

บรรจุกัณฑ์มีบทบาทสำคัญที่ธุรกิจต่างๆ นำมาใช้กำหนดแนวทางการตลาดเพื่อการแข่งขันทางการค้าในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน การวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาและเปรียบเทียบกลยุทธ์การออกแบบบรรจุกัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจจำแนกตามสถานภาพด้านเพศ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงาน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกกิตติมศักดิ์ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการออกแบบของนิตยสาร IDesign จำนวน 345 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และทางไปรษณีย์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, χ^2 , t-test, ANOVA, และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS V.11

ผลการวิจัยพบว่า งานชิ้นแรกของการออกแบบบรรจุกัณฑ์คือการศึกษาข้อมูลในตัวบรรจุกัณฑ์นั้น ข้อมูลส่วนใหญ่หาได้มาจากงานแสดงสินค้า รับงานออกแบบด้วยวิธีการเข้าหาลูกค้า โดยกำหนดราคาค่าออกแบบตามความยากง่ายของงานและพยายามควบคุมต้นทุนของบรรจุกัณฑ์อยู่ระหว่าง 5 - 10% เมื่อเทียบกับราคาสินค้า ลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดลักษณะของงานมาให้ การออกแบบจะใช้โปรแกรม AutoCAD/3D Studio เข้ามาช่วยทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ PC ปัจจุบันและเทคนิคการออกแบบจะยึดติดแปลงหรือปรับปรุงจากของเดิมเป็นหลัก เน้นความเด่นสะดุดตา แปลกใหม่ การออกแบบจะทำงานกันเป็นทีม 2 - 3 คนใช้ระยะเวลา 1- 2 สัปดาห์ต่องาน 1 ชิ้น โดยมีการนำเสนอเพื่อการปรับปรุงเป็นระยะ ในกรณีมีงานเร่งด่วนจะใช้วิธีการตัดแปลง/ปรับปรุงจากของเดิม การออกแบบจะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน ยึดรูปทรงและสีสันท่อนอกแบบขึ้นมาใหม่ นิยมออกแบบด้วยโทนสีเข้ม พิมพ์ 4 สี สื่อสารเป็นรูปภาพทั้งภาพเหมือนจริงและภาพกราฟฟิค วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุกัณฑ์ให้ความสำคัญต่อการเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้อีกเพื่อเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ก่อนการนำเสนอผลงานให้แก่ลูกค้าจะมีการทดสอบผลงานทุกครั้ง นักออกแบบจะเป็นผู้นำเสนองานเอง โดยจะมีตัวอย่าง (Mock - up) และสื่องานออกแบบจากคอมพิวเตอร์ให้ลูกค้าเลือก 2- 3 แบบ ในกรณีที่งานไม่ผ่านจะปรับปรุงเพียงบางส่วนแล้วนำเสนอใหม่ นักออกแบบไม่นิยมส่งผลงานเข้าประกวดและไม่สนใจที่จะจดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตรในงานออกแบบบรรจุกัณฑ์ของตน

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การออกแบบบรรจุกัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจพบว่า ขึ้นอยู่กับเพศ 3 รายการ ขึ้นอยู่กับ วุฒิการศึกษา 3 รายการ ขึ้นอยู่กับตำแหน่งงาน 5 รายการ และขึ้นอยู่กับประสบการณ์การทำงาน 2 รายการ สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การออกแบบบรรจุกัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจกับสถานภาพทั้งในตัวแปรด้านเพศ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์การทำงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน การวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 182 หน้า)

The purpose of this study was to investigate packaging design strategies for business competition and relationship between the strategies and designers' background. The subjects of the study were 345 IDesign Magazine honorary members with design expertise. Questionnaires and interview were used to collect the data. Percentage, Standard Deviation, χ^2 , t-test, ANOVA, and Scheffe analysis were employed to analyze the data.

It was found that the initial stage of packaging design was to gather information on packages from various merchandise exhibitions. To get the design job, the subjects approached directly to the clients. Designing wages were based on the design difficulty. Packaging cost was controlled to be between 5-10% of the products price. The design specification was usually fixed by the clients. Auto CAD/3D Studio software was generally used for designing. Adaptation or improvement of the old designs was the main technique. Emphasis was put on the package outstanding, striking and difference from the others. A team of 2-3 designers was assigned to do a job, normally finished within 1-2 weeks. In an urgent case, an old design was adapted or improved. Materials to be packed, the package shape and colors were taken into consideration. Dark color tone was in favor. The package was printed in 4 colors with real or graphical pictures. To help lessening environmental problems, recyclable materials were chosen for most designs. Every design had to be tested before presenting to the clients. The designer would present his work to the clients himself. Two-three mock-ups were presented each time. In a case that no mock up was approved, partial improvement would be made for the re-presentation. Designers were neither interested in designing contests nor patent registration.

With respect to the relationship between packaging design strategies and designers, sex, educational background, position, and experience, three strategies were found depending on sex, the other three on educational background, another five on position, and two strategies on experience. The comparison of the important level of strategies by sex, educational background, position, and experience, as a whole, revealed no difference at the significant level of .05.

(Total 182 pages)