

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่ดุเดือดในปัจจุบันนี้ แต่ละบริษัทต่างคิดค้นหากกลยุทธ์นโยบายทางการตลาดนานาวิธี เพื่อที่จะเพิ่มยอดขายและหวังที่เป็นเจ้าครองตลาดในสายผลิตภัณฑ์ของตน กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีมากมายหลากหลายวิธี แต่มีอยู่วิธีหนึ่งที่ผู้เขียนคิดว่าน่าจะเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่ควรที่จะมองข้ามไป เมื่อดูจากผลิตภัณฑ์ที่มีวางขายกันอย่างกลาดเกลื่อนในท้องตลาดนั้น แม้จะมีสรรพคุณ ประโยชน์ วิธีการใช้ ที่ไม่แตกต่างกันเลยแม้แต่น้อย แต่ถ้าเราสามารถนำ "บรรจุกฎณ์" มาใช้เป็นเครื่องมือทางการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย สร้างจุดเด่น และสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่านั้น เราก็จะสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า (Value Added) ให้โดดเด่นและเป็นจุดดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นได้

"บรรจุกฎณ์" เป็นส่วนประกอบสำคัญที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสินค้ามาก จนบางครั้งผู้บริโภคไม่สามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งใดคือสินค้า และสิ่งใดคือบรรจุกฎณ์ จะเห็นได้ว่าบรรจุกฎณ์เปรียบเสมือนเครื่องมือทางการติดต่อสื่อสารทางหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่เสมือน พนักงานขายไร้เสียง (Silent Salesman) ที่ช่วยแนะนำสินค้า แสดงบุคลิกลักษณะเฉพาะของสินค้า และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในระยะเวลาอันสั้น ณ จุดขาย (Point of Purchase) บรรจุกฎณ์จึงได้รับความสำคัญในฐานะ ตัวแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ (The Representation of Product)

นอกจากนี้ "บรรจุกฎณ์" ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้บรรจุหรือปกป้องผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่มีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคอีกด้วย โดยอาศัยวิธีการออกแบบการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย วัสดุที่ใช้ การจัดวางรูปแบบ ตัวอักษร ถ้อยคำโฆษณา ภาพกราฟฟิก การให้สี เครื่องหมายและสัญลักษณ์ทางการค้า ฯลฯ โดยอยู่บนพื้นฐานของหลักทางศิลปะ มาผสมผสานให้เกิดความกลมกลืน สวยงาม บ่งชี้ถึงบุคลิกลักษณะ ภาพลักษณ์ของผู้บริโภค โดยต้องให้สอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้วางไว้ โดยเป้าหมายสูงสุดของออกแบบบรรจุกฎณ์นั้น เพื่อผลกำไรที่คุ้มค่าและการเป็นผู้นำตลาด

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการสินค้า และการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์
3. เพื่อศึกษาถึงหลักการและขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์
4. เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบทางศิลปะที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์
5. เพื่อศึกษาถึงการสร้างสรรค์งานโฆษณาด้วยการบรรจุภัณฑ์

ขอบเขตการศึกษา

สารนิพนธ์ฉบับนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญ บทบาท หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการตลาดและการโฆษณา ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงองค์ประกอบทางศิลปะ ขั้นตอน กระบวนการ และส่วนประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างให้บรรจุภัณฑ์มีจุดเด่นและข้อแตกต่างที่ได้เปรียบจากคู่แข่งอื่น นอกจากนี้ยังมีการยกตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เพื่อประกอบความเข้าใจ การเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับแนวโน้มบรรจุภัณฑ์ในอนาคตอันใกล้

วิธีการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการฝึกงานที่บริษัท Grey World Wide Thailand
2. ศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากตำราทางวิชาการที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ และทฤษฎี องค์ประกอบทางศิลปะ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ
3. ศึกษาจาก เอกสาร วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สารนิพนธ์ อินเทอร์เน็ต
4. ศึกษาจากการสำรวจบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาด
5. ศึกษาจากการเล่าเรียนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ความรู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับความสำคัญ บทบาท หน้าที่ของบรรจุกัณฑ์ที่มีต่อการตลาดและการโฆษณา
2. เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน ส่วนประกอบ ข้อจำกัด ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุกัณฑ์
3. เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบทางศิลปะที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุกัณฑ์
4. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มธุรกิจบรรจุกัณฑ์ของประเทศไทยในอนาคต

สำนักหอสมุด