การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านผลไม้คุณเหน่ง

PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR KHUN NENG FRUIT SHOP

นางสาวธัญชนก พรสวัสดิ์ชัย

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศิลป์
ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุมัติศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านผลไม้คุณเหน่ง
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR KHUN NENG FRUIT SHOP

นางสาวธัญชนก พรสวัสดิ์ชัย

Miss THANCHANOK PORNSAWATCHAI

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์
บัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 12 ส.ค. 2560

(อาจารย์อภินันทน์ สุมทุมพฤกษ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านผลไม้คุณเหน่ง
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR KHUN NENG FRUIT SHOP
ชื่อ นางสาวธัญชนก พรสวัสดิ์ชัย
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อภินันทน์ สุมทุมพฤกษ์

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่า “ผลไม้” เป็นสิ่งที่นิยมมากในกลุ่มคนที่รักสุขภาพ สำหรับประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการแล้วคงจะไม่มีใครปฏิเสธได้ และนอกจากจะมีประโยชน์ในด้านของโภชนาการชั้นยอดแล้ว บางชนิดยังสามารถใช้เป็นยาสมุนไพรเพื่อบำบัดและรักษาโรคบางชนิดได้อีกด้วย เช่น โรคมะเร็ง หัวใจ ตาฝ้าฟาง เหน็บชา ร้อนใน ไข้หวัด เป็นต้น

เมื่อเริ่มมีคนสนใจรับประทานผลไม้มากขึ้น มีการมอบกระเช้าผลไม้เป็นของขวัญ ร้านต่างๆจึงเริ่มคิดออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ เพื่อต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า โดยที่เราจะนำแนวทางการศึกษาการออกแบบกราฟิก และบรรจุภัณฑ์มาสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณครูทุกท่านที่ให้คำแนะนำดีๆ เสมอ โดยเฉพาะครูโอ๋ ที่ปรึกษาโครงการที่แสนใจดี ที่คอยให้คำแนะนำและกำลังใจดีๆ ช่วยเหลือแนะนำโรงพิมพ์ดีๆให้

ขอบคุณพ่อแม่สำหรับทุนในการทำศิลปนิพนธ์และเป็นกำลังใจให้เสมอ

ขอบคุณเพื่อนช่วยเลือก ช่วยตัดสินใจงานให้ เพื่อนที่ช่วยคอยให้ความคิดเห็นในมุมต่างๆกัน เพื่อนที่ให้กำลังใจเราตอนที่หมดกำลังใจ

ขอบคุณความผิดพลาดหลายๆ อย่างที่เกิดขึ้น แล้วก็ต้องผ่านมาให้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ..... ก

กิตติกรรมประกาศ..... ข

สารบัญ..... ค

สารบัญภาพประกอบ..... ง

บทที่

1 บทนำ..... 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ..... 1

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ..... 1

1.3 ขอบเขตของโครงการ..... 1

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย..... 2

2 เอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ..... 3

2.1 ประวัติและความเป็นมา..... 3

2.2 ผลไม้..... 5

2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์..... 10

2.4 การออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์..... 10

2.5 บรรจุภัณฑ์ผักผลไม้..... 11

2.6 ชนิดบรรจุภัณฑ์สำหรับผลไม้..... 12

2.7 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์..... 15

2.8 การออกแบบต้นแบบ..... 16

3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 17

3.1 แนวความคิดในการสร้างตราสินค้า..... 17

3.2 แนวทางการออกแบบ..... 17

3.3 ขอบเขตของโครงการ..... 20

4 ผลงานการออกแบบ..... 21

4.1 การออกแบบ..... 21

4.2 Logo..... 21

4.3 กราฟิก..... 24

4.4 Sketch mascot..... 26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า

4.5 Sketch package 29

5 Mock up 32
5.1 ขั้นตอนการออกแบบ mock up 32

6 ผลงานจริง 37
6.1 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 37
6.2 ผลงานจริง 44

7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ 50

บรรณานุกรม 51
ประวัติผู้วิจัย 52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	ภาพร้านผลไม้คุณเหน่ง	3
2.2	ภาพตลาดบองมาร์เช่	3
2.3	ภาพกระเช้าผลไม้ที่ร้าน	4
2.4	ภาพภายในตลาดบองมาร์เช่	4
2.5	ภาพสตรอว์เบอร์รี่	5
2.6	ภาพองุ่น	6
2.7	ภาพพลับ	7
2.8	ภาพแอปเปิ้ล	8
2.9	ภาพเมล่อน	9
2.10	ภาพกล่องกระดาษลูกฟูก	12
2.11	ภาพกระดาษลูกฟูก	13
2.12	ภาพโฟม	13
2.13	ภาพเยื่อกระดาษขึ้นรูป	14
3.1	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 1	17
3.2	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 2	18
3.3	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 3	19
3.4	ภาพแนวทางการออกแบบที่ 4	19
4.1	ภาพSketch Logo แบบที่ 1	21
4.2	ภาพSketch Logo แบบที่ 2	22
4.3	ภาพSketch Logo แบบที่ 3	22
4.4	ภาพSketch Logo แบบที่ 4	23
4.5	ภาพSketch Logo ครั้งที่ 2	23
4.6	ภาพSketch Logo ที่เลือกใช้	24
4.7	ภาพSketch กราฟิกแบบร่างครั้งที่ 1	24
4.8	ภาพSketch กราฟิกแบบร่างครั้งที่ 2	25
4.9	ภาพSketch กราฟิกแบบร่างครั้งที่ 3	25
4.10	ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 1	26
4.11	ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 2	26
4.12	ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 2	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่		หน้า
4.13	ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 3	27
4.14	สรุปSketch mascot ที่เลือกใช้	28
4.15	ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 1	29
4.16	ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 2	29
4.17	ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 3	30
4.18	ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 4	30
4.19	ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 4	31
5.1	ภาพชนิดกระดาษ	32
5.2	ภาพทดลองพับกล่อง gift set	32
5.3	ภาพทดลองพับกล่อง gift set	33
5.4	ภาพทดลองพับกล่อง สตรอว์เบอร์รี่	34
5.5	ภาพทดลองพับกล่อง พลับ	35
5.6	ภาพทดลองพับกล่อง องุ่น	36
5.7	ภาพทดลองพับกล่อง เมล่อน	36
6.1	ภาพสัญลักษณ์แบรนด์	37
6.2	ภาพmascot	37
6.3	นามบัตรร้าน	38
6.4	ป้ายร้าน	38
6.5	ภาพลายบนกล่อง สตรอว์เบอร์รี่	39
6.6	ภาพลายบนกล่อง องุ่น	40
6.7	ภาพลายบนกล่อง พลับ	41
6.8	ภาพลายบนกล่อง เมล่อน	42
6.9	ภาพลายบนกล่อง แอปเปิ้ล	42
6.10	ภาพลายบนกล่อง gift set	43
6.11	ภาพFont ที่เลือกใช้	43
6.12	ภาพผลงานจริง	44
6.13	ภาพผลงานจริง	45
6.14	ภาพผลงานจริง	46
6.15	ภาพผลงานจริง	47
6.16	ภาพผลงานจริง	48
6.17	ภาพผลงานจริง	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่า “ผลไม้” เป็นสิ่งที่นิยมมากในกลุ่มคนที่รักสุขภาพ สำหรับประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการแล้วคงจะไม่มีใครปฏิเสธได้ และนอกจากจะมีประโยชน์ในด้านของโภชนาการชั้นยอดแล้ว บางชนิดยังสามารถใช้เป็นยาสมุนไพรเพื่อบำบัดและรักษาโรคบางชนิดได้อีกด้วย

เมื่อเริ่มมีคนสนใจรับประทานผลไม้มากขึ้น มีการมอบกระเช้าผลไม้เป็นของขวัญ หรือ ของเยี่ยม แต่ปัญหาคือผลไม้เหล่านี้มักจะไม่ค่อยมีแพคเกจที่สวยงาม ขนาดที่เหมาะกับความต้องการของลูกค้า ที่ต้องการรูปแบบ “กล่องของขวัญ”

จึงเริ่มคิดออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆ เพื่อต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า โดยที่เราจะนำแนวทางการศึกษาการออกแบบกราฟิก และบรรจุภัณฑ์มาสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ ภายใต้ชื่อแบรนด์ว่า “คุณเหน่ง”

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อปรับปรุงให้ดูทันสมัย มีเอกลักษณ์ของร้าน ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.2.2 ต้องการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับแบรนด์ร้านผลไม้คุณเหน่ง ให้สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของร้าน

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 สัญลักษณ์แบรนด์

1.3.2 สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

นามบัตรร้าน

ป้ายร้าน

1.3.3 บรรจุภัณฑ์

กล่องเฉพาะสำหรับใส่ สตรอว์เบอร์รี , องุ่น , แอปเปิ้ล, ลูกพลับ , เมล่อน , กล่องผลไม้รวม รวมเป็น 6 กล่อง

- กล่องสตรอเบอร์รี่ 1 กล่อง จำนวน 6 ลูก
- กล่ององุ่น 1 กล่อง จำนวน 1 พวง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กล่องแอปเปิ้ล 1 กล่อง จำนวน 2 ลูก
- กล่องลูกพลับ 1 กล่อง จำนวน 4 ลูก
- กล่องเมล่อน 1 กล่อง จำนวน 1 ลูก
- กล่องgift set 1 กล่อง

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1.4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1 สร้างเอกลักษณ์ของร้านให้เป็นที่จดจำ

2 แพ็คเกจที่เหมาะกับชนิดของผลไม้

3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.2 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

1 รูปแบบและภาพลักษณ์ของแบรนด์

2 วางแนวทางการออกแบบกราฟิก

1.4.3 ออกแบบและพัฒนาแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางการออกแบบ

ภาพที่ 2.1 ภาพร้านผลไม้คุณเหน่ง

2.1 ประวัติและความเป็นมา

ผู้ก่อตั้งร้านมีชื่อว่า น.ส. ภาณี พรสวัสดิ์ชัย เดิมทำงานที่ ธนาคารกรุงเทพ สาขาสามยอด ฝ่ายสินเชื่อ ทำงานด้านนี้มากว่า 10 ปี ได้รู้จักกับผู้จัดการแบงค์ ภายหลังผู้จัดการแบงค์ออกมาเปิดร้านอะไหล่รถมือสอง ก็ออกมาร่วมลงทุนด้วยกันทำได้ปีกว่าๆ ก็ไม่ประสบความสำเร็จก็เลิกธุรกิจไป

ภาพที่ 2.2 ภาพตลาดบองมาร์เช่

เมื่อปี พ.ศ. 2543 พอดีกับที่ตลาดบองมาร์เช่เพิ่งจะเปิดตัวอยู่ในย่านชุมชน ธุรกิจพัฒนามาจากร้านค้าของชำร่วย จากความนิยมรับประทานผลไม้ และประกอบกับการที่สวนผลไม้เป็นของตนเอง ในระยะเริ่มต้นผู้ประกอบการเริ่มจำหน่ายผลไม้ในประเทศต่อมาก็เริ่มมีขายผลไม้นอกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำไมถึงชื่อผลไม้ “คุณเหน่ง” นั่นก็เพราะลูกค้าเรียกว่า ร้านคุณเหน่ง บ่อยๆ จึงได้นำชื่อเล่นของตนเองมาตั้งเป็นชื่อร้านตั้งแต่นั้นก็ใช้ชื่อนี้มาตลอดจนถึงปัจจุบัน

เปิดมานานกว่า 17 ปี ตั้งแต่เจ้าของรุ่นแรก ยังไม่มีโลโก้ หรือ แพคเกจมาก่อน เป็นเหมือนกับร้านผลไม้ทั่วไปในตลาด ปัจจุบันเจ้าของร้านรุ่นที่2 ต้องการที่จะปรับปรุงรูปแบบร้านใหม่ให้ดูทันสมัยมากขึ้น โดยเริ่มจากการมีแพคเกจที่เหมาะกับความต้องการของลูกค้า ชนิดของผลไม้ แพคเกจที่ดูสวยงาม เพราะ ลูกค้าที่ต้องการซื้อผลไม้นำมอบเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ สินค้าในตลาดก็ค่อนข้างมีคุณภาพสูงอยู่ในระดับเกรดเอ จำเป็นต้องทำแพคเกจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและต้องการที่จะสร้างเอกลักษณ์ของร้าน

ภาพที่ 2.3 ภาพกระเช้าผลไม้ที่ร้าน

ภาพที่ 2.4 ภาพภายในตลาดบองมาร์เช่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ผลไม้

2.2.1 สตรอว์เบอร์รี

ภาพที่ 2.5 ภาพสตรอว์เบอร์รี

ที่มา : http://sukkaphap-d.com/wp-content/uploads/2016/07/strawberry-2.jpeg

สตรอว์เบอร์รี (strawberry) เป็นสกุลไม้ดอกในวงศ์กุหลาบ ผลสามารถรับประทานได้ มีมากกว่า 20 สปีชีส์ และมีลูกผสมมากมาย แต่สตรอว์เบอร์รีที่นิยมปลูกมากในปัจจุบันก็คือ สตรอว์เบอร์รีสวน ผลของสตรอว์เบอร์รีมีรสชาติหลากหลายขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ มีตั้งแต่รสหวานจนถึงเปรี้ยว สตรอเบอร์รีเป็นผลไม้ทางการค้าที่สำคัญ มีปลูกกันเป็นวงกว้างหลายสภาพอากาศทั่วโลก

สรรพคุณและประโยชน์

1. ช่วยยับยั้งป้องกันการเกิดโรคมะเร็ง
2. ลดความดันโลหิต และโรคหัวใจ
3. ช่วยบำรุงสายตา
4. ส่งเสริมการทำงานและบำรุงสมอง
5. ป้องกันหวัด ภูมิแพ้ และโรคเลือดออกตามไรฟัน
6. ช่วยบำรุงผิวพรรณ
7. เป็นยาระบายอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 องุ่น

ภาพที่ 2.6 ภาพองุ่น

ที่มา : http://www.hongthongrice.com/life/wp-content/uploads/องุ่นสามสี.jpg

องุ่น เป็นพืชยืนต้น มีลักษณะเป็นไม้พุ่มเลื้อย มีลักษณะเนื้อแข็งและมีลำต้น กิ่งถาวรอายุเกิน 1 ฤดู ถ้าปล่อยให้เจริญเติบโตตามธรรมชาติจะเลื้อยเกาะกิ่งไม้ ใบกลมขอบหยักเว้าลึก 5 พู โคนใบเว้าเป็นรูปหัวใจ ดอกออกเป็นช่อแยกแขนง ดอกย่อยขนาดเล็กสีเขียวมีหมวก จะหลุดออกเมื่อดอกบาน กลีบดอกเมื่อบานสีขาว โคนเชื่อมติดกัน ปลายแยก 5 กลีบ เป็นผลเดี่ยวที่ออกเป็นพวง (เป็นผลเดี่ยวที่เกิดจากดอกช่อแต่ดอกไม่หลอมรวมกัน) ผลย่อยรูปกลมรีและฉ่ำน้ำ มีผิวนวลเกาะและรสหวาน มีสีเขียว, ม่วงแดงและม่วงดำแล้วแต่พันธุ์ ในผลมีเมล็ดประมาณ 1 - 4 เมล็ด

สรรพคุณและประโยชน์

1. องุ่นยังอุดมไปด้วยวิตามิน B1 B2 วิตามินซี วิตามินซีและเกลือแร่
2. องุ่นมีสารต้านอนุมูลอิสระ
3. มีสารแอนตี้ออกซิแดนท์ (Antioxidant) ช่วยขับล้างสารพิษในลำไส้
4. ช่วยลดภาวะเสี่ยงที่จะเกิดโรคมะเร็ง
5. ช่วยเสริมสร้างความงามให้กับผิวพรรณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 พลับ

ภาพที่ 2.7 ภาพพลับ

ที่มา : http://sukkaphap-d.com/wp-content/uploads/2016/06/persimmon-2.jpg

พลับ (Persimmon) เป็นพืชในสกุล Diospyros ซึ่งมีอยู่หลายสปีชีส์ด้วยกัน สปีชีส์ที่นิยมปลูกในประเทศไทยมากที่สุดคือ D.kaki ญี่ปุ่นเรียกว่าคาชิ ถิ่นกำเนิดอยู่ในภาคเหนือของจีน มีการรับประทานพลับตั้งแต่สมัยราชวงศ์ฮั่นและถือเป็นผลไม้ที่มีคุณค่า ต่อมาได้กระจายพันธุ์เข้าไปในญี่ปุ่นและกลายเป็นผลไม้ยอดนิยม พลับพันธุ์ที่นิยมปลูกในยุโรปเป็นสปีชีส์ D. virginia ซึ่งนำพันธุ์มาจากสหรัฐอเมริกา

ลักษณะ พลับเป็นไม้ผลยืนต้นขนาดใหญ่ ใบรูปหัวใจสีเขียว ดอกสีเหลือง ทรงดอกคล้ายระฆัง ผลมีรูปทรงได้หลายแบบ ทั้งทรงกรวย ทรงกลม ทรงกลมแบน ผลอ่อนสีเขียว ผลแก่สีเหลือง เนื้อสีส้ม เนื้อแข็ง ภายในมีเมล็ด 8 เมล็ด สีน้ำตาล สามารถจำแนกประเภทได้ตามรสชาติของผล แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

พลับหวาน ผลสุกสีส้มอมเหลือง รสหวาน รับประทานสดได้ เช่น พันธุ์ฟูยุ

พลับฝาด ผลสุกเนื้อสีส้มอมแดง เนื้อนิ่ม รสฝาด ต้องนำมาผ่านกระบวนการลดความฝาดจึงจะรับประทานได้ เช่น พันธุ์ซิชู พันธุ์ฮาชิยา

สรรพคุณและประโยชน์

1. ลูกพลับมีสารต่อต้านอนุมูลอิสระหลายชนิด
2. ช่วยชะลอการเกิดริ้วรอยและช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคต่าง ๆ
3. ช่วยบำรุงและรักษาสายตา ป้องกันต้อกระจก ตาฟาง
4. มีส่วนช่วยลดฝ้า กระ บนใบหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.4 แอปเปิ้ล

ภาพที่ 2.8 ภาพแอปเปิ้ล

ที่มา : http://www.misswhite.org/wp-content/uploads/2015/08/app1-1024x619.png

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์

แอปเปิลเป็นไม้ยืนต้นขนาดเล็ก ผลัดใบ สูง 3 - 12 เมตร เรือนยอดกว้าง กิ่งหนาแน่น ใบรูปไข่เรียงสลับ ยาว 5 - 12 ซม. กว้าง 3 - 6 ซม. ก้านใบยาว 2 - 5 ซม. ปลายใบแหลม ขอบใบหยักคล้ายฟันเลื่อย ใต้ใบปกคลุมด้วยขนนุ่มเล็กน้อย ดอกเกิดขึ้นพร้อมการแตกใบใหม่ในฤดูใบไม้ผลิ ดอกมีสีขาวแต้มสีชมพู และเข้มขึ้นเมื่อดอกใกล้โรย มีกลีบดอกห้ากลีบ เส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 - 3.5 ซม. ผลสุกในฤดูใบไม้ร่วง โดยทั่วไปมีเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 - 9 ซม. กลางผลมีคาร์เพล (carpel) ห้าโพรงเรียงตัวในรูปดาวห้าแฉก แต่ละโพรงบรรจุไปด้วยเมล็ดหนึ่งถึงสามเมล็ด

สรรพคุณและประโยชน์

1. ช่วยในการควบคุมน้ำหนัก
2. ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็ง
3. ช่วยบำรุงหัวใจ
4. ลดคอเรสเตอรอล
5. ควบคุมความดัน
6. ควบคุมปริมาณน้ำตาลในเลือด
7. ช่วยบำรุงสุขภาพผิวให้ดี นุ่ม ชุ่มชื้น
8. ช่วยเพิ่มการดูดซึมของวิตามินซี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 เมล่อนญี่ปุ่น

ภาพที่ 2.9 ภาพเมล่อญี่ปุ่น
ที่มา : http://fa.lnwfile.com/_/fa/_raw/j2/y7/2o.jpg

เมล่อน/แคนตาลูป เป็นพืชในตระกูลแตงที่นิยมปลูกเพื่อการค้าชนิดหนึ่งที่มีราคาต่อผลสูง เนื่องจากเป็นแตงที่มีรสหอมหวาน มีคุณค่าทางโภชนาการ ประกอบด้วยวิตามินเอ และวิตามินซีสูงจึงเป็นแตงที่ที่นิยมบริโภคกันมากไม่แพ้แตงโมเลยทีเดียว ถือเป็นราชินีแห่งพืชตระกูลแตง โดยเมล่อนที่พบเห็นทั่วไป สามารถแบ่งชนิดของเมล่อนออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่

1.ร็อคเมล่อน เป็นเมล่อนที่มีลักษณะของเปลือกภายนอกแข็ง มีลายขรุขระเล็กน้อย

2.เน็ตเมล่อน เป็นเมล่อนที่มีลักษณะของเปลือกมีลายร่างแหแผ่คลุมเปลือกด้านนอกไว้

3.เมล่อนผิวเรียบ หรือที่นิยมเรียกกันว่า แคนตาลูป

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ พัฒนามาจากรังไข่จากดอกที่เกิดอยู่บนแขนงย่อย ผลมีลักษณะแตกต่างกันตามสายพันธุ์ บางพันธุ์มีร่างแหปกคลุม บางพันธุ์ผิวเรียบไม่มีร่างแห บางพันธุ์มีร่องเป็นทางยาวจากขั้วผลถึงท้ายผล ลักษณะผลทุกสายพันธุ์ค่อนข้างกลมรี ผลมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 10-15 เซนติเมตร หนักประมาณ 0.5-2 กิโลกรัม มีสีผิวเปลือก และสีเนื้อแตกต่างกันตามสายพันธุ์ เนื้ออาจมีสีเหลือง สีเหลืองอมเขียว และสีส้ม ส่วนเมล็ดมีสีน้ำตาลเหลือง

สรรพคุณและประโยชน์

1. การต่อต้านอนุมูลอิสระ
2. มีวิตามินซี วิตามินเอ เบต้าแคโรทีน แคลเซียม ฟอสฟอรัส และธาตุเหล็ก
3. ไม่มีไขมันและคอเลสเตอรอล เหมาะ แก่การลดน้ำหนัก
4. มีสรรพคุณสามารถลดระดับความเครียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ในการบรรลุวัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์สองข้อคือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ล้วนมีรายละเอียดที่ต้องคำนึงทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้อง

ข้อกำหนดในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1. ชนิดของวัสดุมีความเหมาะสม ป้องกันสินค้าได้ตลอดอายุการวางขาย
2. รูปแบบกลมกลืนสอดคล้องกับสินค้า
3. ขนาดพอดีและสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้
4. การขึ้นรูป การบรรจุ เปิด-ปิดสะดวก ไม่ยุ่งยาก

2.4 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและการจัดวางรูปประกอบตัวอักษร ลวดลาย ถ้อยคำ เครื่องหมายหรือตราสัญลักษณ์ทางการค้า โดยใช้หลักวิชาการทางศิลปะ การจัดภาพองค์ประกอบศิลป์เพื่อให้ผลงานมีความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ข้อมูลประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- ข้อมูลด้านการตลาด ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่าย ฤดูกาล
- รูปแบบการกระจายสินค้า (ปลีก/ส่ง) พฤติกรรมผู้บริโภค
- ปริมาณและมูลค่าของสินค้าในตลาด (ส่วนแบ่งทางการตลาด)
- ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา
- คำอธิบาย จุดเด่น ประโยชน์ ขนาดปริมาณบรรจุ ความถี่/ปริมาณการใช้ที่ใช้ต่อครั้ง ราคาและต้นทุน ข้อควรระวัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 บรรจุภัณฑ์ผักผลไม้

ผักและผลไม้ นับเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งในแง่การบริโภคภายในประเทศและการส่งออก สำหรับ ในแง่การส่งออก ผัก ผลไม้ สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศปีหนึ่งหลายพันล้านบาทและยังมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี

ผัก ผลไม้ ที่มีการส่งออกมาก ปัญหาสำคัญที่มักประสบในการส่งออกคือ พบการสูญเสียโดยเฉลี่ยสูงถึง ร้อยละ 25 ทั้งนี้เนื่องจาก ผักและผลไม้เป็นสินค้าที่ บอบช้ำ และเน่าเสียได้ง่าย หากการบรรจุหีบห่อไม่ดี หรือขาดความระมัดระวังในการขนส่ง เพราะฉะนั้นการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์จึงเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับสินค้าประเภทนี้ (จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548)

2.5.1 ลักษณะความรุนแรงทางกายภาพที่พบระหว่างการขนส่ง แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- การกดทับ การกดทับที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ซึ่งไม่แข็งแรงพอ จะทำให้ผัก ผลไม้บอบช้ำได้ง่าย การกดทับเกิดเนื่องจาก การบรรจุผักผลไม้มากเกินไปและการจัดวางไม่เหมาะสม มีการเรียงซ้อนกันหลายชั้นทำให้ สินค้าที่อยู่ข้างล่างได้รับความเสียหาย
- การกระแทก ระหว่างการขนส่งกล่อง ผัก ผลไม้ อาจถูกโยนหรือกระแทกกับกล่องผลไม้กล่องอื่น หรือตกกระแทกพื้น สาเหตุเหล่านี้จะส่งผลให้ผักและผลไม้เกิดการเน่าเสียได้
- การสั่นสะเทือน เกิดจากการสั่นสะเทือนของพาหนะที่ใช้ขนถ่าย ระหว่างการขนส่ง การสั่นสะเทือนจะทำให้เกิด การเสียดสีระหว่างผัก ผลไม้ด้วยกัน หรือ การเสียดสีระหว่างผัก ผลไม้กับบรรจุภัณฑ์ ก่อให้เกิดรอยช้ำ (จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548)

2.5.2 ความต้องการในการบรรจุของผลิตผลชนิดต่างๆ

1 ลักษณะตามธรรมชาติของผลิตผลในที่นี้หมายถึงลักษณะเฉพาะของผัก ผลไม้แต่ละชนิด เช่น รูปร่าง ขนาด สรีรวิทยาหลังการเก็บเกี่ยว เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ มีผลกับการเน่าเสียของผัก ผลไม้ ระหว่างการขนส่ง เช่น ขนาดของผลิตผล ถ้าผลิตผลมีขนาดใหญ่ก็ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงกว่าผลิตผลขนาดเล็ก นอกจากนี้ผลิตผลที่มีน้ำหนักมากยังต้องพิถีพิถันในการจัดวางเพื่อไม่ให้น้ำหนักของตัวผลิตผลเองทำให้ ผลิตผลบอบช้ำ

ฉะนั้นการเลือกบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึง ขนาดและรูปร่างของผลิตผล และอีกปัจจัยที่ต้องคำนึง ถึงด้วยคือการเลือกบรรจุภัณฑ์และการจัดวางที่ช่วยประหยัดพื้นที่ในการบรรจุและง่ายต่อการขนส่ง การเปลี่ยนแปลงทางด้านสรีรวิทยาก็มีผลกับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2 ความต้องการการทำให้เย็นของผลิตผล

เนื่องจากการลดอุณหภูมิเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาคุณภาพของผัก ผลไม้ ในระหว่างการขนส่งโดยเฉพาะการขนส่งที่ต้อง ใช้เวลานานอย่างการส่งออกไปต่างประเทศ ซึ่งการทำความเย็นก็มีหลายวิธีไม่ว่าจะเป็นการใช้น้ำแข็ง การใช้อากาศเย็น แต่ทั้งนี้ ในการทำความเย็นให้มีประสิทธิภาพดีก็ต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ที่เอื้ออำนวยต่อการทำความเย็นด้วย (จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548)

2.6 ชนิดบรรจุภัณฑ์สำหรับผลไม้

2.6.1. กล่องกระดาษลูกฟูก

ภาพที่ 2.10 กล่องกระดาษลูกฟูก

ที่มา : http://www.phtnet.org/article/view-article.asp?aID=23

เป็นภาชนะที่นิยมใช้บรรจุผลิตผลเกษตรเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน แบบที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันคือ แบบฝากล่องสวมทับตัวกล่องและแบบธรรมดา ขนาด ความจุและความแข็งแรง แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัสดุและโครงสร้างที่ใช้ กล่องกระดาษลูกฟูกสามารถจำแนกได้ตามลักษณะของโครงสร้างของกระดาษคือ

1. แผ่นกระดาษลูกฟูกหน้าเดียว คือกระดาษลูกฟูกที่ประกอบด้วยลอนลูกฟูก และกระดาษปะหน้าเพียงหน้าเดียว

2. แผ่นกระดาษลูกฟูก 1 ชั้น (single wall) คือ กระดาษลูกฟูกที่ประกอบด้วยกระดาษ 3 ชั้น ได้แก่ กระดาษทำผิวกล่อง 2 ด้าน และลอนลูกฟูก 1 แถว อยู่ระหว่างกระดาษทำผิวกล่องทั้งสอง

3. แผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น (double wall) คือ กระดาษลูกฟูกที่ประกอบด้วยกระดาษรวม 5 ชั้น ได้แก่ กระดาษทำผิวกล่อง 3 แผ่น และมีลอนลูกฟูก 2 แถว ระหว่างกระดาษทำผิวกล่องแต่ละแผ่น

4. แผ่นกระดาษลูกฟูก 3 ชั้น (triple wall) คือ กระดาษลูกฟูกที่ประกอบด้วยกระดาษรวม 7 ชั้น ได้แก่ กระดาษทำผิวกล่อง 4 แผ่น และมีลอนลูกฟูก 3 แถว ระหว่างกระดาษทำผิวกล่องแต่ละแผ่น ความแข็งแรงของกล่องลูกฟูก นอกจากจะขึ้นกับโครงสร้างของแผ่นกระดาษลูกฟูก และชนิดของกระดาษ (คุณภาพ และน้ำหนักกระดาษ) แล้วแบบของกล่องก็มีผลทำให้คุณสมบัติของกล่องต่างกันไปด้วย ตัวอย่างเช่น กล่องที่ทำมาจากแผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ย่อมมีความแข็งแรงในการรับแรงกดตามแผ่นตั้งสูงกว่ากล่องที่ทำจากแผ่นกระดาษลูกฟูก 1 ชั้น ดังนั้นการจะเลือกใช้กล่องแบบใดจึงขึ้นอยู่กับประเภทและน้ำหนักของสินค้าเป็นสำคัญ

ภาพที่ 2.11 กระดาษลูกฟูก

กล่องกระดาษลูกฟูกมีข้อดี

คือ มีผิวเรียบไม่ทำความเสียหายกับผลิตผล และยังช่วยป้องกันการกระแทกได้ด้วย นอกจากนี้ ยังสามารถพิมพ์รายละเอียดของสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้อีกด้วย ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมโดยสามารถนำกลับมาเข้าขบวนการผลิตใหม่ได้ แต่ข้อเสียของกล่องกระดาษลูกฟูกคือ ไม่ทนน้ำ ต้องระมัดระวังเรื่องความชื้น การระบายอากาศระบายได้ เฉพาะบริเวณที่มีการเจาะรู ในการใช้กล่องกระดาษลูกฟูกอาจมีการประยุกต์ ใช้แผ่นกระดาษลูกฟูกในรูปแบบของการขัดเป็นไส้ กล่อง เพื่อป้องกันการสัมผัสโดยตรงของผลไม้ และยังช่วยเสริมความแข็งแรงให้แก่ตัวกล่องลูกฟูก และช่วยป้องกันความเสียหายจากการกระแทก (จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548)

2.6.2 โฟม

ภาพที่ 2.12 โฟม

ที่มา : http://www.phtnet.org/article/view-article.asp?aID=23

เป็นผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทหนึ่ง ที่ผ่านปฏิกิริยาทางเคมีต่างๆ โดยพลาสติกที่นิยมนำมาใช้ในการผลิตโฟมมีหลายชนิด เช่นพอลิพอลิเอทีลีน (PE) พอลิสไตรีน (PS) พอลิยูริเทน (PU) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดที่นิยมที่สุด คือ PS ซึ่งจะ เรียกว่า พอลิสไตรีนที่ขยายตัวแล้ว (expanded polystyrene) หรือเรียกย่อๆ ว่า EPS เนื่องจากโฟมมีคุณสมบัติเด่นเหนือวัสดุอื่นตรงที่มีความหนาแน่นต่ำ มีความยืดหยุ่นป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำได้ดี อีกทั้งขึ้นรูปให้เป็นรูปทรงต่างๆ ได้ง่าย ซึ่งใช้เงินทุนไม่สูงมากนัก ดังนั้นบรรจุภัณฑ์โฟม จึงเป็นที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน โฟมแบ่งออกได้เป็นหลายชนิดตามลักษณะรูปทรง สำหรับโฟมที่นิยมใช้กับผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้คือ โฟมชนิดถาดแบน ซึ่งเวลาใช้จะมีการห่อรัดด้วยฟิล์มยืดใสที่ทำมาจากพอลิไวนิลคลอไรด์ เพื่อป้องกันฝุ่น ละออง และช่วยเก็บรักษาความสดไว้ในระยะเวลาสั้นๆ โฟมถือเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการอำนวยความสะดวกในการขายปลีก มากกว่าประโยชน์ด้านการขนส่งหรือป้องกันการกระทบกระเทือน
(จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548)

2.6.3 ผลิตภัณฑ์เยื่อกระดาษขึ้นรูป

ภาพที่ 2.13 เยื่อกระดาษขึ้นรูป
ที่มา : http://www.phtnet.org/article/view-article.asp?aID=23

เยื่อกระดาษขึ้นรูป หมายถึงวัสดุหรือภาชนะบรรจุสามมิติที่ทำจากการขึ้นรูปของเยื่อกระดาษให้เป็นรูปร่างตามต้องการ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเศษกระดาษเหลือใช้ที่มีเยื่อบริสุทธิ์ผสมอยู่บ้าง การเลือกใช้วัตถุดิบชนิดใดนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์และ ความต้องการในการใช้งาน สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่จะใช้กระดาษที่มีคุณภาพสูง และไม่เปื้อนหมึกพิมพ์ เช่นกระดาษที่ได้จากการตัดขอบกระดาษของโรงงานผลิตกระดาษ เป็นต้น กระบวนการผลิตเยื่อกระดาษจะไม่ใส่สารเคมีใดๆเลยก็ได้หรืออาจ ผสมแป้งและขี้ผึ้งลงไปเพื่อช่วยในการทนน้ำ หรือผสมสีที่ละลายน้ำ เพื่อเพิ่มความสวยงาม หรือหากต้องการเสริมคุณสมบัติในการต้านไขมันก็มักจะใส่สารประเภทfluorocarbon ผสมกับสารดูดประจุลบเข้าไป เยื่อกระดาษขึ้นรูปนั้นมักจะนำมาใช้เป็นวัสดุกันกระแทก วัสดุช่วยบรรจุหรือภาชนะบรรจุสินค้าที่บอบบาง แตกหักง่าย เพื่อช่วยในการขนส่ง ตัวอย่างการใช้งานของเยื่อกระดาษขึ้นรูป ได้แก่ การทำเป็นถาดหลุมใส่ผลไม้สด บรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผัก ผลไม้ เท่านั้น ยังมีบรรจุภัณฑ์อีกมาก มายที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ โดยการเลือกใช้นั้นต้องพิจารณาถึงลักษณะของผัก ผลไม้ชนิดนั้นๆ ลักษณะการขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และกฎระเบียบของแต่ละประเทศในกรณีที่ต้องมีการส่งออก ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทผัก ผลไม้ ถือเป็นเรื่องสำคัญซึ่งจะส่งผลกระทบโดยตรงกับอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ จึงต้องมีการพิถีพิถันในการเลือกใช้มากกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษานานและมีคุณภาพก่อนจะถึงมือผู้บริโภค (จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548)

2.7 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก มักเป็นสีที่แสดงความรู้สึกอ่อนโยน ไม่แข็งมาก เช่น สีขาว ชมพู ฟ้า เขียวอ่อน เหลืองอ่อน ฯลฯ เป็นส่วนที่พื้นที่ใหญ่ๆ และอาจมีสีสดใสบางจุดบนบรรจุภัณฑ์ เช่น ตัวหนังสือกราฟิกต่างๆ ให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

สีที่สามารถบ่งบอกถึงสถานะผู้บริโภคให้เป็นกลุ่มตามความเข้าใจทั่วไปแบ่งได้ดังนี้

- สีฟ้า หรือ สีน้ำเงิน แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้ชาย
- สีชมพูหรือแดง แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ของเด็กผู้หญิง

แต่บางกรณีการใช้สีก็อาจจะไม่เป็นไปตามนี้ก็ได้ ในกรณีที่เป็นสินค้าที่ไม่มีการแบ่งเพศเช่น บรรจุภัณฑ์สีชมพู หมายถึง ผลิตภัณฑ์ธรรมดา แต่บรรจุภัณฑ์สีขาว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ชนิดพิเศษ สำหรับสีที่เป็นที่นิยมในการใช้เป็นสีบนบรรจุภัณฑ์มากที่สุดคือ สีขาว เนื่องจากให้ความรู้สึกสะอาด ปลอดภัย บริสุทธิ์ เหมาะสมสำหรับเด็ก การเลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ จึงมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคไม่น้อยไปกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่กล่าวมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 การออกแบบต้นแบบ

การออกแบบ Packaging...สิ่งสำคัญคือการกำหนดร่างรูปแบบ...ให้เหมาะสมรองรับกับสินค้า...จากรูปร่าง หรือภาพ 2 มิติ...เริ่มมีรายละเอียดเกิดขึ้นให้มองเห็น เช่น การกำหนดขนาด รายละเอียดสินค้า, โทนสี และวัสดุที่เลือกใช้....Mock-up...จะไปอยู่ในขั้นตอนสุดท้ายหลังจาก Artwork ที่มีการแก้ไขรายละเอียดเสร็จสิ้น!...หลังจากนั้นจึงเป็นขั้นตอนการขึ้น Mock-upหรือ หุ่น, ที่รูปร่างที่เสมือนจริง...ในวัสดุจริง หรือวัสดุใกล้เคียง...เพื่อสร้างความสมบรูณ์แบบ...แต่จะอยู่ในขั้นตอนก่อนผลิตจริงๆ ด้วยวัสดุจริง...ก่อนออกตลาด หรือสู่กลุ่มลูกค้าและเพื่อดูการใช้งาน...และยังสามารถปรับแต่ง ลดทอนให้ใช้งานได้จริง...และเพื่อช่วยให้งานผลิตผิดพลาดน้อยที่สุด...ถือเป็นการกระทำที่ฉลาดของนักลงทุน

หลังการออกแบบทุกครั้ง... Designer ที่ดี...ควรจะขึ้น Mock-up เพื่อเช็คความเรียบร้อยของงานในฐานะเป็นผู้ออกแบบ..เพราะการออกแบบที่ดี...และมีความหมาย...สิ่งสำคัญคือต้องสามารถสร้างและใช้งานได้ และสามารถที่จะมีขบวนการรองรับการผลิตขึ้นได้จริงด้วย

การขึ้น Mock-up จุดประสงค์ได้หลายอย่าง เพื่อดูความผิดพลาดของขนาดสัดส่วนที่กำหนดขึ้นว่ามีความพอดี..กับสินค้าหรือไม่...และสินค้าเมื่อถูกปกคลุมด้วย Packaging แล้วมุมมองสินค้าจะเป็นอย่างไร...มีจุดเด่น หรือจุดบอดที่ตรงส่วนใดบ้าง...และต้องมีการกลับไปแก้ไขใน Artwork อีกครั้ง หรือไม่...เพื่อการผลิตที่ไม่ให้เกิดการผิดพลาด..เมื่อถึงขบวนการผลิตเริ่มขึ้น แต่เราจะสามารถหยุดการผลิตพลาดนั้น...ด้วยการ Mock-up ขึ้นมาก่อน...เป็นการลงทุนที่น้อย...แต่ป้องกันการสูญเสียทรัพยากรได้มากที่สุดอย่างหนึ่ง และอีกจุดประสงค์หนึ่งคือ...การทำการตลาดก่อนสินค้าจริงๆ จะออกสู่ตลาด เพื่อความมั่นใจในการทำผลสรุปว่า...สินค้าจะต้องทำการตลาด หรือเดินไปในทิศทางใด...กลุ่มลูกค้าประเภทใด การได้เห็นสินค้า..ที่เสมือนจริง..อาจสร้างความเชื่อมั่นในตลาด...ที่กำลังจะเดินไปให้ชัดเจนมากขึ้นและการทำโฆษณาภาพสินค้า...ก่อนสินค้าจริงจะออก...เป็นการลงทุนในรูปโฉมที่สามารถจับต้องได้มากกว่าภาพวาด..ทำให้การคำนวนต้นทุนผลได้ และผลเสีย ได้มากกว่าการลงทุนผลิตเลย ฉะนั้น Mock-up จึงมีบทบาทที่สำคัญมาก ในการตัดสินใจ...และเป็นการเปิดโอกาสทางการตลาดได้มาก...ก่อนการวางตลาดจริงๆ ได้

Mock-up จึงมีความสำคัญ...ไม่แพ้การผลิตจริง..ในการควบคุมการผลิตให้ไปในทิศทางที่แน่นอน ควบคุมการตลาดให้มีความมั่นใจ และจับต้องได้มากขึ้น และผู้ที่มีข้อจำกัดดังที่กล่าวมาข้างต้น (Tewindesigns, 2559)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แนวความคิดในการสร้างตราสินค้า

การคัดเลือกผลไม้ชั้นดี เอาใจใส่ทุกรายละเอียดเพื่อคัดสรรสิ่งดีๆให้ลูกค้า บริการด้วยรอยยิ้มที่เป็นกันเอง มารยาทที่สุภาพ เรียบร้อย ภาพลักษณ์เหล่านี้ที่ทำมายาวนานกว่า 10 ปีได้รับความไว้ใจจากลูกค้ามานาน

3.1.1 ภาพลักษณ์ของแบรนด์

ภาพลักษณ์ของแบรนด์เป็นกันเอง ดูแลเอาใจใส่ จริงใจ รอยยิ้ม

3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย

คนที่ชอบรับประทานผลไม้ คนที่รักสุขภาพ

3.2 แนวทางการออกแบบ

3.2.1 แนวทางที่ 1 มีค่าเหมือนกับเพชร

เป็นการออกแบบโดยได้แรงบันดาลใจมาจากภาพกราฟฟิกสไตล์ low polygon การตัดทอนภาพกราฟฟิกแบบคล้ายเพชร โดยมีตัวอย่างอ้างอิงดังนี้

ภาพที่ 3.1 ภาพแนวทางการออกแบบที่ 1
ที่มา www.pinterest.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 แนวทางที่ 2 เรียบหรูพรีเมี่ยม

แนวการออกแบบจากของขวัญระดับพรีเมี่ยม เทคนิดการพิมพ์ทอง ที่ดูหรูมีระดับเหมาะกับผลไม้นอก

ภาพที่ 3.2 ภาพแนวทางการออกแบบที่ 2
ที่มา www.pinterest.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 แนวทางที่ 3 บ้านสวน

แนวการออกแบบจากความสดใหม่ของผลไม้ที่เก็บจากสวน ภาพรูปแบบเป็นลายเส้นดินสอที่ดูเป็นธรรมชาติ

ภาพที่ 3.3 ภาพแนวทางการออกแบบที่ 3

ที่มา www.pinterest.com

3.2.4 แนวทางที่ 4 มาสคอตคุณเหน่ง

เป็นการออกแบบโดยได้แรงบันดาลใจมาจากภาพลักษณ์ของร้าน และ ตัวเจ้าของร้านผลไม้ มาออกแบบตัวมาสคอตเพื่อเพิ่มสีสันให้กับผลไม้ เป็นกราฟฟิกบนกล่องแพคเกจ

ภาพที่ 3.4 ภาพแนวทางการออกแบบที่ 4

ที่มา www.pinterest.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแนวทางข้างต้น จึงสรุปได้ว่า แนวทางที่ 4 มาสคอตคุณเหน่ง คือแนวทางที่เหมาะกับการออกแบบ และ Concept Brand ได้มากที่สุด จึงได้เลือกเพื่อไปพัฒนาต่อไป

4.3 ขอบเขตของโครงการ

4.3.1 สัญลักษณ์แบรนด์

4.3.2 สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

นามบัตรร้าน

ป้ายร้าน

4.3.3 Packaging

กล่องเฉพาะสำหรับใส่ สตรอว์เบอร์รี , องุ่น , แอปเปิ้ล, ลูกพลับ , เมล่อน , กล่องผลไม้รวม รวมเป็น 6 กล่อง

- กล่องสตรอเบอร์รี่ 1 กล่อง จำนวน 6 ลูก
- กล่ององุ่น 1 กล่อง จำนวน 1 พวง
- กล่องแอปเปิ้ล 1 กล่อง จำนวน 2 ลูก
- กล่องลูกพลับ 1 กล่อง จำนวน 4 ลูก
- กล่องเมล่อน 1 กล่อง จำนวน 1 ลูก
- กล่องgift set 1 กล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลงานการออกแบบ

4.1 การออกแบบ

จากการวิเคราห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น สรุปได้ว่าจะใช้ Concept “มาสคอตคุณเหน่ง” โดยเน้นการเอามาสคอตเป็นหลัก และ ใช้ลายเส้นเป็นภาพวาดให้ดูน่ารัก สดใสเหมาะกับผลไม้

4.2 Logo

เริ่มต้นพัฒนา Logo จากชื่อของแบรนด์โดยมีการกำหนดคำที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1 สื่อถึงเจ้าของร้าน คือ รอยยิ้ม เป็นกันเอง สดใส

2 สื่อถึงผลไม้ คือ สดใหม่ หอมหวาน รูปทรงหลากหลาย

3 อื่นๆ คือ สุขภาพดี ใบไม้กิ่งไม้ ของขวัญ ริบบิ้น

4.2.1 Sketch Logo ครั้งที่หนึ่ง

“ แบบที่1 ”

ภาพที่ 4.1 ภาพ Sketch Logo แบบที่1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ แบบที่2 ”

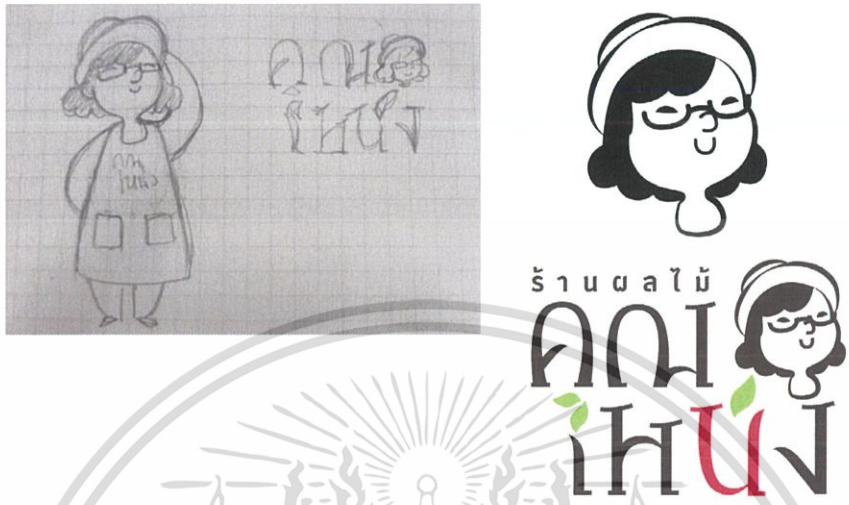
ภาพที่ 4.2 ภาพ Sketch Logo แบบที่2

“ แบบที่3 ”

ภาพที่ 4.3 ภาพ Sketch Logo แบบที่3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ แบบที่4 ”



ภาพที่ 4.4 ภาพ Sketch Logo แบบที่4

4.2.2 Sketch Logo ครั้งที่ 2

ภาพที่ 4.5 ภาพ Sketch Logo ครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 สรุป Logo ที่เลือกใช้

ภาพที่ 4.6 ภาพ Sketch Logo ที่เลือกใช้

4.3 กราฟฟิก

4.3.1 Sketch กราฟิก ครั้งที่ 1

แบบร่างที่1

ภาพที่ 4.7 ภาพSketch กราฟิกแบบร่างที่1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างที่2

ภาพที่ 4.8 ภาพSketch กราฟิกแบบร่างที่2

แบบร่างที่3

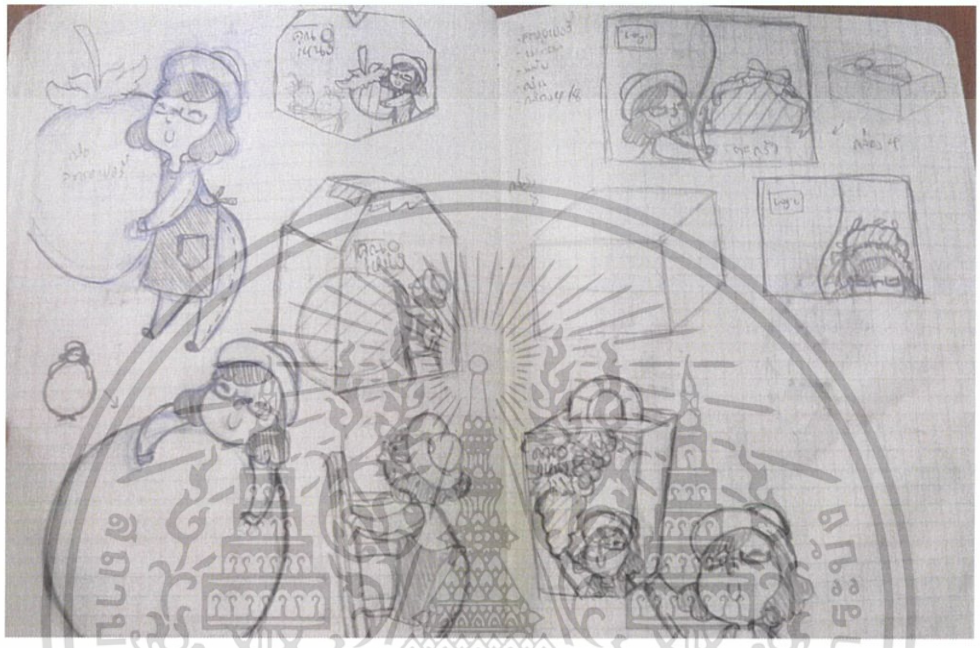
ภาพที่ 4.9 ภาพSketch กราฟิกแบบร่างที่3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 Sketch mascot

4.4.1 Sketch mascot ครั้งที่แรก

แบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 4.10 ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 1

แบบร่างครั้งที่ 2

ภาพที่ 4.11 ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2

ภาพที่ 4.12 ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 2

แบบร่างครั้งที่ 3

ภาพที่ 4.13 ภาพSketch mascot แบบร่างครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

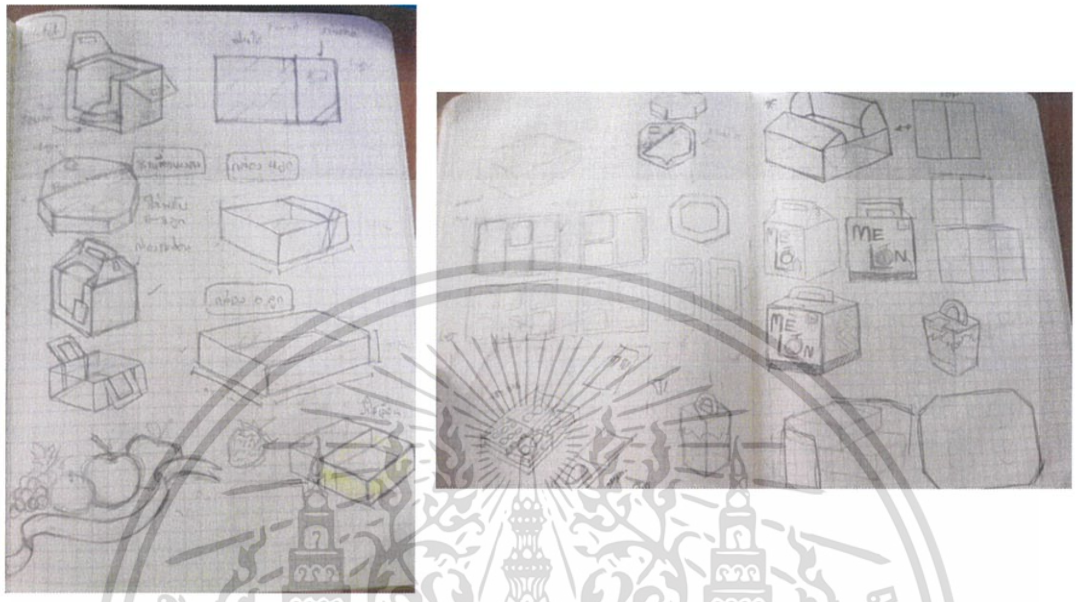
4.4.2 สรุป Sketch mascot ที่เลือกใช้

ภาพที่ 4.14 ภาพSketch mascot ที่เลือกใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

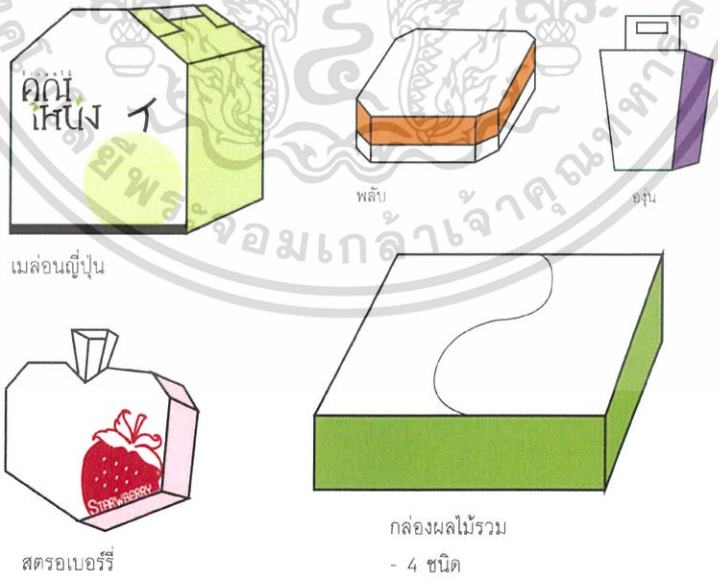
4.5 Sketch package

แบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 4.15 ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 1

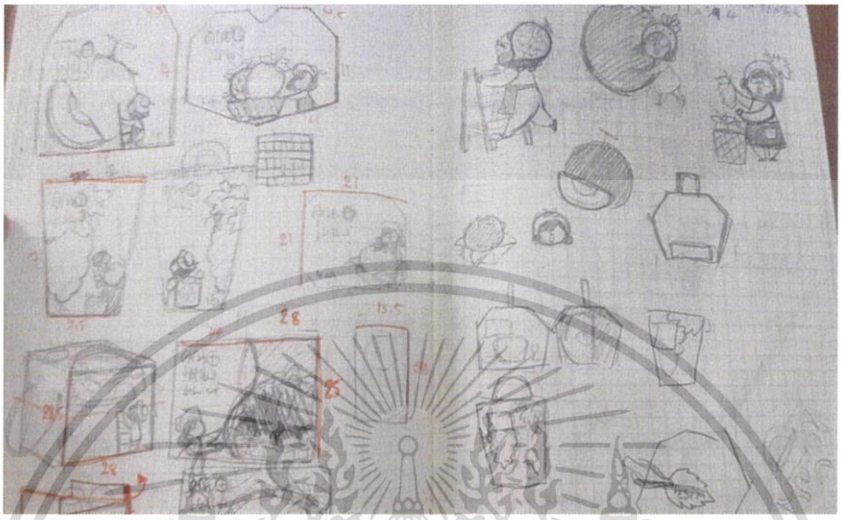
แบบร่างครั้งที่ 2



ภาพที่ 4.16 ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 3



ภาพที่ 4.17 ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 3

แบบร่างครั้งที่ 4

ภาพที่ 4.18 ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.19 ภาพSketch package แบบร่างครั้งที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

mock up

5.1 ขั้นตอนการออกแบบ mock up

เริ่มจากทดลองเลือกวัสดุที่จะมาทำ และ ออกแบบรูปทรงจากตัวผลไม้แต่ละชนิด กระดาษที่เลือกมาพับคือ กระดาษแข็ง หรือ ขาวเทา และ กระดาษลูกฟูก

ภาพที่ 5.1 ภาพชนิดกระดาษ

5.1.1 ทดลองพับกล่องผลไม้รวม

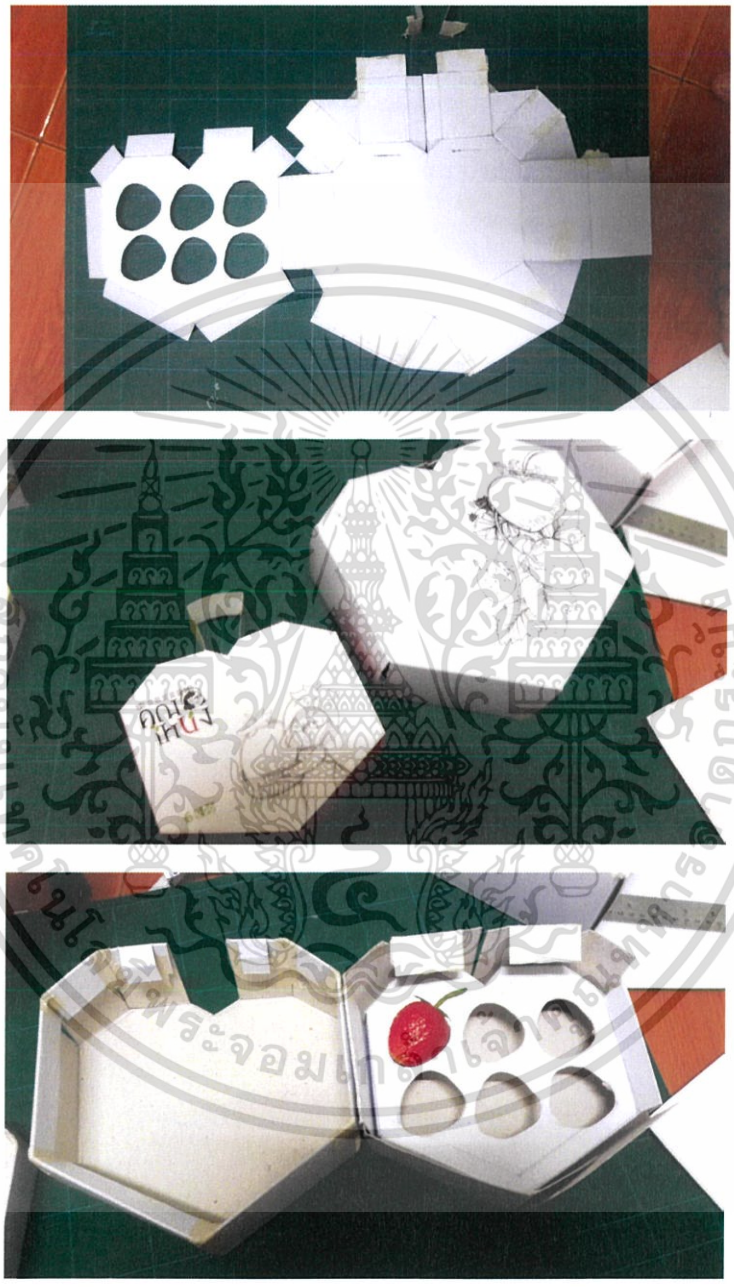
ภาพที่ 5.2 ภาพทดลองพับกล่อง gift set

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.3 ภาพทดลองพับกล่อง gift set

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 ทดลองพับกล่องสตรอว์เบอร์รี



ภาพที่ 5.4 ภาพทดลองพับกล่อง สตรอว์เบอร์รี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 ทดลองพับกล่องพลับ

ภาพที่ 5.5 ภาพทดลองพับกล่อง พลับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

65.1.4 ทดลองพับกล่องอุ่น

ภาพที่ 5.6 ภาพทดลองพับกล่อง อุ่น

5.1.4 ทดลองพับกล่องเมล่อน

ภาพที่ 5.7 ภาพทดลองพับกล่อง เมล่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

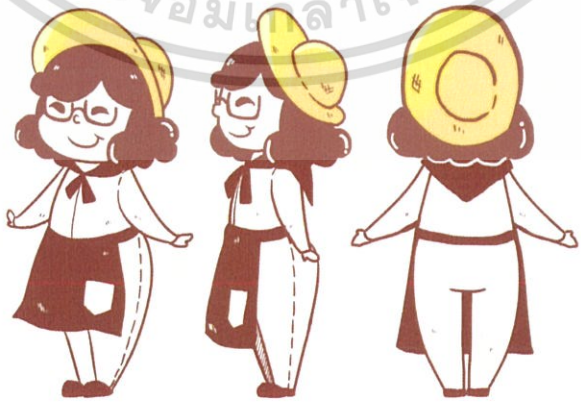
ผลงานจริง

6.1 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

6.1.1 สัญลักษณ์แบรนด์

ภาพที่ 6.1 ภาพสัญลักษณ์แบรนด์

6.1.2 mascot



ภาพที่ 6.2 ภาพmascot

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.3 นามบัตรร้าน

ภาพที่ 6.3 นามบัตรร้าน

6.1.4 ป้ายร้าน

ภาพที่ 6.4 ป้ายร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.5 Packaging

กล่องสตรอว์เบอร์รี บรรจุ 6 ลูก

ภาพที่ 6.5 ภาพลายบนกล่อง สตรอว์เบอร์รี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่ององุ่น บรรจุ 1 พวง

ภาพที่ 6.6 ภาพลายบนกล่อง องุ่น

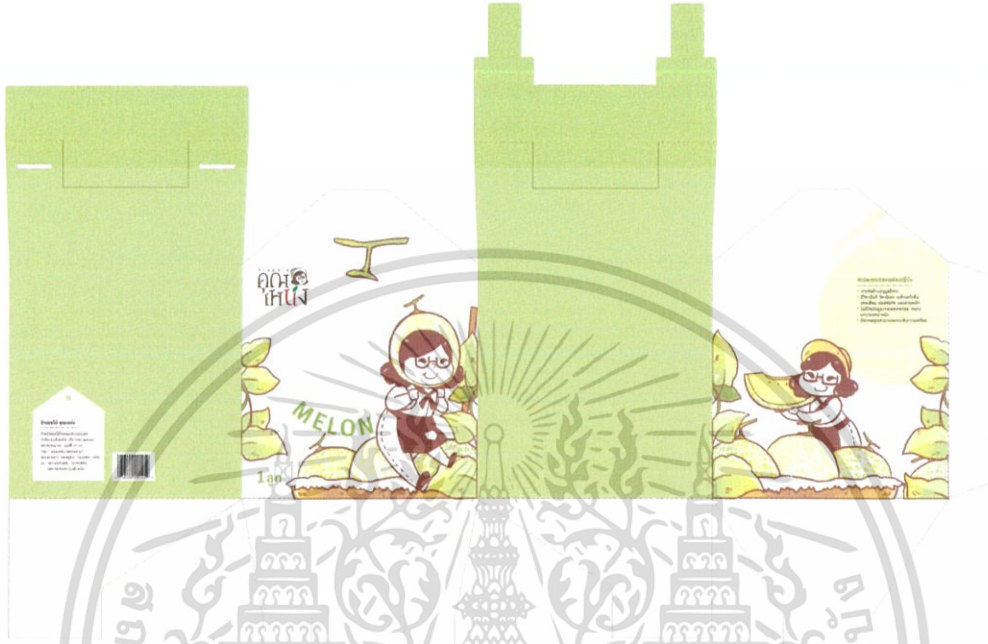
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องพลับ บรรจุ 4 ลูก

ภาพที่ 6.7 ภาพลายบนกล่อง พลับ

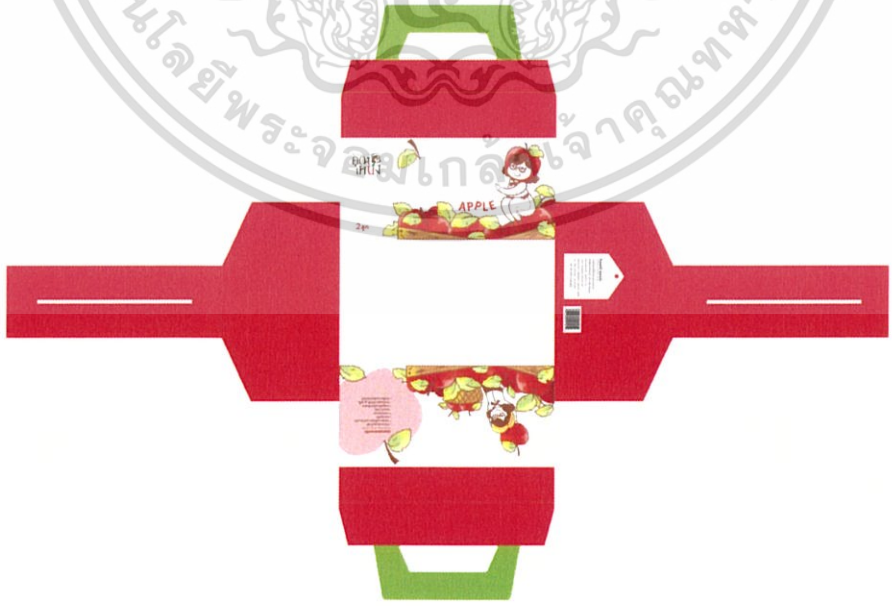
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องเมล่อน บรรจุ 1 ลูก



ภาพที่ 6.8 ภาพลายบนกล่อง เมล่อน

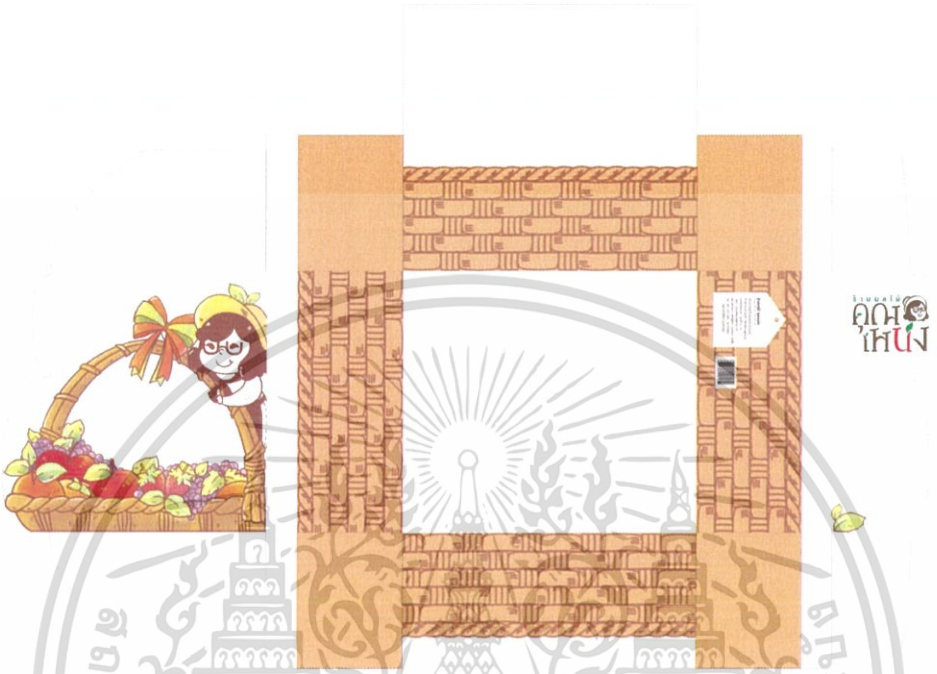
กล่องแอปเปิ้ล บรรจุ 2 ลูก



ภาพที่ 6.9 ภาพลายบนกล่อง แอปเปิ้ล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องgift set



ภาพที่ 6.10 ภาพลายบนกล่อง gift set

7.1.6 Font

ENGLISH

DB Moment X

A B C D E F G H I J K L M O N P Q R S T U V W X Y Z

THAI

DB Moment X

ก ข ฅ ค ฅ ฆ ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ ธ น บ

ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

DB Soda X

ก ข ฅ ค ฅ ฆ ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ค ฅ ถ ธ น บ

ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

-่ -้ -๊ -๋ -ั -ิ -ี -ึ -ื -ะ -า เ- แ- -ำ โ- ไ- ใ-

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ภาพที่ 6.11 ภาพFont ที่เลือกใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2 ผลงานจริง

ภาพที่ 6.12 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.13 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.14 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.15 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.16 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.17 ภาพผลงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ช่วงแรกควรข้อมูลงานทั้งหมดตั้งแต่เสนอหัวข้อโครงการ และจำกัดขอบเขตของโคตรการให้ดี ไม่ให้ปริมาณงานเยอะเกินไป และควรจะทำงานในรูปแบบ สไตล์ที่ตัวเองถนัดจะดีที่สุด เพราะ จะได้ลงมือทำได้เต็มที สิ่งที่พบระหว่างทำงาน คือ การสร้างแพทเทิร์นกล่องที่มีขนาดใหญ่ และ การเพื่อความหนาของวัสดุ ต่อมาปัญหาใหญ่ที่พบคือ ปัญหาการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เนื่องจากวัสดุ และ ขนาดของงานมีขนาดใหญ่มาก การจะหาโรงพิมพ์ที่สามารถพิมพ์กระดาษลูกฟูกได้ และ พิมพ์ในจำนวนประมาณน้อยเป็นเรื่องยากมาก วิธีการแก้ปัญหาคือ วางแผนล่วงหน้า หรือ แก้แบบกล่อง แบ่งส่วนออกเป็นชิ้นๆและนำมาตัดประกอบขึ้นรูปใหม่ ควรหาโรงพิมพ์และโทรสอบถามเกี่ยวกับขนาดกระดาษและความหนาที่รับพิมพ์ล่วงหน้า ควรเผื่อเวลาสำหรับการสั่งพิมพ์ก่อนวันส่งจริง 2 อาทิตย์ อาทิตย์แรกสำหรับการพิมพ์และอาทิตย์ที่สองสำหรับการแก้เป็นอย่างน้อย

โดยสรุปแล้ว การดำเนินโครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับร้านผลไม้คุณเหน่ง สามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิ์ภาพ มีแค่บางส่วนเท่านั้นที่เป็นปัญหาเล็กน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/m4_print.html. (วันที่ค้นข้อมูล : 29 พฤษภาคม 2560).

จิราภา เหลืองอรุณเลิศ,2548. ศูนย์นวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว Postharvest Technology Innovation Center. บรรจุภัณฑ์ผักผลไม้. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.phtnet.org/article/view-article.asp?aID=23. (วันที่ค้นข้อมูล : 30 พฤษภาคม 2560).

Tewindesigns, 2559. Mock-up...คืออะไร...อยู่ในขั้นตอนไหน? ของการออกแบบ Packaging... . [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://tewindesigns.blogspot.com/2016/04/mock-up-packaging.html (วันที่ค้นข้อมูล : 31 พฤษภาคม 2560).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	ธัญชนก พรสวัสดิ์ชัย
วัน เดือน ปี เกิด	7 พฤศจิกายน 2537
ที่อยู่ปัจจุบัน	10/13 ซ.ประชาชื่น38 ถ.ประชาชื่น แขวงวงศ์สว่าง เขต บางซื่อ กรุงเทพ 10800
ประวัติการศึกษา	
2559	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
E - mail	akatsuki_ryoshi@hotmail.com
เบอร์โทรศัพท์	087-6930885

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้