



**การออกแบบ
บรรจุภัณฑ์**

**PACKAGING
DESIGN**

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์

DUANGJAN NACHAISIN 4 | 2021



การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Packaging Design

รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ได้รับทุนสนับสนุนการผลิตตำราจาก
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ISBN

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์.

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ = Packing Design / ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์. – พิมพ์ครั้งที่ 1. – ขอนแก่น : สายวิชา
ทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2565.

183 หน้า : ภาพประกอบ

1. บรรจุภัณฑ์ -- การออกแบบ. 2. การบรรจุหีบห่อ -- การออกแบบ. (1) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

คณะศิลปกรรมศาสตร์. สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์. (2) ชื่อเรื่อง.

TS195.4 ค161

ISBN 978-616-590-593-0

สงวนลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์ของ รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พิมพ์ครั้งที่ 1

จำนวน 500 เล่ม

ราคา 000 บาท

จัดพิมพ์โดย รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พิมพ์ที่

คำนำ

“การออกแบบบรรจุภัณฑ์” เป็นตำราเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ สำหรับนักศึกษา และผู้สนใจต้องการศึกษาหลักการและวิธีปฏิบัติในการออกแบบ ลักษณะการบรรจุผลิตภัณฑ์ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ศึกษาคุณค่าความงาม ศึกษาและปฏิบัติการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับสถานะที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ตลอดจนผู้สนใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อผลงานทางด้าน การออกแบบที่มีประสิทธิภาพ แบบบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่สำคัญทางธุรกิจ การตลาดและส่งเสริมการขาย ความสวยงามและความปลอดภัย สิ่งที่จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่จดจำนั้น ต้องเริ่มจากภาพลักษณ์ภายนอกของบรรจุภัณฑ์ เพราะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคมองเห็น และตัดสินใจซื้อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเข้ามามีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก สามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น สะดุดตา สร้างมูลค่าและมีอัตลักษณ์เฉพาะให้กับตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ธุรกิจยุคปัจจุบัน ความหลากหลายของสินค้าและบริการ มีการแข่งขันทางการค้า ที่สูงขึ้น ความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเข้ามามีบทบาทถึงคุณภาพของสินค้า อย่างมีเหตุ มีผล ไม่ว่าจะรูปแบบ รูปร่าง ลวดลาย สี สัน ภาพ หรือตัวอักษรที่ออกแบบมา จะมีปัจจัยอัน ก่อให้เกิดการสร้าง ความแตกต่างและการสร้างความจดจำ จึงมีผลในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สินค้าแต่ละประเภท ทำให้ได้มาซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ต่อการเป็นที่ยอมรับและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในยอดขายซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ

รองศาสตราจารย์ ดร.ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์
สายวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์
หลักสูตรออกแบบนิเทศศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สารบัญ

หน้า

คำนำ.....	ก
บทที่ 1 ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	1
1. บทนำ.....	1
2. ประวัติและวิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์	1
2.1 ประวัติความเป็นมา.....	1
2.2 วิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์	4
2.3 ความหมายของบรรจุภัณฑ์	7
3. บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติและประเพณีนิยมในวิถีชีวิตพื้นถิ่น	10
3.1 บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติและประเพณีนิยม	11
3.2 การนำวัสดุธรรมชาติมาเป็นภาชนะบรรจุภัณฑ์	13
4. หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญ.....	18
4.1 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญทางธุรกิจ	19
4.2 บทบาทบรรจุภัณฑ์ในการตลาด.....	21
5. การวางแผน พัฒนาบรรจุภัณฑ์	22
5.1 สาเหตุที่ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์.....	22
5.2 การวางแผน พัฒนาบรรจุภัณฑ์.....	26
6. ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์	28
7. แบบฝึกหัดการทดสอบพื้นฐานการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	30
8. คำถามท้ายบท.....	30
บทที่ 2 ความรู้พื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	31
1. ประเภทของบรรจุภัณฑ์	31
1.1 บรรจุภัณฑ์หลักหรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย.....	31
1.2 บรรจุภัณฑ์รองหรือบรรจุภัณฑ์ชั้นใน	31
1.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งหรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด	32
2. หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	33
2.1 ส่วนประกอบหลักที่สำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	33
1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	34
1.1 หลักสำคัญในข้อกำหนดการออกแบบโครงสร้าง.....	34
1.2 แนวคิดการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	37
2. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.1 หลักสำคัญในข้อกำหนดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	41
2.2 บทบาทหน้าที่ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	41
2.3 องค์ประกอบหลากหลายของบรรจุภัณฑ์.....	42
2.2 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่น.....	45
1. ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	45
2. ส่วนประกอบของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	46
2.1 ตัวอักษร.....	46
2.2 ภาพประกอบ.....	46
2.3 สี.....	47
3. วัสดุบรรจุภัณฑ์.....	51
3.1 ข้อกำหนดในการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า.....	51
3.2 วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์.....	52
1. บรรจุภัณฑ์ประเภทเยื่อและกระดาษ.....	52
2. บรรจุภัณฑ์พลาสติก.....	57
3. บรรจุภัณฑ์แก้ว.....	63
4. บรรจุภัณฑ์โลหะ.....	66
4. เครื่องจักรบรรจุภัณฑ์.....	69
4.1 เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์.....	69
4.2 ประเภทของเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์อาหารที่ใช้กันทั่วโลก.....	71
4.3 วัสดุที่เกี่ยวข้องป้องกันการปิดกล่อง และการสิ้นกระแส.....	73
5. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน.....	74
5.1 บรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน.....	74
5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน.....	77
6. ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	81
7. แบบฝึกหัดการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	83
8. คำถามท้ายบท.....	84
บทที่ 3 การออกแบบสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์.....	85
1. การสร้างตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์.....	85
1.1 ความหมาย ความสำคัญตราสินค้า (Brand).....	85
1.2 การออกแบบและหลักการการสร้างตราสินค้า (Branding).....	89
2. การออกแบบรูปแบบตราสินค้า (Logo).....	91

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. การสร้างสโลแกน (Slogan).....	92
4. การสร้างสรรค์ สีและลวดลายในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	93
4.1 การใช้สีเพื่อการออกแบบที่บ่งบอกบรรจุภัณฑ์.....	93
4.2 การสร้างสรรค์สีเพื่อการออกแบบ.....	94
1. บทบาทของสีบนบรรจุภัณฑ์ที่มีการสร้างสรรค์ต่อการขาย.....	95
2. การกำเนิดแหล่งสี.....	96
3. วรรณะสีของความรู้สึก.....	98
4.3 การออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	98
5. แร้งบันดาลใจ รูปทรง รูปร่างในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	106
5.1 รูปทรงที่มีอิทธิพลกับงานออกแบบบรรจุภัณฑ์	106
5.2 การออกแบบ การสร้างรูปร่าง รูปทรง	106
5.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์จากแรงบันดาลใจรูปทรง รูปร่าง.....	108
6. ตัวอย่าง การออกแบบโลโก้ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์	113
7. ตัวอย่าง การออกแบบ สร้างสรรค์ สีและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์.....	116
8. แบบฝึกหัด โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	117
9. คำถามท้ายบท.....	119
บทที่ 4 แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	121
1. ขั้นตอน การวางแผน กระบวนการแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์	121
1.1 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	121
1.2 การวางแผน การออกแบบบรรจุภัณฑ์	122
1.3 กระบวนการ แนวคิด การออกแบบบรรจุภัณฑ์	123
2. ตลาด กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภคกับบรรจุภัณฑ์.....	127
2.1 บทบาทตลาดกลุ่มเป้าหมาย.....	127
2.2 กิจกรรมทางด้านการตลาดที่สำคัญ.....	127
2.3 แนวความคิดการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคในตอนต้นศตวรรษที่ 21	130
3. ความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค	135
3.1 การคิดการเรียนรู้พื้นฐานของมนุษย์	135
3.2 ความคิดสร้างสรรค์	135
3.3 การคิดอย่างสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการพัฒนา.....	136
3.4 ขั้นตอนกระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Process).....	137
3.5 แนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	137

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. แบบฝึกหัด โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	145
5. คำถามท้ายบท	149
บทที่ 5 การสร้างความแตกต่างในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	151
1. ปัจจัยการสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์สินค้า	151
1.1 ความแตกต่างที่ตัวสินค้า.....	151
1.2 ต่างที่บรรจุภัณฑ์.....	151
1.3 ต่างที่การบริการ	151
2. การสร้างความแตกต่างในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	151
2.1 การสร้างจุดจดจำด้วยตราสินค้า.....	152
2.2 การออกแบบสร้างอัตลักษณ์ให้กับองค์กร	156
2.3 การกำหนดบุคลิกของสินค้า	157
2.4 การกำหนดการวางตำแหน่งสินค้า.....	161
3. ตัวอย่างรูปแบบการสร้างสรรคผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์	165
4. แบบฝึกหัด โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	172
5. คำถามท้ายบท	173
บรรณานุกรม.....	175
ประวัติผู้เขียน.....	183

บทที่ 1

ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. บทนำ

ทักษะพื้นฐานของมนุษย์สามารถเรียนรู้ ผูกพัน และพัฒนาได้ เป็นกระบวนการทำงานของสมอง ที่เป็นศูนย์กลางนำสัญญาณที่ได้รับจากประสาทสัมผัสทั้งห้า มาประมวลผล วิเคราะห์ ถอดความ ตีความ เพื่อพิจารณาในการตอบสนองและการตัดสินใจในบริบทของการทำงานต่อการสร้างสรรค์ผลงาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ตลอดจนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความเข้มแข็งและสร้างความแตกต่างของสินค้า อันเป็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ได้มองเห็นความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อยกระดับสินค้าและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ บรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่สำคัญทางธุรกิจการตลาดและการขาย ความปลอดภัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยโครงสร้างเป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ เหมาะสมต่อการขนส่ง การกระจายสินค้า กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อพร้อมรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจต่อผู้บริโภค

2. ประวัติและวิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.1 ประวัติความเป็นมา

การบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ เริ่มมีขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อใดยังไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัด แต่ถ้าหากจะสันนิษฐานและสันนิษฐานจากหลักฐานการเรียนรู้ของมนุษย์ นับตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ เป็นต้นมา ในเรื่องการคิดค้นและการแก้ปัญหาเพื่อความสะดวกสบายในการเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสารแล้ว อาจกล่าวเป็นเหตุและผลแห่งวิวัฒนาการของการบรรจุภัณฑ์ เมื่อมนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องบริโภคน้ำและอาหารเพื่อการดำรงชีพของตน มนุษย์จึงเริ่มมีการเรียนและคิดค้น เพื่อแก้ปัญหาขึ้นด้วยการมองหาวัวสดที่มีอยู่รอบกาย มีลักษณะพื้นที่การรองรับได้สะดวก เป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายอาหารหรือวัสดุที่ต้องการ เช่น ใบไม้ เปลือกไม้ เปลือกหอย กระจบอกไม้ กระจบเพาะสัตว์ หนังสัตว์ มาแก้ปัญหา ด้วยการนำเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติเข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุมวลสาร การกระทำดังกล่าวจึงนับว่าเป็นที่มาของการบรรจุ จากการทำที่มนุษย์ในสมัยก่อนรู้จักการประดิษฐ์คิดค้นภาชนะบรรจุ ด้วยการดัดแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุธรรมชาติให้มีรูปร่างและหน้าที่ใช้สอยเพิ่มขึ้น จึงจัดว่าเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่

มนุษย์ในสมัยก่อนได้กระทำให้ขึ้นตามสภาพการเรียนรู้และการค้นพบวัสดุในแต่ละยุค ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์

มนุษย์เผ่าพันธุ์แรกที่อยู่อาศัยทำอาชีพเกษตรกรรมเป็นพวกแรกคือ มนุษย์โครมายอง (Cro-Magnon man) ซึ่งมีอายุในราว 10,000 – 20,000 ปี ก่อนคริสตกาลมนุษย์พวกนี้ทำให้เกิดระบบการผลิตและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ซึ่งกันและกันขึ้นมา ในระยะแรกก็อาจจะเริ่มขึ้นเฉพาะในหมู่ชาติมิตรหรือกลุ่มชนที่อยู่ใกล้เคียง ต่อมาเมื่อการดำรงชีพเปลี่ยนแปลงไปประชากรมีจำนวนเพิ่มขึ้นก็ทำให้ขนาดของมนุษย์เปลี่ยนสภาพเป็นหมู่บ้าน กลายเป็นเมือง และจากเมืองกลายเป็นประเทศที่ขยายอาณาเขตกว้างไกลออกไป รูปแบบการผลิตและการแลกเปลี่ยนธรรมดาจึงพัฒนาขึ้นเป็นรอบการผลิต เพื่อการค้าและการบริการ การบรรจุสินค้าและพัฒนารูปแบบสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ จึงได้รับความสำคัญขึ้นเป็นลำดับ มีการคิดค้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นตามกาลเวลา และความก้าวหน้าทางวัตถุที่ค้นพบ จากหลักฐานที่ปรากฏพบว่าการทอผ้าและการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ถูกค้นพบและใช้เป็นบรรจุภัณฑ์มาเมื่อประมาณ 8,000 ปีก่อนคริสตกาล และหลังจากนั้นไม่นานภาชนะเครื่องแก้วอย่างหยาบ ๆ ก็ถูกค้นพบ โลหะถูกค้นพบราวปลายยุคหินและการรู้จักสร้างทึบไม้ ลังไม้ก็เริ่มมีการใช้ยุคของกรีกและโรมัน เป็นต้นมา



ภาพที่ 1 แสดงภาพมนุษย์โครมายอง (Cro – Magnon man)

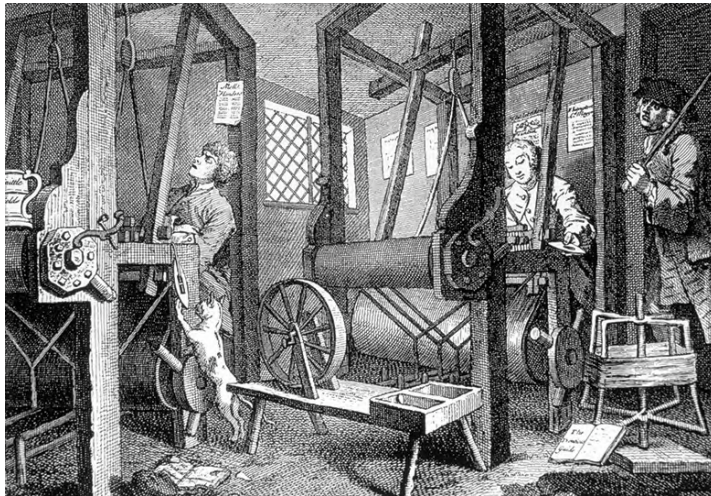
มีรูปร่างลักษณะคล้ายกับมนุษย์ปัจจุบัน นิยมล่าสัตว์และล่าสัตว์ด้วยขลุ่ย

ที่มา : <https://sites.google.com/site/wiwathnakarmnusy/1-baeb-thdsxb-kxn-reiyn>,

<http://jabillings.weebly.com/homo-sapiens-cro-magon.html>

ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์นั้นมีมานานกว่าสองศตวรรษแล้ว โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิตสินค้าต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการทำงานของบรรจุภัณฑ์นั้นจะมีไว้เพียงเพื่อบรรจุและเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเพิ่มความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคย มีความก้าวหน้าของเครื่องขยายการคมนาคมขนส่งในโลกปัจจุบันรวมถึงความซับซ้อนของการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดในการเก็บรักษาและป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งจากโรงงานผลิตไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภค

นอกจากนี้บรรจุกภัณฑ์ยังถูกใช้ให้เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนต่อไหนได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียดการใช้งาน หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เอง กำเนิดของการบรรจุกภัณฑ์ จากวันนี้ย้อนกลับไปในอดีต ช่วงปลายศตวรรษที่ 18 ในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งกระบวนการผลิตส่วนใหญ่ที่เป็นงานหนักต้องอาศัยแรงงานของกรรมกร ผลผลิตที่ได้ก็มีจำนวนน้อย เครื่องจักรที่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมากจึงได้ถูกนำไปใช้เพื่อเพิ่มจำนวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ไม่เพียงแต่ผลิตสินค้าอย่างเดียวเท่านั้นยังรวมไปถึงการผลิตบรรจุกภัณฑ์ด้วย ในช่วงแรกอาหารจะนำไปบรรจุในภาชนะโลหะที่ปิดผนึกและถูกหลักร้อน นั่นคือกระป๋องบรรจุกอาหารที่ทำจากดีบุก (Tin Can) หรือกล่องกระดาษแข็งก็ได้ใช้กันอย่างกว้างขวางด้วย เพราะมีน้ำหนักเบาสามารถพิมพ์ทับลงไปได้ง่ายบนแผ่นกระดาษก่อนที่จะนำไปทำแบบบรรจุ อีกทั้งยังเป็นการประหยัดพื้นที่อีกด้วย กล่องโลหะก็ได้รับการพัฒนากันอย่างกว้างขวางและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีกว่าการใช้กล่องกระดาษแข็ง โดยเฉพาะสินค้าที่บูดเน่าได้ง่าย เช่น ขนมปังกรอบหรือขนมหวาน ทำให้ระดับความต้องการที่จะเก็บรักษาสินค้าเพิ่มจำนวนมากขึ้นในศตวรรษที่ 20 ปัจจุบันนี้เทคนิคในการผลิตได้ก้าวไกลไปมากพอที่จะทำให้บรรจุกภัณฑ์โลหะมีรูปแบบและรูปร่างต่าง ๆ ได้ตามต้องการ ด้วยการนำเทคนิคคอมพิวเตอร์มาช่วยในการผลิตรวมถึงพลาสติกก็ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเราจึงนำมาใช้ในทุกวันนี้



ภาพที่ 2 แสดงการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) เริ่มต้นในสหราชอาณาจักรในศตวรรษที่ 18 ราว ค.ศ. 1750 คือจุดเปลี่ยนจาก “สังคมเกษตรกรรม” และ “สังคมช่างฝีมือ” สู่ระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สัญลักษณ์แห่งยุค คือ “เครื่องจักร”

ที่มา : <https://web.tcdc.or.th/Articles/Detail/%>

2.2 วิวัฒนาการของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

มนุษย์เรามีวิวัฒนาการจากยุคหนึ่งมาสู่อีกยุคหนึ่ง มีการพึ่งพาอาศัยและติดต่อกันในกลุ่ม ต่อมาเมื่อจำนวนประชากรมีมากขึ้น มีการแบ่งกลุ่มอาศัยออกเป็นหมู่เหล่า การผลิตเพียงเฉพาะการบริโภคในครอบครัวเริ่มไม่เพียงพอ จึงเริ่มมีระบบการแลกเปลี่ยนที่กว้างขวางขึ้น ในที่สุดระบบการผลิตก็เปลี่ยนรูปไปเกิดเป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรม (Mass Production) ขึ้น การแลกเปลี่ยนสิ่งของเครื่องใช้หรืออาหาร จึงขยายวงจากบุคคลใกล้เคียงไปเป็นการแลกเปลี่ยนกับบุคคลในกลุ่มอื่น ในอาณาเขตที่กว้างขวางขึ้น

ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศิลปศาสตร์ และเทคโนโลยี เครื่องจักรกลโรงงานต่าง ๆ ถูกคิดค้นพัฒนาขึ้นมามากโดยเฉพาะในช่วงของการปฏิบัติทางอุตสาหกรรมที่เริ่มมาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 17 จนมาถึงปลายศตวรรษที่ 19 เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial revolution) ทำให้เกิดกำลังซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มมากขึ้น จึงต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น ในระยะแรกของการแลกเปลี่ยน การเคลื่อนย้ายสิ่งของเครื่องใช้ที่มีการแลกเปลี่ยนก็อาศัยภาชนะตามพื้นบ้านที่ใช้กันอยู่ในครัวเรือนตามสะดวกแต่ต่อมาเมื่อการแลกเปลี่ยนขยายขอบเขตจนถึงขนาดมีการซื้อขายและขยายขอบเขตวงกว้างออกไปมาก ๆ บรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาท เริ่มมีการคิดค้นและประดิษฐ์บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการในแต่ละกรณี เช่น การนำไปไม่มา ทำกระทง ห่อขนม การนำกิ่งไม้หรือเปลือกไม้มาสานทำกระทง ชะลอม ตะกร้า ฯลฯ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เหล่านี้เป็นพื้นฐานมาจากการคิดค้นจากวัสดุธรรมชาติและพัฒนามาเป็นบรรจุภัณฑ์ในยุคต่อมา ซึ่งได้มีการคิดค้นวัสดุชนิดอื่น ๆ ที่จะสามารถตอบสนองประโยชน์ในการบรรจุภัณฑ์ได้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เมื่อวิถีชีวิตเปลี่ยนไปวิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์ก็ปรับเปลี่ยนตามยุคตามสมัย มีความมาตรฐานของความเป็นอยู่ที่ดีกว่าด้วยวิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์จากรุ่นสู่รุ่น จากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรมจึงนำมาสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีบทบาทต่อการค้าและการบริการในฐานะของสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า ในราวปี ค.ศ. 1200 รูปแบบของการบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏเป็นหลักฐาน



ภาพที่ 3 แสดงภาพ Nicolus Appert ผู้คิดค้นบรรจุภัณฑ์กระป๋องโลหะที่สามารถฆ่าเชื้อได้เป็นคนแรก

ที่มา : http://www.foodnetworksolution.com/news_and_articles/article/0095,

<https://www.facebook.com/thestandardth/posts/1818652128427671/>

ตารางที่ 1 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่เกิดขึ้นของบรรจุกัมภ์ ปี ค.ศ. 1200

การเปลี่ยนแปลงสำหรับรูปแบบที่เกิดขึ้นของบรรจุกัมภ์	
วัสดุ	รูปแบบและการใช้ของวัสดุ
หนัง	การทอ, พับ เป็นกระเป๋า ถุง
ผ้า	การทอ, พับ เป็นถุง กระสอบ
ไม้	ถังไม้, หีบไม้, ลัง, กำปั้น เป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ เปลือกหอย หนังสัตว์ เปลือกผลไม้ ในอดีตมนุษย์ยังไม่รู้จักการเพาะปลูก จึงต้องออกหาอาหารในป่า โดยคิดหาสิ่งรอบตัวมาช่วยการขนของ
พืช	ตะกร้า, เสื่อ, สิ่งทอ
หิน	คนโท, กาน้ำ, หม้อ, ถ้วยชาม
ดิน	หม้อ, ถ้วยชาม, กาน้ำใช้เป็นภาชนะยุคโรมันถึงศตวรรษที่ 14 - 16
โลหะ	การนำเอาวัสดุต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เป็นภาชนะต่าง ๆ มากขึ้น
แก้ว	แก้วน้ำ, ขวด, ชาม ค้นพบเม็ดแก้วเครื่องประดับ รู้จักการทำแก้วให้เป็นภาชนะปลายยุคหิน
กระดาษ	การทอหุ้มสินค้า

ที่มา : ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจร (Food Network Solution), (2554)

ตารางที่ 2 ประวัติวิวัฒนาการของบรรจุกัมภ์ประเภทต่าง ๆ

ตารางแสดงวิวัฒนาการของบรรจุกัมภ์ประเภทต่าง ๆ		
ปี	ประเภทบรรจุกัมภ์	วิวัฒนาการของบรรจุกัมภ์
ยุคโบราณ	เครื่องปั้นดินเผา	เริ่มมีการใช้เครื่องปั้นดินเผาในประเทศกรีซ
5000 ปี	แก้ว	เริ่มใช้บรรจุกัมภ์แก้วใน อารยธรรมแถบเมโสโปเตเมีย
ก่อนพุทธกาล	แก้ว	ผลิตแก้วด้วยการเป่า
2000 ปี		
ก่อนพุทธกาล	กระดาษ	เริ่มมีการผลิตกระดาษ
500,600		

ตารางแสดงวิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ		
ปี	ประเภทบรรจุภัณฑ์	วิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์
ยุคเริ่มแรก	กระดาษ	เริ่มการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษ
2245	กระป๋อง	Appert ค้นพบวิธีการถนอมอาหารด้วยความร้อน
2352	กระดาษลูกฟูก	มีการจดสิทธิบัตรในการผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก
2414	ฝา	William Painter ของสหรัฐอเมริกาคิดค้นฝาจีบ
2435	กระดาษลูกฟูก	เริ่มมีการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกในการขนส่งทางรถไฟในสหรัฐอเมริกา
2437	กระป๋องโลหะ	ใช้ระบบสุญญากาศเป็นครั้งแรกสำหรับยาสูบในประเทศอังกฤษ
2441	บรรจุภัณฑ์แก้ว	บริษัท Anchor-Hocking ในสหรัฐอเมริกาพัฒนาฝาปิดที่มีชั้นในบุด้วยยางและแถบโลหะรัดฝาโดยรอบ
2451	กระดาษลูกฟูก	C.D. Altick คิดค้นกระดาษเหนียวสีน้ำตาล (Kraft)
2458	พลาสติก	เริ่มยุคสมัยของพลาสติก โดยมีการใช้ PE,
2468		Cellophane, PVC, PS
ยุคปัจจุบัน	พลาสติก	เริ่มผลิตถุงพลาสติกที่ต้มในน้ำร้อนได้และขวดนมขนาดใหญ่ที่ผลิตจาก HDPE
2503	กระป๋องโลหะ	เริ่มผลิตกระป๋องอะลูมิเนียมสำหรับเครื่องดื่มและกระป๋องสเปรย์
2505	พลาสติก	แผงยาที่ใช้กีดเม็ดยาให้ทะลุผ่านแผ่นเปลวอะลูมิเนียม และฟิล์มหัดที่มาใช้แทนที่กล่องกระดาษลูกฟูก
2507	พลาสติก	หลอดพลาสติกและฝาพลาสติกที่เปิดแล้วเกลียวขาด
2510	พลาสติก	จากกัน
2513	พลาสติก	ฟิล์มเมทัลไลซ์ (Metallized) ที่มีแสงแวววับ
2520	พลาสติก	ขวด PED สำหรับเครื่องต้มน้ำอัดลมระบบบรรจุภัณฑ์สุญญากาศ และระบบปรับสภาวะบรรยากาศ
2521	กล่องกระดาษ	กล่องปลอดเชื้อที่นิยมใช้บรรจุนมและเครื่องดื่ม
2524	พลาสติก	ขวดซอสมะเขือเทศ ที่ผลิตด้วยกรรมวิธี Co-Extrusion
2526		

ที่มา : ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจร (Food Network Solution), (2554)

จากการที่มนุษย์ได้คิดนำวัสดุต่าง ๆ มาสู่รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ก็เข้ามามีบทบาทใช้เป็นเครื่องมือในทางการตลาดด้วย ช่วยในด้านการส่งเสริมการจำหน่าย รูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนปรับปรุง และค้นหาวัสดุที่ใช้ในการบรรจุให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

2.3 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่าง ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้า และนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์ นั้นเป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman)

การบรรจุภัณฑ์ (PACKAGING)

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะให้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบที่จะใช้คำใด

“หีบห่อ” “บรรจุภัณฑ์” หรือ “ภาชนะบรรจุ” (Package) มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย สรุปได้ดังนี้

การบรรจุ	หมายถึง	การใส่ลงในภาชนะหรือสถานที่ใดที่มีมิติ
ภัณฑ์	หมายถึง	สิ่งของ เครื่องใช้ หรือสินค้า
การบรรจุภัณฑ์	หมายถึง	การใส่สิ่งของเครื่องใช้หรือสินค้าต่าง ๆ ลงในภาชนะที่มีมิติเพื่อป้องกันมิให้วัสดุนั้น ชำรุดเสียหาย อันเกิดจากสภาวะแวดล้อม

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging)

1. Packaging หมายถึง งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้าตลอดจนประโยชน์ใช้สอย อาทิ ความสะดวกสบายในการหอบหิ้วพกพาหรือการใช้ เป็นต้น

2. Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิตภาชนะบรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตรายี่ห้อ (Brand name)

3. Packaging หมายถึง ผลรวมของศาสตร์ (Science) ศิลป์ (Art) และเทคโนโลยีของการออกแบบ การผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า เพื่อการขนส่งและการขายโดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

4. Packaging หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและเศรษฐศาสตร์เพื่อหาวิธีการรักษาสภาพเดิมของสินค้าจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้ยอดขายมากที่สุดและต้นทุนต่ำสุด

5. Packaging หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะบรรจุ สิ่งหุ้มห่อตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์

6. Packaging เป็นทั้งศิลปะและวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองในหลายแง่โดยบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตสินค้า กล่าวคือ ฝ่ายเทคนิคจะคิดถึงปฏิกิริยาระหว่างภาชนะบรรจุกับผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ฝ่ายผลิตจะพิจารณาต้นทุนและประสิทธิภาพของระบบการบรรจุ ฝ่ายจัดซื้อจะคำนึงถึงต้นทุนของวัสดุทางการบรรจุ และฝ่ายขายจะเน้นรูปแบบและสีสรรที่สะดุดตา ซึ่งจะช่วยให้การโฆษณาผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้ Packaging ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมจะเกิดขึ้นได้จากการประนีประนอมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ภาชนะบรรจุที่มีน้ำหนักเบาและราคาต้นทุนต่ำ แต่ในขณะเดียวกันมีรูปแบบสวยงามและให้ความคุ้มครองอย่างเพียงพอแก่ผลิตภัณฑ์ภายในได้

7. Packaging หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดในขบวนการทางตลาดที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

8. Packaging หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะหุ้มห่อสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า



ภาพที่ 4 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์ (Package) กล่องบรรจุภัณฑ์นม สามารถดึงดูดให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์วัสดุกล่องกระดาษมากขึ้น ที่มา : [HTTPS://WWW.TUPACK.CO.TH/KNOWLEDGE/623-%-PACKAGING.HTML](https://www.tupack.co.th/knowledge/623-%-packaging.html)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การบรรจุสินค้าเพื่อปกป้องตัวสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีจากมือผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าโดยไม่ได้รับความเสียหาย ซึ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์มีหลายลักษณะขึ้นอยู่กับตัวสินค้าว่ามีคุณสมบัติอย่างไร รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ต้นทุนการผลิต ลักษณะการขนส่ง และลักษณะการใช้งาน เป็นต้น

การบรรจุหีบห่อ (Packaging) หรือ บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) นอกจากนี้ยังมีคำอีก 2 คำ ที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ คือ การบรรจุภัณฑ์ (Packing) หมายถึง วิธีการบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยการห่อหุ้มหรือใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ปิด หรือสิ่งอื่น ๆ ที่ปลอดภัย และตู้ขนส่งสินค้า (Container) หมายถึง ตู้ขนาดใหญ่ที่ใช้ขนส่งสินค้า ซึ่งมีขนาดและรูปแบบแตกต่างกันตามวิธีการขนส่ง (ทางเรือหรือทางอากาศ) โดยทั่วไปจะมีขนาดมาตรฐานเป็นสากล คำว่า “Container” นี้อาจใช้ในความหมายที่ใส่ออกเพื่อการขนส่งและจัดจำหน่ายในปัจจุบัน และเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์ (Objectives of Package) คือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products) ซึ่งโดยการควบคุมคุณภาพในความหมายง่าย ๆ คือ การทำให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ผลที่เกิดขึ้นคือ เมื่อมีการควบคุมคุณภาพในการผลิตสินค้านั้นย่อมมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นนี้จะคุ้มค่าหากสามารถลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และกำไรเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาว่า สินค้าคุณภาพต่ำหรือคุณภาพสูง กับค่าใช้จ่ายต่ำ และค่าใช้จ่ายสูง สองสิ่งนี้จุดพอดีอยู่ตรงจุดใด และตัวแปรสำคัญในการควบคุมคุณภาพและต้นทุนการผลิตอย่างหนึ่งคือบรรจุภัณฑ์ เพราะในการบรรจุภัณฑ์สินค้านั้น หากเกิดความเสียหายหรือผิดพลาดแล้วย่อมทำให้ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้า



ภาพที่ 5 แสดงผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ จากภาพในวัฒนธรรมญี่ปุ่นนั้นได้มีการนำฟางข้าวมาใช้งานตั้งแต่ยุคก่อน การนำฟางข้าวมาห่อ มัด ถัก หรือบิดให้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารประเภทต่าง ๆ ด้วยคุณสมบัติของฟางข้าวที่สามารถลดแรงกระแทกและยังมีความเหนียว จึงทำให้เป็นได้ทั้งวัสดุสำหรับห่อและเชือกมัดให้แข็งแรง ที่มา : <https://www.baanlaesuan.com/175291/diy/eco-friendly-packaging-ideas>



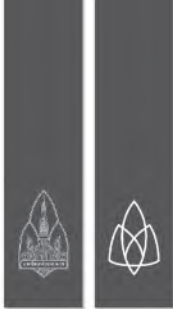
ภาพที่ 6 แสดงผลงานบรรจุภัณฑ์สาเก โดย VOGUE JAPAN (magazine & members) สาเกเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของญี่ปุ่นที่ทำจากข้าว
ที่มา : <https://www.vogue.co.jp/lifestyle/news/2017-12/18/akomeya>



ภาพที่ 7 แสดงผลงานบรรจุภัณฑ์ปะหมี่ โดย Helen Maria, Sweden. แนวคิดแรงบันดาลใจจากเกอิชชาของญี่ปุ่น
ที่มา : <http://www.packagingoftheworld.com/2011/06/noo-del-student-work.html> Designed Creative and Environment-Friendly Packaging Design

3. บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติและประเพณีนิยมในวิถีชีวิตพื้นถิ่น

การศึกษาประวัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ย่อมจะทำให้มองเห็นถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อมนุษยชาติ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ในการจึงควรเริ่มจากการศึกษาบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ ซึ่งเป็นแนวทางของการออกแบบ การประยุกต์รูปแบบ การทอหุ้ม รักษาคุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในให้ปลอดภัย อำนวยความสะดวก การปกป้องรักษาคุณภาพเป็นอย่างดี จากผลงานที่มนุษย์เชื่อว่าเป็นการสร้างสรรค์ของเทวดา เนื่องจากบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาตินั้นมีความสมบูรณ์แบบและเป็นต้นแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มนุษย์พยายามลอกเลียน จากประเทศกสิกรรม มาเป็นประเทศ



ตำราจาก

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์
PACKAGING DESIGN

Faculty of Fine and Applied Arts, Khon Kaen University

ISBN 978-616-59-0593-0



9 786165 905930

189 บาท