต่จุดผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

2) การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การสร้างสรรค์งานลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางด้านจิตวิทยา (Psychological Effects) ต่อผู้บริโภค และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

2.2.2 การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้ และข้อมูลจากหลายด้านการอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ชำนาญการบรรจุภัณฑ์(PACKAGING SPECIALISTS) หลายฝ่ายมาร่วมปรึกษาและพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งอิงทฤษฎีของ ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ

(2542:71-83) โดยที่ผู้วิจัยจะกระทำหน้าที่เป็นผู้สร้างภาพพจน์ (THE IMAGERY MAKER) จากข้อมูลต่าง ๆ ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์จริง ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน นับตั้งแต่ตอนเริ่มต้น จนกระทั่งสิ้นสุดจนได้ผลงานออกมาดังต่อไปนี้ เช่น

2.2.2.1 กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ (POLICY PERMULATION OR ATRATEGIC PLANNING) เช่น ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิต เงินทุนงบประมาณ การจัดการ และการกำหนดสถานะ (SITUATION) ของบรรจุภัณฑ์

2.2.2.2 การศึกษาและการวิจัยเบื้องต้น (PRELIMINARY RESEARCH) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

2.2.2.3 การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (FEASIBILITY STUDY) เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆ แล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ต (SKETCH DESIGN) ภาพแสดงถึงรูปร่างลักษณะ และส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้วิธีการอื่นๆ ขึ้นรูปเป็นลักษณะ 3 มิติ ก็สามารถกระทำได้ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ขั้นต้นหลาย ๆ แบบ (PRELIMINARY IDFAS) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุ และการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ และเพื่อการพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นต่อไป

2.2.2.4 การพัฒนาและแก้ไขแบบ (DESIGN REFINEMENT) ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ (DETAILED DESIGN) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียดโดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปร่าง รูปทรงหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้างรูปจำลองง่าย ๆ (MOCK UP) ขึ้นมา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างละเอียดรอบคอบเพื่อการนำเสนอ (PRESENTATION) ต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจเพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุ และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างแบบเหมือนจริง

2.2.2.5 การพัฒนาต้นแบบจริง (PROTOTYPE DEVELOPMENT) เมื่อแบบ โครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนา ผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำหน้าที่เขียนแบบ (MECHANICAL DRAWING) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และสัดส่วนจริงด้วยการเขียนภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน (PLAN) รูปด้านต่างๆ (ELEVATIONS) ทศนิยมภาพ (PERSPECTIVE) หรือภาพแสดงการประกอบ (ASSEMBLY) ของส่วนประกอบต่างๆมีการกำหนดมาตราส่วน (SCALE) บอกลักษณะและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่ง ที่สื่อสารความเข้าใจกันในขบวนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียดเพื่อนำไปผลิตจริงดังกล่าวนี้ ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่

สมบุรณ์ (PROTOTYPE) ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์ (ANALYSIS) โครงสร้างและจำแนกแยกแยะ ส่วนประกอบต่างๆออกมาศึกษา ดังนั้น PROTOTYPE ที่จัดทำขึ้นมาในขั้นนี้จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้เช่น อาจจะทำด้วยปูนพลาสติก ดินเหนียว กระดาษ ฯลฯ และในขั้นนี้ การทดลองออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรได้รับการพิจารณาร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับลักษณะของโครงสร้างเพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สมบุรณ์

2.2.2.6 การผลิตจริง (production) สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนดและต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่าง (PRE-PRODUCTION PROTOTYPES) สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีความบกพร่องควรรับดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

2.2.3 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.2.3.1 การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขาย ทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ ทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแถลงสรรพคุณ การออกแบบอาจจะเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้ การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์ เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปร่าง และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงามชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนค่าใช้จ่ายเหมาะสม

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ดังนี้ ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนผสมการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาด ในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

ก) การใช้โฆษณา บรรจุกฎเกณฑ์จำต้องออกแบบให้จำได้ง่าย ณ จุดขาย หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้เห็นหรือฟังโฆษณามาแล้ว ในกลยุทธ์นี้บรรจุกฎเกณฑ์มักจะต้องเด่นกว่าคู่แข่งชั้นหรือมีกราฟิกที่สะดุดตาโดยไม่ต้องให้กลุ่มเป้าหมายมองหา ณ จุดขาย

ข) การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เปลี่ยนแปลงไป อาจจำเป็นต้องมีการออกแบบปริมาณสินค้าต่อหน่วยขนส่งใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่าย หรือมีการพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์สำหรับจุดขายใหม่ การเพิ่มห้าง ณ จุดขายที่เรียกว่า POP (Point of Purchase) อาจมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายเมื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่

ค) เจาะตลาดใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ใหม่ในการเจาะตลาดใหม่หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่อีกด้วย

ง) ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถ้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเก่า เช่น เปลี่ยนจากการขายกล้วยตากแบบเก่า เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่มาเป็นกล้วยตากชุบน้ำผึ้ง อาจใช้บรรจุกฎเกณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนสีใหม่เพื่อแสดงความสัมพันธ์กับสินค้าเดิมหรืออาจใช้เทคนิคของการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ยูนิฟอร์มดังจะกล่าวต่อไปในบทนี้ แต่ในกรณีที่เปลี่ยนตราสินค้าใหม่ถอดด้ามจำต้องออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ใหม่หมด แต่อาจคงตราสินค้าและรูปแบบเดิมไว้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มที่เคยเป็นลูกค้าประจำ

จ) การส่งเสริมการขาย จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ใหม่เพื่อเน้นให้ผู้บริโภคทราบว่ามีการเพิ่มปริมาณสินค้า การลดราคาสินค้า หรือการแถมสินค้า รายละเอียดบนบรรจุกฎเกณฑ์ย่อมมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อมากขึ้น

ฉ) การใช้ตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสร้างความทรงจำที่ดีต่อสินค้าบรรจุกฎเกณฑ์ที่มีตราสินค้าใหม่ควรจะได้รับ การออกแบบใหม่ด้วยการเน้นตราสินค้า รายละเอียดในเรื่องนี้จะได้กล่าวต่อไปในหัวข้อตราสินค้า

ช) เปลี่ยนขนาดหรือรูปทรงของบรรจุกฎเกณฑ์ โดยปกติสินค้าแต่ละชนิดมีวัฏจักรชีวิตของตัวเอง (Product Life Cycle) เมื่อถึงวัฏจักรชีวิตช่วงหนึ่งจำต้องมีการเปลี่ยนโฉมของบรรจุกฎเกณฑ์เพื่อยืดอายุของวัฏจักร ในบางกรณี การเปลี่ยนขนาดอาจเกิดจากนวัตกรรมใหม่ทางด้านบรรจุกฎเกณฑ์ เช่น การเลือกใช้วัสดุใหม่จึงมีการเปลี่ยนรูปทรงหรือขนาด ไม่ว่าจะเป็นอย่างใดก็ตามมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ใหม่เพื่อรักษาหรือขยายส่วนแบ่งการตลาด

2.2.3.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อหน่วยงานทุกสาขาในปัจจุบัน เนื่องจากการออกแบบกราฟิกช่วยให้การสื่อความหมายที่ซับซ้อนในง่ายต่อการทำความเข้าใจ สามารถสรุปได้ดังนี้

ก) การสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคม การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อการสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคม เนื่องจากสังคมเราส่วนใหญ่มีข้อตกลงร่วมกัน ภาพสัญลักษณ์ในสถานที่สาธารณะต่าง ๆ ก็เป็นหนึ่งในข้อตกลงร่วมกันภายในสังคมที่จำเป็นที่จะต้องมีความชัดเจน

เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสับสน หรือเกิดความเข้าใจผิด ดังนั้นกราฟิกที่มีความสากลจึงสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคมที่มีความแตกต่างกันทั้งทางเชื้อชาติและภาษา

ข) การส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจ การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อการส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจ ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมภายในประเทศจนถึงระดับต่างประเทศ เนื่องจากกราฟิกส่วนใหญ่มักถูกใช้ในการสร้างเอกลักษณ์องค์กร ตราสินค้า และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากกลุ่มผู้ผลิตไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลักสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรธุรกิจผ่านกราฟิก

ค) การศึกษา กราฟิกมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการถ่ายทอดความรู้ที่ซับซ้อนให้ผู้เรียนสามารถรับรู้ได้โดยง่ายและชัดเจน เนื่องจากปัจจุบันนี้ การเรียนการสอนไม่ได้มุ่งเน้นการเรียนจากครูผู้เป็นศูนย์กลางแห่งวิทยาการต่าง ๆ ภายในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว แต่ผู้เรียนสามารถศึกษาและเรียนรู้ด้วยตนเองจากแหล่งวิทยาการต่าง ๆ อย่างกว้างขวางภายนอกห้องเรียน ดังนั้นกราฟิกจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อการสอนประเภทสาธิต การใช้ภาพนำเสนอขั้นตอนการปฏิบัติที่ละเอียดขั้นตอนสามารถช่วยให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ได้อย่างง่าย

ง) นักออกแบบกราฟิก การที่นักออกแบบได้เห็นผลงานการออกแบบที่หลากหลายจะสามารถช่วยให้นักออกแบบเกิดความคิดใหม่ ๆ ได้โดยได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบจากผลงานการออกแบบของผู้อื่น ถือว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบกราฟิกให้มีศักยภาพในการแก้ปัญหามากยิ่งขึ้น และนอกจากนั้นการศึกษางานกราฟิกของผู้อื่นจะสามารถช่วยให้นักออกแบบหลีกเลี่ยงการสร้างสรรค์งานซ้ำซ้อนกับผู้อื่น ดังนั้นการเรียนรู้จากผลงานของผู้อื่นก็เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาและพัฒนาการแนวความคิดของนักออกแบบได้ เมื่อเกิดความรู้และความเข้าใจในแนวคิดของนักออกแบบท่านอื่นแล้วจะช่วยให้ นักออกแบบสามารถใช้แนวความคิดนั้นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานของตนเองได้อย่างเหมาะสมกับวัตถุประสงค์และสามารถสื่อความหมายและการถ่ายทอดความรู้สึกของนักออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การเรียนรู้ของนักออกแบบกราฟิกเป็นการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด ดังนั้นนักออกแบบศึกษาผลงานออกแบบกราฟิกอย่างต่อเนื่องถือได้ว่าเป็นการเรียนรู้มากขึ้นเท่านั้น

2.2.3.3 บทบาทหน้าที่ของกราฟิกที่มีต่อบรรจุกณ์ มีดังต่อไปนี้

ก) ให้ข้อมูลรายละเอียดตัวผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์จากการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ส่วนประกอบ สรรพคุณ วิธีการใช้ วิธีการเก็บรักษา เป็นต้น

ข) สร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการค้าในระดับสูง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้รับการออกแบบกราฟิกโดดเด่นนี้จะต้องให้ความรู้สึกในทางบวกหรือสร้างสรรค์

ค) สร้างภาพพจน์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ในลักษณะทำนองเดียวกันกับการสร้างเอกลักษณ์ กล่าวคือ สินค้านั้นได้รับการออกแบบกราฟิกที่สวยงามและถูกหลักการ ย่อมมีผลต่อผู้ซื้อทางด้านจิตวิทยา เช่น เกิดความภูมิใจ ความมั่นใจในตัวสินค้า

ง) สามารถเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน ในบางโอกาสและในบางประเทศได้มีการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน

2.2.3.4 องค์ประกอบของการออกแบบงานกราฟิกส่วนสำคัญที่จะสร้างสรรค์ความสุนทรีย์บนงานออกแบบ มีองค์ประกอบอยู่ 2 ส่วน คือ

ก) อักษรและตัวพิมพ์ ตัวอักษรจะทำหน้าที่เป็นส่วนแจจแจงรายละเอียดของข้อมูล สารที่ต้องการนำเสนอด้วยรูปแบบและการจัดวางตำแหน่งอย่างสวยงาม มีความชัดเจน การออกแบบ การเลือกแบบตลอดจนการกำหนดรูปแบบของตัวอักษรที่จะนำมาใช้ ต้องมีลักษณะเด่น อ่านง่าย สวยงาม น่าสนใจ ลักษณะที่แตกต่างของตัวอักษร จึงต้องกำหนดตามสภาวะการนำไปใช้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นหัวเรื่อง หรือชื่อสินค้า จะต้องเน้นความโดดเด่นของรูปแบบมากที่สุด และส่วนที่เป็นข้อความหรือเนื้อหา ที่ต้องการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ นิยมใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบเรียบง่ายสะดวกในการอ่านมากที่สุดในการเลือกใช้ตัวอักษรให้มีความเหมาะสมกับงานที่ออกแบบ ผู้ออกแบบควรได้พิจารณาถึงรูปแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษร รูปร่างลักษณะของตัวอักษร การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การกำหนดสี และการจัดวางตำแหน่งให้มีความสมดุลเหมาะสมพอดี

ข) ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพ ที่ต้องการเน้นให้เกิดคุณค่าทางความงาม ซึ่งจะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปแบบและนำเสนอแนวคิดให้เป็นรูปธรรมตามความคิดของตน เพื่อต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารมากที่สุดงานออกแบบที่ดีควรนำภาพมาใช้ให้เหมาะสมกับโอกาสและหน้าที่อย่างกลมกลืน คือ

- เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจ
- เมื่อต้องการใช้ประกอบการอธิบายความรู้
- เมื่อต้องการคำอธิบายความคิดรวบยอด
- เมื่อต้องการอ้างอิงสิ่งที่ปรากฏขึ้นจริง
- เมื่อต้องการใช้ประกอบข้อมูลทางสถิติ

2.2.3.5 การจัดองค์ประกอบของงานกราฟิก

ก) จัดให้เป็นเอกภาพ ในที่นี้หมายถึง สิ่งที่จะช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้นๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ

ข) ความสมดุล ความสมดุลในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงามความน่าสนใจเป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

- ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกันทั้ง 2 ด้านคือเมื่อมองภาพแล้วเห็นได้ทันทีว่าภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มั่นคงเป็นทางการแต่อาจทำให้ดูน่าเบื่อได้ง่าย

- ความสมดุลในความรู้สึก หรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกันเป็นความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากัน ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว แปรเปลี่ยน ไม่เป็นทางการ และไม่น่าเบื่อ

ค) การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่งที่เห็นว่ามีค่าสำคัญ อาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว” การ มีหลายความคิด หรือมีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความล้มเหลวเพราะหาจุดเด่นชัดไม่ได้ ภาพรวมจะไม่ชัดเจน ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงาน สำหรับวิธีการที่จะให้มีจุดสนใจอาจเน้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆ ในภาพ ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้นสามารถกระทำได้ดังนี้

นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือตำแหน่งที่เหมาะสมจากผลการวิจัยหลายๆครั้ง พบว่าตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายนั้นเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือ นั้น เรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ฉะนั้นตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามอง เพื่ออ่านหรือดูภาพบนแผ่นภาพนั้นๆ

2.2.3.6 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการบอกถึงเรื่องราวของสิ่งที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่มี ทั้งผลดีและผลเสียของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่นักออกแบบกราฟิกควรนำเสนอมีดังนี้

- ประเภท
- ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ
- คุณค่าทางสมุนไพร
- ขั้นตอนหรือวิธีใช้
- การเก็บรักษา
- วันที่ผลิตและวันหมดอายุ
- คำบรรยายสรรพคุณ
- ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

2.2.3.7 การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์ ประชิต ทินบุตร (2530:29) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่วไป มีการนำตัวอักษรมาใช้เพื่อการออกแบบเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

ก) ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ Display face เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้นาตรูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

ข) ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย และเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

ดังนั้นการที่จะนำตัวอักษรมาใช้ในการออกแบบกราฟิกผู้ออกแบบจึงควรที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ถึงส่วนประกอบของตัวอักษรในภาษาต่างๆ ในเรื่องต่อไปนี้

- รูปแบบตัวอักษร
- รูปลักษณะของตัวอักษร
- ขนาดตัวอักษร

2.2.3.8 การพิจารณาเลือกตัวหนังสือในการออกแบบ

ก) ลักษณะรูปร่างหนังสือแต่ละตัวสวยงามน่าพอใจ และมีความสูง ความกว้าง สมดุล สำหรับผู้อ่านทั่วไป (สัดส่วนโดยประมาณ สูง 1 กว้าง 3/5)

ข) การประสมคำบรรทัดเป็นหน้า

- การประสมคำ ตัวหนังสือทุกตัวต้องเข้ากันได้ มีช่องไฟเหมาะสม
- การเรียงบรรทัด ต้องไม่ผอมเกินไป เพราะอ่านได้ไม่สะดวก
- การจัดบรรทัดเป็นหน้า อย่าวางบรรทัดชิดเกินไป ทำให้อ่านยากและอ่านพลาดได้ง่าย ควรมีชายหน้าและหลัง เพราะอ่านง่ายกว่า และง่ายต่อการผลิต

ค) Contrast ของตัวหนังสือ เกิดจากความหนักเบาของเส้น และความอ่อนแก่ของแสงสีพื้นกับตัวอักษร

ง) ความเหมาะสมกับผู้อ่าน โดยพิจารณาจากคนที่มีปัญหาทางสายตาเช่น สายตาสั้น สายตายาว ตาบอดสี ก็ต้องเลือกใช้ตัวหนังสือแก่สิ่งเหล่านี้สภาพแวดล้อมของที่ใช้อ่าน เช่น มีเสียงรบกวนมาก คนพลุกพล่าน ต้องมี Contrast ของตัวหนังสือมากเพื่อแข่งกับสิ่งแวดล้อมนั้นได้ ในการอ่านในที่ร่ม อ่านให้สบายตาดี ลด Contrast ให้น้อยลง

- การวัดตัวพิมพ์ (Type Measuremen) แนวตั้งใช้ระบบการวัดเป็นพอยท์ (Point) 1 พอยท์เท่ากับ 1/72” เลขที่มากขึ้นก็คือขนาดที่สูงขึ้น

- แนวนอน ใช้ระบบวัดความยาวของคอลัมน์เป็นไพกา (Pica) 1 ไพกาเท่ากับ 1/6” จำนวนไพกาจะเพิ่มขึ้นตามความยาวที่เพิ่มขึ้น

- ช่องไฟตัวอักษร (Lettrspacing) จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับช่องไฟบริเวณช่องว่าง ระหว่างตัวอักษรแต่ละตัว รูปทรงตัวอักษรแต่ละชนิดมีความเด่นชัดแตกต่างกัน

- แนวเส้น (Stroke) ตัวอักษรประกอบด้วยแนวเส้น 4 แนว การรวมตัวต้องพิจารณาช่องไฟอย่างเป็นเหตุเป็นผล มีความสม่ำเสมอและให้ความรู้สึกถูกต้องกับการรับรู้คงไว้ซึ่งปริมาณในการมองเห็นอย่างระรื่นตาระหว่างตัวอักษรผูกเนื่องต่อไปกับตัวอักษรถัดไป

- ปริมาตรทางสายตา (Optical Volume) โดยคำนึงถึงปริมาตรที่มีคุณภาพ ความสมดุลโดยประมาณทางสายตา

- มาตรการส่วนของช่องไฟตัวอักษร (Letter Spacing Scale) การวางช่องไฟตัวอักษรให้ดีควรคำนึงถึงสภาพการมองเห็น (มากกว่าความกว้างของช่องไฟที่มีขนาดเท่ากันพยายามสร้างความเข้าใจ และค้นหาระบบช่องไฟตัวอักษรด้วยตนเอง

- เส้นฐาน (Baseline) ตัวอักษรโค้งจะนิยมออกแบบให้สูงกว่าอักษรเส้นตรงเล็กน้อยจึงจะมองดูความสูงใกล้เคียงกัน ตัวอักษรโค้งต้องวางให้ต่ำกว่าเส้นฐานเล็กน้อยจึงจะมองดูเหมือนกับว่าตั้งอยู่บนเส้นฐานพอดีตามสภาพหลอน (Illusion) ของรูปทรง

- กรอบ (Margin) ตัวอักษรโค้ง ตัวอักษรเอียง และตัวอักษร เส้นนอนบางตัวควรวางล้ำเส้นของเล็กน้อย การรับรู้จึงจะให้ความรู้สึกตรงเส้นขอบ ถ้ามีการเว้นวรรคจากบรรทัดก่อน ก็ควรนำมาชนเส้นขอบ

- ปรับช่องไฟ (Kerning) การจัดช่องไฟจำเป็นต้องลดช่องไฟให้แคบลงระหว่างตัวอักษรเส้นเอียง เส้นโค้ง ตัวอักษรที่มีบริเวณว่างภายนอก การรวตัวของตัวใหญ่กับตัวเล็กจำเป็นต้องปรับช่องไฟจำนวนมาก

- เว้นวรรค (Wordspacing) คำต่างๆ เริ่มต้นและส่งท้ายด้วยตัวอักษรที่มีรูปร่างต่างกัน การเว้นวรรคควรจัดให้มีความสอดคล้องระหว่างคำ ให้มองดูแล้วเหมือนกันทั้งหมด ปริมาตรของเว้นวรรคควรปรับเช่นเดียวกับช่องไฟของตัวอักษร (Letterspacing)

- ตัวอักษรหัวเรื่อง (Headline Type) อักษรทุกแบบสามารถที่จะเป็นตัวอักษรหัวเรื่องได้ ขนาดตัวอักษรหัวเรื่องอาจจะเล็กตั้งแต่ 14 พอยท์ จนถึง 144 พอยท์ หรืออาจโตกว่านั้น

- ตัวอักษรเนื้อความ (Body Type) ขนาดประมาณตั้งแต่ 4-14 พอยท์ 8-14 พอยท์ เป็นที่นิยมกันโดยทั่วไป แบบอักษรควรที่จะเลือกให้เหมาะสม ตัวอักษรแต่ละแบบมีบุคลิกที่แตกต่างกัน ตัวอักษรควรเป็นสิ่งเร้า การสื่อสารและกระตุ้นผู้อ่าน (It should enhance the message and stimulate the audience) ตัวอักษรมากมายนั้นก็ไม่มีเพียงไม่กี่แบบที่เหมาะสมกับการพิมพ์เนื้อความ

2.2.3.9 แบบการจัดตัวอักษร (Type Composition) การเลือกรูปแบบการจัด

ตัวอักษร ควรคำนึงถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้อ่านด้วย เช่น

ก) แบบชิดซ้าย (Flush Left) แบบชิดซ้ายจะปล่อยให้ทางขวามือเว้าห่างแบบอิสระ ให้ความรู้สึกความลื่นไหลของคำเป็นธรรมชาติ เป็นที่นิยมของนักออกแบบกราฟิก การชิดแนวด้านซ้ายมือ เป็นวิธีการของพิมพ์ดีดโดยทั่วไป

ข) แบบปรับซ้ายขวาตรง (Justified) เป็นแบบที่ปรับตัวอักษรให้ได้แนวตรงทั้งซ้ายขวา นิยมใช้พิมพ์ในหนังสือและนิตยสาร ไม่ดีตรงที่คำบางคำถูกตัดขาดทำให้ยากต่อการอ่าน

ค) แบบชิดขวา (Flush Right) แบบชิดขวาจะปล่อยให้ทางซ้ายมือเว้าห่างเป็นอิสระ ให้ความรู้สึกอ่อนแอ ทางซ้ายมือเหมาะสมกับข้อมูลสั้น ๆ เช่น คำโฆษณา (Ad Copy) ระบบธุรกิจ (Business Systems) หัวเรื่อง (Headlines) ให้ความสมบูรณ์และช่องไฟดี

ง) แบบศูนย์กลาง (Centered) เป็นการจัดแบบสมดุลภาพ ทั้งขอบซ้ายและขวาเว้าห่าง ช่องไฟระหว่างคำดี แต่ละบรรทัดควรจะมีควมสั้นยาวแตกต่างกัน เพื่อสร้างรูปร่างที่น่าสนใจ ให้ความรู้สึกเป็นแบบแผน

จ) แบบรอบขอบภาพ (Contour) เป็นการจัดวางตัวอักษรให้สัมพันธ์กับรูปร่างของสัญลักษณ์ภาพถ่ายเฉพาะรูปร่าง (Silhouette) หรือภาพประกอบ ให้ความรู้สึกสบาย ตื่นเต้น

ฉ) แบบล้อมรอบ (Run Around) ตัวอักษรที่จัดล้อมรอบรูปภาพซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพสี่เหลี่ยม ความยาวของคอลัมน์แต่ละตอนแตกต่างกันออกไป ส่วนมากเป็นคำบรรยายภาพ

ช) แบบอสมมาตร (Asymmetric) มีสภาพเว้าห่างทั้งซ้ายและขวาเป็นแบบหรือการจัดวางที่คาดเดาไม่ได้ ดึงความสนใจในการมองเห็นได้ดี อ่านค่อนข้างยาก นิยมใช้กับข้อความสั้นๆ

ซ) แบบแสดงรูปร่าง (Shaped) การจัดตัวอักษรแบบนี้สัมพันธ์กับทฤษฎีเกสโตลท์ ในเรื่องของความสืบเนื่อง (Continuation) สายตาจะมองสืบเนื่องไปตามแนวโค้งหรือแนวเส้นฐานในลักษณะต่าง ๆ ให้ความรู้สึกในการแสดงออกได้ดี เป็นแบบการจัดที่หาไม่ค่อยได้

ฌ) แบบรูปธรรม (Vertical Type) เป็นการจัดตัวอักษรให้เกิดรูปร่างของวัตถุหรือรูปร่างอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น รูปร่างเรขาคณิตหรือนามธรรม ซึ่งสอดคล้องกับคำที่บรรยาย เป็นการช่วยกระตุ้นความหมายของภาษาให้มีศักยภาพกว้างขึ้น

ญ) แบบแนวตั้ง (Vertical Type) การจัดตัวอักษรตามแนวตั้งนี้นิยมใช้กับหัวเรื่อง บ่อยครั้งที่พบการนำไปใช้อย่างผิดพลาด

ฎ) แบบเอียง (inclined Type) โดยจัดเอียงมุมเปลี่ยนไปตามมุมที่ต้องการมีส่วนดึงความสนใจต่อประชากรเป้าหมายได้พอสมควร ตัวอักษรเอียงช่วยกระตุ้นความรู้สึกสร้างสรรค์หรือก้าวหน้าได้ การเอียงลาดขึ้นทางขวามือจะให้ความรู้สึกสะทกสะท้านกว่าเอียงลง

ฏ) ลักษณะเฉพาะของตัวอักษร (Identification) โดยทั่วไปแล้วจะพิจารณาตามบุคลิกของตัวอักษรแบบต่าง ๆ ซึ่งมีแบบตัวอักษรอยู่มากมาย อาจจะพิจารณาตัวอักษรต่างๆ ได้ดังนี้

- รูปร่าง (Shape) การกำหนดชื่อแบบตัวอักษรบางแบบมาจากชื่อนักออกแบบ บางแบบมาจากบุคลิกของตัวอักษร หรือบางแบบมาจากจุดประสงค์ในการออกแบบก็ได้
- ขนาด (Size) ขนาดของตัวอักษรจะวัดตามแนวตั้ง โดยวัดเป็นพอยท์ ตัวอักษรภาษาอังกฤษจะวัดตัวใหญ่เป็นหลัก
- น้ำหนัก (Weight) ความกว้างของเส้นตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดรูปแบบของตัวอักษร คำที่ใช้คือ บาง (Light) กลาง (Medium) หนา (Bold) และความหนามาก (Extra Bold) โดยพิจารณาตามความแคบกว้างของสีดำหรือความทึบ (Density)
- ความกว้าง (Width) เป็นการวัดความกว้างของตัวอักษรตามแนวราบ คำที่ใช้เรียกคือ ผอม (Condensed) ปกติ (Normal) กว้าง (Expanded) โดยพิจารณาจากแคบไปสู่กว้าง
- แนวลาด (Slope) เป็นการพิจารณามุมของตัวอักษรเพื่อบอกบุคลิกคำที่ใช้คือ ตัวตรง (Vertical) ตัวเอียง (Italic หรือ Inclined)
- ความคิดพื้นฐาน (Fundamental Concept) ความคิดรวบยอดพื้นฐานสำหรับการแก้ปัญหาการจัดวางตัวอักษร จำเป็นต้องคำนึงถึงปัญหาความขัดแย้งกัน (Contrast) ของตัวอักษร ต้องเปรียบเทียบผลการมองเห็นที่ขัดแย้งกันของประชากรเป้าหมาย สภาพตัดกันหรือขัดแย้งกันเป็นตัวแสดงพลัง ในอันที่จะช่วยให้การออกแบบเสนอความคิดที่ชัดเจนขึ้น ความขัดแย้งคือ พลังอันเร้าใจทางการเห็น (Force of Visual Intensity) และช่วยให้กระบวนการสื่อสารง่ายดายขึ้นได้
- เข้าใจง่าย (Readability) ความเข้าใจในสื่อสารเกินความถึงการจัดตัวอักษรแบบต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการออกแบบสภาพส่วนรวม ที่มองเห็นได้ เป็นความง่ายบนการผสมผสานแบบตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพถ่าย และภาพประกอบเข้าด้วยกัน (รวมความซับซ้อนให้เข้าใจง่าย)
- อ่านง่าย (Legibility) เป็นการเกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือเลือกแบบตัวอักษรที่แสดงบุคลิกเฉพาะตัวให้อ่านง่าย รวดเร็ว การทดสอบอาจทำโดยอ่านตัวอักษรแต่ละแบบแล้วเปรียบเทียบเวลาของการอ่าน

2.2.3.10 ตราสินค้า การใช้ตราสินค้าก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ อาทิ ทำให้ลูกค้าจดจำได้ ช่วยในการส่งเสริมการขายหากตราสินค้านั้นได้รับการยอมรับจากลูกค้า อย่างไรก็ตามตราสินค้าอาจจะทำลายสินค้าได้เหมือนกัน กรณีสินค้านั้นมีคุณภาพไม่เป็นไปตามที่ได้กล่าวอ้างไว้ลูกค้าจะจดจำตราได้ และจะไม่ซื้อสินค้านั้นซ้ำ ส่วนการไม่ใช้ตราสินค้าอาจจะส่งผลดีต่อผู้ผลิตในกรณีที่สินค้านั้นมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ เสียหายง่าย และเมื่อสินค้านั้นหนึ่งไม่ได้รับการยอมรับ จะไม่ส่งผลต่อสินค้านั้นอีกชนิดหนึ่ง ในขณะที่การใช้ตราสินค้าเดียวกันสำหรับสินค้ามากกว่าสองชนิดขึ้นไป หากสินค้านั้นหนึ่งได้รับความเสียหายจะส่งผลกระทบต่อสินค้านั้นอย่างแน่นอน

ก) ความหมายของตราสินค้า ตราสินค้า คือ ชื่อ ข้อความ รูปแบบ สัญลักษณ์ หรือการนำสิ่งที่กล่าวมารวมกัน เพื่อบ่งชี้ให้เกิดการรับรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของใคร ในตราสินค้าจะประกอบด้วยชื่อตราสินค้า (Brand name) เช่น มาม่า เอ็มเค ทองแดง เป็นต้น และเครื่องหมายการค้า (Trade mark) ได้แก่ เครื่องหมายการค้าที่เจ้าของได้มีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย การจดทะเบียนช่วยป้องกันการเลียนแบบได้ภาพประกอบ

ข) ความสำคัญของตราสินค้า ตราสินค้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับเจ้าของสินค้าเป็นอย่างมาก เนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างยอดขาย หากมีการจดทะเบียนตราสินค้าแล้ว จะช่วยป้องกันไม่ให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่นลอกเลียนแบบ และหากมีการลอกเลียนแบบเกิดขึ้น เจ้าของตราสินค้ามีสิทธิในการฟ้องร้องเพื่อเรียกค่าความเสียหายได้ นอกจากนี้ตราสินค้ายังมีความสำคัญต่อผู้จำหน่าย หากผู้จำหน่ายได้ตราสินค้าที่ติดตลาดไปจำหน่ายย่อมส่งผลต่อยอดขายได้ นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อผู้บริโภคในแง่ของการใช้เป็นตัวสะท้อนระดับคุณภาพของสินค้า ภาพประกอบ (รองเท้าสองคู่ ได้แก่ adidas แห้ กับ abibas ปลอม)

ค) ประเภทของตราสินค้าการแบ่งตราสินค้าที่นิยมใช้กันแบ่งออกได้เป็น 5 แบบด้วยกันคือ

- ตราผู้ผลิต (Manufacturer's brand) เป็นตราสินค้าที่ผู้ผลิตสินค้านั้นรายใดรายหนึ่งสร้างขึ้นมา เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของตราสินค้านั้น ตราสินค้าของผู้ผลิตมักจะมีการจัดจำหน่ายอย่างกว้างขวาง อาทิ ไทโยต้า โนเกีย ไอบีเอ็ม เป็นต้น

- ตราสินค้าของผู้จำหน่าย (Private brand) เป็นตราสินค้าที่ผู้จำหน่าย อาจจะเป็นพ่อค้าปลีกหรือพ่อค้าส่งจัดตั้งตราสินค้าขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อวางจำหน่ายในร้านค้าของตนโดยปกติผู้จำหน่ายจะจ้างให้โรงงานผลิตที่มีกำลังการผลิตเหลือ ช่วยผลิตสินค้าให้ตามคำสั่งหลังจากนั้นผู้จำหน่ายจะเป็นคนตั้งชื่อตราสินค้าเอง เราเรียกตราลักษณะดังกล่าวว่า ตราผู้จำหน่าย

- ตราสินค้านำร่วม (Family brand) เป็นลักษณะการตั้งชื่อตราสินค้าที่ใช้ตราสินค้าชื่อเดียวกันกับสินค้าทุกชนิดของบริษัท การใช้ชื่อตราลักษณะนี้นิยมใช้กับสินค้าที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าโซนี่ สุขภัณฑ์ตราคอตโต้ การใช้ตราสินค้านำร่วมจะมีประโยชน์มาก เมื่อสินค้าตัวแรกประสบความสำเร็จ จะส่งผลให้การแนะนำสินค้าตัวต่อไปทำได้ง่ายขึ้น

- ตราสินค้าเอกเทศ (Individual brand) เป็นการตั้งชื่อตราสินค้าให้มีชื่อต่างกัน เมื่อเป็นสินค้าคนละชนิด บริษัทใดบริษัทหนึ่งจะมีสินค้าหลากหลายชนิด ซึ่งส่งผลให้มีตราสินค้าหลายชื่อ ด้วยเหตุผลที่ใช้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าแต่ละชนิดมีลักษณะแตกต่างกัน ประโยชน์ของตราสินค้าเอกเทศ คือ หากสินค้าใดได้รับความเสียหาย จะไม่กระทบต่อสินค้าชนิดอื่น

- ตราสินค้าหลายชื่อ (Multi brand) เป็นการตั้งชื่อตราสินค้าหลายๆชื่อกับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของบริษัท ตัวอย่างเช่น แชมพูของบริษัทพีแอนด์จี ได้แก่ รีจอยส์ แพนทีนและเฮดแอนด์ชอเดอร์

- ง) ประโยชน์ของตราสินค้า ประโยชน์ต่อเจ้าของตราสินค้า
- ใช้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้า
 - ใช้ในการเพิ่มยอดขายสินค้า
 - ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย
 - ลดการเปรียบเทียบด้านราคาจากลูกค้า
 - ช่วยในการนำสินค้าใหม่ที่ใช้ตราเดิมออกสู่ตลาดง่ายขึ้น
- จ) ประโยชน์ต่อเจ้าของตราสินค้าต่อผู้ซื้อ
- ผู้ซื้อใช้ตราสินค้าแยกคุณภาพของสินค้าได้
 - ผู้ซื้อทราบว่าใครคือเจ้าของหรือผู้ผลิตสินค้า
 - ลดเวลาในการหาซื้อสินค้า



รูปที่ 2.11 แสดงลักษณะของวิวัฒนาการสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) ของเป๊ปซี่

2.2.3.11 การออกแบบฉลากฉลากเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์เช่นกัน ความสำคัญของฉลาก คือ

- ก) แสดงตัวผลิตภัณฑ์
- ข) บ่งบอกถึงความแตกต่าง ระหว่างสินค้าประเภทเดียวกัน
- ค) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
- ง) ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์
- จ) แสดงถึงประโยชน์ วิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ
- ฉ) แสดงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่ง

2.2.3.12 แนวคิดในการออกแบบฉลากสินค้า

ก) ตราสินค้า (Brand) คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จะแสดงด้วยตัวอักษร และหรือสัญลักษณ์ ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่นชัดเจนเหมาะสม จดจำง่าย

ข) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ การนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน คืออะไรควรเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น

ค) เป้าหมาย Target หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษาการทำงานแบ่งได้ สองลักษณะ คือการออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกจะต้องคิดพร้อมๆกัน แต่ในทางปฏิบัติ ต้องออกแบบโครงสร้างก่อนอีกรูปแบบหนึ่งของการออกแบบกราฟิก บนบรรจุภัณฑ์ คือ ฉลากหน้าที่หนึ่งของฉลาก คือ ทำหน้าที่เป็นจุดขายสินค้า

2.2.3.13 การออกแบบฉลากมีหลักเกณฑ์ดังนี้

- ก) น่าสนใจ มีความดึงดูดความสนใจ
- ข) ต้องผลิตให้มีราคาถูก
- ค) มีคุณภาพในการพิมพ์ที่ดี
- ง) ต้องมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบของฉลากตลอดเวลา

2.2.4 ขั้นตอนการออกแบบ

2.2.4.1 การตั้งจุดหมาย ในการตั้งจุดหมายในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่ายนอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้องค้นหาออกมา คือ จุดขาย หรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.2.4.2 การวางแผน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้รับการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขึ้นต้นเพื่อเตรียมร่างแบบตามจุดหมาย และตามขอบเขตการออกแบบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่จะได้ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้น อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

- 1) ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง
- 2) ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรง ได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือค่าใช้จ่ายถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับล่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเอง และกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง

ตารางที่ 2.2 แสดงความหมายของการวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้	
Why	ทำไม
Who	ใคร
Why	ทำไม
Who	ใคร
Where	ที่ไหน

- **Why ทำไม** เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น

- **Who ใคร** ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

- **Where ที่ไหน** สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

- **What อะไร** จุดมุ่งหมายในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์ คืออะไร

- **When เมื่อไหร่** ควรจะเริ่มงานพัฒนาเมื่อไหร่ เมื่อไหร่พัฒนาเสร็จ และวางตลาดเมื่อไหร่

- **How อย่างไร** จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

- **How much ค่าใช้จ่าย** ที่จะใช้พัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไรค่าตอบที่ได้รับจาก 5W + 2H จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- กำหนดเวลา
- ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นตอนการทำงาน
- รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลการตลาด
- สถานะการแข่งขัน จุดเด่น จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด
(STOT : Strength, Weakness, Opportunity, Treat)
- ข้อมูลจากจุดขาย
- ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- เทคโนโลยีใหม่ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์ และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง พัฒนาความคิดริเริ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ
- ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- วิเคราะห์ความไปได้ทางเทคนิค
- วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

- เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้า และสัญลักษณ์ทางการค้า
- ขึ้นแบบ

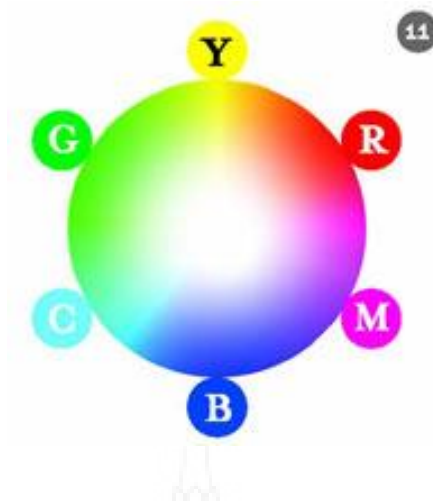
ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบเริ่มจากการติดต่อโรงงานผลิต

2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาของสี

2.3.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสี (Introduction to Color)

สี เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บนโลก ทุกๆ สิ่งที่เรามองเห็นรอบ ๆ ตัวนั้น ล้วนแต่มีสีโลกของเราถูกจรรโลง และแต่งแต้มด้วย สีสันทหลายหลาก ทั้งสีสันตามธรรมชาติ และสีที่มนุษย์รังสรรค์ขึ้นหากโลกนี้ไม่มีสี หรือมนุษย์ไม่สามารถ รับรู้เกี่ยวกับสีได้ สิ่งนั้นอาจเป็นความบกพร่องที่ยิ่งใหญ่ของธรรมชาติ เพราะสีมีความสำคัญต่อวัฏจักรแห่งโลก และเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตมนุษย์ จนแยกกันไม่ออก เพราะมนุษย์ได้ตระหนักแล้วว่า สีนั้นส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ จินตนาการ การสื่อความหมาย และความสุขสำราญใจในชีวิตประจำวันมาช้านานแล้ว ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สี มีอิทธิพลต่อมนุษย์เราเป็นอย่างสูง และมนุษย์ก็ใช้ประโยชน์ จากสีอย่างอนเอนอนันต์ ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

2.3.1.1 ความหมายและการเกิดสี คำว่า สี (Color) ตามหลักพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาเราให้เห็นเป็นสีขาว สีดำ สีแดง สีเขียว ฯลฯ หรือการสะท้อนรังสีของแสงมาสู่สายตาเรา สีที่ปรากฏในธรรมชาติ เกิดจากการสะท้อนของแสงสว่าง มาตกระทบกับวัตถุแล้ว เกิดการหักเหของแสง (Spectrum) สีเป็นคลื่นแสงชนิดหนึ่ง ซึ่งปรากฏให้เห็น เมื่อแสงผ่านละอองไอน้ำ ในอากาศ หรือ แทะงแก้วปริซึม ปรากฏเป็นสีต่าง ๆ รวม 7 สี ได้แก่ สีแดง ม่วง ส้ม เหลือง น้ำเงิน คราม และเขียว เรียกว่า สีรุ้ง ที่ปรากฏบนท้องฟ้าตามธรรมชาติในแสงนั้นมีสีต่าง ๆ รวมกัน อยู่อย่างสมดุลเป็นแสงสีขาวใส เมื่อแสงกระทบ กับสีของวัตถุ ก็จะสะท้อนสีวัตถุนั้นออกมาเข้าตาเรา วัตถุสีขาวจะสะท้อนได้ทุกสี ส่วนวัตถุสีดำนั้น จะดูดกลืนแสงไว้ ไม่สะท้อนสีใด



รูปที่ 2.12 ชาร์ตสี

ที่มา : www.novabizz.com

2.3.1.2 ประเภทของสี สีมีอยู่ทั่วไปในสิ่งแวดล้อม สีที่ปรากฏอยู่ในโลกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก) สีที่เกิดในธรรมชาติ มีอยู่ 2 ชนิดคือ สีที่เป็นแสง (Spectrum) คือ สีที่เกิดจากการหักเหของแสง เช่น สีรุ้ง สีจากปริซึมและสีที่อยู่ในวัตถุ หรือเนื้อสี (Pigment) คือ สีที่มีอยู่ในวัตถุธรรมชาติทั่วไป เช่น สีของพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุต่างๆ

ข) สีที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ สีที่ได้จากการสังเคราะห์ เพื่อใช้ประโยชน์ในงานต่างๆ เช่น งานศิลปะ อุตสาหกรรม การพาณิชย์ และในชีวิตประจำวัน โดยสังเคราะห์จากวัสดุธรรมชาติ และจากสารเคมี ที่เรียกว่า สีวิทยาศาสตร์ ซึ่งสีที่ได้จาก การสังเคราะห์สามารถนำมาผสมกันให้เกิดเป็น สีต่างๆ อีกมากมาย

2.3.1.3 จิตวิทยาสีกับความรูสึก (Psychology of Color)

การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้งานเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามความต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังเกตจากวงล้อสีจะปรากฏ เป็น 2 วรรณะ คือ

- วรรณะสีร้อน ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง ฉูดฉาด หรือเร้าแรง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสด และสีที่ใกล้เคียง

- วรรณะสีเย็น ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว และสีที่ใกล้เคียง

สีแสดงอารมณ์

- สีแดง

เป็นสีของไฟ การปฏิบัติ ความรู้สึกทางกามารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมากสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถดบังสีอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง

- สีเหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี

มีค่าสีแตกต่างกันทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสีที่มาผสมสี ดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึกซาบซึ้งลึกลับหรือให้ความรู้สึกในทางลบ และเก็บกดก็เป็นได้ เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแอกว่ากัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแอกว่าเพียงใด สีประเภทน้ำตาลจะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง อบอุน สำหรับสีเหลือง เป็นสีที่มีพลังในด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสีเหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น

- สีเขียว

เป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพลุ่งพล่านสงบลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มขึ้นไปในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า

- สีน้ำเงิน

เป็นสีที่เก็บกด ช่างฝัน เปล่าเปลี่ยว ถึงแม้ว่าจะทำให้ใสขึ้นโดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาด บริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดงสุขอนามัย

- สีม่วง

แสดงถึงความใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกลับ เวทมนต์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงไลแลค ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้สึกเป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ยังให้ความเป็นเจ้านายและเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

- สีทอง

มีตำแหน่งใกล้สีส้ม และนับว่าเป็นสีอุ่นสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดให้เป็นสีเย็น และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอุ่นมาใช้ร่วมด้วยหากว่าต้องการผลของความรู้สึกในทางบวก

- สีเทา

สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากหลายระดับ อาจจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป

- สีดำ

สีดำ ซึ่งเรียกว่า ออร์ค คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่างในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราไม่ใช่สีอื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรืออักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น

- สีขาว

สีขาว ก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อนและเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลืองจืดจาง เราสามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆ ลงบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ

2.3.1.4 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดู สวยงาม และตื่นตา หรือช่วยส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่นำเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีที่แตกต่างกัน เด็กเล็ก ๆ จะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยังไม่ชอบสีสดใสมาก ๆ กลับนิยมสีอ่อนหวาน นุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิกในเชิงพาณิชย์ จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญเด็กเล็ก ๆ ควรใช้สีประเภทปฐมภูมิ หรือสีทุติยภูมิ ส่วนผู้ใหญ่อาจต้องใช้สีแท้ ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำ การใช้สีขาวหรือสีดำมาผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้นก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงาน จึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

ก) ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลานั้น ๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

ข) พึงระลึกรั้วเสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมเนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบ จะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็ต้องนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

ค) การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่าง ๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่าต้องเพิ่มงบประมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ

ง) ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยผู้บริโภค

จ) การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลายๆสี อาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

ฉ) เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูเด่นชัดและมีชีวิตชีวน่าสนใจ

ข) การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเข้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง

ข) ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรเว้นการใช้สีตรงข้ามในปริมาณที่เท่า ๆ กัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องแ่งมองอย่างมากทำให้เกิดภาพซ้อนพรั่มัวโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่น ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการควรเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ซึ่งก็จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย

2.3.1.5 หน้าที่ของสี

สีมีคุณสมบัติต่อโลก และมนุษย์เรารู้จักการใช้สีมาช้านาน

ก) สีที่มีอยู่ในธรรมชาติ เป็นปรากฏการณ์ที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาเพื่อแสดงถึงความเป็นไป ของสิ่งที่มีอยู่บนโลก ซึ่งสีจะเป็นตัวบ่งบอก สิ่งต่างๆ ได้แก่

- ความเปลี่ยนแปลง หรือวิวัฒนาการ ของธรรมชาติ หรือวัตถุธาตุ เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไป สีอาจกลายสภาพจากสีหนึ่งไปเป็นอีกสีหนึ่ง เช่น การเปลี่ยนสีของใบไม้

- ความแตกต่างของชนิดของวัตถุธาตุ ได้แก่ สีของอัญมณี เช่น แร่ไพโรรมีสีน้ำเงิน แร่มรกตมีสีเขียว แร่ทับทิมมีสีแดง เป็นต้น

- แบ่งแยกเผ่าพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต ได้แก่ สีผิวของมนุษย์ที่ต่างกัน เช่น คนยุโรปผิวขาว คนเอเชียผิวเหลือง และคนแอฟริกันผิวดำ ดอกไม้ หรือแมลงมีสีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับชนิดและเผ่าพันธุ์ของมัน

ข) สีในงานศิลปะ ทำหน้าที่ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้งานศิลปะชิ้นนั้นมีคุณค่าทางสุนทรีย์ะ หน้าที่หลักของสีในงานศิลปะ คือ

- ให้ความแตกต่างระหว่างรูปกับพื้น หรือรูปทรงกับที่ว่าง
- ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวด้วยการนำสายตาของผู้บริเวณที่สีตัดกันจะ

ดึงดูดความสนใจ

- ให้ความเป็นมิติแก่รูปทรง และภาพด้วยน้ำหนักของสีที่ต่างกัน
- ให้อารมณ์ความรู้สึกได้ด้วยตัวมันเอง

ค) ในด้านกายภาพ สีมักนำมาใช้เพื่อส่งผลต่ออุณหภูมิ เช่น สีดำ จะดูดความร้อนได้มากกว่าสีขาว และด้านความปลอดภัย สีที่สว่างจะช่วยในเรื่องความปลอดภัยได้ดีกว่าสีมืด

2.4.1 การใช้สีสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์

องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกใช้สีที่ควรคำนึงถึงสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุ คือ

- สีต่าง ๆ ที่ใช้บนเนื้อที่ของหีบห่อบรรจุควรติดต่อกันอย่างได้เรื่องราวทั้งหมดไม่ขัดกัน
- ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุ แต่ละสีควรจะประกอบกันแล้วเข้าใจกันได้ หรือเป็นสีคู่กันได้
- สีที่ใช้ควรเป็นสีที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาด ถูกต้องตามรสนิยมของผู้บริโภค
- ขอบเขตของสีที่จะทำให้หีบห่อบรรจุ ชัดแย้งหรือไม่เด่น เมื่อเปรียบเทียบกับหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
- การใช้สีต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่สุดในกรณีจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ร้านบริการเอง Supermarket ตู้แช่ หรืออื่น ๆ
- การใช้สีที่ให้ความดึงดูดสูงสุด ภายใต้แสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นสภาวะปกติในร้านค้า
- การใช้สีที่เหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์
- ขอบเขตของสีที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตราสินค้า และขอบเขตการใช้สีนี้ซ้ำ ๆ กันในการจัดจำหน่ายและการโฆษณา
- ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุที่เข้ากันได้กับสีของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจขึ้นมา

2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์

2.4.1 กระดาษ

2.4.1.1 ชนิดของกระดาษบรรจุภัณฑ์

ชนิดของกระดาษที่ผลิตในระบบโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ใช้กับงานสิ่งพิมพ์โรงพิมพ์ และตามร้านเครื่องเขียน แบ่งออกได้ ดังนี้

- 1) กระดาษธรรมดา แบ่งออกเป็นชนิดต่างๆ ได้ดังนี้
 - กระดาษทิชชู
 - กระดาษบริเชส หรือ กระดาษเนเธอร์แลนด์ตั้ง
 - กระดาษเบลช หรือ กระดาษเนเธอร์แลนด์ตั้ง
 - กระดาษพร็อช
 - กระดาษเกรซพรีฟ
 - กระดาษคราสซิ่ง
 - กระดาษพราชม์นัท
- 2) กระดาษแข็ง แบ่งตามคุณลักษณะของกระดาษ ได้ดังนี้
 - กระดาษชิพบอร์ด
 - กระดาษโซลิตมานิลาบอร์ด
 - กระดาษกราฟท์โซลิตเดอร์บอร์ด
 - กระดาษกราฟท์ฟอร์ไทรเนอ์บอร์ด

- กระดาษปอนด์

กระดาษปอนด์สำหรับพิมพ์ หมายถึง กระดาษปอนด์ที่ทำขึ้น เพื่อใช้พิมพ์ด้วยระบบเลตเตอร์เพรส กระดาษปอนด์สำหรับการพิมพ์ออฟเซต หมายถึง กระดาษที่ทำขึ้นเพื่อให้เหมาะกับการพิมพ์ระบบออฟเซต นอกจากนี้ยังมีกระดาษปอนด์ลักษณะอื่นๆ ได้แก่ กระดาษแอร์เมล์ กระดาษโปสเตอร์หรือกระดาษเอ็มจี กระดาษอาร์ต กระดาษวาดเขียน กระดาษปก เป็นต้น

3) กระดาษลูกฟูก แบ่งตามลักษณะของลอนลูกฟูก ออกได้เป็น 4 ชนิด ดังนี้

- กระดาษลูกฟูกสองชั้นหรือกระดาษลูกฟูกหนึ่งหน้า
- ก่องกระดาษลูกฟูกสามชั้นหรือกระดาษลูกฟูกสองหน้า
- ก่องกระดาษลูกฟูกห้าชั้น
- ก่องกระดาษลูกฟูกเจ็ดชั้น

4) กระดาษการ์ด แบ่งออกได้ 2 ชนิด คือ กระดาษการ์ดมานิลา และกระดาษการ์ดไอวอรี

2.4.1.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ การแปรรูปวัสดุประเภทกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์ สามารถทำได้หลายรูปแบบ ดังนี้

- ก่อง ได้แก่ ก่องกระดาษแข็งแบบพับ และก่องกระดาษแข็งแบบตายตัว

- ถุง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมาก สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภคบริโภค จัดเป็นบรรจุภัณฑ์เฉพาะตัวสำหรับผลิตภัณฑ์หน่วยเดียวอีกแบบหนึ่ง วัสดุที่ใช้ทำถุงหรือซองกระดาษ ส่วนใหญ่นิยมใช้กระดาษคราฟท์ (Craft) นอกจากนี้ถุงหรือซองกระดาษยังสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ โฆษณาเคลื่อนที่แสดงเอกลักษณ์ ชื่อผลิตภัณฑ์หรือผู้ผลิตได้ดีอีกด้วย ถุง (Bag) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว เช่น กระดาษ และเปิด-ปิดได้ด้านเดียว

- ซอง (envelope) มีขนาดเล็กกว่าถุงและกระสอบ เป็นกระดาษที่ตัดพับสำเร็จรูป มีลักษณะแบนราบมีหลายขนาด เช่น ซองสั้น ซองยาว ซองเอกสาร

2.4.1.3 กระดาษสำหรับบรรจุภัณฑ์

1) กระดาษเคลือบเงา 1 หน้า (C1S)

- กระดาษ Printkote (AW) เป็นกระดาษที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง (FDA) Food Grade ไม่มีสารฟอกขาว เนื้อกระดาษมีชั้นเดียว (SBS Board) ผิวเรียบ

- กระดาษ Crescendo (CD) เป็นกระดาษที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง (FDA) Food Grade ที่มีความขาวมากเป็นพิเศษ เนื้อกระดาษมีชั้นเดียว (SBS Board) ผิวเรียบ

- กระดาษ Ensocoat (ENSO) เป็นกระดาษที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง (FDA) Food Grade ที่มีความขาวมากเป็นพิเศษ เนื้อกระดาษมีชั้นเดียว (SBS Board) ผิวเรียบ

- กระดาษ Carta Solida (CS) เป็นกระดาษที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง (FDA) Food Grade ผิวเรียบสีขาว ใสเหลือง (FBB Board) ตัวกระดาษจะมีความหนา มากกว่าปกติถ้าเทียบกับกระดาษทั่วไป (Bulky)

- กระดาษ TRUCARD 1 GLOSS เป็นกระดาษที่ได้รับมาตรฐาน FSC ผิวเรียบสีขาว

- กระดาษ Silk เป็นกระดาษผิวเรียบสีขาว ใสเหลือง (FBB Board)

- กระดาษ MO เป็นกระดาษผิวเรียบสีขาว ใสเหลือง (FBB Board) ตัวกระดาษจะมีความหนา มากกว่าปกติถ้าเทียบกับกระดาษทั่วไป (Bulky)

- กระดาษ PI เป็นกระดาษผิวเรียบสีขาว ใสเหลือง (FBB Board)

- กระดาษ TA เป็นกระดาษผิวเรียบสีขาว ใสเหลือง (FBB Board) ตัวกระดาษจะมีความหนา มากกว่าปกติถ้าเทียบกับกระดาษทั่วไป (Bulky)

2) กระดาษเคลือบเงา 2 หน้า (C2S)

- กระดาษ Invercote Creato (IG) เป็นกระดาษที่ผลิตมาจากป่าปลูก ได้รับมาตรฐาน FSC เนื้อกระดาษมีชั้นเดียว (SBS Board) เคลือบผิวทั้ง 2 ด้าน มีความเรียบมันคล้าย อาร์ตด้าน

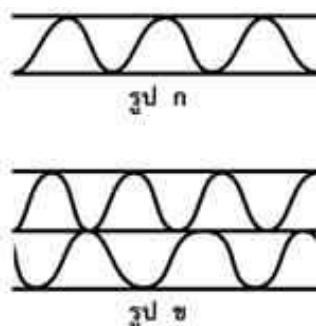
3) กระดาษคราฟท์

- กระดาษ Kraftpak (KP) เป็นกระดาษคราฟท์สีน้ำตาล ที่สามารถสัมผัสกับอาหารได้โดยตรง (FDA) Food Grade ผลิตจากเยื่อกระดาษบริสุทธิ์ ไม่ใช้สารฟอกขาว (Non OBA) มีความเหนียวและแกร่ง

2.4.1.4 กระดาษกล่องลูกฟูก (กระดาษคราฟท์) คือ กระดาษที่ประกอบด้วย แผ่นปะหน้า 2 แผ่นและมีลอนกระดาษลูกฟูกอยู่ตรงกลาง ที่นิยมใช้กัน โดยทั่วไปจะมี 3 ประเภท คือ

1) กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น (Single Face) ประกอบไปด้วยกระดาษแผ่นเรียบ 1 แผ่น ปะกบกับลอนลูกฟูก 1 แผ่น นิยมใช้กันกระแทกสินค้า หรือปะกล่อง offset ลอนมาตรฐาน : B, C, E

2) กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น (Single wall) ประกอบไปด้วยกระดาษแผ่นเรียบ 2 แผ่น ปะกบกับ ลอนลูกฟูก 1 แผ่น โดยลอนลูกฟูก จะอยู่ตรงกลางระหว่าง กระดาษแผ่นเรียบทั้ง 2 แผ่น มักใช้กับสินค้าที่มีน้ำหนักปานกลาง หรือ ไม่เน้นความแข็งแรงมากนัก ลอนมาตรฐาน : B, C, E



รูปที่ 2.13 ชั้นกระดาษลูกฟูก

ที่มา: http://www.qualitycartons.com/Corrugated%20paper_gcc.html

ตารางที่ 2.3 ความแข็งแรงของกล่องกระดาษลูกฟูก

มิติรวมสูงสุด (เซนติเมตร)	น้ำหนักรวมสูงสุด (กิโลกรัม)	ความต้านแรงดันทะลุต่ำสุด (กิโลพาสคัล)
105	10	870
135	15	1050
160	20	1180
175	25	1250
190	30	1330
210	35	1540

2.4.2 พลาสติก (Plastics)

พลาสติก (Plastic) มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า "plastikos" หมายความว่าหล่อ หรือ หลอมเป็นรูปร่างได้ง่าย พลาสติกเป็นโพลิเมอร์ประเภทหนึ่งที่มีส่วนใหญ่นำมาจากการสังเคราะห์ขึ้น (Synthetic polymer) แต่ก็มีพลาสติกที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติเช่นกัน เช่น ชแล็ค พลาสติกเป็นสารอินทรีย์ เป็นไฮโดรคาร์บอน มีไฮโดรเจนและคาร์บอนเป็นองค์ประกอบหลัก พลาสติกเป็นโพลิเมอร์ที่สามารถนำมาหล่อเป็นรูปร่างต่าง ๆ ตามแบบ โดยใช้ความร้อนและแรงอัดเพียงเล็กน้อย มีจุดหลอมเหลวระหว่าง 80 - 350 องศาเซลเซียส ขึ้นอยู่กับชนิดของพลาสติกด้วย

ปัจจุบันพลาสติก (plastic) มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เครื่องมือ เครื่องใช้และวัสดุก่อสร้างหลายชนิดทำด้วยพลาสติก เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือนจำพวกจานชาม ขวดโหลต่าง ๆ ของเล่นเด็ก วัสดุก่อสร้าง สีทาบ้าน กาวติดไม้และติดโลหะ อุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นต้น เหตุที่พลาสติกเป็นที่นิยมเพราะมีราคาถูก มีน้ำหนักเบา ทนความชื้นได้ดี ไม่เป็นสนิม ทำให้เป็นรูปร่างต่าง ๆ ตามต้องการได้ง่ายกว่าโลหะ เป็นฉนวนไฟฟ้า มีทั้งชนิดโปร่งใส

และมีสีต่าง ๆ กัน ด้วยเหตุนี้พลาสติกจึงใช้แทนโลหะหรือวัสดุบางชนิด เช่น แก้ว ได้เป็นอย่างดี แต่พลาสติกก็มีข้อเสียหลายอย่างด้วยกันคือ ไม่แข็งแรง (รับแรงดึง แรงบิดและแรงเฉือนได้ต่ำมาก) ไม่ทนความร้อน (มีจุดหลอมเหลวต่ำ ติดไฟง่าย และไม่คงรูป จึงทำให้ขอบเขตการใช้งานของพลาสติกยังไม่กว้างเท่าที่ควร

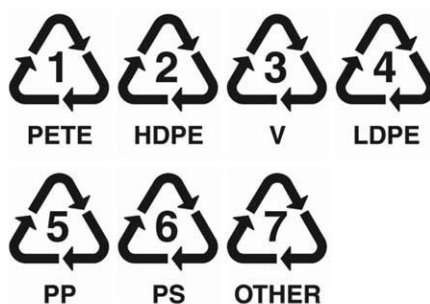
พลาสติกประกอบไปด้วยโมเลกุลของธาตุหลายธาตุ จับกันเป็นโมเลกุลใหญ่ ที่เรียกว่าพอลิเมอร์ ลักษณะที่เด่นชัดของพลาสติกอยู่ตรงที่โมเลกุลของพลาสติกมีขนาดใหญ่โตกว่าสารอื่น ๆ มาก พลาสติกที่ใช้ส่วนใหญ่ได้จากปฏิกิริยาสังเคราะห์ทางเคมี ส่วนพลาสติกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและใช้มากคือ เซลแล็ก (shellac) พลาสติกเป็นสารประกอบอินทรีย์ (สารอินทรีย์หมายถึงสารซึ่งในโมเลกุลมีธาตุไฮโดรเจน และคาร์บอนรวมกันอยู่ อาจมีเพียงอะตอมของธาตุทั้งสองหรือมีอะตอมของธาตุอื่นรวมอยู่ด้วย เช่น มีเทน CH_4 เป็นสารอินทรีย์ที่มีแต่อะตอมของไฮโดรเจน และคาร์บอน กรดน้ำส้ม CH_3COOH มีอะตอมของไฮโดรเจน คาร์บอน และออกซิเจนรวมอยู่ด้วย เป็นต้น) สามารถแบ่งพลาสติกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- เทอร์โมเซตติงพลาสติก (thermosetting plastic) เป็นพลาสติกชนิดที่จะแข็งตัวคงรูปอยู่ได้ โดยอาศัยปฏิกิริยาทางเคมี ปฏิกิริยาเคมีเกิดขึ้นโดยอาศัยความร้อนและความกดดัน ภายหลังปฏิกิริยาเคมีมันก็จะแข็งตัว และเราจะไม่สามารถเปลี่ยนรูปของมันโดยไม่เปลี่ยนคุณสมบัติของมันได้กล่าวคือ เมื่อได้รับความร้อนมาก ๆ มันจะสลายตัวเสียรูปไป

- เทอร์โมพลาสติก (thermoplastic plastic) เป็นพลาสติกที่แข็งตัวโดยไม่อาศัยปฏิกิริยาทางเคมี แต่อาศัยคุณสมบัติทางกายภาพ เมื่อทำพลาสติกชนิดนี้ให้ร้อนขึ้นแล้วเทลงในเบ้าหรือแบบมันก็จะเปลี่ยนรูปร่างไปตามแบบนั้น และเมื่อเย็นลงก็จะแข็งตัวคงรูปอยู่ได้ และเมื่อเป็นรูปแล้วเราสามารถที่จะหลอมและเปลี่ยนรูปเป็นอย่างอื่นได้อีก เพราะคุณสมบัติทางเคมีของมันยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

2.4.2.1 การแยกชนิดของพลาสติก

พลาสติกแต่ละชนิดมีจุดหลอมเหลวและความหนาแน่นต่างกัน จึงมีการใช้สัญลักษณ์เพื่อช่วยในการเลือกพลาสติกชนิดต่าง ๆ และช่วยในการแยกพลาสติกในกระบวนการรีไซเคิล ซึ่งเราสามารถแยกชนิดของพลาสติกออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้



รูปที่ 2.14 อักษรย่อทางพลาสติก

- ก) PET (PETE) หรือ Polyethylene Terephthalate พลาสติก PET เป็นขวดใสใช้บรรจุน้ำดื่ม น้ำอัดลมขนาด 2 ลิตร ขวดน้ำมันพืช และกระปุกเนยถั่ว
- ข) HDPE หรือ High Density Polyethylene เป็นขวดสีขาว ทึบแสง หรือสีทึบอื่น ๆ มักใช้บรรจุน้ำดื่ม นม ยาเม็ด ผงซักล้าง น้ำยาล้างห้องน้ำ แป้งฝุ่น
- ค) PVC หรือ Polyvinyl Chloride พลาสติกพีวีซีมักใช้เป็นท่อประปา เฟอร์นิเจอร์ ขวดน้ำ แผ่นฟิล์มถนอมอาหาร ภาชนะบรรจุน้ำสลัดและน้ำยาซักล้าง
- ง) LDPE หรือ Low Density Polyethylene มักใช้เป็นถุงซั๊กแห้ง ภาชนะเก็บอาหาร สารเคลือบกระป๋อง
- จ) PP หรือ Polypropylene มักใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหารทารก ฝาขวดหลอดดูด
- ฉ) PS หรือ Polystyrene มักถูกนำมาใช้ผลิต ถ้วย ขาม ถาดอาหารภาชนะบรรจุอาหารกลับบ้าน
- ช) Other หมายถึง พลาสติกชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากชนิดที่ 1-6 มักเป็นพวก Polycarbonate ซึ่งใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหาร ทัพเพอร์แวร์ แกลลอนน้ำดื่ม และขวดนัลจีน (nalgene) รวมทั้งใช้ในการเคลือบด้านในของกระป๋องบรรจุอาหาร (metal can linings)

บรรจุภัณฑ์พลาสติก เป็นวัสดุอีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยม ในการนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุอาหารอย่างมาก เนื่องจากมีข้อดีหลายประการ ได้แก่ สามารถดัดแปลงให้มีคุณสมบัติต่างๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งาน มีน้ำหนักเบา สามารถแยกประเภทของพลาสติกโดยการจำแนกตามคุณสมบัติ และลักษณะการนำไปใช้ขึ้นรูปทรงได้ง่าย มีคุณสมบัติในการป้องกันการซึมผ่านของอากาศ น้ำ หรือไขมันทนต่อความร้อนเย็นทนต่อกรดต่าง มีความแข็งแรงเหนียวไม่นำไฟฟ้า กาเลือกใช้ บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติก ควรระมัดระวัง ปัญหาที่พบ คือการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน ทำให้มีสารเคมีเจือปนมากับพลาสติกจะละลายออกมาปนเปื้อนกับอาหาร หากร่างกายได้รับบ่อย ๆ จะเกิดการสะสม ก่อให้เกิดเป็นพิษเรื้อรังและเป็นอันตรายต่อสุขภาพของ ผู้บริโภค พลาสติกจัดเป็นสารโพลีเมอร์ เกิดจากการนำโมโนเมอร์ มาผ่านกระบวนการเชื่อมต่อให้เป็นโมเลกุลที่ใหญ่ขึ้น มีพลาสติกให้เลือกใช้ได้หลายชนิดและในรูปแบบต่างๆ กัน เช่น ถุงพลาสติกชั้นเดียว ซึ่งมีทั้งถุงร้อนและถุงเย็น ถุงพลาสติกหลายชั้นที่ได้จากการประกบหรือการรีดรวม บางกรณีมีการใช้พลาสติกกับของบรรจุภัณฑ์ที่ขึ้นรูปเป็นขวด กล่อง ถ้วย ที่ใส่น้ำมันพืช น้ำผลไม้ บะหมี่สำเร็จรูป เป็นต้น แม้ว่าถุงพลาสติกจะมีคุณสมบัติที่ดีหลายประการ คือ มีน้ำหนักเบากว่าภาชนะบรรจุชนิดอื่น เช่น แก้วกระป๋อง ราคาก็ไม่แพงและสะดวกในการใช้งาน

จากประเภทของอาหารพื้นบ้าน ซึ่งไม่รวมอาหารพร้อมปรุงและอาหารแช่แข็ง อาหารแต่ละกลุ่มควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใดโดยมีข้อแนะนำเหตุผลอะไรบ้าง สามารถแบ่งได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.4 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
1. อาหารถนอมด้วยน้ำตาลและทำแห้ง	1.1 ซองพลาสติก PE	มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ง่าย
	1.2 ซองพลาสติก PP	สามารถป้องกันความชื้นได้ดีแต่ปิดผนึกยากกว่าฟิล์ม PE เนื้อพลาสติกมีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า
	1.3 เซลโลเฟนหรือกระดาษแก้ว	สามารถป้องกันความชื้นได้ระดับหนึ่งมักนิยมใช้ห่อปิดปลาย
	1.4 ครอบพลาสติกหรือกระบอกพลาสติกมีฝาปิด	เห็นสินค้าได้รอบตัว ควรปิดฝาด้วยเทปให้สนิท
	1.5 ภาชนะพลาสติกใสชนิดมีฝาเป็นกابหอย	ควรปิดฝาด้วยความร้อนแทนที่จะใช้ลวดเย็บหรือใช้เทป
	1.6 ครอบป้องกันโลหะ	สามารถสร้างจุดเด่นที่ดีให้แก่สินค้าและแปลกใหม่แต่มีมูลค่าสูง
	1.7 ครอบป้องกันกระดาษ	คล้ายคลึงกับครอบป้องกันโลหะแต่พิมพ์สวยงามได้กว่า
	1.8 ถุงเคลือบหลายชั้นอาจใช้แบบวางตั้งได้อาจมีซิปลิดด้วย	เป็นบรรจุภัณฑ์รูปลักษณะใหม่ก่อให้เกิดความสะดวกในการบริโภคเปิดโอกาสให้ใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ระบบสุญญากาศ ระบบปรับสภาวะ ซึ่งสามารถยืดอายุการใช้งานได้นาน
2. เบเกอรี่และขนมหวาน	2.1 กล่องกระดาษแข็ง	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ตกแต่งได้อย่างสวยงามราคาถูก
	2.2 ภาชนะพลาสติกใสแบบกابหอย	สามารถมองเห็นสินค้า เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า ถ้าใช้พลาสติกที่มีอัตราการซึมผ่านของก๊าซน้อยสามารถใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ เช่น การปรับสภาวะโดยการฉีดก๊าซเฉื่อย
	2.3 ภาชนะพลาสติกหรือกระดาษปิดผนึกด้วยความร้อนบนแผ่นฟิล์ม	ราคาถูกกว่า แต่ต้องคัดเลือกประเภทของพลาสติกให้เหมาะสมกับสินค้า และสามารถใช้นวัตกรรมปรับสภาวะได้

2.4.3 ชนิดของถุงบรรจุภัณฑ์

2.4.3.1 พอยล์อลูมิเนียม มีคุณสมบัติสำหรับการผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดีที่สุดถ้าเทียบกับฟิล์มพลาสติกชนิดอื่นๆ โดยพอยล์อลูมิเนียมมีคุณสมบัติในการ ป้องกันได้ทั้งก๊าซต่างๆ ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่น น้ำมัน และแสงได้อย่างดีเยี่ยม ทำให้สามารถปกป้องและถนอมผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้ยาวนานกว่าฟิล์มชนิดอื่นๆ อลูมิเนียมพอยล์ใช้ได้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร ยา ฯลฯ ทั้งที่เป็นของแข็งและของเหลว ถ้าหากผลิตภัณฑ์กักความร้อนได้เราก็กยังสามารถเคลือบพอยล์อลูมิเนียมด้วยสารอื่นๆ ที่ทนต่อการกักความร้อนได้ และผิวของพอยล์อลูมิเนียมก็มีความมัน วาวสวยงามเช่นเดียวกับฟิล์ม Metalized นิยมใช้บรรจุภัณฑ์อลูมิเนียมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการปกป้องจากแสง ความชื้น และต้องการรักษากลิ่นหอมให้ยาวนาน อาทิ เช่น บรรจุอาหารเสริม ยา เครื่องสำอาง ขนมอบสิทิต, ซ็อกโกแลต, ชา กาแฟ, ขนมอบอื่น ๆ ที่ต้องการคงความสมบูรณ์ของคุณภาพ



รูปที่ 2.15 ซองอลูมิเนียมพอยล์
ที่มา : ppmpack (2014)

2.4.3.2 ฟิล์มลามิเนต คือการทำให้เป็นแผ่นบาง ๆ หรือประกอบด้วยชั้นบาง ๆ เช่นเดียวกับฟิล์มพลาสติก ซึ่งฟิล์มลามิเนตหมายถึง แผ่นฟิล์มพลาสติกที่ผ่านกระบวนการลามิเนตโดยการนำพลาสติกหลายชั้นมาเคลือบติดเข้าด้วยกันเป็นฟิล์มแผ่นเดียว หรือการเคลือบฟิล์มพลาสติกเข้ากับเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เช่น กระดาษ พอยล์โลหะ โดยการทำการยึดติดระหว่างชั้นฟิล์ม ด้วยการใช้ความร้อนหรือกาว (Adhesive) โดยฟิล์มลามิเนตจะมีจำนวนชั้นของฟิล์มมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับตามความต้องการของผู้ผลิต การผลิตฟิล์มลามิเนตเพื่อต้องการให้ลวดลายหรือตัวอักษรที่พิมพ์ลงไปบนฟิล์มนั้นสามารถติดอยู่บนฟิล์มได้นานขึ้น โดยการนำแผ่นฟิล์มมาเคลือบติดบนฟิล์มอีกแผ่นหนึ่งที่ผ่านกระบวนการพิมพ์ลวดลายหรือตัวอักษรลงไป เพื่อป้องกันลวดลายของฟิล์มไม่ให้ลบเลือนจากปัจจัยภายนอก เช่น การขีดข่วน น้ำและความชื้น ซึ่งการลามิเนตจะช่วยให้ลวดลายที่พิมพ์ลงไปบนฟิล์มสามารถติดทนนาน ทำให้สินค้ามีความสวยงามดูน่าใช้ อีกทั้งยังช่วยยืดอายุสินค้า (Shelf Life) ให้ยาวนานขึ้น ในปัจจุบันการผลิตฟิล์มลามิเนตยังคำนึงความสวยงามควบคู่ไปกับคุณภาพของฟิล์ม เนื่องจากใน

ปัจจุบันผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์มีแนวโน้มในการใช้พลาสติกทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เช่น ขวดแก้ว กระดาษ กระป๋องโลหะมากขึ้น ประกอบกับผู้บริโภคเองก็มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญในเรื่องของ สุขภาพอนามัยและด้านคุณภาพของสินค้ามากขึ้น ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มี คุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตฟิล์มลามิเนตในปัจจุบันมีการ พัฒนาไปมาก โดยสามารถนำฟิล์มที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมาผ่านกระบวนการลามิเนตเพื่อที่จะให้ได้ ฟิล์มที่มีคุณภาพสูงมากขึ้น ช่วยในด้านการปกป้องสินค้าที่บรรจุภายในให้รักษาคุณภาพเอาไว้ รวมถึง รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องดูสวยงามดึงดูดให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้า บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า ประเภทผงนิยมใช้ฟิล์มลามิเนต BOPET+Aluminum+LLDPE หรือ BOPET+M-PET+LLDPE



รูปที่ 2.16 การเคลือบลามิเนตบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป
ที่มา : constantia-flexibles (2016)

2.4.5 งานพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์กระดาษ

งานพิมพ์เป็นขั้นตอนต่อจากงานก่อนพิมพ์หลังจากการทำแม่พิมพ์ที่สมบูรณ์แล้วเมื่อ ได้รับแม่พิมพ์มาจากงานก่อนพิมพ์ควรได้มีการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยของแม่พิมพ์ก่อนที่จะนำ แม่พิมพ์ไปใส่ในเครื่องพิมพ์เพื่อทำการพิมพ์ ก่อนการพิมพ์จริงเป็นการเตรียมพร้อมพิมพ์ ซึ่งหมายถึงการ เตรียมและปรับตั้งส่วนประกอบทุกส่วนของเครื่องพิมพ์ให้พร้อมแล้วทดลองพิมพ์ให้ได้แผ่นงานพิมพ์ ตัวอย่างจำนวนหนึ่ง ตรวจสอบความถูกต้องและระดับคุณภาพของแผ่นงานพิมพ์ตัวอย่างว่าได้ตามที่ ต้องการหรือไม่ ถ้ายังไม่ได้ระดับคุณภาพที่ต้องการให้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วทดลองพิมพ์อีกจำนวน หนึ่งจนกว่าจะได้คุณภาพตามที่ต้องการ จากหลักการดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำเสนอระบบการพิมพ์ที่สามารถ พิมพ์ลงบนกล่องกระดาษ

2.4.5.1 ระบบการพิมพ์ออฟเซต หรือการพิมพ์พื้นราบ มีต้นกำเนิดจากการพิมพ์ด้วย การค้นพบของ อลัวส์เซนเนเฟลเดอร์ (Alois Senefelder) ด้วยการใช้แท่งไขมันเขียนลงบนแผ่นหินขัด เรียบ ใช้น้ำบางๆ หรือความเปียกชื้นลงไปคลุมพื้นที่ซึ่งไม่ต้องการให้เกิดภาพก่อนแล้วจึงคลึงหมึกตามลง

ไปไขมันที่เขียนเป็นภาพจะรับหมึกและผลึกต้นน้ำ และน้ำก็ผลึกต้นหมึกมิให้ปนกันเมื่อนำกระดาษไป ทาบและใช้น้ำหนักกดพิมพ์พอควร กระดาษนั้นจะรับและถ่ายโอนหมึกที่เป็นภาพจากแผ่นหิน ปัจจุบัน การพิมพ์พื้นราบที่รู้จักกันในนามพิมพ์หินได้พัฒนาจากการใช้คนดึงแผ่นหินที่หนาและหนักกลับไป กลับมา เพื่อทำการพิมพ์ได้ชั่วโมงละไม่กี่แผ่น ได้มีความเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับ จากการใช้แรงคนเป็น เครื่องจักร ใช้น้ำและจากเครื่องจักร ใช้น้ำเป็นเครื่องยนต์พร้อมกับเปลี่ยนลักษณะของแผ่นภาพพิมพ์ จากหินเป็นโลหะที่บางเบาสามารถโค้งโอบรอบไม้ได้และได้ใช้เป็นผืนผ้ายาง (rubber printing) กระดาษหรือวัสดุพิมพ์จะไม่สัมผัสกับแม่พิมพ์ (plate cylinder) โดยตรง แต่จะอยู่ในระหว่าง ไม้ผ้ายาง (blanket cylinder) กับโมกดพิมพ์ (impression cylinder) ชื่อของวิธีนี้ เคยเรียกเมื่อ เริ่มแรกว่า "ลิโธกราฟี" (Lithography) อันเป็นภาษากรีก ที่มีความหมายว่าเขียนบนหิน ได้เปลี่ยนแปลง เพิ่มเติมคำว่า เซตออฟ (set-off) หรือ "ออฟเซต" (offset) ซึ่งหมายถึงการพิมพ์ได้รับหมึกจากแม่พิมพ์ ไปหมดแต่ละแผ่น แล้วเตรียมรับหมึกพิมพ์ในแผ่นต่อไป ชื่อของวิธีพิมพ์นี้จึงเรียกว่า "ออฟเซตลิโธกราฟี" (offset lithography) ในปัจจุบันสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์หลายชนิดไม่ว่าจะเป็นกระดาษผิวหยาบ พลาสติก ผ้าแพร หรือแผ่นโลหะ

2.4.5.2 หลักในการพิมพ์ออฟเซต หลักของการพิมพ์ออฟเซต คือ น้ำกับน้ำมันจะไม่ รวมตัวกันซึ่งบนแผ่นแม่พิมพ์จะมีทั้งสอง ส่วนคือ บริเวณที่ไม่มีภาพก็จะเป็นที่รับน้ำและในส่วนที่มีภาพก็ จะเป็นสารเคมีที่เป็นพวกเดียวกับหมึก

หน้าที่ของบริเวณทั้งสองของแม่พิมพ์

- ส่วนที่ไร้ภาพและรับน้ำ จะทำหน้าที่ในการรับน้ำหรือความชื้น และผลึกต้น หมึกให้ออกนอกบริเวณ

- ส่วนที่เป็นภาพจะทำหน้าที่รับหมึกและผลึกต้นน้ำมันออกนอกบริเวณของตน ซึ่งในแต่ละส่วนจะทำหน้าที่ๆแตกต่างกัน

2.4.5.3 หลักในการถ่ายทอดภาพของเครื่องพิมพ์ออฟเซต



รูปที่ 2.17 ระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไป

ออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์พื้นฐานทั่วไปในระบบ 3 โม คือ

- โมแม่พิมพ์
- โมผ้ายาง
- โมแรงกด

พร้อมด้วยระบบทำความชื้นและระบบการจ่ายหมึกให้แก่แม่พิมพ์เมื่อมีการเคลื่อนไหว แม่พิมพ์จะหมุนไปรับน้ำ หรือ ความชื้น แล้วจึงหมุนไปรับหมึก แล้วจึงไปรับหมึก เมื่อแม่พิมพ์รับหมึกในบริเวณภาพแล้วจะหมุนลงไปถ่ายโอนไปให้โมผ้ายาง แล้วจึงถ่านลงวัสดุพิมพ์โดยมีโมกดพิมพ์ รองรับอยู่ เป็นระบบการพิมพ์ทางอ้อม

ประโยชน์ของการพิมพ์ทางอ้อม

- ในการพิมพ์ภาพลงสู่ผ้ายาง ผิวของผ้ายางมีความอ่อนนุ่มจึงสามารถแนบกระชับกับผิว ของของการดาษที่เป็นแอ่ง และขรุขระได้ดีกว่าการใช้แม่พิมพ์โดยตรง
 - ผ้ายางจะไม่ทำให้ตัวของแม่พิมพ์ชำรุด เหมือนกับการพิมพ์ทางตรง
 - สะดวกในการตรวจสอบความถูกต้องของภาพ และข้อความบนแม่พิมพ์
- เพราะเป็นตัวตรง ไม่ใช่ตัวกลับอย่าง เลตเตอร์เพลส ซึ่งตรวจสอบได้ยาก

2.4.5.4 ขนาดของเครื่องพิมพ์ออฟเซต

เครื่องพิมพ์ออฟเซต โดยทั่วไปมีหลักการเดียวกัน คือ ประกอบด้วยโมแม่พิมพ์ โมยาง และโมพิมพ์ ที่โมแม่พิมพ์จะมีระบบการให้น้ำและต่อเพลทอยู่ การถ่ายทอดภาพ เกิดจากโมแม่พิมพ์ได้รับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพให้โมยาง แล้วโมยางจึงถ่ายทอดภาพให้กับกระดาษ หรือวัสดุที่ใช้พิมพ์ ในการถ่ายทอดภาพจากโมหนึ่งไปยังโมหนึ่งจะต้องใช้แรงกดน้อยที่สุด

ก) ออฟเซตเล็ก เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก พิมพ์กระดาษได้ ขนาด 10x15 นิ้ว ถึงขนาด 13x17 นิ้วโดยประมาณ เครื่องชนิดนี้มีอุปกรณ์ประกอบในการทำงานน้อยไม่ยุ่งยาก ใช้งานง่ายเหมาะสำหรับงานพิมพ์ขนาดเล็ก เช่น หัวจดหมาย หนังสือเวียนแผ่น โฆษณาเผยแพร่เล็กๆ ไม่เหมาะสำหรับงานพิมพ์สอดสี หรือ สีสี่ เพราะระบบฉลากยังไม่มีความเที่ยงตรงดีพอ

- ขนาดตัดสี่ เป็นเครื่องพิมพ์ที่ขนาดใหญ่กว่าออฟเซตเล็กสามารถพิมพ์ได้ขนาดประมาณ 15x21 นิ้ว หรือ 18x25 นิ้ว มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้นและระบบน้ำดีขึ้นกว่าสามารถพิมพ์งานได้เกือบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นสีเดียวหรือหลายสีก็ตาม เหมาะสำหรับพิมพ์หนังสือยกเป็นเล่ม ภาพโปสเตอร์ขนาดกลาง งานพิมพ์ทั่วไป และงานพิมพ์ที่มีจำนวนพิมพ์ไม่มากนัก เช่น ครั้งละไม่เกิน 5,000 ชุด ถ้าเป็นการพิมพ์จำนวนมากๆแล้วจะเป็นการเสียเวลา เพราะมีขนาดเล็ก ไม่สามารถลงพิมพ์ได้คราวละหลายๆแบบได้ เครื่องพิมพ์ชนิดนี้นิยมใช้ทั่วไปในท้องตลาด ถ้าพิมพ์หนังสือ ยก จะพิมพ์ขนาด 8 หน้ายก ได้ แล้วแต่ขนาดของเครื่องพิมพ์ การที่เรียกเครื่องพิมพ์ขนาดตัดสี่นั้น เพราะใช้กระดาษขนาด 15.5x1.5 นิ้ว ที่เกิดจากการแบ่งกระดาษขนาดใหญ่ 31x43 นิ้ว เป็นสี่ส่วนได้พอดี ซึ่งเมื่อนำกระดาษขนาด นี้ไปพิมพ์และพับเป็นเล่มแล้ว จะได้หนังสือที่มีขนาดเล็กเรียกว่า 8 หน้ายก

- ขนาดตัดสอง เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่กว่าขนาดตัดสี่เกือบเท่าตัว สามารถพิมพ์ได้ 25x36 นิ้ว หรือบางแม่พิมพ์ สามารถพิมพ์ขนาด 28x40 นิ้วได้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์งานทางการค้าทั่วไป เช่น หนังสือยกโปสเตอร์ขนาดใหญ่ แผ่นโฆษณา และงานพิมพ์ทุกชนิดเนื่องสามารถพิมพ์ได้ขนาดใหญ่ จึงสามารถลงแบที่จะพิมพ์ได้ครวละหลายๆแบบ และสามารถตัดซอยเป็นแบบที่ต้องการได้ภายหลัง ทำให้ประหยัดเวลาในการพิมพ์ เป็นเครื่องพิมพ์ขนาดที่นิยมใช้กันทั่วไป มีอุปกรณ์ประกอบในการช่วยพิมพ์ดีฉากพิมพ์แม่นยำและความเร็วสูง

- ขนาดตัดหนึ่ง เป็นเครื่องพิมพ์ชนิดป้อนแผ่นขนาดใหญ่ที่สามารถพิมพ์กระดาษ 30x40 นิ้ว หรือโตกว่าได้ มีอุปกรณ์ช่วยในการพิมพ์มากขึ้น ส่วนมากใช้ในการพิมพ์หนังสือโปสเตอร์และบรรจุภัณฑ์ ที่มีปริมาณการพิมพ์มากๆ มีใช้น้อยกว่าขนาด สี่ตัด และขนาดสองตัด ในปัจจุบัน จัดได้ว่าระบบการพิมพ์ ออฟเซต เป็นระบบงานพิมพ์ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดเพราะให้คุณภาพของงานพิมพ์ที่สูง และราคาไม่สูงมาก เหมาะสำหรับใช้พิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดทั้งหนังสือที่ต้องการสีเดียวและสี่สี

ข) การพิมพ์ออฟเซตชนิดแผ่น การพิมพ์ทุกระบบ ไม่ว่าจะเป็นเลตเตอร์เพรส กราฟัวร์ หรือออฟเซต ในอุตสาหกรรมการพิมพ์มักจะแบ่งเครื่องพิมพ์ออกเป็น 2 ชนิด คือ ชนิดหนึ่งตัดกระดาษเป็นแผ่นให้ได้กับขนาดของเครื่องพิมพ์และชนิดของงานแล้วป้อนเข้าเครื่องพิมพ์และพิมพ์ออกมาได้ด้านเดียวหรือสองด้านเป็นยกพิมพ์หนังสือเล่มหรือเป็นแผ่นโปสเตอร์ ด้วยความเร็วสูงสุดทางการผลิตจะได้ไม่เกิน 9,000-10,000 แผ่นต่อชั่วโมง ทั้งที่เครื่องพิมพ์นั้นสามารถผลิตได้ถึง 11,000 แผ่นต่อชั่วโมงแต่ไม่มีเจ้าของเครื่องพิมพ์ใด ใช้ความเร็วสูงสูงสุดตามนั้น เพราะจะเป็นเหตุให้เครื่องพิมพ์เสื่อมโทรมเร็วกว่าปกติ อีกชนิดหนึ่งเป็นเครื่องป้อนม้วน

2.4.5.5 หลักการสามโมในการพิมพ์ออฟเซต

- โมแม่พิมพ์ (Plate Cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกที่รองรับแผ่นแม่พิมพ์ โลหะซึ่ง โอบโมไว้และมีที่จับยึดไว้อย่างมั่นคงมีตำแหน่งสัมผัสกับลูกกลิ้งน้ำและลูกกลิ้งหมึกชุดสุดท้าย และสัมผัสกับโมในขณะที่พิมพ์ถ่ายโอนภาพจากแม่พิมพ์ลงบนโมยาง

- โมยาง (Blanket Cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกสำหรับรองรับแผ่นผ้ายางที่โอบโมและจับยึดอย่างมั่นคงมีตำแหน่งสัมผัสระหว่างโมแม่พิมพ์กับวัสดุพิมพ์ทำหน้าที่รับหมึกพิมพ์จากบริเวณภาพของของแม่พิมพ์ ในลักษณะกลับซ้ายเป็นขวาหรือขวาเหมือนภาพส่งกระจก และถ่ายโอนภาพนั้นลงสู่วัสดุพิมพ์ในลักษณะภาพที่เป็นจริง

- โมกดพิมพ์ (Impression Cylinder) เป็นโลหะทรงกระบอกสำหรับรองรับวัสดุพิมพ์มีตำแหน่ง ประชิดกับโมยาง ทำหน้าที่กดวัสดุพิมพ์ให้สัมผัสกับโมยางโดยมีวัสดุพิมพ์แทรกอยู่ระหว่างกลาง

2.4.5.6 การพิมพ์ออฟเซตชนิดม้วน

วัตถุประสงค์ของเครื่องพิมพ์ออฟเซต ก็เหมือนอุตสาหกรรมที่เป็นทฤษฎีของการพิมพ์ระบบอื่นว่าสามารถปรับแต่งและพิมพ์ได้ดี ด้วยความสะอาดและสะอาด มีความคมชัดเมื่อดูด้วยตาเปล่าจนถึงแว่นขยายส่องแต่การเกิดขึ้นของเครื่องพิมพ์ป้อนม้วน มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ หลักคือเพื่อลดเวลาการผลิตหรือให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าการพิมพ์ป้อนแผ่นในช่วงระยะเวลาเท่ากัน ยิ่งกว่านั้นความแตกต่างทางกลศาสตร์ ยังเป็นการเอื้อประโยชน์ให้การพิมพ์ป้อนม้วนที่มีคุณค่าสูงเด่นในระดับหนึ่ง

ความแตกต่างทางรูปลักษณ์กับเครื่องพิมพ์ป้อนม้วนที่สำคัญ ประการแรกคือ การยกเลิกแม่พิมพ์และใช้โมยางอีกลูกหนึ่งเพิ่มเข้าไปทำหน้าที่กดพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเพิ่มโม

2.4.5.7 แม่พิมพ์และโมยาง

เครื่องพิมพ์ชนิดป้อนม้วน มักประกอบขึ้นด้วย 2 หน่วยพิมพ์ ขึ้นไปจนถึง 10 หน่วยในแถวหนึ่ง (one line) และปริมาณการผลิตต่อชั่วโมงยังแตกต่างกันตามขนาด และวัตถุประสงค์ของสิ่งพิมพ์เช่น การพิมพ์โปสเตอร์ การพิมพ์หนังสือเล่ม การพิมพ์หนังสือพิมพ์ และการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ฯลฯ วัตถุประสงค์ทางการพิมพ์เหล่านี้ จะเป็นสิ่งกำหนดขนาดตัดตามยาว (cut-off) ของม้วนกระดาษซึ่งเกิดจากเส้นรอบวงของแม่พิมพ์โมยาง และไมตัด (cutting cylinder) เพราะการพิมพ์บางชนิดตัดสองด้านหรือด้านเดียวโดยไม่ต้องพับ เช่นโปสเตอร์ บางชนิดต้องพับสองหรือสามครั้งจากหน่วยส่งออกในเครื่องพิมพ์เป็นยกพิมพ์ และตัดเจียนสามด้าน เช่นหนังสือเล่ม และบางชนิดไม่ต้องนำไปตัดเจียนอีกภายหลังที่พับและตัดเป็นฉบับหนังสือพิมพ์แล้วหรือในบางกรณีที่นอกจากพิมพ์หนังสือพิมพ์ด้วยจำนวนหน้าตามจำนวนม้วนกระดาษเท่ากับหน่วยพิมพ์คือหน่วยพิมพ์ละสองหน้า

2.4.5.8 การเลือกใช้กระดาษ การรู้จักชนิดของกระดาษและเลือกให้เหมาะสมกับงาน จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ได้มาก กระดาษที่มีราคาแพงและสวยงามไม่จำเป็นที่จะเป็นกระดาษที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการใช้งานเสมอไป กระดาษที่มีราคาถูกที่สุดอาจจะเหมาะสมที่สุดก็ได้ซึ่งทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งานการเลือกใช้กระดาษควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้เป็นหลัก คือ

- ใช้ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับกระดาษ
- ใช้หมึกพิมพ์ให้เหมาะสมกับกระดาษ
- ใช้กระดาษที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับลักษณะของงานพิมพ์

2.4.5.9 ระบบการพิมพ์ออฟเซต กระดาษที่ใช้พิมพ์กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

- มีผิวเรียบเพื่อให้อรับหมึกได้ดี
- ไม่มีขุยและฝุ่นบนผิวกระดาษ เพราะจะทำให้ภาพพิมพ์มีรูรอยต่าง
- ด้านทานน้ำและความชื้นได้ดี ไม่ยัดง่ายเมื่อถูกความชื้น
- มีเนื้อกระดาษสม่ำเสมอและรับหมึกได้ดี
- มีความราบเรียบตลอดทั้งแผ่นเพื่อให้ป้อนเข้าเครื่องได้สะดวก

2.4.5.10 การควบคุมงานพิมพ์ออฟเซต การพิมพ์ที่ได้มาตรฐาน คือ การพิมพ์ที่มีคุณภาพเหมือนต้นฉบับนี้คือคำจำกัดความที่ชัดเจนที่สุดปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้บรรลุถึงคุณภาพที่ดี ได้มาตรฐานแบ่งเป็น 2 ประการคือ

- ประการแรก ได้แก่ การเตรียมพร้อมพิมพ์ (makeready)
- ประการหลัง ได้แก่ การพิมพ์ (press running)

การเตรียมพร้อมพิมพ์ที่สมบูรณ์ไม่เพียงแต่จะทำให้งานพิมพ์ได้มาตรฐาน ทั้งยังเป็นการลดต้นทุนก็เพราะไม่มีอุปสรรคไปชะงักการพิมพ์ทำให้ต้องหยุดแก้ไขปัญหา เช่น อายุแม่พิมพ์สั้นกว่าที่กำหนดด้วยการด้วยการไม่รับหมึก(blinding)การแตกตามแนวหัวแม่พิมพ์

ก) การเตรียมพร้อมพิมพ์ จำแนกได้ดังนี้

- แม่พิมพ์เมื่อนำเข้าไปโอบหุ้มโมแล้วถือว่าเป็นส่วนของหน่วยพิมพ์ ปัญหาที่เกิดจากการพิมพ์เหลื่อม (misregister) หรือแม่พิมพ์แตก มักเกิดจากการงอแม่พิมพ์ไม่ได้ฉาก คือ แนวฉาก ไม่ขนานกับสองแนวหัวท้าย เมื่อนำไปโอบรอบโมความแตกต่างของแนวขนานอาจมีเพียง 0.20 ถึง 0.76 มิลลิเมตรทำให้แม่พิมพ์โก่ง ไม่เรียบแนบไปกับตัวโม ภายหลังที่นำแม่พิมพ์เข้าใส่ และล็อกเรียบร้อยแล้วเมื่อลงมือพิมพ์ ลูกกลิ้งหมึกและโมยางจะรีดการโป่งนั้นตลอดเวลาจนแม่พิมพ์ฉีกไปแตกตามรอยพับ

- การงอแม่พิมพ์ด้วยน้ำหนักรวมกดพอให้เกิดมุมฉากเท่านั้น อย่าใช้แรงกระแทกย่ำจนเกิดมุมแหลมคม ทำให้แผ่นอะลูมิเนียมเกิดรอยปริแตกตามแนวนั้นเมื่อพิมพ์ได้ไม่นาน

- ปลายของแม่พิมพ์ด้านที่งอสองครั้ง ควรมีความยาวพอสมควร ให้ลูกเบี้ยวภายในมีโอกาสจับยึดได้มั่นคงหากปล่อยให้ปลายสั้นลูกเบี้ยวภายในจะจับไม่อยู่

- ใช้น้ำมันเครื่องทาบางๆให้ทั่วพื้นหลังแม่พิมพ์แล้วใช้กระดาษรองหนุนเป็นวิธีที่ค่อนข้างได้ผลดี เพราะกระดาษที่้วนน้ำมันไว้จะป้องกันน้ำซึม และป้องกันสนิมกับตัวโม

2.4.5.11 สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ออฟเซต ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดทั่วโลกในปัจจุบันเพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์คและไม่ว่าจะออกแบบอย่างไรการพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับ ความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบันทำให้ยังพิมพ์จำนวนมากเท่าไรก็จะยิ่งถูกลง สิ่งพิมพ์ที่จะพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ออฟเซต

- มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุด ขึ้นไป
- มีภาพประกอบหรืองานประเภท กราฟ มาก
- ต้องการความรวดเร็วในการจัดพิมพ์
- ต้องการความประณีต สวยงาม
- เป็นการพิมพ์ หลายสี หรือภาพ สีสีที่ต้องการความสวยงาม

- มีงานอาร์ตเวิร์คที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก
- มีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ

2.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรณภัณฑ์

2.5.1 พระราชบัญญัติ มาตรการขังตวงวัด พ.ศ.2466

พ.ร.บ. ฉบับนี้ร่างขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้บริโภคตามปริมาณที่กำหนด อุปกรณ์หรือเครื่องจักรใดๆ ที่ใช้ในการชั่ง ตวง วัดจะต้องได้รับใบรับรอง ส่วนหน่วยที่แสดงปริมาณของสินค้าตามมาตรการขัง ตวง วัด ควรใช้ระบบเมตริกและตัวเลขที่ใช้สามารถใช้ตัวเลขอารบิกหรือตัวเลขไทยได้ ขนาดของตัวเลขและตัวอักษรที่ใช้ต้องไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

2.5.2 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐที่จัดขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง

เนื่องจากกฎหมายอื่นๆ ที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจนั้น เป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินการทางแพ่งก็เป็นภาระและเสียค่าใช้จ่ายมาก ทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จากดำเนินคดีด้วยตัวเองได้

วิธีการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมกำกับดูแล และประสานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่างๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียน เพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชย ความเสียหายเมื่อถูกผู้ประกอบการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

2.5.2.1. สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อดังนี้

- 1) สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณณคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- 2) สิทธิที่จะมีอิสระ ในการเลือกหาสินค้าและบริการโดยปราศจากการผูกขาด
- 3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัย จากการใช้สินค้าหรือบริการ
- 4) สิทธิที่จะได้ชดเชย ความเสียหายจากการให้สินค้าหรือบริการ

2.5.2.2. องค์กรของรัฐ

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภค

- การโฆษณา (มีคุณธรรมการว่าด้วยการโฆษณา)
- ด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก)

มีคณะกรรมการย่อยลงไปอีก เพื่อสอดส่องดูรับเรื่องร้องทุกข์พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้น

2.5.2.3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า

ฉลากตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 กำหนดให้หมายความถึง “รูปรอยประดิษฐ์กระดาศหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อ บรรจุสินค้า หรือสอดแทรกไว้ร่วมกับสินค้าหรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้า” รวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า พร้อมทั้งป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น

สินค้าควบคุมฉลากต่างประเทศที่นำเข้ามาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็นข้อความภาษาไทยมีความหมายตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อ พร้อมสถานที่ประกอบการของผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้น และต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตามประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า

สินค้าที่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลาก มีดังนี้

- 1) สิทธิที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ
- 2) สิทธิที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ
- 3) สินค้าที่ยังไม่มีกฎหมายควบคุม

2.5.3 พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือ “สมอ.” เป็นหน่วยงานระดับกรมสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพ และรับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ

2.5.4 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)

นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งโลก เช่น องค์กรค้าระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization หรือ ISO) องค์กรโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่นๆ

ทำการจัดระบบการจัดหมวดหมู่เป็นไปตามที่ ISO และประกาศใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 โดยแยกหมวดหมู่สาขาวิชาออกเป็น 40 สาขา แต่หมายเลขไม่ได้เรียงกัน โดยมีสาขาวิชาการบรรจุหีบห่อ และการแจกจ่ายสินค้าอยู่สาขาที่ 55 ส่วนเทคโนโลยีอาหารอยู่ในสาขาที่ 67

มาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คือ ข้อกำหนดทางวิชาการ ที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด

มอก.เป็นคำย่อมาจาก"มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม" หมายถึงข้อกำหนดทางวิชาการที่ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุดโดยจัดทำออกมาเป็นเอกสารและจัดพิมพ์เป็นเล่ม

ภายใน มอก. แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น เช่น เกณฑ์ทางเทคนิค คุณสมบัติที่สำคัญ ประสิทธิภาพของการนำไปใช้งาน คุณภาพของวัสดุที่นำมาผลิต และวิธีการทดสอบ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายมาตรฐาน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบและได้รับการรับรองจาก สมอ. แล้วว่ามีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่กำหนดมีความปลอดภัยในการอุปโภคบริโภค มีประสิทธิภาพในการใช้งาน และมีคุณภาพสมราคา ปัจจุบัน สมอ. กำหนดเครื่องหมายมาตรฐานไว้ 3 ประเภท คือ

2.5.4.1 เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคซึ่งผู้ผลิตสามารถยื่นขอการรับรองด้วยความสมัครใจเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามเกณฑ์กำหนดมาตรฐาน



รูปที่ 2.18 เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป

ที่มา: <http://www.krumai.com/standard/page1.html>

2.5.4.2 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ เป็นเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ผลิตต้องทำตามมาตรฐาน และต้องแสดงเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค



รูปที่ 2.19 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ

ที่มา : <http://www.krumai.com/standard/page6.html>

2.5.4.3 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นเครื่องหมายที่ให้การรับรองผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชนเพื่อช่วยพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล



รูปที่ 2.20 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ที่มา : <http://www.krumai.com/standard/page7.html>

2.5.4.4 เครื่องหมายโอท็อป เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น มีเป้าหมายจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบลโดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ที่ประสบความสำเร็จของญี่ปุ่น



รูปที่ 2.21 เครื่องหมายโอท็อป

ที่มา : <http://www.krumai.com/standard/page7.html>

2.5.4.5 เครื่องหมายตลาดต้องชม เป็นโครงการตลาดนัดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชน ภายใต้ชื่อ "ตลาดต้องชม" ที่เป็นเอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ชุมชน เป็นกลไกในการเพิ่มช่องทางการด้านการตลาดให้เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ขณะเดียวกันเพื่อให้ผู้บริโภคได้พบกับผู้ผลิตโดยตรง



รูปที่ 2.22 เครื่องหมายตลาดต้องชม

ที่มา : <http://www.krumpai.com/standard/page7.html>

2.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง “การวิจัยและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูป กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปในชุมชน จังหวัดนครปฐม” เป็นการวิจัยให้เกิดประโยชน์สูงสุดในชุมชน สามารถนำไปใช้จริงได้เป็นการเอกลักษณ์ให้กับสินค้าหาประเมินหาประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ได้ 4 ด้าน คือ 1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ 2. ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ 3. ด้านการอำนวยความสะดวก 4. ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ดังนี้

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นการใช้วัสดุกระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้กันมากที่สุด ซึ่งกระดาษมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นของอากาศได้อย่างเหมาะสม คือ กระดาษขาวชนิดสองด้าน เป็นกระดาษคุณภาพดีมีโครงสร้างที่แข็งแรง เมื่อทำการพิมพ์จะทำให้สวยงาม อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่ปกป้องสินค้าไม่ให้เสียหายในระยะสั้นๆและก่อให้เกิดความสะดวกในการขนส่ง

2. ด้านการบรรจุ บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ เมื่อได้รับแรงกระแทกจากการขนส่งบรรจุได้ง่าย และจัดเรียงได้อย่างเป็นระเบียบนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ขนมประเภทขบเคี้ยวที่มีลักษณะเดียวกันซึ่งสอดคล้องกับ (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541:7-8) ที่กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้การบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม

3. ด้านการอำนวยความสะดวก ในระบบอุตสาหกรรมรูปทรง ต้องเป็นรูปทรง

เรขาคณิตเพื่อสะดวกในการขนส่งประหยัดพื้นที่ได้ดี สามารถเปิดปิดได้สะดวกในการหยิบเอาออกมา
รับประทานและการเก็บรักษา

4. ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายรูปแบบบรรจุภัณฑ์มุ่งเน้นในการพัฒนารูปแบบ
สากล ทันสมัย มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย สีของบรรจุภัณฑ์ในแต่ละชนิดมีความ
แตกต่างกัน เพื่อแยกแยะการแยกแยะสินค้า แสดงภาพสินค้าเพื่อดึงดูดความน่าสนใจของผู้บริโภค

**การวิจัย เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกง ต.หนองแก อ.ในเมือง
จ.อุทัยธานี”** เป็นการใช้อยู่พลาสติกพอลิพรอพิลีน (Polypropylene) แบบใสและเลือกที่ใช้ฉลาก
สติ๊กเกอร์ติดภายนอกถุงแทนฉลากสินค้าเดิมที่ใช้กระดาษพิมพ์ข้อมูลแล้วใส่ลงไปบรรจุภัณฑ์ และ
มีการซีลถุงขนาดเล็ก ราคาถูก แทนการใช้ที่เย็บกระดาษ เย็บปิดปากถุง มีการจัดทำเครื่องหมาย
การค้า และฉลากสินค้าติดบนบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบ และแสดงรายละเอียดเครื่องหมาย
หมายเลขทะเบียน ตราสัญลักษณ์ OTOP หรือส่วนประกอบที่สำคัญต่างๆ ฯลฯ ลงไปอย่างถูกต้อง
เหมาะสม

**การวิจัย เรื่อง “การวิจัยขนมไทยกับการบรรจุภัณฑ์ใหม่ต้นแบบการบรรจุภัณฑ์
ใหม่สำหรับขนมไทย เพื่อใช้เพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว กรณีศึกษาขนมไทย
จังหวัดเพชรบุรี”** วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย จังหวัดเพชรบุรี ให้
เป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของลักษณะสินค้าที่มีเอกลักษณ์และส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ให้
โดยวิธีการสำรวจและศึกษาข้อมูลภาคสนามเพื่อนำมาเป็นการออกแบบ การวิเคราะห์เพื่อการ
นำเสนอการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ด้วยวิธีการออกแบบตามระดับและกลุ่มผู้บริโภค การทดสอบแบบกับ
กลุ่มเป้าหมาย ปรับปรุงแบบ การพัฒนาต้นแบบ และการนำเสนอผลการออกแบบต่อกลุ่มผู้จำหน่าย

คณะผู้วิจัยได้จัดจำแนกการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามกลุ่มผู้บริโภคเป็น 3 กลุ่ม กลุ่ม A
เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อขนมเพื่อเป็นของขวัญ หรือเพื่อเป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อขนมเป็นของฝาก โดยคำนึงถึง
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ กลุ่ม B เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อขนมเป็นของฝากและคำนึงถึงราคาของสินค้า
ที่เหมาะสมพร้อมรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามสมควร และกลุ่ม C เป็นกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเพื่อบริโภคเองเป็นหลัก
หรือลูกค้าในท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีเองซึ่งคำนึงถึงรสชาติและความเชื่อถือในฝีมือการผลิตขนม

ผลการวิจัย จากต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ทั้งสิ้นรวมจำนวน 49 แบบ แบ่งเป็นงาน
ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่ม A จำนวน 23 แบบ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่ม B จำนวน 18 แบบ และ
งานออกแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่ม C จำนวน 8 แบบ สรุปผลการวิจัยที่นำเสนอเป็นแนวทางในการออกแบบ
บรรจุภัณฑ์สำหรับขนมไทยเพชรบุรีดังนี้

1. การออกแบบโครงสร้าง รูปร่าง รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ขนม จะตอบสนองเรื่อง
ความเหมาะสมกับขั้นตอนการบรรจุใส่ โดยพบว่า การบรรจุขนมโดยร้านค้าที่ผลิตตนเอง ส่วนใหญ่ของ
บรรจุภัณฑ์จะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์เสร็จแล้ว หรือขึ้นส่วนบางชิ้นเท่านั้น การออกแบบจึงมุ่งเน้นงาน

โครงสร้างที่สามารถรักษารูปทรงทางกายภาพของขนมได้คงเดิมจากการขนส่ง และป้องกันความเสียหายต่อรูปทรงขนมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการกระจายสินค้าเพื่อจำหน่าย

2. การออกแบบในส่วนกราฟิก เป็นการสร้างยี่ห้อให้เห็นภาพลักษณ์ของสินค้าขนมไทยเพชรบุรี การออกแบบส่วนนี้เน้นการแสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีให้โดดเด่น โดยนำกราฟิกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งสถานที่และวัฒนธรรมเพชรบุรีมาเป็นส่วนประกอบของงานออกแบบ นอกจากนี้ ยังได้นำเสนอการสร้างงานกราฟิกให้เป็นชุดบรรจุภัณฑ์ โดยรวมขนมประเภทเดียวกันหลาย ๆ ชนิด และสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุดขนมนั้น เพื่อบอกให้รู้ว่า ขนมชุดนั้นมาจากแหล่งผลิตที่มีเอกลักษณ์เดียวกัน คือ จังหวัดเพชรบุรี และยังออกแบบให้ขนมดูสะดุดตาชวนเชิญให้ผู้บริโภคซื้อ รวมถึงการจัดระดับการออกแบบกราฟิกตามการวางตำแหน่งของสินค้าในตลาดและวัตถุประสงค์ในการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย

การวิจัย เรื่อง “การศึกษาเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนสันกำแพง” การศึกษาการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาและการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนสันกำแพง และสร้างสื่อกราฟิกบรรจุภัณฑ์ที่มีเรื่องราวของผลิตภัณฑ์สินค้า นำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ให้สอดคล้องกับรูปแบบการผลิตของสถานประกอบการ กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ นักออกแบบ จำนวน 140 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนาโดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างและแบบสอบถามความพึงพอใจในการออกแบบและการถ่ายทอดองค์ความรู้เป็นข้อมูลในการออกแบบในครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์น้ำพุร้อน คือ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอเสื้อยืดที่ระลึกสำหรับครอบครัว หมวกที่ระลึกสำหรับสุภาพสตรีและหมวกสุภาพบุรุษ ความพึงพอใจในเรื่องผลิตภัณฑ์เสื้อยืดที่ระลึกและหมวกที่ระลึก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีลวดลายภาพประกอบสื่อที่สวยงามเหมาะสมกับตลาดการท่องเที่ยวของน้ำพุร้อนสันกำแพง การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์สื่อกราฟิก ตราสัญลักษณ์สื่อถึงเอกลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้าของน้ำพุร้อนสันกำแพง บรรจุภัณฑ์ถุง ป้ายสินค้าแบบแขวน ป้ายสินค้าแบบสติ๊กเกอร์ ป้ายสินค้าแบบคาด ใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติปกป้องหุ้มสินค้าได้อย่างเหมาะสม รูปแบบป้ายสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์และส่งเสริมการขายสินค้าของน้ำพุร้อนสันกำแพงได้ ความพึงพอใจในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้ประกอบการ พบว่าเนื้อหาของหลักสูตรมีประโยชน์สามารถยกระดับขีดความสามารถในการพัฒนาสินค้าได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการนำความรู้ไปใช้ พบว่ามีความมั่นใจและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอดได้เองใช้ได้อยู่ในระดับมากที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” มีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งให้ได้มาของรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตของการวิจัย

3.1.1 ช่วงที่ 1 : การศึกษาค้นคว้าข้อมูลอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของสภาพทั่วไป และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากการสัมภาษณ์ การสอบถามข้อมูล การลงพื้นที่สำรวจสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ ผู้นำชุมชน, เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า, ชาวบ้านที่เป็นชาวไทยวน, ประชาชนภายในจังหวัดสระบุรี และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น
จำนวน 300 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มผู้นำชุมชน, เจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้า, ชาวบ้านที่เป็นชาวไทยวน, ประชาชนภายในจังหวัดสระบุรี และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น
จำนวน 200 คน

3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง
ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

3.1.2 ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของสภาพทั่วไป และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์ การสอบถามข้อมูล การลงพื้นที่สำรวจสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

- ตัวแปรตาม ได้แก่ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ที่ได้รับการออกแบบ

3.1.3 ช่วงที่ 3 : การศึกษาและการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1) แหล่งข้อมูล ได้แก่

- ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การลงภาคสนาม เพื่อประเมินผลรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ที่มีความร่วมสมัยของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

- ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างแบบการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ใหม่

2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่ ประชากรในกลุ่ม/ชุมชน และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในกลุ่ม/ชุมชน และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

3) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ศึกษาหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัว

ใหม่ ที่มีความร่วมสมัยของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

3.1.4 ช่วงที่ 4 : การนำผลการศึกษาด้านการออกแบบ และการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานสู่สังคม ชุมชน

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ประชากร ได้แก่
 - วิสาหกิจชุมชนผัดหมี่ไทยวน ป้าแวม
 - วิสาหกิจชุมชนหมี่กรอบ แม่ชนิด
 - วิสาหกิจชุมชนกลุ่มขนมเทียนแก้ว แม่ดวงใจ
 - กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง
 - กลุ่มขนมกงบ้านต้นตาล แม่ประยูร
 - กลุ่มขนมกระยาสารท บุญส่งไพศาล
 - กลุ่มขนมข้าวเกรียบงา พี่ตี๋
 - กลุ่มขนมเป็ยะนมสด บ้านหนองไฮ
 - กลุ่มปลาสามแก้ว แม่สอิ่ง
 - และผู้ผลิตสินค้า/ร้านค้าที่มีสนใจฯ/หน่วยงานต่างๆ
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
 - วิสาหกิจชุมชนผัดหมี่ไทยวน ป้าแวม
 - วิสาหกิจชุมชนหมี่กรอบ แม่ชนิด
 - วิสาหกิจชุมชนกลุ่มขนมเทียนแก้ว แม่ดวงใจ
 - กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง
 - กลุ่มขนมกงบ้านต้นตาล แม่ประยูร
 - กลุ่มขนมกระยาสารท บุญส่งไพศาล
 - กลุ่มขนมข้าวเกรียบงา พี่ตี๋
 - กลุ่มขนมเป็ยะนมสด บ้านหนองไฮ
 - กลุ่มปลาสามแก้ว แม่สอิ่ง
 - และผู้ผลิตสินค้า/ร้านค้าที่มีสนใจฯ/หน่วยงานต่างๆ

2) ตัวแปรที่จะศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ ศึกษาหลักการผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์
- ตัวแปรตาม ได้แก่ สร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ที่มีความร่วมสมัยของ

บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนการดำเนินงานของวัตถุประสงค์ของการวิจัย

- แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น (สำหรับกลุ่มเป้าหมาย) และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด การเก็บข้อมูลด้านการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลฯ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยสร้างเป็นแบบ Rating Scale เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.2.2 กระบวนการวิจัยกับการใช้เครื่องมือในการวิจัย

ช่วงที่ 1 : ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลในหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี

เพื่อใช้ประกอบในงานวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี”

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- การศึกษาค้นคว้า การจดบันทึก ใช้ในการสรุปผลเพื่อนำไปใช้ประกอบแนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- แบบสอบถาม ใช้สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสาไห้ จังหวัดสระบุรี, สถานประกอบการ, ผู้ผลิตสินค้า, ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- การศึกษาค้นคว้า การจดบันทึก เพื่อนำไปใช้ประกอบแนวความคิดในการออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์
- แบบสอบถาม ใช้สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี, สถานประกอบการ, ผู้ผลิตสินค้า, ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

ช่วงที่ 3 : ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ช่วงที่ 4 : ขั้นตอนการนำผลการศึกษาด้านการออกแบบ และการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานการวิจัยสู่สังคม ชุมชน

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

- แบบสอบถาม ใช้ในการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ที่มีความร่วมสมัยของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ช่วงที่ 1 : ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลในหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

เป็นการเก็บข้อมูล โดยการวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา และผลงานที่เกี่ยวข้อง การพูดคุย การสอบถาม การสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 2 : ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

เป็นการเก็บข้อมูล เป็นการวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการใช้แบบสอบถาม การพูดคุย การสัมภาษณ์ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี, สถานประกอบการ, ผู้ผลิตสินค้า, ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 3 : ขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่

เป็นการเก็บข้อมูล โดยการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ช่วงที่ 4 : ขั้นตอนการนำผลการศึกษาด้านการออกแบบ และการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ไปใช้งาน และถ่ายทอดผลงานการวิจัยสู่สังคม ชุมชน

เป็นการเก็บข้อมูล ใช้ในการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ที่มีความร่วมสมัยของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี



รูปที่ 3.1 แผนผังแสดงขั้นตอนกระบวนการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) การพูดคุย การสัมภาษณ์ และการจดบันทึก นำข้อมูลที่ได้จากการพูดคุย การสัมภาษณ์ มาตรฐานผลและวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางการกำหนดแนวความคิดในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสิทธิภาพและสรุปผลเชิงสังเคราะห์

2) แบบสอบถาม

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม (แบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้น (สำหรับกลุ่มเป้าหมาย) และแบบสอบถามประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (Frequency)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ เป็นการวิเคราะห์ผล ดังนี้

เป็นการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี โดยนำเสนอในลักษณะตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี” เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบผลงานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี โดยวิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งาน ดังต่อไปนี้

4.1.1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

- ผัดหมี่ไทยวน	จำนวน 1 โครงสร้าง
- หมี่กรอบไทยวน	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ขนมเทียนแก้ว	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ก๋วยเตี๋ยวหมี่วน	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ขนมข้าวเกรียบงา	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ขนมกระยาสารท	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ขนมเปียะนมสด	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ขนมกง	จำนวน 1 โครงสร้าง
- ปลาต้มแก้ว	จำนวน 1 โครงสร้าง

คุณลักษณะด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งาน วัสดุและรูปแบบของโครงสร้างสามารถหาซื้อได้ในท้องตลาด โดยพิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนักแต่สามารถใช้งานได้ดี กล่องบรรจุภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยวหมี่วน, ขนมกระยาสารท, ขนมเปียะนมสด จะมีรูปทรงที่เป็นทรงสี่เหลี่ยมใช้งานง่ายและสะดวกในการจัดวางซ้อนทับกัน ทำให้ไม่เปลือง

พื้นที่สำหรับการจัดจำหน่าย ผัดหมี่ไทยวน จะใช้โครงสร้างที่ถ้ายพลาสติกทรงโค้ง ขนมเทียนแก้ว จะใช้ทรงสามเหลี่ยมโดยได้แนวคิดจากรูปทรงของขนมเทียน ขนมง และหมี่กรอบไทยวน จะใช้โครงสร้างกล่องไม้ขีด เพื่อความสะดวกในการถอดเข้า-ออก และปลาต้มแก้ว จะเลือกวัสดุที่ใช้เป็นฉนวนพอยล์ อลูมิเนียมแบบซิปล็อค มีคุณสมบัติในการป้องกันได้ทั้งก๊าซต่างๆ ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่น น้ำมัน และแสงได้ดี ทำให้สามารถปกป้องและถนอมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้ยาวนาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

การวิจัยครั้งนี้เป็น “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี” โดยวิเคราะห์กราฟิกบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งาน ดังต่อไปนี้

4.2.1) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

- ผัดหมี่ไทยวน	จำนวน 1 ผลงาน
- หมี่กรอบไทยวน	จำนวน 1 ผลงาน
- ขนมเทียนแก้ว	จำนวน 1 ผลงาน
- ก๋วยเตี๋ยวมัน	จำนวน 1 ผลงาน
- ขนมห้าวเกรียบงา	จำนวน 1 ผลงาน
- ขนมกระยาสารท	จำนวน 1 ผลงาน
- ขนมเปี้ยะนมสด	จำนวน 1 ผลงาน
- ขนมง	จำนวน 1 ผลงาน
- ปลาต้มแก้ว	จำนวน 1 ผลงาน

การวิจัยครั้งนี้จะเน้นถึงรูปแบบที่มีสีสันที่มีความสดใส สวยงาม สะดุดตา โดยนำเอกลักษณ์จุดเด่นของชาวไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ทางด้านภูมิปัญญาของชาวไทยวน คือ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย, ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารการกิน, ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่ม, ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำเครื่องใช้บูชา และด้านภาษาไทยวน มาใช้ประกอบการออกแบบในการสื่อความหมาย การแสดงออกทางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้า และช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อ โดยใช้แนวคิดของดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2537:8-9) ที่ว่า “บรรจุภัณฑ์ เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้ แหล่งผลิต และเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์ และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า”

จากการวิเคราะห์ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ จะเป็นการนำแนวความคิด รูปแบบที่ใช้สีสันที่สดใส สวยงาม สะดุดตา โครงสร้างสีหลัก ๆ ในแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน เพื่อแยกแยะการ

แยกแยะสินค้าที่หลากหลาย และมีการใช้สีเหลืองทองเข้ามาผสมผสาน เพื่อให้งานดูมีคุณค่า ส่วนรูปแบบลวดลาย / และภาพประกอบแบบ จะใช้ลักษณะของภาพกราฟิก เป็นหลัก และใช้ภาพถ่ายเหมือนจริง ในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ให้สอดคล้องกับเนื้อหา เรื่องราวของผลิตภัณฑ์/สินค้านั้นๆ โดยกลุ่มเป้าหมายต้องการให้เห็นเรื่องราวที่แสดงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี มีการระบุแสดงรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ซื้อมากขึ้น ตัวอักษรที่เลือกใช้เน้นลักษณะที่ดูเรียบง่าย และเป็นลักษณะตัวเขียน ตัววัด ซึ่งทำให้ดูร่วมสมัย อ่านได้ง่าย

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากรูปแบบผลงานของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

- ผัดหมี่ไทยวน จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.1 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผัดหมี่ไทยวน

- หมี่กรอบไทยวน จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.2 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์หมี่กรอบสามรสไทยวน

- ขนมเทียนแก้ว จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.3 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเทียนแก้ว

- กล้ายอบมัน จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.4 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้ายอบมัน

- ขนมข้าวเกรียบงา จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.5 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมข้าวเกรียบงา

- ขนมเปียะนมสด จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.7 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะนมสด

- ขนมกง จำนวน 1 ผลงาน



รูปที่ 4.8 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกง

- ปลาส้มแก้ว จำนวน 1 ผลงาน

ปลาอึ่ง

ชองดี ม่วงงาม จ.สระบุรี

ไฮ-บวช

ปลาส้มแก้ว
Pla Som Kaew

เกิดไม่ลับ...ความอร่อย.... นำไปทอดให้สุก โรยด้วยพริกและหอมแดงซอย ทานกับข้าวสวยร้อนๆ

ส่วนประกอบ	
ปลาตะเพียน	93%
เกลือ	5%
กระเทียม	2%

วิธีการเก็บรักษา

1. ควรเก็บในที่อุณหภูมิต่ำกว่า 40 องศา
2. หลีกเลี่ยงการถูกแสงแดด
3. เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์แล้ว ควรรับประทานให้หมด

RMUTP EVO อ.ต.ส.บ. OTOP

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

น้ำหนักสุทธิ 500 กรัม

จำหน่าย ปลาส้ม กึ่งปลึกและส่ง
ผลิตโดย กลุ่มปลาส้มแก้ว ป้าอึ่ง
15/1 หมู่ 8 ต.ม่วงงาม อ.เสาไห้ จ.สระบุรี 18160 โทร. 085-378-2234

19-2-02156-2-0006

ควรบริโภคก่อน

8 858892 112323

รูปที่ 4.9 วิเคราะห์ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ปลาส้มแก้ว

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยครั้งนี้เป็น “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นสำหรับใช้ประกอบการนำไปเป็นแนวคิดในการออกแบบของกลุ่มเป้าหมาย จากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	56	28.00
	หญิง	144	72.00
	รวม	200	100
2. อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	10	5.00
	25 - 34 ปี	34	17.00
	35 - 44 ปี	50	25.00
	45 - 54 ปี	80	40.00
	55 ปีขึ้นไป	26	13.00
	รวม	200	100
3. อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	16	8.00
	ข้าราชการ	30	15.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	2.00
	รับจ้าง	80	40.00
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	40	20.00
	อื่น ๆ ...แม่บ้าน...	30	15.00
	รวม	200	100
4. รายได้ / เดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	6.00
	5,001 – 10,000 บาท	18	9.00
	10,001 – 20,000 บาท	36	18.00
	20,001 – 30,000 บาท	84	42.00
	30,000 บาทขึ้นไป	50	25.00

	รวม	200	100
5. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	98	49.00
	ปริญญาตรี	62	31.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	40	20.00
	รวม	200	100

สรุปจากตารางที่ 4.1 กลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.00) ระดับช่วงอายุ คือ อายุระหว่าง 45-54 ปี (ร้อยละ 40.00) กลุ่มอาชีพอันดับแรก คือ รับจ้าง (ร้อยละ 40.00) กลุ่มของผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 40.00) และระดับการศึกษา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 49.00)

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่

	สิ่งที่ต้องการ	ความถี่	ร้อยละ
6. ความสนใจ (การเลือกซื้อ)	เพื่อเป็นของฝาก/ของที่ระลึก	130	65.00
	เพื่อซื้อไปรับประทานเอง	40	20.00
	เพื่อใช้จัดเลี้ยง	20	10.00
	อื่นๆ	10	5.00
	รวม	200	100
7. บรรจุภัณฑ์ มีส่วนใน การตัดสินใจ ซื้อสินค้า	มี	170	85.00
	ไม่มี	30	15.00
	รวม	200	100
8. ภาพ	ภาพถ่าย (เหมือนจริง)	66	33.00
	ภาพวาด/ภาพเขียน	32	16.00
	ภาพกราฟิก (คอมพิวเตอร์/เวคเตอร์)	94	47.00
	ภาพการ์ตูน	8	4.00
	รวม	200	100
9. สี	โทนสีแบบสดใส	118	59.00
	โทนสีแบบเรียบง่าย (คลีนๆ)	60	30.00
	โทนสีแบบเน้นธรรมชาติ (อีโค)	22	11.00
	อื่นๆ	-	-

	รวม	200	100
10. ตัวอักษร	แบบเป็นทางการ	66	33.00
	แบบเรียบง่าย/ตัวหวัด	100	50.00
	แบบประดิษฐ์	34	17.00
	อื่น ๆ	-	-
	รวม	200	100
11. จุดเด่น/เอกลักษณ์ เอกลักษณ์/อัตลักษณ์/จุดเด่น ของกลุ่ม/ชุมชน	ของชาวไทยวน จ.สระบุรี	104	52.00
	ภาพกิจกรรม/ขั้นตอนการทำ	20	10.00
	ภาพผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมือง	70	35.00
	อื่น ๆ	6	3.00
	รวม	200	100

สรุปจากตารางที่ 4.2 กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจต้องการซื้อผลิตภัณฑ์/สินค้า ไปเป็นของฝาก/ของที่ระลึก (ร้อยละ65.00) ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ คือ มี (ร้อยละ85.00) ภาพประกอบที่ใช้มีลักษณะ คือ ภาพกราฟิก (ร้อยละ47.00) สีสันทที่ใช้ คือ โทนสีสันแบบสดใส (ร้อยละ59.00) ตัวอักษรที่ใช้ คือ แบบเรียบง่าย/ตัวหวัด (ร้อยละ50.00) และจุดเด่น/เอกลักษณ์ที่ยากได้ประกอบข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ คือ เอกลักษณ์/อัตลักษณ์/จุดเด่นของชาวไทยวน จ.สระบุรี (ร้อยละ52.00)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. สถานภาพ	ผู้นำชุมชน	4	2.00
	สถานประกอบการ	92	46.00
	ประชาชนทั่วไปภายในฯ	64	32.00
	นักท่องเที่ยวต่างถิ่น	40	20.00
	รวม	200	100
2. เพศ	ชาย	60	30.00
	หญิง	140	70.00

	รวม	200	100
3. อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	26	13.00
	25 - 34 ปี	30	15.00
	35 - 44 ปี	52	26.00
	45 - 54 ปี	80	40.00
	55 ปีขึ้นไป	16	8.00
	รวม	200	100
4. อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	8	4.00
	ข้าราชการ	12	6.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	3.00
	รับจ้าง	94	47.00
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	40	20.00
	อื่น ๆ ..แม่บ้าน..	40	20.00
	รวม	200	100
5. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	33.00
	ปริญญาตรี	114	57.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	20	10.00
	รวม	200	100

สรุปจากตารางที่ 4.3 สถานภาพของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นร้านค้า/ผู้ผลิต สถานประกอบการ วิสาหกิจชุมชนฯ (ร้อยละ46.00) ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง (ร้อยละ70.00) ระหว่างช่วงอายุ คือ 45 - 54 ปี (ร้อยละ40.00) กลุ่มอาชีพอันดับแรก คือ รับจ้าง (ร้อยละ47.00) และระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ57.00)

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย

รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	SD	
- ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1. รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.58	0.51	มากที่สุด
2. วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.17	0.39	มาก
3. บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมต่อปริมาณของสินค้า	4.25	0.87	มาก

4. สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.35	0.68	มาก
5. สามารถหิ้ว หรือหยิบจับได้สะดวก	4.08	0.90	มาก
- ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์			
6. ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน	4.50	0.80	มาก
7. ขนาดตัวอักษรอ่านได้ง่าย ชัดเจน	4.25	0.62	มาก
8. รูปแบบตัวอักษร สวยงาม	4.27	0.83	มาก
9. สีของตัวอักษรเด่น สะดุดตา	4.50	0.80	มาก
10. การจัดวางตำแหน่งภาพ น่าสนใจ สะดุดตา	4.75	0.62	มากที่สุด
11. ความชัดเจนของภาพ	4.75	0.62	มากที่สุด
12. สีของภาพกลมกลืนกับเนื้อหา ข้อความ	4.83	0.39	มากที่สุด
13. ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา ข้อความ	4.40	0.73	มาก
14. การจัดวางรายละเอียด เนื้อหา เหมาะสม	4.25	0.62	มาก
15. ผลงานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4.17	0.39	มาก
รวม	4.40	0.53	มาก

สรุปจากตารางที่ 4.4 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมายนั้น ทางด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58 ลำดับถัดมาเป็นด้านบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์มีสีของภาพที่กลมกลืนกับเนื้อหา ข้อความ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83 ลำดับถัดมาเป็นด้านการจัดวางตำแหน่งภาพ น่าสนใจ สะดุดตาและด้านความชัดเจนของภาพ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 และสภาพโดยรวมต่อการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมายในผลงานการออกแบบครั้งนี้ มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโครงการวิจัย เรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” ผู้วิจัยสามารถสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- 5.2 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์
- 5.3 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่
- 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ใช้การสรุปผลข้อมูลเบื้องต้นของหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบและพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยการลงเก็บข้อมูล การพูดคุย การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถามกับร้านค้า/ผู้ผลิต สถานประกอบการวิสาหกิจชุมชนฯ ทั้ง 9 กลุ่ม รวมทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปภายในอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ดังต่อไปนี้

5.1.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

คุณลักษณะด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งาน วัสดุและรูปแบบของโครงสร้างบางชนิดอาหารจะใช้โครงสร้างสำเร็จรูปที่สามารถหาซื้อได้ในท้องตลาด โดยพิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนักแต่สามารถใช้งานได้ดี กลุ่มบรรจุภัณฑ์กล้วยอบม้วน, ขนมกระยาสารท, ขนมเปียะนมสด จะมีรูปทรงที่เป็นทรงสี่เหลี่ยมใช้งานง่ายและสะดวกในการจัดวางซ้อนทับกัน ทำให้ไม่เปลืองพื้นที่สำหรับการจัดวางจำหน่าย ผัดหมี่ไทยวน จะใช้โครงสร้างสำเร็จรูปที่มีลักษณะเป็นถ้วยพลาสติกทรงโค้งมนที่มีลักษณะคล้ายกระถางใบตองเดิม ขนมเทียนแก้ว จะใช้ทรงสามเหลี่ยมโดยได้แนวคิดจากรูปทรงของขนมเทียนแก้ว ขนมกงและหมี่กรอบไทยวน จะใช้กล่องพลาสติกทรงเหลี่ยม มีโครงสร้างคล้ายกล่องไม้ขีดไฟ เพื่อความสะดวกต่อการใช้งานในการถอดประกอบเข้า-ออก และปลาสามแก้ว จะเลือกวัสดุที่ใช้เป็นถุงพอลิเอทิลีนแบบซิปล็อคและมีฉาตพลาสติกรองรับตัวผลิตภัณฑ์อีกครั้ง โดยมีคุณสมบัติในการป้องกันได้ทั้งก๊าซต่างๆ ป้องกันการซึมผ่านของ

ก๊าซ กลิ่น น้ำมัน และแสงได้อย่างดี ทำให้สามารถปกป้องและถนอมสินค้า/และผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในได้ยาวนานขึ้น

5.1.2 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์

ระบบการพิมพ์เป็นระบบออฟเซต (Off Set Printing) เป็นระบบการพิมพ์ที่ใช้กันมากที่สุดในโลกในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงามมีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์ค การพิมพ์ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไปประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน เป็นการพิมพ์หลายสี หรือภาพสี่สีที่ต้องการความสวยงาม มีความประณีต สวยงาม

5.2 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

ใช้การสรุปผลข้อมูลเบื้องต้นของหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบในการออกแบบและพัฒนากราฟิกบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยการลงเก็บข้อมูล การพูดคุย การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถามกับร้านค้า/ผู้ผลิต สถานประกอบการวิสาหกิจชุมชนฯ ทั้ง 9 กลุ่ม นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปภายในอำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ดังต่อไปนี้

5.2.1 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

จะเน้นถึงรูปแบบที่มีสีสันที่มีความสดใส สวยงาม สะดุดตา โดยนำเอกลักษณ์ จุดเด่นของชาวไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ทางด้านภูมิปัญญาของชาวไทยวน คือ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย, ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารการกิน, ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่ม, ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำเครื่องใช้บูชา และด้านภาษาไทยวน มาใช้ประกอบการออกแบบในการสื่อความหมาย การแสดงออกทางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้า และช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อ และจะเป็นการนำแนวความคิด รูปแบบที่ใช้สีที่สดใส สวยงาม สะดุดตา โครงสร้างสีหลักๆ ในแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน เพื่อแยกแยะสินค้าที่หลากหลาย และมีการใช้สีเหลืองทองเข้ามาผสมผสาน เพื่อให้งานดูมีคุณค่า ส่วนรูปแบบลวดลาย /และภาพประกอบแบบ จะใช้ลักษณะของภาพกราฟิกเป็นหลัก และใช้ภาพถ่ายเหมือนจริง ในส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารร่วมด้วยเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา เรื่องราวของผลิตภัณฑ์/สินค้านั้นๆ โดยกลุ่มเป้าหมายต้องการให้เห็นเรื่องราวที่แสดงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี มีการระบุแสดงรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ซื้อมากขึ้น ตัวอักษรที่เลือกใช้เน้นลักษณะที่ดูเรียบง่าย และเป็นลักษณะตัวเขียน ตัววัด ซึ่งทำให้ดูร่วมสมัย อ่านได้ง่าย

5.3 สรุป และอภิปรายผลข้อมูลแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ตัวใหม่

5.3.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่

ผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่า สภาพโดยรวมต่อการประเมินความพึงพอใจของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตัวใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 โดยแบ่งตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้ดังต่อไปนี้

- 1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58
- 2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีสีของภาพที่กลมกลืนกับเนื้อหา ข้อความ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.83

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ควรตั้งหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลเพื่อการเผยแพร่ และต่อยอดผลงานให้มากขึ้น
2. ควรมีการจดสิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญาของงานวิจัยนี้
3. ควรให้มีลักษณะการใช้งานที่ง่าย รูปแบบโครงสร้างให้มีความหลากหลายขึ้น

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

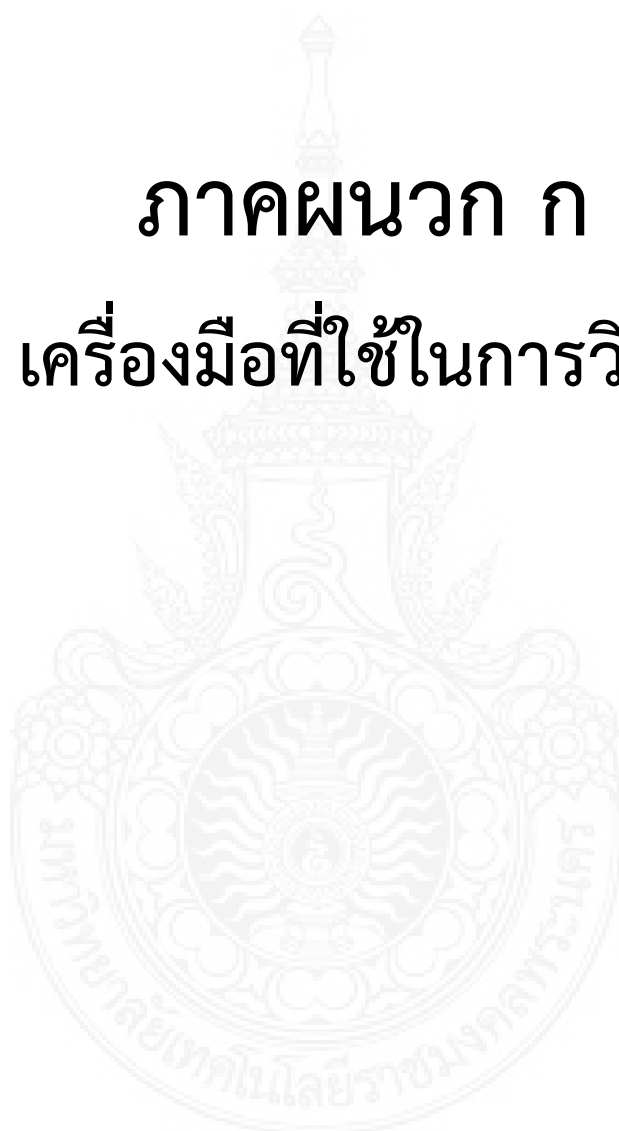
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2537. **การบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.
- ประชิด ทิณบุตร. 2540. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- ปริญญา ลักขิตานนท์. 2544 . **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- พิมพ์ชนก พิริยะพงษ์. 2551. **วิธีชนะใจลูกค้า ให้เป็นยอดนักขาย**. กรุงเทพฯ : พี เอ็น เค แอนด์ สกายพรีนติ้งส์.
- พีไลวรรณ ประกอบผล. 2540. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- รัจวี นพเกตุ. (2539). **การรับรู้**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายประกาย.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2548 . **การออกแบบกราฟิก**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศิลปาบรรณาการ.
- ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2548. **การออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสน่ห์ ธนารัตน์สฤณี. 2555. **ทฤษฎีเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : รวมสารน.
- สินีนารถ เลิศไพโรจน์. 2537. “การสร้างเสน่ห์ให้แก่บรรจุภัณฑ์.” **ข่าวสารบรรจุภัณฑ์ไทย**. 4(4) : 4-7.
- สักขี แสนสุภา. 2545. “หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์.” **วารสารการบรรจุภัณฑ์**. 5(6) : 4-9.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2545. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9**. [Online]. Available :
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2555. **โอท็อป พลัส**. 7(9) : 12-15.
- อรรถพันธ์ เขียวถาวร และพิริยา ตันพิทยคุปต์. (2552). **แนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทย**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- http://www.nesdb.go.th/Interesting_menu/plan1_9/data/plan9/content_page.html.
- www.saraburi.go.th
- www.oae.go.th/zone7/images/stories/saraburi
- www.otoptoday.com
- Sakane, S. 1986. “Japanese Packaging and Its Roots in Tradition.” P. 7-12. in Takahashi, M. **Packaging Design in Japan 1**. Tokyo : Kodansha International.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย





แบบสอบถาม

การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลประกอบการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวคิดการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อจากแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ด้วยคำตอบของท่านจะมีความสำคัญต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มเป้าหมาย) ทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางมัทณี ปราโมทย์เมือง)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

แบบสอบถามความต้องการข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

(กลุ่มเป้าหมาย)

เรื่อง

การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง
ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1. สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี
 อายุ 25 - 34 ปี
 อายุ 35 - 44 ปี
 อายุ 45 - 54 ปี
 อายุ 55 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
 ข้าราชการ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 รับจ้าง
 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ (ระบุ)

4. รายได้

- ต่ำกว่า 5,000 บาท
 5,000 - 10,000 บาท
 10,001 - 20,000 บาท
 20,001 - 30,000 บาท
 30,000 บาทขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2. ความต้องการต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

6. ท่านให้ความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์/สินค้าของชุมชนเพื่อสิ่งใด

- เพื่อเป็นของฝาก / ของที่ระลึก
- เพื่อซื้อไปรับประทานเอง
- เพื่อใช้จัดเลี้ยง เช่น งานประชุม, สัมมนา
- อื่นๆ (ระบุ)

7. ท่านคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่

- มี
- ไม่มี

8. ท่านคิดว่า “ภาพประกอบ” ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่นี้

ควรเป็นมีลักษณะภาพ แบบใด

- ภาพถ่าย (เหมือนจริง)



ภาพวาด/ภาพเขียน



ภาพกราฟิก (คอมพิวเตอร์/เวกเตอร์)



ภาพการ์ตูน



9. ท่านคิดว่า “สีสัน” ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่นี้ ควรเป็นสีลักษณะใด

โทนสีแบบสดใส



โทนสีแบบเรียบง่าย (คลีนๆ)



โทนสีแบบเน้นธรรมชาติ (อีโค)



อื่นๆ (ระบุ)

10. ท่านคิดว่า “ตัวอักษร” ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ ควรจะมีลักษณะใด

แบบเป็นทางการ

แบบเรียบง่าย/ตัวห้วน

แบบประดิษฐ์

อื่นๆ (ระบุ)

11. ท่านคิดว่า ควรนำจุดเด่น เรื่องราว หรือเอกลักษณ์ใดของกลุ่ม/ชุมชน มาใช้เป็นแนวทางประกอบการออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เอกลักษณ์/อัตลักษณ์/จุดเด่นของชาวไทยวน จ.สระบุรี

ภาพกิจกรรม/ขั้นตอนการทำ

ภาพผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมือง

อื่นๆ (ระบุ)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

(นางมัทณี ปราโมทย์เมือง)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ



แบบสอบถาม

การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง

แบบวิเคราะห์นี้สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลประกอบการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวคิดการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ในการนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดได้พิจารณา และตอบคำถามทุกข้อจากแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ด้วยคำตอบของท่านจะมีความสำคัญต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ดังนั้นผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มเป้าหมาย) ทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นางมัทธนี ปราโมทย์เมือง)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

แบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

(กลุ่มเป้าหมาย)

เรื่อง

การศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยวนเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง
ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1. สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. สถานะภาพ

- ผู้นำชุมชน
- สถานประกอบการ
- ประชาชนทั่วไปภายในอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี
- นักท่องเที่ยว

2. เพศ

- ชาย
- หญิง

3. อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี
- 25 – 34 ปี
- 35 – 44 ปี
- 45 – 54 ปี
- 55 ปีขึ้นไป

4. อาชีพ

- นักเรียน-นักศึกษา
- ข้าราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- รับจ้าง
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
- อื่น ๆ

5. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

คุณลักษณะของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์					
1.2 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม					
1.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมต่อปริมาณของสินค้า					
1.4 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก					
1.5 สามารถหิ้ว หรือหยิบจับได้สะดวก					
คุณลักษณะของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์					
2.1 ข้อมูลรายละเอียดครบถ้วน					
2.2 ขนาดตัวอักษรอ่านได้ง่าย ชัดเจน					
2.3 รูปแบบตัวอักษร สวยงาม					
2.4 สีของตัวอักษรเด่น สะดุดตา					
2.5 การจัดวางตำแหน่งภาพ น่าสนใจ สะดุดตา					
2.6 ความชัดเจนของภาพ					
2.7 สีของภาพกลมกลืนกับเนื้อหา ข้อความ					
2.8 ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา ข้อความ					
2.9 การจัดวางรายละเอียด เนื้อหา เหมาะสม					
2.10 ผลงานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

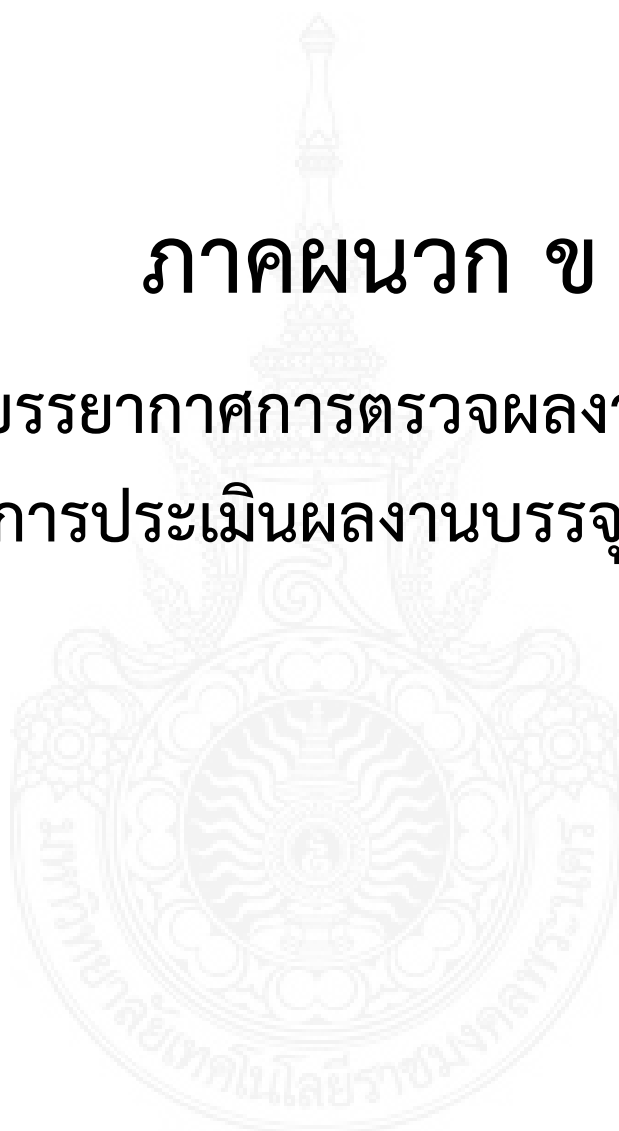
.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านสำหรับการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ภาคผนวก ข

ภาพบรรยากาศการตรวจผลงานออกแบบ
/ การประเมินผลงานบรรจุภัณฑ์



ภาพบรรยากาศการตรวจผลงานออกแบบ / การประเมินผลงานบรรจุภัณฑ์
บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ภาคผนวก ค

ภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์



ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ตัวใหม่)
 บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ตัวใหม่)
 บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ตัวใหม่)
 บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ตัวใหม่)
บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ตัวใหม่)
 บรรจุภัณฑ์อาหารพื้นเมือง ถนนสายวัฒนธรรมไทยวน อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ประวัติคณะผู้วิจัย

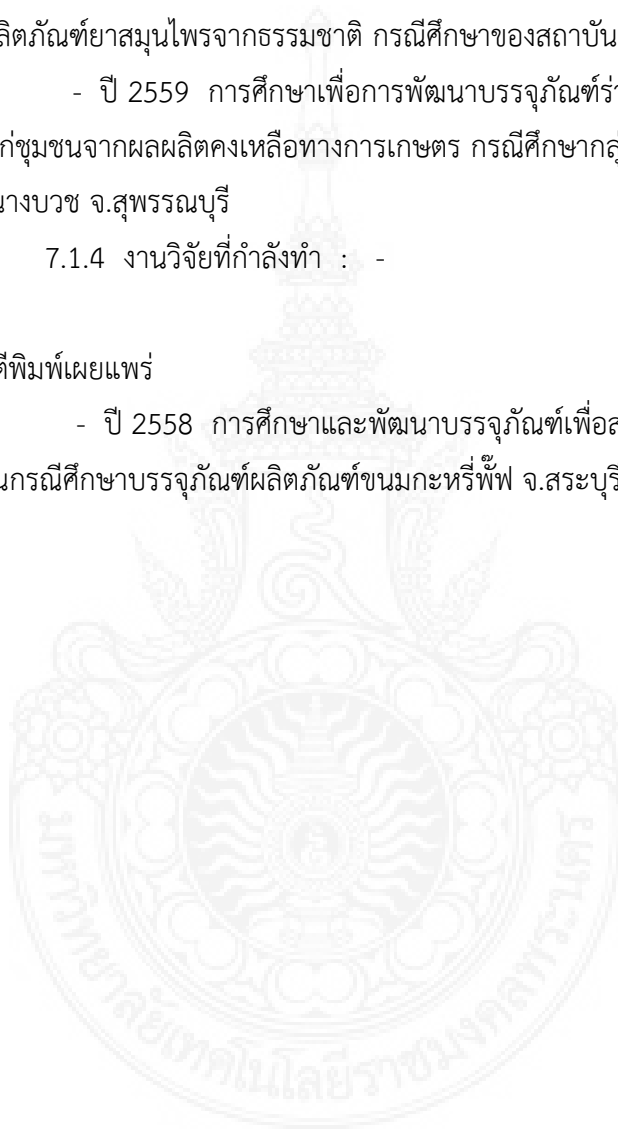


- ปี 2557 การศึกษาและพัฒนาเส้นใยพืชมะละกอเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ปี 2558 การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จ.สระบุรี
- ปี 2559 การศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรจากธรรมชาติ กรณีศึกษาของสถาบันการแพทย์แผนไทย
- ปี 2559 การศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดขายจำหน่าย สินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิต อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี

7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -

7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่

- ปี 2558 การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จ.สระบุรี



ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายธานี สุขคนระชาติ
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr.Thanee Sukontachart
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 1009 04290 67 4
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์
อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ 0-2282-8531-2 , 0-2282-9231-4 ต่อ 4201,4202 โทรสาร 0-2282-2384

E - Mail : thanee79@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ค.อ.ม. (เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ค.ส.บ. (วิศวกรรมอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ เทคโนโลยีสารสนเทศและนิเทศศาสตร์

กลุ่มวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพ
ในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละ
ผลงานวิจัย

7.1 ผลงานวิจัย

7.1.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : -

7.1.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : -

7.1.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ :

- ปี 2556 การทดสอบระบบการพิมพ์พินนูนบนกระดาษหัตถกรรมเพื่อเพิ่ม

มูลค่าและการใช้งานด้านบรรจุภัณฑ์

7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่

- ตีพิมพ์เผยแพร่ การประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง การพัฒนาภา

อุตสาหกรรมเหลือทิ้ง ของโรงงานผลิตกระดาษชำระสู่การสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในชุมชน

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. สกุล (ภาษาไทย) นางสาวสุรภา วงศ์สุวรรณ
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Surapa Wongsuwan
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 9007 0043 4638
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์ 0-2665-3832, 0-2665-3777 ต่อ 5002

E - Mail : wsrapa@yahoo.com

5. ประวัติการศึกษา

ค.อ.ม. (เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ศบ.บ. ออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

สาขาวิชาการ การออกแบบกราฟิก

กลุ่มวิชา ศิลปกรรม

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย เป็นต้น

7.1 ผลงานวิจัย

7.1.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : -

7.1.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : -

7.1.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :

- ปี 2558 การศึกษาและพัฒนาข้อมูลบ่งชี้เชิงภาพลักษณ์ประกอบแผนที่ด้านวัฒนธรรมและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

- ปี 2559 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนสู่การออกแบบนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านถ้ำเสือ จ.เพชรบุรี

- ปี 2559 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวพันธุ์ไรซ์เบอร์รี่สู่การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ

7.1.4 งานวิจัยที่กำลังทำ :

7.2 การตีพิมพ์เผยแพร่

- - - -