

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ลำไย และลำไยแปรรูป สำหรับกลุ่มพัฒนาสตรีตำบล

อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

**(Graphic, Packaging Design for Longan and Preserved Longan of
The Develop Women Group Project, Pazang, Lumpoon)**



นางสาวศิวาพร สุขสำราญ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2547-2548

เลขหาญ.....
 เลขทะเบียน.....
 วันเดือนปี.....

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของหอสมุดฯ ไม่ควรนำออกนอกห้องสมุดโดยไม่ได้รับอนุญาต
 หอสมุดฯ ขอสงวนสิทธิ์ในข้อมูลนี้ ไม่สามารถรับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำเอกสารนี้ไปใช้

115635A
 115635A

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
คณะบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

.....
ประธานกรรมการ

.....
กรรมการ

.....
กรรมการ

.....
กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อาจารย์สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ กราฟิก ผลิตภัณฑ์ลำไยและลำไยแปรรูป
สำหรับกลุ่ม พัฒนาสตรีตำบล อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน
(Graphic, Packaging Design for Longan and Preserved Longan of
The Develop Women Group Project, Pazang, Lumpoon)

ชื่อนักศึกษา นางสาวศิวาพร สุขสำราญ

รหัสนักศึกษา 43020310

ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2547-2548

บทคัดย่อ

ลำไยเป็นผลผลิตจากธรรมชาติที่มีรสชาติหวาน หอม อร่อย มีสรรพคุณทางยา และมีประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นที่นิยมบริโภคทั้งตลาดในประเทศ และนอกประเทศ ลำไยเป็นผลไม้ที่ตลาดมีความต้องการ ทั้งตลาดในและต่างประเทศ สามารถบริโภคในรูปแบบของผลิตภัณฑ์สด และแปรรูป สามารถนำมาแปรรูปได้หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของขนม อาหารคาวหวาน และเครื่องดื่ม

ดังนั้นจึงได้เสนอ โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ กราฟิก ผลิตภัณฑ์ลำไยและลำไยแปรรูปสำหรับกลุ่ม พัฒนาสตรีตำบล อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูนขึ้น เพื่อเป็นโครงการเสนอแนะ และเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยตั้งชื่อและออกแบบตราสินค้าใหม่ คือ ลองกาน่า ดอยมีผลิตภัณฑ์ในโครงการดังนี้

ก. หมวดลำไยสด

ข. หมวดลำไยแปรรูป ประกอบด้วย

- ลำไยผงพร้อมชง
- แยมลำไย
- เครื่องดื่มน้ำลำไย
- ไวท์ลำไย
- ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก
- ลำไยอบแห้ง (ลำไยสีทอง)
- ทอฟฟี่ลำไย
- ลำไยกวน
- ลูกกี้ยำลำไย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอบขอบพระคุณ

คุณย่า พ่อ แม่ และอา ที่สนับสนุนในด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาและคอยให้ความรัก ความไว้วางใจในการตัดสินใจทำสิ่งต่างๆ และคอยลุ้นให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอบขอบคุณครอบครัวชาวสุโขทัยทุกคนที่รักและคอยเป็นกำลังใจให้เสมอ

อาจารย์สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่คอยชี้แนะในเรื่องต่างๆ อาจารย์อรสา จิรภิญโญ, อาจารย์ญาดา ชวาลกุล, อาจารย์พิมพ์ปราโมทย์ อุไรวงศ์, อาจารย์เป็ล, อาจารย์ดาว และอาจารย์ทุกๆท่านๆสำหรับความรู้ และคำสั่งสอนตลอด 5 ปีที่ผ่านมา และอาจารย์ทุกๆท่านที่ได้สอนและถ่ายทอดวิชาความรู้ต่างๆจนสำเร็จการศึกษา

โครงการสตรีตำบลป่าซางที่ให้ความสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ โดยเฉพาะพี่แป้วที่ให้ข้อมูลและตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อมาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์

ขอบคุณ

พี่เอิร์ท พี่โรงเรียนที่ยกปรีนเคอร์ A3 มาให้ถึงที่หอ นื่องหมายด้วยนะจ๊ะพี่จำได้จ๊ะ

น้องอ้วนที่เข้าใจพี่และคอยบอกข่าวสารต่างๆแก่พี่ น้องอ้วนน่ารักมากจ๊ะ

น้องมัทและน้องจ๊อบที่เป็นเพื่อนที่น่ารัก

อิวและเจี๊หมใหม่ที่พาท่องเที่ยว

ก้อย เพื่อนที่ทำ thesis package มาด้วยกัน

ป๊องที่ให้ยืมอุปกรณ์

มาร์คและแทนขึ้นเหนือไปหาข้อมูลที่เชียงใหม่ด้วยกัน

และ เพื่อนๆชาว ID ทุกคนที่คอยเป็นเพื่อนที่ดีเสมอมา

Hayden ที่ เป็นกำลังใจให้เสมอ และเป็นกำลังใจสำคัญในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

พี่โองพี่รหัส 41 ที่คอยถามข่าวอย่างต่อเนื่อง

พี่น้องรหัสที่น่ารักทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และหวังใยเสมอมา

น้องๆปี 1 ทั้งน้องรหัสและ ไม่รหัสที่มาช่วยพี่ในขั้นตอนแบบร่างที่หอ ขอบคุณมาก จ๊ะจ๊ะ

ลุงหล่อ, ลุงช้อบไม้, ลุงช้อบพลาสติก ที่คอยช่วยเหลือตอนทำโมเดล

พี่วงศ์กร ที่แสนจะใจดี คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ

สุดท้ายขอบขอบคุณเพื่อนๆชาวสาธิตอยุธยาและคนรอบข้างทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจให้

ลำไยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่คู่แข่งที่ชัดเจนในตลาด จึงเป็นโอกาสในการที่จะเป็นผู้นำทางด้านตลาดลำไยแปรรูป ผลิตภัณฑ์ในโครงการตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น โดยมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จึงได้มีการศึกษาเกี่ยวกับรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านต่างๆ ดังนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

โครงการกลุ่มสตรีแม่บ้านป่าซาง จังหวัดลำพูนเป็นผู้ผลิตลำไยสดและลำไยแปรรูป โดยใช้ลำไยจากจังหวัดลำพูนซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสำหรับรับประทานเพื่อเป็นอาหารว่าง หรืออาหารบำรุงสุขภาพ อีกทั้งเหมาะที่จะใช้เป็นของฝากในโอกาสต่างๆ

2. ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ตลาดอุตสาหกรรมแปรรูปลำไย ยังไม่มีการแข่งขันมากนัก เนื่องจากมีผู้ผลิตน้อยราย และยังไม่มีการผลิตรายใหญ่ ส่วนใหญ่จะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน จึงเป็นโอกาสที่ทางโครงการพัฒนาสตรีตำบลป่าซาง จะสร้างความเป็นผู้นำในตลาดลำไยแปรรูป และเพื่อการขยายตลาดส่งออกลำไยแปรรูปไปต่างประเทศในอนาคต

3. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ลำไยสด จะเน้นกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ ที่มีกำลังซื้อสูง ฐานะ C+ ขึ้นไป นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์คุณภาพและมีประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นคนสมัยใหม่ ยอมรับความคิดและแนวทางใหม่ ลำไยแปรรูป จะเน้นกลุ่มคนวัยทำงาน ฐานะ C ขึ้นไป เป็นคนสมัยใหม่ รักและใส่ใจสุขภาพ นิยมบริโภคอาหารจากธรรมชาติ

4. การพัฒนาความคิดในการออกแบบ

จากข้อมูลดังกล่าว จึงออกแบบให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ และมีการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือ สื่อถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

สารบัญ

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1

บทนำ	1
ความเป็นไปได้ของโครงการ	2
ขอบเขตของโครงการ	3
ปัญหา เจาะใจความต้องการ และแนวทางแก้ปัญหา	12
แนวทางการศึกษาวิจัย	34
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	35

บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปข้อมูล	
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผู้ผลิต	
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของโครงการกลุ่มพัฒนาสตรีตำบล อำเภอป่าซาง	
2.1.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ	36
2.1.1.2 เป้าหมายของโครงการ	37
2.1.1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ	37
2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	37
2.2.1 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
2.2.1.1 กลุ่มลำไยสด	47
2.2.1.2 กลุ่มลำไยแปรรูป	47
2.3 ความต้องการในด้านคุ้มครองผลิตภัณฑ์	
2.3.1 ปัจจัยที่ผลต่ออายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์	48
2.3.2 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	48
ข้อมูลด้านการขนส่ง	51
2.4 ข้อมูลด้านการตลาด	
2.4.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด	55
2.4.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์	56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3	ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	56
2.4.4	สถานที่จำหน่าย	56
2.4.5	ฤดูกาลและระยะเวลาในการจำหน่าย	56
2.4.6	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	56
2.5	ข้อมูลคู่แข่ง	
2.5.1	ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด	60
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
2.6.1	ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	60
2.7	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	62
2.7.1	วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง	62
2.7.2	การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก	72
2.7.3	วิเคราะห์ และสรุปผลการเลือกใช้วัสดุของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	73
2.8	ข้อบังคับทางกฎหมายของผลิตภัณฑ์ใน โครงการ	74

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	85
3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ	92
3.2.1	การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	94
3.2.2	การออกแบบกราฟิก	102
3.3	การวิเคราะห์การออกแบบ	109

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

114

บทที่ 5

บทสรุป

5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	146
-----	--	-----

บรรณานุกรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ลำไยเป็นหนึ่งในผลไม้เศรษฐกิจของชาติ เพราะผลผลิตลำไยเป็นที่นิยมบริโภคทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งการส่งออกลำไยจำหน่ายต่างประเทศสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท ลำไยก็เป็นที่รัฐบาลส่งเสริมให้มีการพัฒนาเพื่อการส่งออก ทั้งในรูปลำไยสด และลำไยแปรรูป อีกทั้งรัฐบาลได้มีนโยบายในการให้คนไทยหันมาบริโภคผลไม้ไทย ลำไยเป็นผลไม้ที่ตลาดมีความต้องการ ทั้งตลาดในและต่างประเทศ ดังนั้นหากมีการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาดของลำไย ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการหันมาบริโภคลำไยกันมากขึ้น ลำไยก็จะเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่ยั่งยืนของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป และนอกจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรโดยตรงแล้ว กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรลำไยแปรรูปมากมาย อาทิเช่น ไวท์ลำไย ลำไยกวน เป็นต้น ซึ่งก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถเพิ่มมูลค่าของลำไย

บรรจุกัญหามีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค บรรจุกัญหาก็เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่เข้ามามีบทบาทในการเพิ่มยอดขาย และทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก สร้างความไว้วางใจจากผู้บริโภค การพัฒนาบรรจุกัญหาก็เป็นวิธีหนึ่งของนโยบายบริษัท ด้วยเหตุนี้ จึงได้นำเสนอโครงการนี้มาจัดทำเป็นวิทยานิพนธ์ เพื่อพัฒนาการออกแบบปรับปรุงพัฒนาบรรจุกัญหาก็ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการเพิ่มยอดขายสินค้าของโครงการ โดยศึกษาจากปัญหา และนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงบรรจุกัญหาก็ของโครงการให้เหมาะสมกับสภาพต่างๆ ในปัจจุบันมากขึ้น

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

กลุ่มพัฒนาสตรีตำบล มีโครงการที่จะปรับปรุง พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเดิม และสินค้าที่กำลังจะออกใหม่ในอนาคตอันใกล้ เพื่อเพิ่มยอดจำหน่าย และยกระดับมาตรฐานสินค้าให้มีคุณภาพน่าเชื่อถือ โครงการนี้จึงเป็นการสนับสนุน โครงการกลุ่มพัฒนาสตรีตำบล และเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของโครงการ

2. ด้านเศรษฐกิจ

กลุ่มพัฒนาสตรีตำบล ได้เข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลในการพัฒนา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก เป็นการยกระดับ และเพิ่มมูลค่าของสินค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นที่รู้จักและยอมรับจากผู้บริโภค ทำให้เกษตรกร และชาวจังหวัดลำพูนมีรายอาชีพ และรายได้มากขึ้น

3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ลำไย เป็นผลไม้มีคุณค่าจากสารอาหารธรรมชาติ เนื้อลำไยมีคุณสมบัติทางยา รวมทั้งมีรสชาติอร่อย เป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญของประเทศ สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก

4. ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกฝนในการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ โดยนำความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ในการออกแบบ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการประกอบอาชีพต่อไปในอนาคต

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กราฟิกลำไยสดเพื่อการส่งออกและลำไยแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านป่าซาง จังหวัดลำพูน จึงมีความเป็นไปได้ในทุกๆด้านดังกล่าวมาข้างต้น เนื่องจากการดำเนินการเป็นไปตามพื้นฐานความต้องการของกลุ่มแม่บ้านป่าซาง และได้รับความร่วมมือสนับสนุนทางด้านข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอบเขตโครงการ

ด้านคุณภาพ

1. ออกแบบโลโก้

1.1 ออกแบบโลโก้ และตั้งชื่อตราสินค้าใหม่

กลุ่มแม่บ้านป่าซาง ปัจจุบันยังไม่มีรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์ โดยใช้ชื่ออำเภอเป็นชื่อของตราสินค้า ทางโครงการจึงมีนโยบายในการพัฒนา ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัย และมีบุคลิกภาพ เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ออกแบบกราฟิกและการสื่อความหมาย

2.1 ออกแบบกราฟิกที่แสดงให้เห็นถึง Brand Identity

เพื่อแสดงเอกลักษณ์ให้กับผู้ผลิต สามารถจดจำได้ง่าย

2.2 ออกแบบกราฟิกให้มี Corporate Identity ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน

เพื่อแสดงถึงความเป็นอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน และสามารถแสดงถึงความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิด ได้อย่างชัดเจนเพื่อความชัดเจน ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนในการเลือกซื้อสินค้า

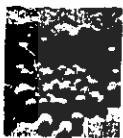
2.3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุภายในให้ผู้บริโภคทราบ

โดยมีการจัดวางส่วนที่สำคัญให้อยู่ในตำแหน่งที่ผู้บริโภคมองเห็นได้ชัดเจน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์

ก. ลำไยสด



ส่งออกต่างประเทศ (จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง และ ไต้หวัน)

ข. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับลำไยแปรรูป ประกอบด้วย

- ลำไยผงพร้อมชง



ซองบรรจุ 25 กรัม

กล่องบรรจุ 25 ซอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แยมลำไย



ขวดบรรจุ 170 กรัม

- เครื่องดื่มน้ำลำไย



บรรจุ 250 มล.

- ไวท์ลำไย



บรรจุ 270 มล.

- ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก



ขนาด 250 กรัม

- ลำไยอบแห้ง (ลำไยสีทอง)



ขนาด 500 กรัม

- ทอฟฟี่ลำไย



ขนาด 150 กรัม

- ลำไยกวน



ขนาด 50 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลูกกอล์ฟ







ขนาด 250 กรัม




3.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึง Brand Identity เพื่อแสดงเอกลักษณ์ให้กับผู้ผลิต สามารถจดจำได้ง่าย

3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มี Corporate Identity ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อแสดงถึงความเป็นอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน และสามารถแสดงถึงความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจนเพื่อความชัดเจน ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนในการเลือกซื้อสินค้า






3.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงการบรรจุ (Containment) การปกป้องสินค้า (Protection) การอำนวยความสะดวก (Convenience) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เอกสารผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด วัสดุ	คุณภาพ	ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ปริมาณงาน
 ถั่วป่น		1 kg.	Primary pack.		<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช	โครงการ 1 ชนิด โครงการ 6 ชนิด
					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงการ <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช	โครงการ 1 ชนิด โครงการ 6 ชนิด
 ถั่วเหลือง		170 กรัม	Primary pack.		<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช	โครงการ 1 ชนิด โครงการ 6 ชนิด
					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงการ <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช โครงการ <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> ออชช	โครงการ 1 ชนิด โครงการ 6 ชนิด






เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณสมบัติ	คุณสมบัติ	คอนเทนต์		
ผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มร้อนใส	ขนาดบรรจุ 250 ml.	Primary pack	ชนิด/รูปแบบ ขวดใส	คุณสมบัติ 	คุณสมบัติ	คอนเทนต์ ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	ลักษณะงานออกแบบ โครงสร้าง <input type="radio"/> ม.ตรง ● คอนเทนต์ กราฟิก <input type="radio"/> คอนเทนต์อิสระ ● คอนเทนต์ เอกลักษณ์รวม	ปริมาณงาน 1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม
เครื่องดื่มร้อนใส	ขนาดบรรจุ 25 กรัม	Primary pack	ชนิด/รูปแบบ ซองกระดาษ	คุณสมบัติ 	คุณสมบัติ	คอนเทนต์ ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	ลักษณะงานออกแบบ โครงสร้าง <input type="radio"/> ม.ตรง ● คอนเทนต์ กราฟิก <input type="radio"/> คอนเทนต์อิสระ ● คอนเทนต์ เอกลักษณ์รวม	ปริมาณงาน 1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิกหลัก 25 เอกลักษณ์รวม
	ขนาดบรรจุ 25 ซอง	Secondary pack	ชนิด/รูปแบบ กล่องกระดาษ	คุณสมบัติ 	คุณสมบัติ	คอนเทนต์ ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	ลักษณะงานออกแบบ โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> ม.ตรง <input type="radio"/> คอนเทนต์ กราฟิก <input type="radio"/> คอนเทนต์อิสระ ● คอนเทนต์ เอกลักษณ์รวม	ปริมาณงาน 1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม






เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะการออกแบบ	ปริมาณบรรจุ
ผลิตภัณฑ์	วัสดุ/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
ผลิตภัณฑ์ ลำโพงแห่งโลกเล็ก 		ขนาดบรรจุ 250 กรัม	Primary pack	ชนิด/รูปแบบ กล่องสี่เหลี่ยม 	1. 1 โครงสร้าง 1. 1 ขนาด ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	1. 1 โครงสร้าง 1. 1 ขนาด
			Secondary pack	ชนิด/รูปแบบ กล่องกระดาษ 	1. 1 โครงสร้าง 1. 1 ขนาด ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	1. 1 โครงสร้าง 1. 1 ขนาด 1. 1 เวลาใช้ผลิตภัณฑ์ 1. 1 เติมน้ำมันพร้อม
ผลิตภัณฑ์ ลำโพง 		ขนาดบรรจุ 50 กรัม	Primary pack	ชนิด/รูปแบบ กล่องสี่เหลี่ยม 	1. 1 โครงสร้าง 1. 1 ขนาด ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	1. 1 โครงสร้าง 1. 1 ขนาด 1. 1 เวลาใช้ผลิตภัณฑ์ 1. 1 เติมน้ำมันพร้อม

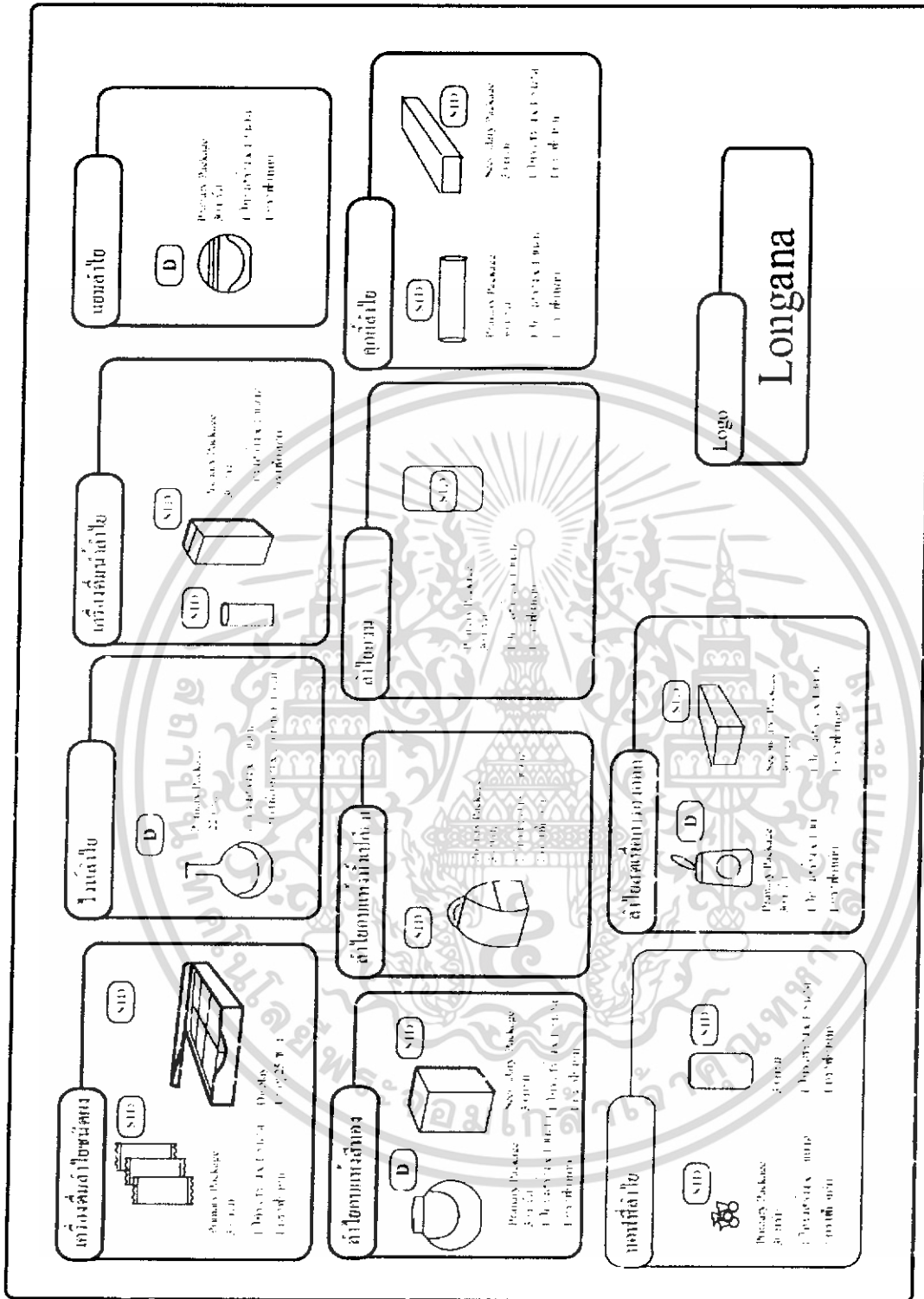
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะของขนาด	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
อนุทินใส่ไข่ 	150 ม้วน	Primary pack	อนุทินใส่ไข่แบบ 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่แบบ อนุทินใส่ไข่แบบ อนุทินใส่ไข่แบบ	อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่
อนุทินใส่ไข่ 	250 ม้วน	Primary pack	อนุทินใส่ไข่แบบ 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่	อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่
		Secondary pack	อนุทินใส่ไข่แบบ 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่	อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่ อนุทินใส่ไข่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะรายละเอียด	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	ชนิดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/ประเภท	คุณสมบัติ		
ไวต์ไลน์ 	ขนาดบรรจุ 270 มม	Primary pack	ขวด/โถง 	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โถงว่าง <input type="radio"/> มดบรรจุ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> --- ระยะเวลาผลิต <input type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> เติมน้ำมัน <input checked="" type="radio"/>	1 โถงว่าง 1 ขนาด --- 1 ระยะเวลาผลิต 1 เติมน้ำมัน
สีโยกทรงตั้ง 	ขนาดบรรจุ 500 มม	Primary pack	ขวด/โถง 	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โถงว่าง <input type="radio"/> มดบรรจุ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> --- ระยะเวลาผลิต <input type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> เติมน้ำมัน <input checked="" type="radio"/>	1 โถงว่าง 1 ขนาด --- 1 ระยะเวลาผลิต 1 เติมน้ำมัน
		Secondary pack	กล่อง/กระดาษ 	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โถงว่าง <input checked="" type="radio"/> มดบรรจุ <input type="radio"/> ออกแบบ <input type="radio"/> --- ระยะเวลาผลิต <input type="radio"/> ออกแบบ <input checked="" type="radio"/> เติมน้ำมัน <input checked="" type="radio"/>	1 โถงว่าง 1 ขนาด --- 1 ระยะเวลาผลิต 1 เติมน้ำมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ และแนวทางออกแบบ
ตารางแสดงปัญหา เงื่อนไขความต้องการ และแนวทางการออกแบบ
ด้านกราฟิก

เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>1. พัฒนตราสินค้า (Brand) ของออกแบบโลโก้ ใหม่นี้มีความเหมาะสมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ โครงการ โดยออกแบบให้มีความทันสมัย เหมาะสมกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อให้สามารถจดจำตราสินค้าได้โดย มีเอกลักษณ์และสร้างควมมั่นใจให้กับสินค้า</p> <p>1.1 ออกแบบตราสินค้าที่สื่อถึงภาพลักษณ์ ของกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>1. ออกแบบตราสินค้าที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ไอ มีความทันสมัย ง่ายต่อการจดจำ โดยรวมแนวทางในการออกแบบดังนี้</p> <p>แนวทางที่ 1 ใช้ตัวอักษรในการออกแบบและสื่อความหมาย โดยใช้ตัวอักษรที่มีความทันสมัย และมีเอกลักษณ์</p> <p>แนวทางที่ 2 ใช้ตัวอักษรและภาพสื่อความหมาย ในกรอบออกแบบและสื่อความหมาย</p> <p>แนวทางที่ 3 ใช้ตัวอักษรและภาพสื่อความหมาย ในการออกแบบและสื่อความหมาย</p> <p>1.1 ออกแบบกราฟิกที่มีความร่วมสมัย เรียบง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายใหม่</p>

เงื่อนไขเฉพาะโครงการ วิทยาลัยฯ	แนวทางการออกแบบ
<p>2. สโลแกนชาติที่มีขนาดหลากหลาย จึงออกแบบให้สามารถ ใช้บนสื่อ ปรอทมากกว่าเป็นตัวหลักในสโลแกนชาติ กลุ่มเดียวกัน จากผู้สโลแกนเดียวกัน</p>	<p>2. ออกแบบให้สโลแกนชาติมีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน แต่สามารถแบ่งออกสโลแกนชาติเป็นคณะชนิด ได้ชัดเจนชัดเจน เพื่อให้สามารถเข้าใจและสะดวก ในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยมีแนว มุมออกแบบดังนี้ 2.1 ออกแบบให้มีรูปแบบ ของตราสีในสีบนเดียวกัน 2.2 ออกแบบกราฟิก รูปแบบ และสีเฉพาะของคณะนั้น</p>
<p>3. บรรจุภัณฑ์เดิมซึ่งเคย เคยใช้มาเดิมซึ่ง ใช้ผู้บริโภคทราบ</p>	<p>3. ออกแบบของสโลแกนชาติและเลือกเกี่ยวกับสโลแกนชาติ จากหน่วยงานราชการ หรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้</p>
<p>4. บรรจุภัณฑ์ของคณะนั้น บรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานที่ดำเนินการทั้งหมดของคณะ</p>	<p>4. ออกแบบกราฟิกในรูปแบบที่สอดคล้องกับ คณะ ผลิตภัณฑ์ของงานที่ดำเนินการ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ลำไยสด


ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u> ปริมาณบรรจุ เหมาะสมกับความต้องการของตลาด</p> <p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u> 1. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เสียหาย</p> <p>2. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่ง การกดทับ และการเก็บรักษา ป้องกันการหลุกร่วงของผลลำไย</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดต่างๆ</p> <p>1 <u>ขนาดใหญ่</u> สำหรับขายส่งในปริมาณมาก</p> <p>2 <u>ขนาดเล็ก</u> สำหรับครอบครัว</p> <p><u>แนวความคิดที่1</u> แบบกล่อง คาดว่าเป็นกล่องกระดาษลูกฟูก</p> <p><u>แนวความคิดที่2</u> แบบชะลอม โดยทั้งสองแนวทาง ออกแบบให้สามารถบรรจุรวมลงในหีบห่อใหญ่ ผู้รับซื้อไปสามารถนำไปวางขายได้เลย และ สามารถมองเห็นลำไยภายใน</p> <p>1. ออกแบบให้มีช่องระบายอากาศ เพื่อป้องกันการเน่าเสีย</p> <p>2. เลือกใช้วัสดุ และ โครงสร้างที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการเรียงซ้อน โดยคำนึงถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อคุณสมบัติในการเรียงซ้อน เช่น ความสูงของการเรียงซ้อน มีการระบุปริมาณการบรรจุ และ การซ้อนทับที่ชัดเจน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะดวกในการขนส่ง 2. ความสะดวกในการใช้งาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีมิติ และ รูปแบบที่เหมาะสมแก่ระบบที่ใช้ในการขนส่ง 2. ออกแบบให้มีช่องสำหรับใช้มีมือยก หรือมีที่ที่สามารถจับยกได้สะดวก และ กล่องสามารถ เปิด ปิดได้สะดวก
<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา 2. สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะสินค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา 2. ออกแบบให้มีกราฟริก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้ <u>แนวความคิดที่1</u> - ใช้รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว <u>แนวความคิดที่2</u> - ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์แฮมดำไฮ

ปัญหา / เจาะใจความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u></p> <p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u> เพื่ออำนวยความสะดวกผู้บริโภค สะดวกในการใช้งาน</p> <p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u> 1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ มีขนาดที่เหมาะสมในการบรรจุ โดยการศึกษารูปแบบ ขนาดขึ้น และ ปริมาตร โดยรวม</p> <p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุ ที่สามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพ และป้องกัน ถึงสกปรก ฝุ่นละออง และความชื้น โดยพิจารณา ถึงวัสดุต่างๆ รวมถึง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ คาดว่าเป็นกล่องกระดาษ หรือ ซองพลาสติก</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับประทาน สามารถเปิด-ปิดได้สะดวก มีขนาดที่พอดี สามารถพกพาได้สะดวกโดยพิจารณา ถึงความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ออกแบบออกแบให้มีแผ่นสำหรับปิดขมบับ</p>  <p>- บรรจุในขวดพลาสติกที่มีความยืดหยุ่น สามารถ บีบแถมออกจากขวดได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ช้อนตัก</p> <p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

<p>2. สื่อให้ผู้บริโภคราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะสินค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์</p>	<p>2. ออกแบบให้มีกราฟิก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u></p> <p>- ใช้ รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว</p> <p><u>แนวความคิดที่ 2</u></p> <p>- ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์</p>
---	--

บรรจุภัณฑ์อำเภอแบบไร้เปลือก

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1. ปริมาณบรรจุ เหมาะสมกับความต้องการของตลาด</p>	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ Primary Pack มีขนาดที่เหมาะสมในการบรรจุ</p> <p>คาดว่าบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกที่ปิดผนึกมิดชิด</p>
<p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u></p> <p>บรรจุภัณฑ์ปิดสนิทมิดชิดเพื่อป้องกันสิ่งสกปรก ฝุ่นละออง และ ความชื้น ทำให้สามารถเก็บไว้ได้นานขึ้น</p>	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุ ที่สามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพ และ ป้องกันสิ่งสกปรก ฝุ่นละออง และความชื้น โดยพิจารณาถึงวัสดุต่างๆ รวมถึง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์</p>



<p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u> ให้อำนวยต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สะดวกในการใช้งาน</p>	<p>คาดว่าเป็นกล่องกระดาษ หรือ ซองพลาสติก ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การรับประทาน สามารถเปิด-ปิดกินได้สะดวก มีขนาดที่พอดี สามารถพกพาได้สะดวกโดยพิจารณาถึงความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์ ออกแบบ</p>
<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u> 1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา 2. สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะส้นค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์</p>	<p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา 2. ออกแบบให้มีกราฟริก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้ <u>แนวความคิดที่ 1</u> - ใช้ รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว <u>แนวความคิดที่ 2</u> - ใช้ข้อความ คิวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ไวน์ดำ

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u> ปริมาณบรรจุ เหมาะสมกับความต้องการของตลาด และมีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ</p> <p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u></p> <p>1. ไวน์ทำปฏิกิริยากับโลหะ เนื่องจากมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์</p> <p>2. ไวน์เป็นของเหลวที่สามารถระเหยได้เนื่องจากมีส่วนผสมของแอลกอฮอล์</p>	<p>ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ ได้ปริมาณตามต้องการ</p> <p>1. ออกแบบขวดไวน์โดยเลือกชนิดของขวดที่ไม่ทำปฏิกิริยากับแอลกอฮอล์ คาดว่าเป็นขวดแก้ว</p> <p>2. ออกแบบให้มีฝาที่สามารถปิดได้มิดชิด สามารถป้องกันการระเหยของไวน์ได้ และสามารถเปิด-ปิด ได้สะดวก</p> <p>แนวความคิดที่ 1 - ใช้ฝาแบบกรวย</p> <p>แนวความคิดที่ 2 - ใช้ฝาแบบจุกคอร์ก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>3. ป้องกันการเปิดก่อนซื้อ</p> <p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>1. จับถนัดมือ ไม่หลุดลื่นจากมือได้ง่าย</p> <p>2. สามารถเก็บได้สะดวกในตู้เย็น</p> <p>3. ควบคุมปริมาณการไหลออกได้ดี สะดวกในการริน – เท</p>	<p>3. ออกแบบให้มีวัสดุหุ้มฝา โดยเลือกใช้วัสดุไม่ฉีกขาดได้ง่ายก่อนการซื้อ</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u></p> <p>- ใช้พลาสติกหุ้ม</p> <p>- ใช้ Foil หุ้ม</p> <p>ออกแบบขวดให้สามารถหยิบจับสำหรับคืม หรือ เทได้สะดวก</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u></p> <p>ออกแบบขวดให้มี Texture บนตัวขวด</p>  <p><u>แนวความคิดที่ 2</u></p> <p>ออกแบบรูปทรงของขวดให้จับได้ถนัดมือตามหลัก Ergonomic</p>  <p>2. ออกแบบขวดให้มีขนาดที่เหมาะสมในการวางด้านข้างตู้เย็น โดยมีความกว้างไม่เกิน 10 ซม. และ สูงไม่เกิน 25 ซม.</p> <p>3.ออกแบบให้ช่วงกอดขวดยาวพอสมควร เพื่อความสามารถในการควบคุมปริมาณการไหลของไวน์</p>
--	---



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. บรรรภัณฑ์สามารถสื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างระหว่างไวท์ลำไยสด และ ไวน์ลำไยแห้ง</p>	<p>1. 1. ออกแบบให้มีกราฟิก ที่สามารถสื่อถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่1</u></p> <p>- ออกแบบให้มีกราฟิกที่คล้ายกัน แต่มีบางส่วนที่แตกต่างกัน เพื่อบอกชนิดของผลิตภัณฑ์</p> <p><u>แนวความคิดที่2</u></p> <p>- ออกแบบให้มีกราฟิกที่แตกต่างกัน โดยสิ้นเชิง แต่ยังคงความเป็น Corporate identity</p>
---	---



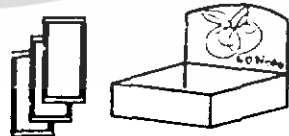
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำฉ่ำ



ปัญหา / เจาะใจความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p>	<p>สามารถบรรจุได้ 2 รูปแบบคือ <u>แบบซอง (Primary Package)</u></p>
	<p></p> <p><u>แบบขวด (Primary Package)</u> คาดว่าเป็นขวดพลาสติก</p>
<p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u> ป้องกันการเปิดก่อนซื้อ</p>	<p></p> <p>-ออกแบบให้มี Safty Seal ป้องกันการเปิดก่อนถึงมือผู้บริโภค</p>
<p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u> ใช้งานได้สะดวกในด้านประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกในการหยิบจับ ทั้งการดื่มและการเท</p>	<p>-แบบขวดบรรจุในขวดพลาสติกใส คาดว่าเป็นขวด PET แบบฝาเกรียว เปิด- ปิดได้สะดวก มีขนาดที่เหมาะสมในการวางด้านข้างตู้เย็น โดยมีความกว้างไม่เกิน 10 ซม. และ สูงไม่เกิน 25 ซม.</p>
<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u> กราฟิกสามารถสื่อถึงความแตกต่างระหว่างเครื่องดื่มฉ่ำรส และ ฉ่ำรสแห้ง ได้ชัดเจน</p>	<p>1.ออกแบบให้มีกราฟิก ที่สามารถสื่อถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่1</u></p> <p>- ใช้ รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว</p> <p><u>แนวความคิดที่2</u></p> <p>- ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์เครื่องคั้นจากลำไยอบแห้งชนิดผง



ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u> ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นผง หยาบสีน้ำตาล มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุ 30 กรัม - บรรจุ 300 กรัม <p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u> 1. บรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เครื่องคั้นจากลำไยอบแห้งชนิดผง ควรปิดสนิทมิดชิดเพื่อป้องกันความชื้น</p>	<p>ออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ ได้ปริมาณตามต้องการ</p> <p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุที่สามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพ และป้องกันสิ่งสกปรก ฝุ่นละออง และความชื้น โดยพิจารณาถึงวัสดุต่างๆ รวมถึง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ขนาดบรรจุ 30 กรัม</p> <p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ Primary Pack มีขนาดที่เหมาะสมในการบรรจุเครื่องคั้นจากลำไยอบแห้ง</p> <p>คาดว่าบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกที่ปิดสนิทมิดชิด</p> <p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ Secondary Package ที่สามารถบรรจุ และ รวมหน่วย บรรจุภัณฑ์ Primary Package ได้พอดี</p> <p>คาดว่าบรรจุภัณฑ์เป็นกล่อง หรือ พลาสติก</p> <div style="text-align: center;">  </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>- ขนาดบรรจุ 300 กรัม</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u></p> <p>บรรจุในขวดแก้วใส ฝาเกรียวที่บิด ใ้สนิมิด เพื่อป้องกันความชื้น และ อากาศเข้าไปข้างในขวด</p> 
<p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>1. ใช้งานได้สะดวก เอื้ออำนวยต่อพฤติกรรมผู้บริโภค</p>	<p><u>แนวความคิดที่ 2</u></p> <p>บรรจุในขวดพลาสติก ที่มีฝา เปิด-ปิด ได้สะดวก</p>  <p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค มีขนาดที่พอดี สามารถพกพาได้สะดวก โดยพิจารณาถึงความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>ออกแบบให้ Secondary Pack สามารถ Display ณ จุดขาย และ มีความสอดคล้องต่อการขายรวม Multi Pack</p>
<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะสินค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์</p>	<p>1. ออกแบบให้มีกราฟิก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u></p> <p>- ใช้ รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว</p> <p><u>แนวความคิดที่ 2</u></p> <p>- ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ลำไยหวานปรุงรส

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u> ปริมาณบรรจุ เหมาะสมกับความต้องการของตลาด</p> <p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u> 1. บรรจุภัณฑ์ลำไยหวานควรปิดสนิทมิดชิดเพื่อป้องกันความชื้น ให้ลำไยสามารถเก็บไว้ได้นาน</p>	<p>- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ Primary Pack มีขนาดที่เหมาะสมในการบรรจุลำไยหวานปรุงรส โดยการศึกษารูปแบบ ขนาดขึ้น และ ปริมาตร โดยรวมของลำไยหวานปรุงรส</p> <p>- ออกแบบให้ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ Secondary Pack ที่สามารถบรรจุ และ รวมหน่วยบรรจุภัณฑ์ในข้อ 1 ได้พอดี</p> <p>1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติในการป้องกันความชื้นของวัสดุต่างๆ รวมถึง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u> บรรจุลำไยหวานในซองพลาสติกที่ปิดผนึกมิดชิด</p>  <p><u>แนวความคิดที่ 2</u> บรรจุลำไยหวานในถาดพลาสติก แล้วปิดด้วยพลาสติกค้ำบนของถาด (ซิลล์)</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>1. ต่อผู้บริโภค</p> <p>2. ต่อผู้ผลิต</p>	<p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมมารับประทาน สามารถเปิด-ปิด ได้สะดวก มีขนาดที่พอดี สามารถพกพาได้สะดวก โดยพิจารณาถึงความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>2. ออกแบบให้สามารถบรรจุได้ลงในบรรจุภัณฑ์ได้สะดวก โดยพิจารณาถึงขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p>
<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p> <p>2. สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะสินค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์</p>	<p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p> <p>2. ออกแบบให้มีกราฟริก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่ 1</u></p> <p>- ใช้รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว</p> <p><u>แนวความคิดที่ 2</u></p> <p>- ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>2. ถ้าไขควงมีลักษณะเป็นหนีศฯ ก่อนข้างมีม ทำให้เสียรูปทรงได้ง่าย เมื่อเกิดแรงกด</p> <p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>1. ต่อผู้บริโภค สามารถนำออกมารับประทาน ได้สะดวก</p> <p>2. ต่อผู้ผลิต</p> <p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p> <p>2. สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่า เป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะสินค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์</p>	<p>2. ออกแบบภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียรูปทรงได้ง่าย โดยออกแบบให้สามารถป้องกันการกระแทกจากแรงภายนอกได้</p> <p>1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับประทาน สามารถเปิด-ปิด ได้สะดวก มีขนาดที่พอดี สามารถพกพาได้สะดวก โดยพิจารณาถึงความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>2. ออกแบบให้สามารถบรรจุไขควงลงในบรรจุภัณฑ์ได้สะดวก โดยพิจารณาถึงขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p> <p>2. ออกแบบให้มีกราฟริก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่1</u></p> <p>- ใช้ รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว</p> <p><u>แนวความคิดที่2</u></p> <p>- ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด</p>
--	---

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์อำไยอบแห้งแบบไว้เปลือก

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางในการออกแบบ
<p>- <u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1. ปริมาณบรรจุ เหมาะสมกับความต้องการของตลาด</p>	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบ Primary Pack มีขนาดที่เหมาะสมในการบรรจุ</p> <p>คาดว่าบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกที่ปิดผนึกมิดชิด</p>
<p>- <u>ด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection)</u></p> <p>บรรจุภัณฑ์ที่ปิดสนิทมิดชิดเพื่อป้องกันสิ่งสกปรก ฝุ่นละออง และ ความชื้น ทำให้สามารถเก็บไว้ได้นานขึ้น</p>	<p>ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์โดยเลือกใช้วัสดุ ที่สามารถรักษาคุณสมบัติทางกายภาพ และป้องกันสิ่งสกปรก ฝุ่นละออง และความชื้น โดยพิจารณาถึงวัสดุต่างๆ รวมถึง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์</p> <p>คาดว่าป็นกล่องกระดาษ หรือ ซองพลาสติก</p>
<p>- <u>ด้านความสะดวก (Convenience)</u></p> <p>เอื้ออำนวยต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สะดวกในการใช้งาน</p>	<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับประทาน สามารถเปิด-ปิดกิน ได้สะดวก มีขนาดที่พอดี สามารถพกพาได้สะดวก โดยพิจารณาถึงความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>ออกแบบ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>- <u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p> <p>2. สื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้ผู้บริโภคจะไม่แกะสินค้าออกดู และ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์</p>	<p>1. ออกแบบ กราฟริกที่บ่งบอกชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน อ่านง่าย สะดุดตา</p> <p>2. ออกแบบให้มีกราฟริก ที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <p><u>แนวความคิดที่1</u></p> <p>- ใช้รูปภาพแสดงรายละเอียดบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจง่ายและรวดเร็ว</p> <p><u>แนวความคิดที่2</u></p> <p>- ใช้ข้อความ ตัวหนังสือ แสดงรายละเอียด บนบรรจุภัณฑ์</p>
---	---



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษา

1. ศึกษาประวัติความเป็นมาของโครงการสตรีตำบลป่าซาง
2. ศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์เดิม ลักษณะของลำไยสด และลำไยแปรรูป รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ทั้งเรื่องรูปแบบ ขนาด สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ปริมาณที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ วิธีการบรรจุที่ถูกต้องเหมาะสม และวิธีการเก็บรักษา
3. ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด
4. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย
5. ศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม
6. ศึกษาพฤติกรรมกรจกเก็บสินค้า การขนส่ง
7. ศึกษาลักษณะการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
8. ศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาการใช้ดี และการเลือกใช้
9. ศึกษาโครงสร้างและ วัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต
10. ศึกษากระบวนการพิมพ์แบบต่างๆ
11. ศึกษาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติอาหารและยาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
12. ศึกษาเกี่ยวกับภาพประกอบและการออกแบบกราฟิก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุเกณฑ์ กราฟิก ที่สามารถส่งเสริมการจำหน่าย เพื่อเพิ่มยอดจำหน่ายให้แก่ผลิตภัณฑ์ในโครงการ
 2. บรรลุเกณฑ์ค่าใช้จ่ายสที่ความเหมาะสมต่อการขนส่ง รวมถึงสามารถคุ้มครองผลิตผลสดจนถึงมือผู้บริโภค
 3. บรรลุเกณฑ์ที่มีความเหมาะสมต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
 4. บรรลุเกณฑ์ที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ที่สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
 5. บรรลุเกณฑ์ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 6. บรรลุเกณฑ์สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค สร้างทัศนคติที่ดีให้กับสินค้าในโครงการ และช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า สามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง รวมถึงมีความสะดวกในการบริโภคสินค้า
- นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรชาวจังหวัดลำพูน ได้มีรายได้ เป็นการส่งเสริมอาชีพ และสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์



บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผู้ผลิต

ชื่อโครงการ : โครงการกลุ่มสตรีแม่บ้านป่าซาง

สถานที่ตั้ง : 29 ม.1 ต. ป่าซาง อ. ป่าซาง จ. ลำพูน

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของโครงการกลุ่มพัฒนาสตรีตำบล อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

โครงการกลุ่มสตรีแม่บ้านป่าซาง จังหวัดลำพูน ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2537 โดยได้มีการประชุมชี้แจงทำการคัดเลือกคณะกรรมการพัฒนาสตรีระดับตำบล จำนวน 9-15 คน ปัจจุบันมีสมาชิกในโครงการทั้งหมด 50 คน โดยมีสำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน และเทศบาลป่าซางให้การสนับสนุนในด้านการบริหารและการจัดการ ขบวนการผลิตและจำหน่าย การเงินและการบัญชี

โครงการได้มีการพัฒนาการแปรรูปลำไยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และเพื่อให้มีสินค้าที่หลากหลายตรงกับความต้องการของตลาด โครงการได้เริ่มศึกษาและผลิตไวท์ สุรา แซ่ผล ไม้เมื่อปี 2541 จนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันได้มีการจัดตั้งเป็นสหกรณ์ไวท์ป่าซางลำพูน จดทะเบียนเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2545

2.1.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้เกษตรกรและสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ
2. เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลผลิตลำไยสด
3. มีการแปรรูปลำไย เพื่อเป็นการรองรับ และแก้ไขปัญหาลำไยล้นตลาด
4. เป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ให้กับเกษตรกร โดยทั่วไปลำไยจะขายในรูปลำไยสด ซึ่งมีจะถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง หากนำมาแปรรูปจะสามารถเก็บไว้ได้นาน และสามารถนำประกอบอาหารได้หลากหลาย ทำให้การแปรรูปลำไยได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการ
5. เป็นการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการรณรงค์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดและมาตรฐานสากล
6. เพื่อสนับสนุนนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
7. เป็นการสนับสนุนกฎหมายไทยท้องถิ่นในการแปรรูปอาหาร ให้เป็นที่รู้จักสู่ระดับสากล

2.1.1.2 เป้าหมายของโครงการ

1. ส่งออกลำไยสดคุณภาพไปต่างประเทศ
2. แปรรูปลำไยสดให้สามารถเก็บไว้ได้นาน เพื่อเป็นการแก้ปัญหาลำไยล้นตลาด
3. ทำให้ผลผลิตของโครงการเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4. ทางโครงการมีนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ปริมาณตามความต้องการของตลาด และมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

2.1.1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ

1. ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของและประสานผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
2. ส่งออกลำไยสดไปต่างประเทศ เป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าการค้า
3. แปรรูปลำไย ให้มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
4. เป็นการกระจายรายได้ต่อชุมชนและท้องถิ่น
5. นำผลผลิตสู่ต่างประเทศ และภายในประเทศ
6. เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และเป็นการสนับสนุน โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
7. เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดลำพูน

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

แหล่งปลูกลำไย

พื้นที่ปลูกลำไยส่วนใหญ่อยู่ภาคเหนือ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ภูมิประเทศและภูมิอากาศเหมาะสำหรับการปลูกลำไยเป็นอันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน สามารถสร้างรายได้แก่เกษตรกร ได้อย่างคึกคัก และด้านเทคโนโลยีการปลูกและผลิตเข้าเสริมและพัฒนาไปสู่การผลิตอย่างจริงจัง จึงได้มีการขยายผลการส่งเสริมการปลูกและผลิตไปสู่พื้นที่ในจังหวัดอื่นๆ ด้วยรวม 36 จังหวัดของประเทศไทย พื้นที่รวม 423,618 ไร่และมีแนวโน้มเพิ่มพื้นที่มากยิ่งขึ้น

สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม

ดิน ลำไยสามารถขึ้นได้ดีในดินแทบทุกชนิด แม้กระทั่งดินลูกรังแต่ดินที่ลำไยชอบมาก คือดินร่วนปนทราย และดินตะกอน ซึ่งเกิดจากตะกอนกรวด หิน ดิน ทราย อินทรีย์วัตถุที่น้ำพัดพามาเกิดการทับถมของอินทรีย์วัตถุ ซึ่งจะสังเกตได้จากต้นลำไยที่ปลูกตามที่ราบลุ่มแม่น้ำปิง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เจริญงอกงามและให้ผลผลิตดี ดินที่ปลูกลำไยควรมีหน้าดินลึก การระบายน้ำดี สำหรับค่าของความเป็นกรด-ด่าง (pH) เท่ากับ 6

อุณหภูมิ

โดยทั่วไปลำไยต้องการอากาศค่อนข้างเย็น อุณหภูมิที่สามารถเจริญเติบโตได้อยู่ระหว่าง 4 - 30 องศาเซลเซียส และต้องการอุณหภูมิต่ำ (10 - 20 องศาเซลเซียส) ในฤดูหนาว ช่วงหนึ่งคือประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคมเพื่อการออกดอก ซึ่งจะสังเกตว่าถ้าปีไหนอากาศหนาวเย็นนานๆ โดยไม่มีอากาศอบอุ่นเข้ามาแทรกลำไยจะมีการออกดอกติดผลดี

น้ำและความชื้น

น้ำเป็นสิ่งจำเป็นในการเจริญเติบโตของต้นลำไยในแหล่งปลูกลำไย ควรมีปริมาณน้ำฝนอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยประมาณ 1,250 มิลลิเมตรต่อปี และควรมีการกระจายตัวของฝนดีประมาณ 100 - 150 วันต่อปี แต่อย่างไรก็ตามในบางช่วงลำไยต้องการน้ำน้อย คือในช่วงก่อนออกดอกแต่ในช่วงออกดอกติดผลลำไยต้องการน้ำมาก

แสง

แหล่งปลูกลำไยต้องโล่งแจ้ง มีแสงแดดส่องตลอดเวลา

พันธุ์ลำไย

จากเอกสาร “เล่าขานตำนานลำไย” ประสงค์ จึงอยู่สุข (2541 : 1 - 2) เล่าว่า จังหวัดลำพูนและจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งที่ปลูกลำไยพันธุ์มากที่สุดในประเทศไทย กำเนิดลำไยพันธุ์ดีหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “ลำไยพันธุ์กะโหลก” ลำไยเท่าที่พบในประเทศไทยแบ่ง 4 กลุ่ม คือ ลำไยบ้า ลำไยพื้นเมือง (ลำไยกระดุก) ลำไยพันธุ์ดี (ลำไยกะโหลก) และลำไยเครือ (ลำไยชลบุรี)

ลำไยพันธุ์พื้นเมืองเป็นลำไยที่มีผลเล็ก ออกผลตกเป็นพวงมีหลากหลายชนิดแต่เรียกรวมๆ กันว่า ลำไยเมือง (ลำไยพันธุ์พื้นเมือง, ลำไยกระดุก) พบเห็นอยู่ทั่วไปในภาคเหนือและเหนือตอนใต้ เพราะไม่นิยมปลูกและไม่มีราคา

พันธุ์ลำไยที่พบในปัจจุบันอาจแบ่งได้ 2 ชนิด ตามลักษณะการเจริญเติบโต ลักษณะผล เนื้อ เมล็ด และรสชาติ คือ

1. ลำไยเครือหรือลำไยเถา มีลำต้นเลื้อยคล้ายเถาวัลย์ มีผลเล็ก เมล็ดโต เนื้อผลมีกลิ่นคล้ายกำมะถัน

ปลูกไว้เป็นไม้ประดับมากกว่ารับประทาน

2. ลำไยต้น แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

2.1 ลำไยพันธุ์พื้นเมือง

2.2 ลำไยกะโหลก มีอยู่หลายพันธุ์ดังนี้

1) พันธุ์ค้อ หรืออีค้อ

เป็นลำไยพันธุ์เบา คือออกดอกและเก็บผลก่อนพันธุ์อื่น ชาวสวนนิยมปลูกมากที่สุด ราคาดี เป็นพันธุ์ที่เจริญเติบโตดี โดยเฉพาะในดินอุดมสมบูรณ์ และมีน้ำพอเพียง ทนแล้งและทนน้ำได้ดีปานกลาง พันธุ์ค้อแบ่งตามสีของยอดอ่อนได้ 2 ชนิดคือ

* อีค้อยอดแดง เจริญเติบโตเร็วมากเมื่อเปรียบเทียบกับอีค้อยอดเขียว ลำต้นแข็งแรงไม่ฉีกหักได้ง่าย เปลือกลำต้นสีน้ำตาลปนแดง ใบแบนสีแดงปัจจุบันค้อยอดแดงไม่ค่อยนิยมปลูก เนื่องจากออกดอกติดผลไม่ดี และเมื่อผลเริ่มสุกถ้าเก็บไม่ทันผลจะร่วงเสียหายมาก

* อีค้อยอดเขียว มีลักษณะต้นคล้ายอีค้อยอดแดง แต่ใบอ่อนเป็นสีเขียว ออกดอกติดผลง่าย แต่อาจไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ลำไยพันธุ์อีค้อยังแบ่งตามลักษณะของก้านช่อผลได้ 2 ชนิด คือ อีค้อก้านอ่อน เปลือกของผลจะบาง และอีค้อก้านแข็ง เปลือกผลจะหนาผลขนาดค่อนข้างใหญ่ ทรงผลกลมแป้น เบี้ยวข้างเดียว ผิวสีน้ำตาล มีกระหรือตาห่าง สีน้ำตาลเข้ม เนื้อค่อนข้างเหนียว สีขาวขุ่น เมล็ดขนาดใหญ่ปานกลาง รูปร่างแบนเล็กน้อย

2) พันธุ์ชมพูหรือสีชมพู

เป็นลำไยพันธุ์กลาง มีรสชาติ นิยมรับประทาน ทรงพุ่มต้นสูงโปร่ง กิ่งเปราะหักง่าย การเจริญเติบโตดี ไม่ทนแล้ง เกิดดอกติดผลง่ายปานกลาง การติดผลไม่สม่ำเสมอ ช่อผลยาว ผลขนาดใหญ่ปานกลาง ทรงผลค่อนข้างกลม เบี้ยวเล็กน้อย ผิวสีน้ำตาลอมแดง ผิวเรียบ มีกระสีน้ำตาลตลอดผล เปลือกหนา แข็งและเปรี้ยว เนื้อหนานปานกลาง นุ่มและกรอบ สีชมพูเรื่อๆ ยิ่งผลแก่จัดสีของเนื้อยิ่งเข้ม เนื้ออ่อน รสหวาน กลิ่นหอม เมล็ดค่อนข้างเล็ก

3) พันธุ์แก้ว หรืออีแก้ว

เป็นลำไยพันธุ์หนัก ลำต้นไม่ค่อยแข็งแรง เปลือกลำต้นสีน้ำตาลปนแดงเขียว เป็นพันธุ์ที่เจริญเติบโตดีมาก ทนแล้งได้ดี พันธุ์แก้วแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือแก้วยอดแดงและแก้วยอดเขียว ลักษณะแตกต่างกันที่สีของใบอ่อนหรือยอด แก้วยอดแดงมีใบอ่อนเป็นสีแดง แก้วยอดเขียวมีใบอ่อนหรือยอดเป็นสีเขียว เกิดดอกและติดผลค่อนข้างยากอาจให้ผลเว้นปี ช่อดอกสั้น ขนาดผลในช่อมักไม่สม่ำเสมอ ผลขนาดใหญ่หรือปานกลาง ทรงผลกลมและเบี้ยว ฐานผลบวม ผิวสีน้ำตาล มีกระสีน้ำตาลตลอดผล เปลือกหนา เนื้อหนาแน่น แข็งและกรอบ สีขาวขุ่น รสหวานแหลม กลิ่นหอม มีน้ำปานกลาง เมล็ดขนาดค่อนข้างเล็ก แก้วยอดแดงจะออกดอกง่ายกว่าแก้วยอดเขียว และมีเนื้อสีค่อนข้างขุ่นน้อยกว่า และมีปริมาณน้ำมากกว่าแก้วยอดเขียว

4) พันธุ์เขียวเขียวหรืออเขียวเขียว

เป็นลำไยพันธุ์หนักเจริญเติบโตดี ทนแล้ง ได้ดีแต่มีกลิ่นอ่อนแอต่อโรคพุ่มไม้กวาด เกิดดอกยาก มักเว้นปี ช่อผลหลวม สีของผลเมื่อมีขนาดเล็กสีเขียวพันธุ์เขียวเขียว แบ่งได้เป็น 2 ชนิด เขียวเขียวก้านแข็ง (เขียวเขียวป่าลำ) และเขียวเขียวก้านอ่อน (เขียวเขียวป่าแดง) เขียวเขียวก้านแข็งให้ผลไม่ดกแต่ขนาดผลใหญ่มาก แต่ติดผลน้อยไม่ค่อยนิ่มปลูก ส่วนเขียวเขียวก้านอ่อนให้ผลดกเป็นพวงใหญ่ผลมีขนาดใหญ่ ทรงผลกลมแบนและเขียวมากเห็นได้ชัด ผิวสีเขียวอมน้ำตาล ผิวเรียบ เปลือกหนา และเหนียว เนื้อหนาแห้งกรอบอ่อนง่าย สีขาว มีน้ำน้อย รสหวานแหลม กลิ่นหอม เมล็ดเล็ก

5) พันธุ์ใบคำหรืออคำหรือกะโหลกใบคำ

เป็นลำไยพันธุ์กลาง ออกดอกติดผลสม่ำเสมอเจริญเติบโตดีมาก ทนแล้งและน้ำได้ดี ข้อเสียคือ ผลโตเต็มที่เล็กกว่าพันธุ์อื่นๆ มีผลขนาดใหญ่ปานกลาง. ก่อนข้างกลม แบนและเขียวเล็กน้อย ผิวสีน้ำตาล ผิวขรุขระ เปลือกหนาและเหนียว ทนทานต่อการขนส่ง เนื้อหนานปานกลาง สีขาวครีม รสหวาน เมล็ดขนาดเล็ก รูปร่างค่อนข้างยาวและแบน

6) พันธุ์แดงหรืออแดงกลม

เป็นลำไยพันธุ์กลาง ผลกลม เนื้อมีกลิ่นคาวคล้ายกำมะถัน ทำให้คุณภาพไม่ค่อยดี การเจริญเติบโตดีปานกลาง ไม่ทนแล้ง และไม่มีน้ำขังจึงล้มง่าย มักยืนตายเมื่อเกิดสภาพน้ำขัง หรือปีที่ติดผลดก พันธุ์แดงแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ แแดงเปลือกหนา และแดงเปลือกบาง พันธุ์แดงเกิดดอกและติดผลง่าย ติดผลค่อนข้างดกที่ ผลขนาดใหญ่ปานกลาง ขนาดผลค่อนข้างสม่ำเสมอ ทรงผลกลม ผิวสีน้ำตาลอมแดง ผิวเรียบ เปลือกบาง เนื้อหนานปานกลาง สีขาวครีมเนื้อเหนียว มีน้ำมากจึงมีกลิ่นและ เมล็ดรูปร่างป้อม จุกใหญ่มาก แแดงเปลือกหนามีขนาดผลใหญ่กว่า เปลือกหนากว่า เนื้อหนากว่า ส่วนลักษณะอื่นๆ คล้ายคลึงกัน

7) พันธุ์อี่เหลืองหรืออเหลือง

มีทรงพุ่มค่อนข้างกลม ออกผลดก กิ่งเปราะจึงหักง่ายเมื่อมีผลดกมากๆ ผลค่อนข้างกลม เนื้อสีขาวนวล เมล็ดกลม

8) พันธุ์พวงทอง

เป็นพันธุ์ที่ช่อดอกขนาดใหญ่กว้าง ผลทรงค่อนข้างกลมและเขียวเล็กน้อย ผิวสีน้ำตาลมีกระสีน้ำตาล เนื้อหนา กรอบ สีขาวครีม รสหวาน เมล็ดขนาดปานกลางและแบน

9) พันธุ์เพชรสาครทวาย

จัดว่าเป็นลำไยพันธุ์ทวายคือ สามารถออกดอกมากกว่าหนึ่งครั้งต่อปี มีใบขนาดเล็ก เรียวแหลม ออกดอกและให้ผลผลิตปีละ 2 รุ่น คือ รุ่นแรกออกดอกราวเดือนธันวาคม - มกราคม และเก็บผลได้ประมาณเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน รุ่นที่สองออกดอกราวเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม เก็บเกี่ยวผลได้ในเดือนธันวาคม - มกราคม ผลกลม เปลือกบาง เนื้อมีสีขาวฉ่ำน้ำ

10) พันธุ์ปทุมรัตน์โค้ง

มีผลสวยงาม ขนาดใหญ่ สีเขียวให้ผลดก แต่คุณภาพและรสชาติไม่ดี กลิ่นคาว ปัจจุบันพันธุ์นี้ลดลงเป็นอย่างมาก คงมีแต่สวนเก่าๆ ซึ่งมีเพียงบางต้นเท่านั้น

11) พันธุ์ดลบันดาล

ผลขนาดใหญ่ ก่อนข้างกลม ผิวเปลือกเรียบ เนื้อหนา สีขาวใส เมล็ดเล็ก รสไม่คloyหวานจัด

พันธุ์ที่นิยมปลูกกันมากสุดในปัจจุบันคือ พันธุ์อ็อค รองลงมาคือ พันธุ์สีชมพู แห้ว และเป็ยเขียว

ประโยชน์ของลำไย

เปลือกของต้นมีสีน้ำตาลอ่อนหรือเทาและมีรสฝาดใช้ต้มเป็นยาหม้อแก้ท้องร่วง ลำต้นมีขนาดใหญ่ สูงประมาณ ๓๐-๔๐ ฟุต เนื้อไม้มีสีแดงและแข็งสามารถใช้ทำเครื่องใช้ประดับบ้านได้ ผลลำไยมีเปลือกสีน้ำตาลอมเขียวภายในมีเนื้อขาวอมชมพูขาวอมเหลืองแล้วแต่สายพันธุ์เนื้อลำไยสามารถ บริโภคสด บรรจุกระป๋อง ตากแห้งสามารถทำเป็นชาชงใช้ดื่ม เป็นยาบำรุงกำลังช่วยให้เจริญอาหาร เนื้อลำไยมีคุณสมบัติทางยา บำรุง โรคประสาทอ่อนๆ นอนไม่หลับ หากรับประทาน 10-15 กรัมจะช่วยบำรุงน้ำม และหัวใจได้

ลักษณะทางสรีระวิทยาของลำไย

ลำไยสดมีการคายน้ำ และมีการหายใจเอาก๊าซออกซิเจนเข้าไป แล้วคายก๊าซคาร์บอน ไดออกไซด์ออกมา ซึ่งในขณะที่เดียวกันก็มีการคายน้ำออกมาด้วยเช่นกัน

การหายใจ : จะมีความสัมพันธ์กับรสชาติของผลไม้

การหายใจทำให้เกิดการเสียน้ำของผลิตผล วิธีการลดการหายใจของผลไม้ให้ช้าลง สามารถทำได้ คือ ลดความร้อนที่ออกมา โดยการลดอุณหภูมิของผลิตผลให้ต่ำลง กล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ต้องมีรูเพื่อระบายความร้อนที่เกิดขึ้น

การคายน้ำ : จะทำให้ผลเหี่ยวลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การคายน้ำของผล ไม้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้

1. พื้นที่ผิวของผลิตผลค่อน้ำหนักผลิตผลนั้น ถ้าอัตราส่วนสูง การคายน้ำจะมีมาก
 2. ปริมาณน้ำในผลิตผลนั้น ถ้าสูงจะคายน้ำมาก
 3. การหุ้มห่อผลิตผล ถ้ามีการหุ้มห่อผิวจะมีการคายน้ำมาก
 4. ความเสียหายทางกล เช่น รอยตำหนิที่ผิว ถ้ามีมากจะทำให้คายน้ำมาก
 5. ความแก่-อ่อน ถ้าผล ไม้แก่ จะมีการคายน้ำมาก
 6. อุณหภูมิ ถ้าอุณหภูมิจะมีการคายน้ำมาก
 7. การเคลื่อนที่ของอากาศรอบๆ ถ้าเคลื่อนที่เร็วจะมีการคายน้ำสูง
 8. การบรรจุหีบห่อ ถ้ามีการใช้ lining เช่น กระดาษ หรือใบไม้จะช่วยการคายน้ำลงได้
- : วิธีการบรรจุที่แน่นจะช่วยลดการคายน้ำได้ เพราะอากาศเข้าไปแทรกได้น้อย

อายุการเก็บรักษาดำไลสด :

ขึ้นอยู่กับความชื้นสัมพัทธ์ และอุณหภูมิของสิ่งแวดล้อมในระหว่างการเก็บรักษา

ราคาดำไล

ขายให้กับรัฐ

- เกรดจัมโบ้ AA ราคา ก.ก.ละ 15 บาท
- เกรด A ราคา ก.ก.ละ 10 บาท
- เกรด B ราคา ก.ก.ละ 5 บาท

ขายยังโรงงานหรือจุดรับซื้อของเอกชน

- ราคาประมาณ ก.ก.ละ 11 บาท 6 บาทและ 3 บาท นับว่ามีส่วนคั่งงที่ได้กำไรเพิ่มได้ถึง ก.ก. ละ 2-4 บาท

แผนผังแสดงขั้นตอนหลังการเก็บเกี่ยว

ตัดกิ่งลำไยเป็นข้อ หรือพวง

คัดขนาดและตัดแต่งพวงให้พอเหมาะ

บรรจุใส่ข่ง ประมาณ 20-22 กิโลกรัม

ขายให้พ่อค้าส่งออก

คัดขนาดและตัดพวงให้ได้มาตรฐานตามความต้องการลูกค้า

บรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูก

บันทึกน้ำหนักสุทธิ เกรดบนกล่อง

กดอุณหภูมิจนถึง 2-3 C

เก็บในห้องเย็น

2.2.1 ผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ลำไยสด



ลำไยพันธุ์อู๊ดจ๊อดเกรด AA

ลักษณะทางกายภาพ : เปลือกของต้นมีสีน้ำตาลอ่อนหรือเทา ลำไยมีเปลือกสีน้ำตาลอมเขียวภายในมีเนื้อขาวอมเหลือง เมล็ดเล็ก รสหวาน

ลำไยแปรรูป

ลำไยพร้อมชนชนิดผง

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะเป็นผงสีน้ำตาลอ่อน ละลายได้ในน้ำ ใช้สำหรับชงดื่ม
การเก็บรักษา : ควรเก็บในที่แห้ง หลีกเลี่ยงการสัมผัสอากาศและความชื้นจากภายนอก

เครื่องดื่มน้ำลำไย

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะเป็นของเหลวสีน้ำตาล มีกลิ่นหอม รสชาติหวาน

การเก็บรักษา : ควรเก็บรักษาที่อุณหภูมิห้องผ่านกาพาสเจอร์ไรด์ จะสามารถเก็บได้ประมาณ 1 ปี



ไวท์ลำไย

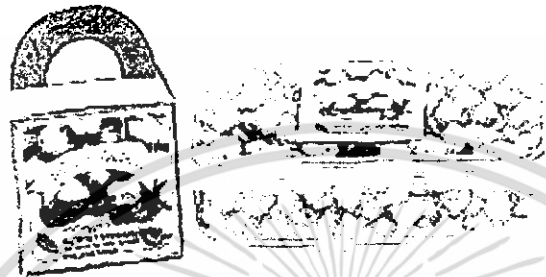
ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะเป็นของเหลวขุ่น หนืด สีเข้ม ใช้สำหรับดื่ม เก็บไว้ได้นานในที่เย็น

การเก็บรักษา : ควรเก็บรักษาที่อุณหภูมิห้อง พ้นจากแสงแดด

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะคล้ายลำไยสด แต่เปลือกภายนอกจะค่อนข้างแห้งกรอบ เนื้อข้างใน มีสีน้ำตาลเข้ม ใช้สำหรับรับประทานเล่นเป็นอาหารว่าง น้ำหนักค่อนข้างเบา เพราะไคผ่านการอบ ไล่น้ำออกจากผลลำไย สามารถเก็บไว้ได้นาน

การเก็บรักษา : ควรเก็บรักษาที่อุณหภูมิค่อนข้างต่ำ หลีกเลี่ยงการสัมผัสอากาศและความชื้นจากภายนอก



ลำไยอบแห้งไร้เปลือก (ลำไยสีทอง)

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะเป็นก้อนสีน้ำตาลทอง คล้ายเนื้อลำไย แต่จะแห้งกว่าเพราะผ่านการอบ สามารถนำมาปรุงเป็นอาหารได้หลากหลาย หรือ สามารถนำมาทานเล่น ได้เลย รสชาติ หวานแหลม เป็นที่นิยมทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ สามารถเก็บไว้ได้นานในที่เย็น และจะมีสีคล้ำขึ้นหากถูกแสงแดด

การเก็บรักษา : ควรเก็บรักษาที่อุณหภูมิค่อนข้างต่ำ ห่างจากแสงแดด เพราะจะทำให้ลำไยสีทองมีสีเปลี่ยน คล้ำขึ้น



ทอฟฟี่ลำไย

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะเป็นก้อน สีน้ำตาล ค่อนข้างแข็ง ละลายเมื่ออยู่ในที่ร้อน หรือ อุณหภูมิสูง มีรสชาติหวาน หอม เหมาะสำหรับทานเล่น

การเก็บรักษา : ควรเก็บรักษาที่อุณหภูมิค่อนข้างต่ำ หลีกเลี่ยงการสัมผัสอากาศและความชื้นจาก ภายนอก

ลำไยกวน

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะหนืด เหนียว สีน้ำตาล รสชาติหวาน บริโภคเป็นของทานเล่น

การเก็บรักษา : ควรเก็บในที่แห้ง หลีกเลี่ยงความชื้น และ แสงแดด



ลูกกลีลำไย

ลักษณะทางกายภาพ : เป็นของแข็ง ค่อนข้างร้อน เนื้อลูกมีส่วนผสมของแป้ง นม เนย ไข่ไก่ และ เนื้อลำไย บริโภคเป็นของทานเล่น

การเก็บรักษา : หลีกเลี่ยงการสัมผัสอากาศและความชื้นจากภายนอก ควรเก็บในภาชนะหรือบรรจุ ภัณฑ์ที่ปิดสนิท สามารถเก็บได้นาน 3 เดือน



แยมลำไย

ลักษณะทางกายภาพ : มีลักษณะใส หนืด คล้ายวุ้น รสชาติ หวาน หอม ใช้บริโภคกับขนมปัง

การเก็บรักษา : ควรเก็บรักษาในที่แห้งและเย็น อายุการเก็บรักษานาน 1 ปี

2.3 ความต้องการในด้านคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.3.1 ปัจจัยที่ผลต่ออายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

ลำไยสด

สาเหตุที่ทำให้ลำไยสดได้รับความเสียหายคือ

- การเปลี่ยนแปลงทางสรีระ
- การช้ำจากการกระแทก และการกดทับ
- การคุกคามของ โรคและแมลง

สิ่งแวดล้อมอื่นที่มีผลกระทบต่อการเสื่อมคุณภาพของผลไม้สด

- อุณหภูมิ
- ความชื้นสัมพัทธ์
- ความแตกต่างของความดันไอ
- ส่วนผสมของบรรยากาศและแสงแดด
- บรรจุภัณฑ์

วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ลำไยสดที่มีผลต่อการออกแบบ

การช้ำจากการกระแทก และการกดทับ

ความช้ำจากการกระแทก อาจลดลงได้ถ้ามีการขนส่งอย่างระมัดระวัง

- การทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้สัญลักษณ์สากล หรือพิมพ์คำว่า FRAGILE

การช้ำจากการกดทับ มักเป็นผลจากการบรรจุที่ไม่ถูกต้อง เช่น

บรรจุสินค้ามากเกินไป

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่พอดีต่อการบรรจุ โดยขนาดบรรจุผลไม้สดไม่ควรเกิน 5 กิโลกรัมต่อการบรรจุ 1 กล่อง

บรรจุภัณฑ์เรียงซ้อนสูงชันเกินไป : บรรจุภัณฑ์ต้องการความถูกต้องในการวางเรียงซ้อน

- ควรมีสัญลักษณ์สากล
- ปริมาตรบรรจุไม่ควรเกิน 5 กิโลกรัม

บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถถ่ายเทความร้อน

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีช่องระบายอากาศอย่างเพียงพอ

บรรจุภัณฑ์ต้องป้องกันไม่ให้ลำไยสูญเสียความชื้น

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีปริมาตรบรรจุพอค้ำกับปริมาตรบรรจุของลำไย เพื่อให้อากาศเข้าไปแทรกได้น้อย เป็นการลดการคายน้ำและสูญเสียความชื้นของลำไย

ลำไยแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ลำไยผงพร้อมชง ชนิดผง

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, ความชื้น

เครื่องคั้นน้ำลำไย

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, การเปิดบรรจุภัณฑ์ทิ้งไว้เป็นเวลานาน

ไวท์ลำไย

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, การเปิดบรรจุภัณฑ์ทิ้งไว้เป็นเวลานาน, แสงแดด

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม

ลำไยอบแห้ง (ลำไยสีทอง)

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, แสงแดด

ทอฟฟี่ลำไย

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, ความชื้น, แสงแดด

ลำไยกวน

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, ความชื้น

ลูกกี้ยำลำไย

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, ความชื้น

แยมลำไย

การเก็บในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม, ความชื้น

วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ลำโพงพร้อมซอง ชนิดผง

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากความชื้น และออกแบบให้มีขนาดที่เหมาะสมต่อการบรรจุ สามารถใช้งานได้สะดวก

เครื่องคั้นน้ำลำไย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ปิดมิดชิด มีขนาดบรรจุที่เหมาะสมในการเก็บรักษาในตู้เย็น

ไวท์ลำไย

ออกแบบขวดให้สามารถปิดมิดชิด และสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากแสงแดด จัปถนืด สะดวกในการริน

ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ พกพาได้สะดวก

ลำไยอบแห้ง (ลำไยสีทอง)

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากแสงแดด และความชื้น มีความสะดวกในการใช้งาน สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ทอฟฟี่ลำไย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากความชื้น สะดวกในการรับประทานและเก็บรักษา

ลำไยกวน

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากความชื้น สะดวกในการรับประทานและเก็บรักษา

ลูกกี้ยำลำไย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากความชื้น สะดวกในการรับประทานและเก็บรักษา

แยมลำไย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากแสงแดด และความชื้น มีความสะดวกในการใช้งาน สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.4 ข้อมูลด้านการขนส่ง

การขนส่งทางอากาศ : มีความรวดเร็วและผลิตผลมีความกระทบกระเทือนไม่มากนัก เหมาะสำหรับการขนส่งพืชผลที่เน่าเสียง่าย

ลำไยสดเป็นผลไม้ที่เน่าเสียง่าย การขนส่งไปต่างประเทศจึงนิยมการขนส่งทางอากาศ นอกจากจะสะดวกและรวดเร็วแล้ว ยังเป็นการเพิ่มโอกาสการขายสินค้าให้เร็วขึ้น เช่น ช่วงฤดูการที่มีราคาสูง และมีปริมาณสินค้าจำกัด ผู้ขายสินค้ามักได้เปรียบในด้านการสร้างความนิยมและสามารถเพิ่มยอดขายได้ตลอดฤดู

ขนาดแผ่นรองสินค้าระหว่างประเทศ

120 x 80 ซม

120 x 100 ซม

แผ่นรองสินค้าขนาด 120 x 100 ซม นิยมใช้ในการขนส่งระหว่างประเทศ เพราะมีเสถียรภาพในการเรียนซ้อน สามารถเรียนซ้อนแบบสลับหว่างได้ ทำให้ประหยัดค่าขนส่งประมาณ 50% เพราะสามารถขนได้น้ำหนักมากกว่าในครั้งเดียว (มีพื้นที่ผิวมากกว่า และสามารถเรียนซ้อนได้สูงกว่า)

วัตถุประสงค์ของการใช้แผ่นรองสินค้า

1. เพื่อลดการขนถ่ายบรรจุภัณฑ์แต่ละกล่อง
2. ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งโดยใช้เครื่องจักรแทนแรงงาน
3. ใช้พื้นที่ในคลังเก็บได้ดี
4. ลดความเสียหายของผลิตผลและบรรจุภัณฑ์
5. ทำให้การขนถ่าย และการกระจายสินค้าได้รวดเร็ว

ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแผ่นรองสินค้า

40 x 30 *

50 x 30 *

50 x 40 *

60 x 40 **

* นิยมใช้กับ OneWay Packaging

** นิยมใช้กับ Return Packaging

ขนาดบรรจุภัณฑ์กับแผ่นรองสินค้าขนาด 120x80 ซม

40x30 ซม

เหมาะสำหรับการขนส่งทางอากาศวางบนฐานเครื่องบินLD-3 ได้เต็มพอดี12 กล่อง

เลขขึ้นที่มุมตู้ถูกตัดไป จะวางเพิ่มได้อีก 3 กล่อง รวมเป็น 15 กล่อง

ผู้ขายปลีกนิยมใช้มาก เนื่องจากขนถ่ายได้ง่ายและมีขนาดเล็ก

40x30 และ 60x40 ซม

สามารถวางเรียงซ้อนเป็นแถว (Column Stacking) บนแผ่นรองสินค้า 120x80 ซม ได้พอดี

ขนาด 50x30 ซม

สามารถวางเรียงเป็นแถว (Interlocking) บนแผ่นรองสินค้า 120x80 ซม ได้พอดี

ใช้พื้นที่เพียง 93.75 %

ขนาดบรรจุภัณฑ์กับแท่งรองสินค้าขนาด 120x100 ซม

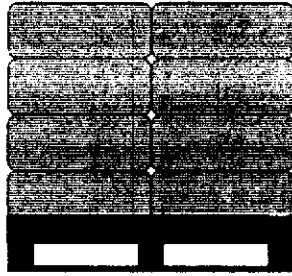
บรรจุภัณฑ์ทุกขนาดสามารถวางเรียงซ้อนบนแผ่นรองสินค้าขนาด 120x100 ซม ได้พอดีหมด

120x100 ซมเป็นขนาดมาตรฐานที่นิยมใช้ในการส่งออก

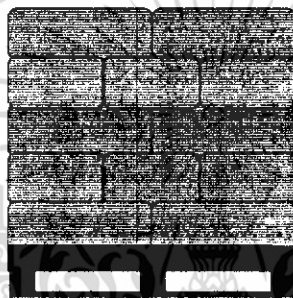
ขนาดบรรจุภัณฑ์	จำนวนชั้นบนขนาดแผ่นรองสินค้าขนาด 120x100 ซม
40 x 30	5
50 x 30	6
50 x 40	8
60 x 40	10

การเรียงบรรจุภัณฑ์บนแท่นรองสินค้า มี 2 วิธีคือ

1. การเรียงซ้อนเป็นแถว : บรรจุภัณฑ์จะวางในทิศทางเดียวกัน ดังรูป



2. การเรียงซ้อนแบบไขว้กัน : บรรจุภัณฑ์จะเรียงตามด้านยาวบ้าง ด้านกว้างบ้าง ในแต่ละชั้น ดังรูป



การตรึงสินค้าบนแผ่นรองรับสินค้า

การตรึงสินค้าบนแผ่นรองรับสินค้าอย่างคงที่นั้น มีด้วยกันหลายวิธีดังนี้

1. การวางเรียงซ้อนไขว้กัน

การเรียงซ้อนบรรจุภัณฑ์ไขว้กันบนแผ่นรองรับสินค้า บรรจุภัณฑ์จะต้องมีด้านยาว ยาวกว่าด้านกว้างอย่างน้อย 33% บรรจุภัณฑ์จึงจะต้องรองรับน้ำหนักในการเรียงซ้อนไขว้กันได้ มีบรรจุภัณฑ์เพียงไม่กี่แบบที่มีโครงสร้างเหมาะสมในการเรียงซ้อนแบบไขว้กัน คือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถาดและมีเสารับน้ำหนักในการเรียงซ้อน หรือมีขอบ/เคียวที่รองรับบรรจุภัณฑ์ที่ซ้อนอยู่ด้านบน บรรจุภัณฑ์ที่มีขอบไม่แข็งแรงไม่เหมาะในการเรียงซ้อนแบบไขว้

ข้อดีการวางเรียงซ้อนไขว้กัน

- ไม่ต้องใช้วัสดุหรือเครื่องช่วยอย่างอื่นในการยึดสินค้า
- ไม่มีข้อจำกัดของขนาดบรรจุภัณฑ์

ข้อเสียการวางเรียงซ้อนไขว้กัน

ไม่เหมาะสมในการขนส่งระยะไกล หรือเมื่อมีความจำเป็นต้องถ่ายขนพาหนะ มักใช้กับการขนส่งภายในเท่านั้น เช่น ที่ท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน เมื่อบรรจุภัณฑ์ไม่ได้วางซ้อนบนแผ่นรองสินค้า

2. การพันด้วยตาข่าย

ตาข่ายพลาสติกเมื่อนำไปพันรอบสินค้าที่วางเรียงซ้อนบนแผ่นรองรับสินค้าจะช่วยยึดสินค้าให้รวมกันได้อย่างมั่นคง การพันด้วยตาข่ายจะช่วยให้ผักและผลไม้สดถ่ายเทก๊าซ และได้รับลมเย็นได้เร็ว การพันด้วยตาข่ายพลาสติกเหมาะกับบรรจุภัณฑ์ที่เรียงซ้อนเป็นแถว

การใช้ตาข่ายพลาสติกเหมาะกับการขนส่งที่มีขั้นตอนในการขนถ่ายน้อย เช่น ขนส่งจากโรงบรรจุไปยังคลังเก็บของผู้นำเข้าหรือผู้ขายส่งโดยตรง การพันด้วยตาข่ายจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ในการยึดตาข่ายพลาสติกเพื่อให้พันได้แน่น

3. การใช้สายรัดในแนวนอน

การรัดบรรจุภัณฑ์ที่วางอยู่บนแผ่นรองรับสินค้าด้วยสายรัดในแนวนอนจำนวน 1 หรือ 2 เส้นจะช่วยยึดสินค้าให้วางเรียงซ้อนเป็นแถวอยู่ได้โดยไม่ล้ม หากเป็นกล่องกระดาษลูกฟูกควรใช้สายรัดพลาสติก สายรัดเหล็กเหมาะกับการรัดกล่องไม้

การใช้วัสดุหุ้มขอบกล่องเมื่อรัดด้วยสายรัดจะช่วยลดแรงเค้น และลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้แก่บรรจุภัณฑ์ บางครั้งสายรัดจะยึดตัวและหลุดออก การที่จะให้สินค้าวางอยู่บนแผ่นรองรับสินค้าอย่างคงที่นั้นอาจต้องใช้สายรัดหลายเส้นเป็นระยะๆ บรรจุภัณฑ์ควรมีลิ้นหรือเดือยช่วยในการวางเรียงซ้อน หรือใช้กาวทาระหว่างชั้น การมัดกล่องรวมเข้าด้วยกัน เช่น มัดทีละ 3 กล่องอาจช่วยให้การวางเรียงซ้อนคงที่ยิ่งขึ้น

4. การใช้วัสดุป้องกันขอบกล่องตลอดแนว และการใช้สายรัด

วิธีที่จะตรึงสินค้าให้คงที่ที่ดีที่สุดคือ การใช้วัสดุป้องกันขอบกล่องตลอดแนวและการใช้สายรัดวัสดุป้องกันขอบกล่องอาจทำได้ด้วยกระดาษแข็งหลายชั้น พลาสติก หรือ โลหะ โดยมีรูปร่างเหมือนตัว L ถ้าดูพื้นที่หน้าตัด สายรัดมักทำด้วยพลาสติกชนิด โพลีโพรพิลีน สายรัดเหล็กมักใช้บางโอกาส โดยทั่วไปมักจะใช้วัสดุหุ้มขอบของบรรจุภัณฑ์ตลอดแนวตั้งแล้วใช้สายรัด 3-4 เส้น

วิธีนี้เหมาะสำหรับการขนส่งด้วยรถยนต์จากโรงบรรจุถึงคลังสินค้าของผู้นำเข้า และการขนส่งด้วยตู้สินค้า บางครั้งอาจใช้สายรัดเพิ่มในแนวตั้งอีก 2 เส้น เพื่อให้สินค้าคงที่เมื่อใช้วัสดุหุ้มขอบและใช้สายรัดในแนวนอน ควรวางบรรจุภัณฑ์ให้ชิดกันเพื่อที่จะรัดให้แน่นได้ การใช้วัสดุหุ้มขอบแล้วใช้สายรัดต้องใช้เครื่องมือช่วย จึงควรทำที่โรงบรรจุ ไม่ใช่ที่จุดถ่าย

วิธีการอื่นๆเพื่อช่วยในการตรึงสินค้าได้แก่การใช้กระดาษกาวหรือใช้กาวเพื่อยึดติดบรรจุภัณฑ์ระหว่างชั้นการใช้ฟิล์มยึดหรือฟิล์มห่อ เพื่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ให้คงที่บนแผ่นรองรับสินค้านั้น ไม่เหมาะกับการผลิตผลสดเพราะฟิล์มเป็นตัวกั้นการถ่ายเทอากาศและก๊าซ

ผู้ขนส่งสินค้า

การใช้ผู้ขนส่งสินค้าทางอากาศสามารถค่าใช้จ่ายในการขนถ่ายได้มากกว่าการใช้แผ่นรองสินค้าและยังสามารถป้องกันสินค้าไม่ให้เสียหายทางกายภาพได้ดีอีกด้วย จึงมีการพัฒนาอุปกรณ์พิเศษเพื่อช่วยในการขนย้ายผู้สินค้าเหล่านี้

ผู้ขนส่งสินค้าทำความเย็นมีข้อดีในแง่สามารถควบคุมอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์

ความเสียหายที่เกิดขึ้นในระหว่างการลำเรียงและการขนส่ง

1. การกดทับ
2. การสั่นสะเทือน
3. การกระแทก
4. อุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์

2.5 ข้อมูลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.5.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด



ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงในโครงการสตรีตำบลป่าซาง ได้รับความไว้วางใจในด้านคุณภาพจากผู้บริโภคชาวไทย และต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว เนื่องจากชื่อเสียงของถั่วลิสงจากจังหวัดลำพูนที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย

โครงการสตรีตำบลป่าซางได้มีการพัฒนาขบวนการผลิตให้มีความทันสมัย สะอาด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และเพื่อรองรับการขยายตลาด ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

แนวโน้มตลาด

ถั่วลิสงจากจังหวัดลำพูนเป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพ และรสชาติที่อร่อย ทำให้เป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับ และไว้วางใจจากผู้บริโภค ทั้งถั่วลิสงสดและถั่วลิสงแปรรูป

โครงการสตรีตำบลป่าซางได้มีการพัฒนากระบวนการผลิต อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สะอาด อร่อย และเพื่อขยายตลาดไปยังต่างประเทศ

ลักษณะการจำหน่ายถั่วลิสงแปรรูปของ โครงการในปัจจุบันยังเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว ที่ซื้อเป็นของฝาก ของขวัญจากจังหวัดลำพูน

จากการที่ผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ทางโครงการจึงมีโครงการในการขยายตลาดให้มีความกว้างขวาง ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภค โดยมีโครงการจะจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และ ร้านสะดวกซื้อต่างๆ

2.4.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์

ลำไยสด

กลุ่มประเทศที่ส่งออก ได้แก่ จีน ฮองกง สิงคโปร์ และสิงคโปร์

นิยมบริโภคของสด และสีทันสวยงาม โดยมีความเชื่อว่า การบริโภคของสดทำให้สุขภาพแข็งแรง ในการจับจ่ายใช้สอย ผู้ซื้อจะดูที่ความสวยงามของสินค้าก่อนราคา ใฝ่ใจในเรื่องของสุขภาพ นิยมซื้อของในห้างสรรพสินค้า นิยมเลือกซื้อผลไม้ที่คัดเกรด ผลไม้สวยงามสม่ำเสมอ โดยส่วนใหญ่จะซื้อเพื่อบริโภคภายในครอบครัวปริมาณการซื้อโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1-2 กิโลกรัมต่อคน เพราะลำไยสดมีอายุการเก็บรักษาไม่นานนักจึงควรซื้อในปริมาณที่เพียงพอต่อการรับประทานใน 1-2 วัน เพื่อจะได้บริโภคลำไยที่สดและมีคุณภาพ

ลำไยแปรรูป

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการกลุ่มสตรีแม่บ้านป่าซาง มีลักษณะดังนี้คือ

- มีอายุเฉลี่ย 25 ปีขึ้นไป
- รายได้ระดับ C ขึ้นไป
- เอาใจใส่ในเรื่องของสุขภาพ นิยมบริโภคอาหารที่มาจากธรรมชาติ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเฉพาะผัก และผลไม้
- มีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อ พิจารณาในคุณภาพของสินค้า โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของฝากจากจังหวัดลำพูน

2.4.3 ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ลำไยสด

เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก โดยส่งไปประเทศ จีน ฮองกง สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาเก็ต บรรจุในบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก

Retail Packaging ปริมาตรบรรจุ 1 กิโลกรัม

Outer Packaging ปริมาตรบรรจุ 6 กิโลกรัม

ลำไยแปรรูป

ลักษณะการจำหน่ายในปัจจุบัน เน้นการจำหน่ายตามร้านขายของฝาก ของที่ระลึก, ร้านค้าตามตลาดขายส่งต่างๆ เช่น ตลาด อตก. เป็นต้น รวมทั้งจัดจำหน่ายตามแหล่งแสดงสินค้าต่างๆ เช่น Otop

2.4.4 สถานที่จำหน่าย

ลำไยสด

จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตประเทศจีน ฮองกง สิงคโปร์ และสิงคโปร์

ลำไยแปรรูป

ทางโครงการกลุ่มสตรีแม่บ้านป่าซาง ได้วางแผนงานในการเพิ่มช่องทางจำหน่ายไว้ดังนี้

1. ร้านค้า สหกรณ์ในจังหวัดลำพูน และร้านขายของฝาก
2. ศูนย์แสดงสินค้าพื้นเมือง และงานออกร้านต่างๆ
3. ร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ต ทั่วประเทศ

2.4.5 ฤดูกาลและระยะเวลาในการจำหน่าย

ลำไยสด

ฤดูกาลในการจำหน่ายอยู่ในช่วงเดือน กรกฎาคม-สิงหาคม แต่ปัจจุบันสามารถผลิตลำไยได้ตลอดทั้งปี

ลำไยแปรรูป

มีการจำหน่ายตลอดปี

2.4.6 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ จึงสามารถสรุปผลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้

SWOT ANALYSIS

จุดแข็ง (STRENGTH)

- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และมีสรรพคุณทางยา
- สามารถแปรรูปเป็นอาหารได้หลากหลาย
- รสชาติ หอม หวาน อร่อย
- เป็นผลิตภัณฑ์ลำไยจากจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นจังหวัดที่ชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพ และรสชาติของลำไย

จุดอ่อน (WEAKNESS)

- กลุ่มสตรีตำบลป่าซางเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีเงินทุนหมุนเวียนไม่มากนัก จึงมีอุปสรรคในเรื่องการพัฒนาเครื่องจักรในการผลิต เพราะมีราคาแพง
- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมไม่กว้างขวางมากนัก ต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์

โอกาส (OPPORTUNITIES)

- ปัจจุบันได้มีการตื่นตัวในเรื่องของการรักษาสุขภาพ ซึ่งจะเห็นได้จากคนส่วนใหญ่หันมาบริโภคอาหารผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย จึงมีโอกาสดีในการเติบโต และขยายตลาดเข้าสู่ผลิตภัณฑ์อาหารจากธรรมชาติเพื่อสุขภาพ
- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปสามารถรับประทานได้ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายที่กว้าง โดยจะเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มคนวัยทำงาน เพราะเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อ และใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- ผลิตภัณฑ์ลำไยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะมีรสชาติหวาน หอม อร่อย อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อร่างกาย และมีสรรพคุณทางยา จึงมีโอกาสดีในการขยายตลาดไปยังตลาดต่างประเทศ
- จังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องลำไยในเรื่องของคุณภาพและรสชาติ จึงนำมาเป็นจุดขาย
- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปยังคู่แข่งในท้องตลาดที่ชัดเจน จึงเป็นโอกาสในการเป็นผู้นำในเรื่องของผลิตภัณฑ์ลำไย เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำและไว้วางใจ

อุปสรรค (THREATS)

- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปยังเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมยังไม่กว้างขวางมากนัก เมื่อเทียบกับผลไม้แปรรูปอื่นๆ จึงจำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ในการพัฒนาเครื่องจักร เพื่อให้ได้การผลิตที่ทันสมัย และสามารถผลิตได้จำนวนมากเพื่อรองรับตลาดที่กว้างขึ้น ต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมาก

กลยุทธ์ทางการตลาด (MARKETING MIX STEATEGIES)

ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)

- ปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น
- กัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ
- ปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตปัจจุบันที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวก รวดเร็ว
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
- จุดขายคือ ผลิตภัณฑ์จากกล้วยคุณภาพ รสชาติอร่อย

ราคา (PRICE)

กลยุทธ์ในการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่าย และกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดราคาปานกลางถึงค่อนข้างสูง เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายหลัก วัยทำงาน รายได้ C ขึ้นไป เพื่อเป็นการยกระดับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

สถานที่จำหน่าย (PLACE)

- ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าสะดวกซื้อ
- ร้านค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ศูนย์แสดงสินค้าพื้นเมือง และงานออกร้านต่างๆ
- ร้านค้า สหกรณ์ในจังหวัดลำพูน และร้านขายของฝาก

การส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย เป็นสากล เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น มีระดับมากขึ้น สามารถเป็นของฝากของขวัญ อีกทั้งยังรองรับการขยายตลาดไปต่างประเทศ
- มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย
- ออกบู๊ทงานแสดงสินค้า โดยมีการแนะนำสินค้า โดยการให้ชิมผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.5 ข้อมูลคู่แข่ง

2.5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องถิ่น

คู่แข่ง	คู่แข่ง
ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปยังไม่คู่แข่งที่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์แปรรูปในตลาดส่วนใหญ่เป็น ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ผลิตภายในครัวเรือน หรืออุตสาหกรรมขนาดเล็กใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีเพียงฉลากแปะบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อบอกรายละเอียดต่างๆ	สินค้าผลไม้แปรรูปเช่น ทูเรียน, มะขามแปรรูป เป็นต้น และสินค้าอาหารแปรรูปในโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ระดับ 4-5 ดาว ซึ่งมีบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และมีการออกแบบ ที่สวยงาม

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.6.1 ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ลำไยสด

ลักษณะของตลาดต่างประเทศ

ตลาดต่างประเทศ เป็นตลาดที่แต่ละประเทศจะมีลักษณะเฉพาะตัว

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทราบความต้องการของผู้ตั้งสินค้า ซึ่งแต่ละประเทศมีความต้องการที่แตกต่าง
กันไป ตามลักษณะของแต่ละประเทศ

ฮ่องกง

นิสัยการบริโภคของชาวฮ่องกง : นิยมบริโภคของสด และสีน้ำตาลสวยงาม โดยมีความเชื่อว่า การ
บริโภคของสดทำให้สุขภาพแข็งแรง ในการจับจ่ายใช้สอย ผู้ซื้อจะดูที่ความสวยงามของสินค้านำก่อน
แล้วจึงพิจารณาราคา เนื่องจากชาวฮ่องกงมีกำลังซื้อสูง การตัดสินใจซื้อจึงรวดเร็ว หากสินค้านำมี
คุณภาพ และสวยงามตามต้องการ

ประเทศจีน

ตลาดจีนมีโอกาสขยายการส่งออกได้ยิ่งยวด เนื่องจากจีนมีประชากรจำนวนมาก ประมาณ 1,300
ล้านคน ชาวจีนนิยมบริโภคผลไม้ และพอใจในรสชาติของผลไม้ไทย ประเทศไทยและสาธารณรัฐ
ประชาชนจีน ได้มีข้อตกลงในการลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ ลงเหลือ 0 เปอร์เซ็นต์ เกษตรกร ที่
มีศักยภาพในการส่งออก จะสามารถผลิตและส่งออกประเภทผักและผลไม้เข้าไปจำหน่ายในจีน
ได้สะดวกมากขึ้น

ประเทศสิงคโปร์

ประชากร 4.19 ล้านคน เป็นประเทศที่นำเข้าลำไยจากไทยเป็นจำนวนมากรองจากฮ่องกงและจีน

ผู้บริโภครุ่นเป้าหมายลำไยสด

เพศ :

* เพศหญิง (ประมาณ 70 %)

* เพศชาย (ประมาณ 30 %)

อายุ : อายุโดยเฉลี่ย 25 ปีขึ้นไป

ระดับฐานะ : มีรายได้ระดับ C+ ขึ้นไป

ลักษณะผู้ซื้อ :

นิยมบริโภคของสด และสีน้ำตาลขม โดยมีความเชื่อว่า การบริโภคของสดทำให้สุขภาพแข็งแรง ในการจับจ่ายใช้สอย ผู้ซื้อจะดูที่ความสวยงามของสินค้าก่อน แล้วจึงพิจารณาราคา

จุดประสงค์ในการซื้อ :

* เพื่อเป็นของขวัญ ของฝาก (ประมาณ 30 %)

* เพื่อบริโภค (ประมาณ 70 %)

ระดับการศึกษา : ระดับปานกลางขึ้นไป

ลักษณะการดำรงชีวิต : รักสุขภาพ พิถีพิถันในการเลือกซื้อเครื่องอุปโภค บริโภค โดยเน้นเรื่องของคุณภาพมากกว่าราคา นิยมบริโภคผลไม้ไทย

ลำไยแปรรูป

ผู้บริโภครุ่นเป้าหมายลำไยแปรรูปหลักเดิม

เพศ :

* เพศหญิง (ประมาณ 80 %)

* เพศชาย (ประมาณ 20 %)

อายุ : อายุโดยเฉลี่ย 25 ปีขึ้นไป

ระดับฐานะ : มีรายได้ระดับ C ขึ้นไป

ลักษณะผู้ซื้อ :

- * นักท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน (ประมาณ 70 %)
- * คนในจังหวัดลำพูน (ประมาณ 10 %)
- * จากจังหวัดอื่น (ประมาณ 20 %)

จุดประสงค์ในการซื้อ :

- * เพื่อเป็นของขวัญ ของฝาก (ประมาณ 80 %)
- * เพื่อบริโภค (ประมาณ 20 %)

ระดับการศึกษา : ระดับปานกลางขึ้นไป

ลักษณะการดำรงชีวิต : รักสุขภาพ พิถีพิถันในการเลือกซื้อเครื่องอุปโภค บริโภค โดยเน้นเรื่องของคุณภาพมากกว่าราคา นิยมบริโภคผลไม้ไทย

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

ประเภทของบรรจุภัณฑ์อาจจำแนกได้ 3 ประเภท ตามลักษณะหน้าที่ในการใช้งาน

- บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก :
- บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง
- บรรจุภัณฑ์รวมหน่วยใหญ่

บรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อได้รับพร้อมสินค้าเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกจะรวมอยู่ในบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง หน้าที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งคือการคุ้มครองผลิตผลจนถึงตลาดขายปลีก

ถ้าโยสค

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกหมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุผลิตผลในหน่วยย่อยเพื่อขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

ปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกบรรจุผลิตผลเพื่อการขายปลีก

- ความต้องการในการคุ้มครองผลิตผลนั้นๆ
- การขนส่ง และเวลาที่เก็บในคลังสินค้า
- ราคาของวัสดุและค่าใช้จ่ายในการบรรจุ และคัดเลือกที่จุดต่างๆ
- ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการเก็บในคลังสินค้า การเตรียมการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกที่นิยมใช้โดยทั่วไป

- **ฟิล์มพลาสติก** : ใช้สำหรับห่อ ทำจากโพลีเอทิลีน หรือโวนิลคลอไรด์ในลักษณะของฟิล์ม หด หรือยืด
- **ถุง** : มีทั้งที่ทำจากกระดาษและฟิล์มพลาสติกชนิดโพลีเอทิลีนหรือโพลิโพรพิลีนที่เจาะรู หรือปรู นอกจากนี้ยังมีการทำจากตาข่ายพลาสติก
- **ถาด** : มีทั้งชนิดก้นดึ้นและก้นลึก ทำด้วยเยื่อกระดาษขึ้นรูป, กระดาษแข็ง, พลาสติกขึ้นรูป ร้อน, แผ่นโฟมโพลิสไตรีนขึ้นรูปร้อน, การใช้งานของถาดเหล่านี้จะใช้คู่กับการหุ้มด้วย ฟิล์มพลาสติก
- **พูนเนต (PUNNETS)** : หรือตะกร้าเล็ก บางทีมีหูจับ อาจทำด้วยไม้บาง, เยื่อกระดาษขึ้นรูป, กระดาษแข็ง, พลาสติกขึ้นรูปร้อน หรือพลาสติกอีกแบบชนิดฉีดหุ้มด้วยฟิล์มพลาสติกหรือ ปิดด้วยวัสดุอื่น

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งผักและผลไม้สดที่ใช้ในประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาด ยุโรปนั้น ส่วนมากจะเป็นลังไม้ ,กล่องกระดาษลูกฟูก, กล่องกระดาษแข็ง, ลังพลาสติก และถุงทำ จากพลาสติกหรือกระดาษ นอกจากนี้ยังมีการใช้บรรจุภัณฑ์อื่นๆ เป็นส่วนน้อย ได้แก่ กล่อง พลาสติกและกล่องโฟมโพลิสไตรีน สำหรับขนส่งไม้ไผ่นั้นนิยมใช้เป็นส่วนน้อย โดยทั่วไปส่งใน ประเทศในแถบเอเชีย

การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ชนิดใดนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ ราคา และวัสดุที่หาง่ายในประเทศ ผู้ส่งออก รวมทั้งร่องการ ในการกระจายสินค้า ระบบในการขนส่งและตลาด

กล่องกระดาษลูกฟูก

กล่องกระดาษลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้กันมากในการบรรจุผักและผลไม้สด ถ้าบรรจุ ผลผลิตมีน้ำหนักมากกว่า 140 กก. มักจะใช้แผ่นลูกฟูกชนิด 2 ชั้น ลอนบี- ซี หรือ บี-เอ สำหรับ กล่องชั้นเดียว และทำตัวกล่องสำหรับกล่อง 2 ชั้น ถ้าเป็นกล่องที่บรรจุผลผลิตไม่มากนัก มักใช้ กล่องกระดาษลูกฟูก 1 ชั้น ลอนบี หรือลอนซี

กระดาษคราฟท์ที่ทำจากเยื่อสนที่บริสุทธิ์และ ไม่ฟอกสี เหมาะสำหรับทำกระดาษหิวกล่อง เพราะ มีความต้านทานต่อการฉีกขาดสูง มีความเหนียว และดูดความชื้นจากอากาศได้น้อย

การเคลือบผิวด้านในของกล่องกระดาษลูกฟูกด้วยไซพาราฟินหรือ โพลีเอทาลีน จะช่วยการซึม ผ่านความชื้นจากผลผลิตสู่กระดาษลูกฟูก เพราะความชื้นมีส่วนช่วยให้กล่องมีความแข็งแรงลดลง ถึง 50 % การใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงทำหิวกล่องจะช่วยให้กล่องมีความแข็งแรง

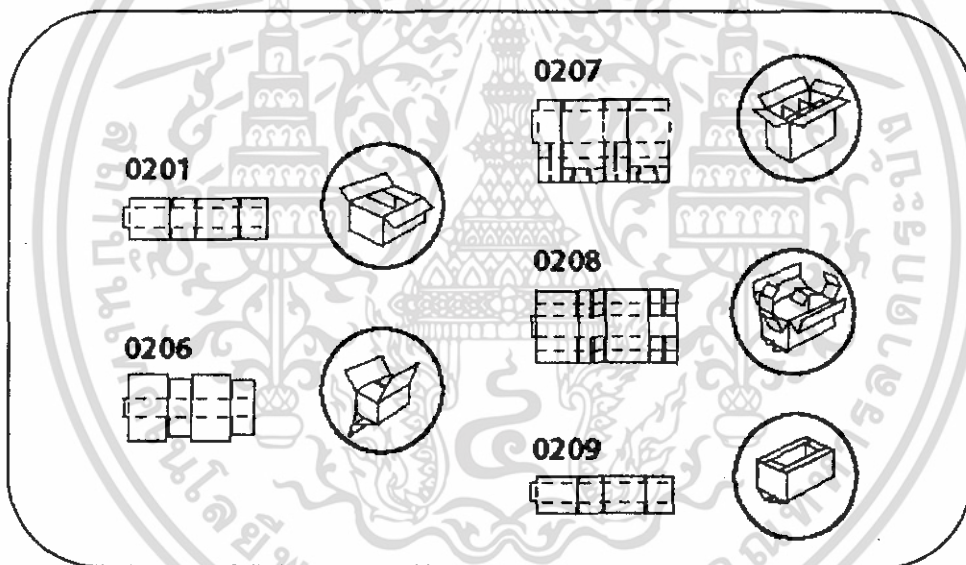
* หมายเหตุ : กล่องกระดาษลูกฟูกที่เคลือบด้วยไขมันหรือโพลีเอทาลีน อาจนำไปหมุนเวียนใช้ใหม่ไม่ได้ ดังนั้นหากใช้กล่องกระดาษ ข้อควรคำนึง คือ

1. ต้องไม่เคลือบไขมัน
 2. ไม่ใช้ลวดเย็บ
 3. ใช้กาวหรือหมึกพิมพ์ที่ใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย
 4. หากเคลือบด้วย ไขมันหรือโพลีเอทาลีน ความหนาจะต้องไม่น้อยกว่า 10 ไมโครเมตร เพื่อแยกพลาสติกออกก่อน และสามารถนำกระดาษมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้อีก
- การต่อกล่องด้านข้างของกล่องกระดาษลูกฟูก (manufacture's joint) : อาจใช้ลวดเย็บ ตัดกาว หรือใช้เทป ส่วนมากนิยมติดกล่องด้วยกาว

กล่องกระดาษลูกฟูกสำหรับนิยมนำไปใช้บรรจุผักและผลไม้สด

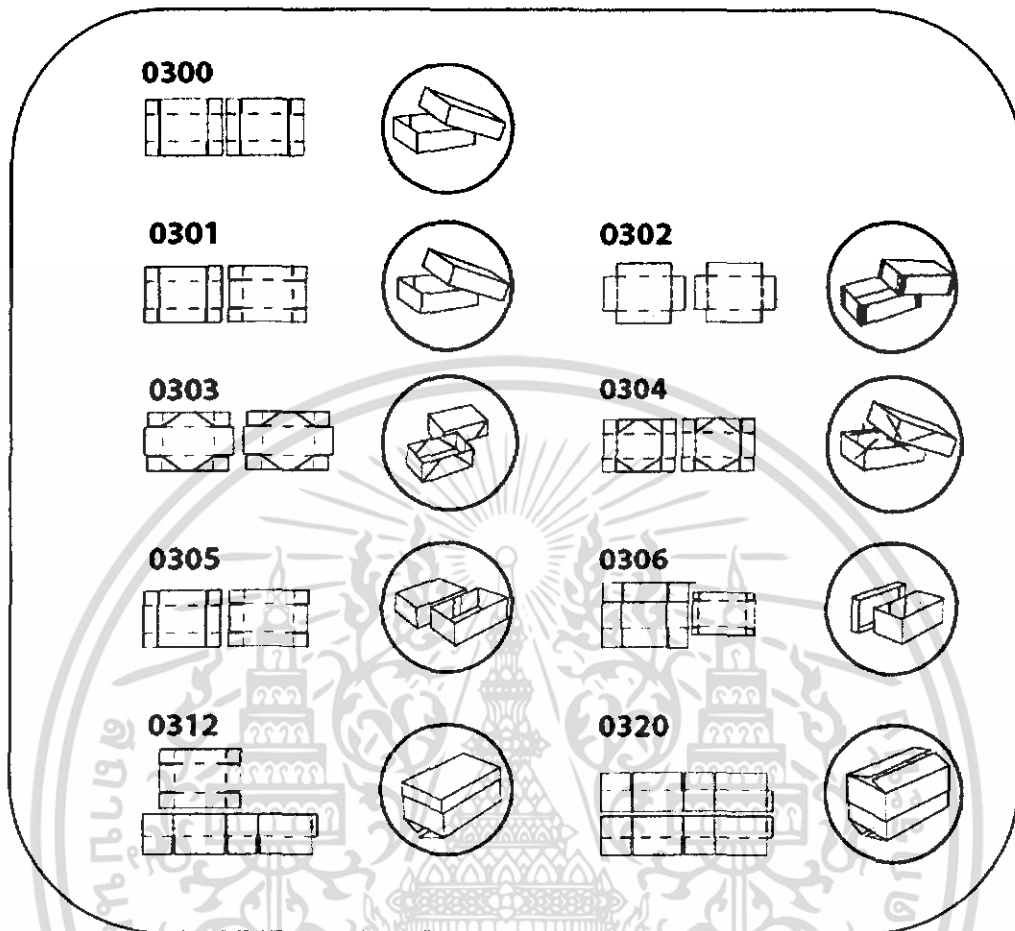
- กล่องสี่เหลี่ยม (รหัส 02)

เป็นกล่องขึ้นเคียวต่อโดยใช้ลวดเย็บ ใช้กาว หรือใช้แถบกาว



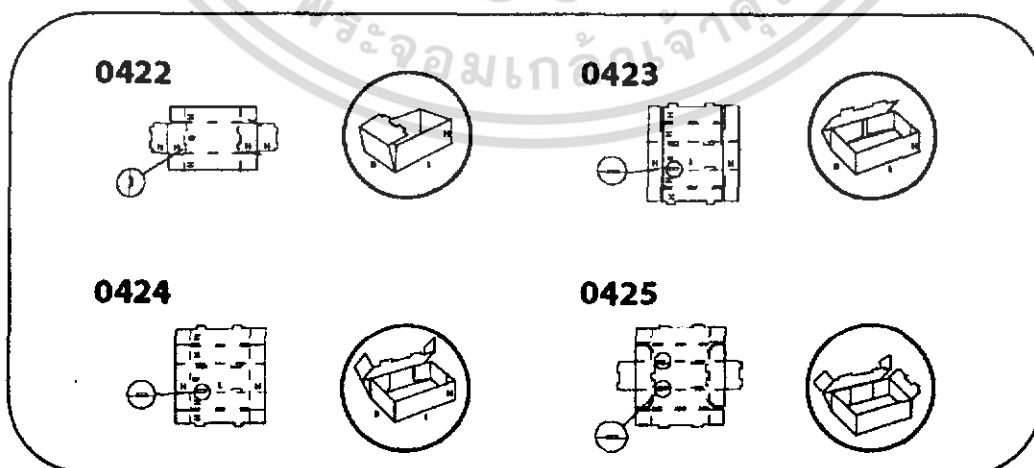
- กล่องสี่เหลี่ยม 2 ชั้น (รหัส 03)

เป็นกล่อง 2 ชั้น โดยมีฝาสวมทับตัวกล่อง โดยอาจสวมทับตัวกล่องมิดหรือไม่มิดก็ได้ แต่ถ้าหากฝา
สวมตัวกล่องมิดปิดพอดี จะเพิ่มความแข็งแรงให้กล่องมากขึ้น



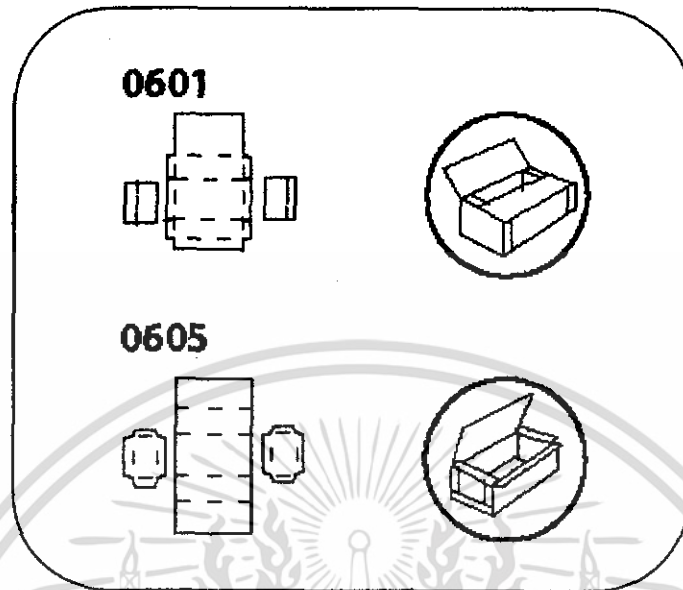
- กล่องพับขึ้นรูป (รหัส 04)

เป็นกล่องคานคัท การขึ้นรูปกล่องและการพับรอย ทำไปพร้อมกันโดยไม่ต้องใช้รูดเคีบหรือแถบ
กาว



- กล่องมีความแข็งแรงพิเศษ (รหัส 06)

กล่องชนิดนี้จะมีด้านข้าง 2 ข้างแยกจากตัวกล่อง ขึ้นรูปโดยใช้ลวดเย็บหรือใช้กาว



- กล่องปิดด้านบน มีลักษณะเป็นถาด
การขึ้นรูปเป็นลักษณะเดียวกับกับกล่องพับขึ้นรูป

- กล่องที่ใช้วัสดุอื่นช่วยเสริม

กล่องชนิดนี้อาจใช้ไม้เย็บติดด้านข้าง หรือพลาสติกเสริมขอบเพื่อเพิ่มความแข็งแรง และเพื่อการ
เรียงซ้อนมั่นคง

การขึ้นรูปและการปิดกล่องกระดาษลูกฟูก

1. การใช้แถบกาว

การใช้แถบกาว เหมาะกับกล่องบางรูปแบบ ผิวกระดาษของกล่องจะต้องมีผิวที่เกาะกันได้ดี
กระดาษจะต้องไม่ดูดความชื้นจากกล่องเร็วเกินไป นอกจากนี้ผิวกล่องจะต้องไม่เคลือบด้วยสาร โฟ
ลิเอทิลีน หรือ ไซพาราฟีน

2. การใช้ลวดเย็บ

วัสดุที่มีเยื่อใยสั้น ไม่เหมาะกับการใช้ลวดเย็บ และต้องระวังไม่ให้ลวดเย็บสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ การใช้
ลวดเย็บมีข้อดี คือแผ่นกระดาษลูกฟูกจะถูกยึดลวดเย็บ ผิวหน้าของกล่องจะมีลักษณะอย่างไรก็ได้
แต่ต้องทนต่อการฉีกขาด เมื่อมีความชื้นเพิ่มขึ้นระหว่างการขนส่ง

3. การทากาว

การทากาวเป็นการขึ้นรูปกล่องหรือปิดกล่องด้วยกาว โดยต้องต้องรู้คุณสมบัติของกาวที่ใช้เป็นอย่างดี
คือ รวมถึงระยะเวลาที่กาวจะติดแน่น

4. การบรรจุ

ควรระวังเรื่องการเรียงซ้อนทับ ควรมีวัสดุช่วยในการบรรจุ เช่น แผ่นกั้น หรือถาด และผลิตผลควรมีขนาดสม่ำเสมอ เพื่อให้บรรจุได้แน่นเป็นชั้นๆ

โดยทั่วไปการบรรจุอาจทำได้ 2 วิธี

การเรียงเป็นชั้นหรือการใส่ให้แน่น โดยเรียงเป็นระเบียบ เพื่อไม่ให้ผลไม้เคลื่อนที่และเพื่อลดการเสียดสีที่อาจเกิดขึ้น โดยการสัมผัสเทือนระหว่างการขนส่งและการขนถ่าย

กล่องกระดาษแข็ง

กล่องกระดาษแข็งเป็นกล่องอีกประเภทหนึ่งที่นิยมใช้ขนส่งผักและผลไม้สด โดยมีรูปแบบของกล่องเช่นเดียวกับกล่องกระดาษลูกฟูก มีความต้านทานที่ม้ทะลุ และการต้านทานอากาศที่เปียกชื้นได้ดีกว่ากล่องกระดาษลูกฟูก แต่มีความสามารถในการรับแรงกดเมื่อเรียงซ้อนต่ำกว่ากล่องกระดาษลูกฟูก

ถาดและลังพลาสติก

รูปแบบถาดและลังพลาสติกที่ใช้ขนส่งพืชผลสดส่วนใหญ่จะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมมีความลึกไม่มากนัก และเปิดด้านบน ในการขนส่งมักปิดด้านบนของลังด้วยฟิล์มพลาสติก ลังเหล่านี้มักผลิตด้วยวิธีอัดแบบฉีด (Inject moulding) โดยมีบริเวณมุมทั้งสี่เป็นถ้วยรองรับ และให้ความมั่นคงในการเรียงซ้อน

การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

หน้าที่สำคัญของกราฟิกนอกจากจะให้ความสวยงามแล้ว ยังมีหน้าที่ในการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ

1. เพื่อแจ้งปริมาณสินค้าและการขนส่ง ขนถ่ายและการกระจาย
 2. เพื่อแจ้งชนิดของสินค้าและผู้เกี่ยวข้องในการผลิตและจำหน่าย
- ระบบในการจำหน่ายต้องการความรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องมีข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง

การทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์

การทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์ควรรวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น

- ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิต
- รุ่นและ/ หรือเวลาที่ผลิต
- หากข้อกำหนดระบุ ควรแสดงเครื่องหมายรับรองคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ด้วย

- เครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์นอกจากจะใช้เพื่อควบคุมคุณภาพแล้ว ยังช่วยในการควบคุมจำนวนสินค้าที่เหลือและการส่งเพิ่มจัดจำหน่ายอีกด้วย
- ผู้ผลิตและผู้ใช้สินค้ามีจุดสนใจร่วมกันที่ต้องการเห็นสินค้าชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่สินค้าเสียหายหรือสูญหาย ผู้ผลิตสินค้านั้นจะทำเครื่องหมายบนบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการควบคุมคุณภาพและส่งเสริมการขาย

เครื่องหมายเพื่อใช้ในการขนถ่ายและขนส่ง

ความสำเร็จส่วนหนึ่งในการขนถ่ายสินค้าอย่างปลอดภัย และเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดขึ้นอยู่กับการทำฉลากที่ถูกต้อง

ข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณาการทำฉลาก

- ข้อมูลที่จำเป็นต้องแจ้ง
- ขนาด รูปร่าง และสีในการนำเสนอ
- ตำแหน่งของข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์

ข้อมูลที่ต้องแจ้งบนฉลาก

- ชื่อผลิตภัณฑ์ : ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์จะต้องเห็นชัดเจน ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสากลแล้วจะต้องบอกถึงชนิด (species) ของผลิตภัณฑ์ไว้ด้วย ได้มีข้อเสนอแนะให้แจ้งถึงลักษณะและชนิดของผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าใจผิดในการขนถ่ายและขนส่ง บางครั้งต้องแจ้งพันธุ์ (variety) ของผลิตภัณฑ์ไว้ด้วย และควรเป็นชื่อทางการค้า โดยไม่ใช่ชื่อทางพฤกษศาสตร์
- ชั้นคุณภาพ : ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการจัดทำมาตรฐานสากลไว้แล้ว จะต้องจัดประเภทและทำเครื่องหมายให้ตรงกับชั้นคุณภาพ (Quality criteria) ที่กำหนดไว้ในมาตรฐาน
- ชนิดของผลิตภัณฑ์ : ต้องแจ้งให้ตรงกับที่กำหนดไว้ในมาตรฐานหรือตามหลักการปฏิบัติในการค้าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ
- ความบริบูรณ์ (maturity) : โดยทั่วไปไม่มีกฎหรือความต้องการทางการค้า ให้แจ้งความบริบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ แต่ผลิตภัณฑ์บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกันควรมีความบริบูรณ์สม่ำเสมอ
- ปริมาณ : อาจแจ้งปริมาณสุทธิหรือจำนวนร่วมกับขนาดของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กมักแจ้งปริมาณสุทธิไว้บนบรรจุภัณฑ์ การแจ้งน้ำหนักควรใช้หน่วยเมตริก (กก. หรือ ก.) ถ้าในบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกอยู่ด้วย ควรแจ้งจำนวนและ

- ชนิดของบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกไว้ด้วย เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค การแจ้ง
น้ำหนักของบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้การตรวจนับเป็นไปด้วยความรวดเร็ว
- เวลาที่บรรจุ : ข้อแนะนำไม่ได้กำหนดให้แจ้งเวลาในการบรรจุ แต่ถ้ามีการแจ้งวันที่บรรจุ
ไว้ด้วยจะช่วยในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่ง

การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่ง ช่วยในการขนถ่ายในแต่ละจุดจนกว่าจะถึงปลายทาง
เนื่องจากการขนถ่ายและขนส่งอาจทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง ดังนั้นจึงต้องมีสัญลักษณ์
ต่างๆ เพื่อช่วยให้บรรจุภัณฑ์วางเรียงอย่างถูกต้อง

ภาษาที่ใช้

เพื่อให้การขนส่งเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว ส่วนมากจะใช้ 2 ภาษา คือ อังกฤษ และ
ฝรั่งเศส

ตำแหน่งของเครื่องหมาย

ควรใช้พื้นที่ทุกด้านของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นประโยชน์ บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปเหลี่ยมด้านปลายให้
แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และมีข้อความเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน หรืออาจใช้ด้านปลายด้านใดด้าน
หนึ่งแสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และอีกด้านหนึ่งแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการขนส่ง ส่วนด้านอื่นๆ
นั้นต้องออกแบบให้แตกต่างออกไปเพื่อให้เห็นข้อมูลที่ด้านปลายได้รวดเร็วและชัดเจนระหว่าง
การขนส่ง

ข้อความที่ต้องแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ด้านปลายประกอบด้วย

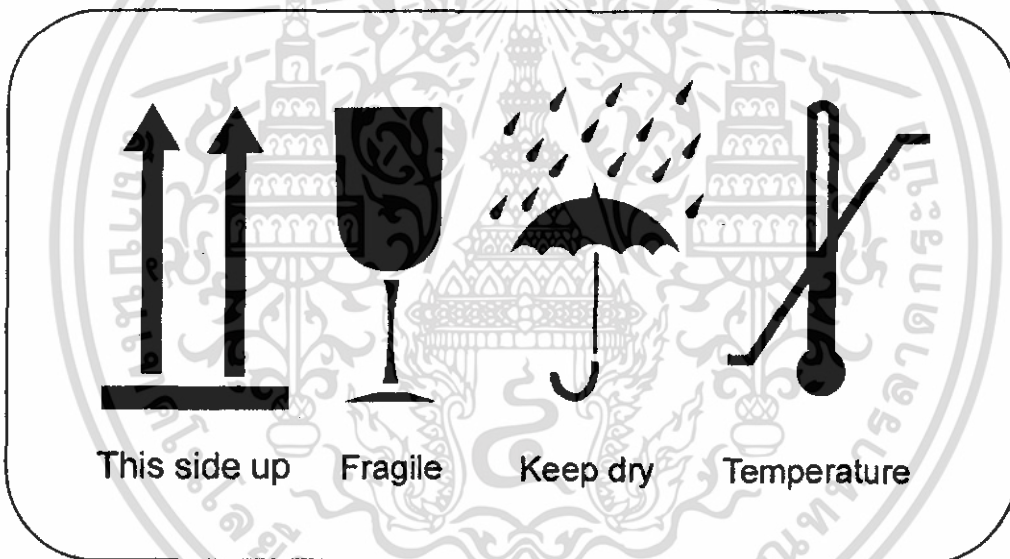
- ชื่อและที่อยู่ของผู้บรรจุหรือผู้ส่ง
- ประเภทของผลิตภัณฑ์ ชื่อ พันธุ์
- แหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์
- ข้อกำหนดทางการค้า
 - ชั้นคุณภาพ
 - ขนาด
 - น้ำหนักสุทธิ น้ำหนักรวม
 - หากแตกต่างจากมาตรฐานที่กำหนดไว้ ต้องแจ้งรหัสและจำนวนไว้ด้วย

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ขนส่งทางอากาศ ควรมีที่ว่างบนด้านปลายของกล่อง เพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการ
ขนส่ง ที่ว่างนี้ใช้แจ้งชื่อผู้รับ และท่าอากาศยานปลายทาง ข้อความเหล่านี้อาจใช้วิธีตีตาราง หรือ
ติดฉลากเพิ่มเติม ส่วนมากใช้ฉลากขนาด 14 x 10 ซม.และไม่ได้มีการกำหนดเป็นมาตรฐาน

ข้อความเกี่ยวกับการขนถ่าย

การใช้เครื่องหมายในการขนถ่ายควรให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่จัดทำโดยองค์การมาตรฐานระหว่างประเทศ คือ ISO 780 หรือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คือ มอก. 286-2521

- ด้านบน (This side up) : ข้อความแสดงการเรียงบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม ระหว่างการขนส่งและการเก็บในคลังสินค้า ควรใช้สัญลักษณ์ซึ่งดีกว่าการใช้ตัวหนังสือ
- แดกหักง่าย (Fragile) : ข้อความแสดงการแตกหักง่ายและใช้สัญลักษณ์ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ตัวหนังสือ ควรพิมพ์สัญลักษณ์บนด้านปลายของบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 ข้าง
- เก็บในที่แห้ง (Keep dry) : ข้อแนะนำในการเก็บผลิตผลในสภาพที่แห้ง
- อุณหภูมิ (temperature) : อุณหภูมิที่เหมาะสมในการเก็บและขนส่งผลิตผลสด มักใช้สัญลักษณ์ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความที่ไม่เจาะจง เช่น keep cool
ผลิตผลที่ไวต่ออุณหภูมิ และผลิตผลจำนวนมากควรพิมพ์อุณหภูมิสูงสุดและต่ำสุด และควรพิมพ์ด้านปลายทั้ง 2 ข้าง



ฉลากใบแปรรูป

วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ฉลากใบแปรรูป

กระดาษ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม แบ่งกระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ออกเป็น 2 แบบ

- กล่องกระดาษแข็ง : กระดาษแข็งหลายชั้นซึ่งมีผิวหน้าด้านหนึ่งของกระดาษเหมาะสำหรับการพิมพ์แบ่งออกเป็น 2 ชนิด
 - กระดาษกล่องเคลือบ คุณสมบัติผิวด้านที่พิมพ์เคลือบด้วยผงสีเพื่อให้ผิวเรียบ
 - กระดาษกล่อง ไม่เคลือบ คุณสมบัติผิวด้านที่พิมพ์ไม่ได้เคลือบด้วยผงสี

พลาสติก

พลาสติกที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ในโครงการมีดังนี้

- โพลีเอทิลีน (Polyethylene – PE)

เป็นพลาสติกชนิด Thermoplastic แบ่งเป็น 3 ชนิดคือ

- ชนิดที่มีความหนาแน่นมาก
- ชนิดที่มีความหนาแน่นปานกลาง
- ชนิดที่มีความหนาแน่นน้อย

ทั้ง 3 ชนิดมีคุณสมบัติโดยทั่วไปคือใสและมีน้ำหนัก

ชนิดที่มีความหนาแน่นน้อย อ่อน สามารถพับได้

ชนิดที่มีความหนาแน่นมากจะมีเนื้อแข็งกว่า มีคุณสมบัติที่แข็งแรงทนทานกว่า ทนทานต่อสารเคมีได้ดีเยี่ยมที่อุณหภูมิปกติ กงขนาดได้ดีมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับกรรมวิธีผลิตแบบ Blow และ Injection Moulding มีคุณสมบัติพอใช้จนถึงดีสำหรับกรรมวิธีผลิตแบบ Termoforming มีราคาค่อนข้างถูก นำไปใช้ทำขวดชนิดที่ได้จากการผลิตแบบเป่า ทำกระปุก ทำขวด ทำกล่อง ทำภาชนะบรรจุเครื่องดื่ม

- โพลีพรอพิลีน (Polypropylene – PP)

เป็นพลาสติกชนิดใส นิยมทำบรรจุภัณฑ์น้ำมันพืชและน้ำดื่ม ในรูปของฟิล์ม PET มักผ่านกระบวนการจัดเรียงโมเลกุลทั้ง 2 ทิศทางแล้ว เนื่องจากมีความใส และทนทานต่อสารเคมีได้ดีกว่า PE ธรรมดา

- ขวดพลาสติก

นิยมใช้แทนขวดแก้ว เพราะผลิตได้ง่ายและต้นทุนในการผลิตถูกกว่า

- ซลิ่งค์ แพคเกจจ (SHRING PACKAGE)

สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างรัดกุม ไม่ว่าผลิตภัณฑ์จะมีรูปร่างแบบใด โดยไม่ย่น สามารถเห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และช่วยป้องกันฝุ่นละออง

- ฟอรั่มฟิลซีล (form-fill-seal)

ในปัจจุบันการผลิตถุงพลาสติกและบรรจุภัณฑ์สินค้าในระดับอุตสาหกรรมนิยมใช้เครื่องจักรอัตโนมัติที่เรียกว่า ฟอรั่มฟิลซีล กล่าวคือ เครื่องจะนำฟิล์มพลาสติกเพื่อขึ้นรูปและปิดผนึกให้เป็นถุง

- **ถุง :** นิยมใช้โพลีเอทิลีนในการผลิต เพราะมีความแข็งแรง ทนทาน ราคาถูก ผ่านกระบวนการผลิตถุงได้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
- การปิดผนึกถุงพลาสติกจำแนกตามจำนวนรอยปิดผนึกได้ดังนี้
- การปิดผนึก 2 ด้าน
 - การปิดผนึก 3 ด้าน
 - การปิดผนึก 4 ด้าน

การพิมพ์ การตกแต่ง และการปิดฉลาก

ระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้มีอยู่ 4 ประเภท

- **การพิมพ์ฝังบน (Letter press)**
 - Letter press

ใช้พิมพ์บนกระดาษ เช่นกระดาษแข็งกระดาษพับถุงกระดาษ มีข้อเสียคือ จะเกิดรอยบุ๋มหลังกระดาษ ขอบภาพ และอักษรไม่ชัดเจน

- Flexo

ใช้พิมพ์กล่องกระดาษลูกฟูก ถุงกระดาษ ถุงพลาสติก
- **การพิมพ์ร่องลึก ระบบกราเวียร์** ลงบนผิววัสดุ ได้หลายประเภท เช่น Plastic อลูมิเนียมฟรอยด์ กล่องกระดาษพับ กระดาษห่อของขวัญ
- **การพิมพ์พื้นราบ ระบบออฟเซต** ได้รับความนิยมทั่วโลก งานโปสเตอร์ โฆษณา แผ่นพับ โบรชัวร์
- **Silkscreen** นิยมพิมพ์ลงบนวัสดุโค้ง เช่นแก้ว พลาสติก กระป๋องโลหะ ที่ผ่านการขึ้นรูปมาแล้ว

การปิดฉลากแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- **การทากาวแล้วกลิ้งตัด**

ใช้ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์เป็นทรงกลม โดยจะกลิ้งบรรจุภัณฑ์ไปตามราง แล้วทากาวบนบรรจุภัณฑ์ เมื่อทำการกลิ้งต่อไปบรรจุภัณฑ์จะติดฉลากขึ้นมาด้วย เมื่อกลิ้งครบรอบจะมีการทากาวบริเวณปลายอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้บริเวณปลายฉลากปิดสนิท

- **เครื่องปิดฉลากแบบทากาวที่ฉลากแล้วส่งผ่านไปติด** เป็นการติดฉลากส่วนหน้าหรือหลังของบรรจุภัณฑ์ มีหลักการทำงานคือ ฉลากจะถูกทากาวด้วยลูกกลิ้งไว้แล้วจึงนำฉลากมาติดบนภาชนะในตำแหน่งที่ต้องการ

- เครื่องปิดฉลากสติ๊กเกอร์ ตัวฉลากจะมีราคาค่อนข้างแพง แต่มีความสะดวกในการใช้งาน ไม่ว่าจะติดด้วยมือหรือใช้เครื่องจักร

2.7.1 การเลือกใช้วัสดุของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์				วัสดุ
	กล่อง	ขวด	กระป๋อง	ซอง	
ลำไยสด	●				กระดาษลูกฟูก ลอน E, C
แยมลำไย		●			PET
ลำไยกวน	●				PET
คุกกี้ลำไย	●			●	กระดาษแข็ง
หอฟฟี่	●			●	กระดาษแข็ง

● Primary Pack
● 2nd Pack

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์				วัสดุ
	กล่อง	ขวด	กระป๋อง	ซอง/ถุง	
ลำไยผงพร้อมซอง	●			●	กระดาษ
ลำไยสีทอง	●	●			PET กระดาษ
ลำไยอบแห้ง	●			●	กระดาษ
น้ำลำไย	●		●		โลหะ / กระดาษ
ไวท์ลำไย		●			แก้ว

● Primary Pack
● 2nd Pack

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.8.1 ฉลาก

ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543 เรื่องฉลากกำหนดประเภทอาหารที่ต้องแสดงฉลากไว้ 3 ประเภท

1. อาหารควบคุมเฉพาะ

หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้เป็นอาหารที่อยู่ในการควบคุมเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐาน อาหารประเภทนี้จะต้องมีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนด ต้องขอขึ้นทะเบียนคำสำหรับอาหารอนุญาตใช้ฉลากอาหาร จึงจะสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายได้ โดยผลิตภัณฑ์ในโครงการที่เข้าข่ายอาหารควบคุมเฉพาะ ได้แก่

1. น้ำแร่
2. สีสผสมอาหาร
3. น้ำมันและไขมัน
4. น้ำมันถั่วเหลือง
5. น้ำมันปาล์ม
6. น้ำมันมะพร้าว
7. นมโค
8. นม
9. อาหารสำหรับผู้ต้องการควบคุมน้ำหนัก
10. นมแข็ง
- 11.
12. ไอศกรีม
13. นมปรุงแต่ง
14. ผลิตภัณฑ์ของนม
15. นมเปรี้ยว
16. น้ำมันเนย
17. ครีม
18. นมคัดแปร่งสำหรับทารก และนมคัดแปร่งสูตรต่อเนื่องสำหรับทารก
19. เนยเทียม
20. วัตถุปรุงอาหาร
21. อาหารกึ่งสำเร็จรูป
22. ซอสบางชนิด
23. น้ำส้มสายชู
24. น้ำปลา
25. วัตถุเจือปนอาหาร
26. แยม เยลลี่ และมามาเลดในภาชนะที่ปิดสนิท
27. ชา
28. น้ำบริโภคในภาชนะที่ปิดสนิท
29. เครื่องดื่มในภาชนะที่ปิดสนิท
30. เครื่องดื่มเกลือแร่
31. น้่านมถั่วเหลืองในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
32. กาแฟ
33. น้ำแข็ง
34. อาหารทารกและอาหารสูตรต่อเนื่องสำหรับทารก
35. อาหารเสริมสำหรับทารกและเด็ก
36. อาหารที่ภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
37. รอยัลเยลลี่ และผลิตภัณฑ์รอยัลเยลลี่
38. อาหารที่มีโซเดียมซัลเฟต
39. น้ำผึ้ง

2. อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

อาหารประเภทนี้ต้องกำหนดคุณภาพหรือกำหนดมาตรฐาน ดังนั้นโรงงานผู้ผลิต ผู้นำเข้าต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหารแต่ไม่ต้องขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำหรับอาหาร อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร มีทั้งหมด 5 ชนิด

- น้ำที่เหลือจากโมโนโซเดียมกลูตาเมต
- ชอกโกแลต
- ไข่เยี่ยวม้า
- ผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่ได้จากการย่อยโปรตีนถั่วเหลือง
- ข้าวเสริมวิตามิน

2. อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานที่ยกเว้น ไม่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร 1 ชนิดคือ เกลือบริโภค

3. อาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก

สามารถแบ่งได้เป็นได้เป็น 4 ประเภทคือ

1. อาหารที่รัฐมนตรีกำหนดว่าต้องเป็นอาหารที่มีฉลากผู้ผลิต ผู้นำเข้าต้องยื่นขออนุญาตใช้ฉลาก มีทั้งหมด 12 ชนิด ได้แก่

- แป้งข้าวกล้อง
- น้ำเกลือปรุงรส
- ซอสในภาชนะบรรจุปิดสนิท
- ขนมะปราง
- อาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ

อาหารสำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรค หรือมีสภาพผิดปกติทางร่างกาย

อาหารสำหรับบุคคลที่วัตถุประสงค์ในการบริโภคสินค้าเป็นพิเศษ

- หมากฝรั่งและลูกอม
- วัสดุสำเร็จรูปและขนมเยลลี่
- อาหารฉายรังสี
- อาหารที่มีวัตถุกันชื้นรวมอยู่ในภาชนะ
- อาหารที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้
- วัสดุแต่งกลิ่นรส

- ผลิตภัณฑ์กระเทียม

2. อาหารที่ต้องมีฉลากแต่ไม่ต้องยื่นขออนุญาตผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าปฏิบัติได้เลย 3 ชนิด

- ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ได้แก่ ลูกชิ้น ไส้กรอก หมูขยอ กุนเชียง และผลิตภัณฑ์ในทำนองเดียวกันที่ภาชนะบรรจุพร้อมจำหน่าย

- อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภค

- อาหารพร้อมปรุง

3. อาหารนำเข้าหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักรที่ต้องแจ้งรายละเอียดของอาหาร (จดแจ้ง) ได้แก่ พืช ผัก และผลไม้ที่อยู่สภาพสด รวมทั้งแช่เย็นหรือแช่แข็ง

4. อาหารนำเข้าในราชอาณาจักรนอกเหนือจาก 3)-3)3) จะต้องยื่นอนุญาตใช้รายละเอียดบนฉลากอาหาร

ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) และ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2525) ฉลากจะต้องมีข้อความเป็นภาษาไทย ข้อความในฉลากมีลักษณะเห็นได้ชัด อ่านได้ง่าย สีของข้อความตัดกับสีของพื้นฉลาก ต้องแสดงรายละเอียดดังนี้

1) ชื่ออาหาร

1.1 การตั้งชื่ออาหารจะใช้ชื่อใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้

- ชื่อเฉพาะอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่เรียกกันตามปกติ เช่น ขนมปัง น้ำดื่ม ข้าวเกรียบกุ้ง หมูขยอ เป็นต้น

- ชื่อแสดงประเภทหรือชนิดอาหาร เช่น น้ำมันปาล์ม น้ำปลาแท้ ไอศกรีมหวานเย็น เกลือปรุงอาหาร

- ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้ต้องมีข้อความแสดงประเภท หรือชนิดอาหารกำกับชื่ออาหารด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวกันหรือคนละบรรทัดก็ได้ ขนาดของตัวอักษร ของประเภทหรือชนิดจะไม่เท่ากับชื่อทางการค้าก็ได้ แต่ต้องมองเห็นได้ชัดเจน และเหมาะสมต่อขนาดฉลาก

1.2 ชื่ออาหารต้องไม่โอ้อวด เป็นเท็จ หลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อเข้าใจผิด หรือขัดต่อวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย

1.3 ใช้ข้อความต่อเนื่องในแนวนอน ในกรณีอาจแสดงได้หมดในบรรทัดเดียว อาจแยกเป็น 2 บรรทัดได้

1.4 ขนาดตัวอักษรเท่ากัน (ให้รวมถึงความสูง ความหนาของตัวอักษรด้วย และใช้สีเดียวกัน ความเข้มสีเท่ากัน

1.5 กรณีที่ชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศด้วย ขนาดตัวอักษรที่แสดงชื่อภาษาไทยต้องไม่เล็กกว่าขนาดชื่ออักษร ภาษาต่างประเทศ ทั้งความสูงและความหนา

2) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก โดยแสดงไว้ในส่วนที่สำคัญของฉลาก

2.1 อาหารที่เป็นผลหรือแห้งหรือกึ่งแห้งต้องแสดงปริมาณสุทธิ

2.2 อาหารลักษณะกึ่งแข็งกึ่งเหลวให้แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิก็ได้ กรณีแยกเนื้อกับน้ำได้ต้องแจ้งน้ำหนักเนื้อด้วย

2.3 อาหารที่เป็นของเหลวให้แจ้งเป็นปริมาตรสุทธิ

2.4 อื่นๆต้องแจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ

3) วันเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุการใช้หรือวันเดือนปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดีโดยมีข้อความว่า ผลิต และ/หรือ แบ่งบรรจุ หรือ หมดอายุ หรือ ควรบริโภคก่อนแล้วแต่กรณี ข้อความนี้อาจแสดงไว้ด้านหน้าหรือด้านหลัง กรณีแจ้งไว้ด้านหน้าของภาชนะบรรจุให้แจ้งส่วนหน้าฉลากไว้ให้ดู วยเดือนปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อนที่ใด

4) เลขทะเบียนตำหรับอาหาร หรือข้อมูลที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารแล้วแต่กรณี

4.1 จะแสดงเลขทะเบียนตำหรับอาหารได้ต่อเมื่อ ได้รับใบสำคัญหรือขึ้นทะเบียนตำหรับอาหารแล้ว สำหรับอาหารที่ต้องขึ้นทะเบียนตำหรับอาหาร

4.2 แสดงเลขที่อนุญาตใช้ฉลากได้ต่อเมื่อ ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารแล้วสำหรับอาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลาก

4.3 การใช้รูปสัญลักษณ์ที่สำนักงานอาหารและยากำหนด

5) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้บรรจุเพื่อจำหน่าย หรือสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิต หรือผู้แบ่งบรรจุก็ได้ อาหารที่นำเข้าให้แสดงชื่อประเทศผู้ผลิตด้วย

6) ส่วนประกอบสำคัญคิดเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณและแสดงเรียงลำดับจากมากไปน้อย กรณีที่เป็นอาหารที่ต้องเจือจางหรือละลายก่อนบริโภค ให้แสดงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญดังกล่าวของอาหารเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก

7) ถ้าฉลากมีเครื่องหมายการค้าแสดง ต้องมีคำว่า เครื่องหมายการค้า หรือคำว่าตรา กำกับไว้ด้วย ขนาดตัวอักษรของ เครื่องหมายการค้า ต้องเห็น ได้ชัด สำหรับคำว่า ตรา ต้องมีขนาดอย่างน้อยกึ่งหนึ่งของตรานั้นๆ

8) คำแนะนำในการเก็บรักษา เช่น กรณีที่อาหารต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิที่ต่ำกว่าภาวะปกติ

9) วิธีการปรุงเพื่อรับประทาน เช่น น้ำหวานเข้มข้น หรือเครื่องคั้นผลไม้ที่ต้องแจ้งวิธีเจือจางก่อนบริโภค เป็นต้น

10) ข้อความ วัตถุประสงค์เสีย ถ้ามีการใช้

11) ข้อความ แต่งสีธรรมชาติ หรือแต่งกลิ่นธรรมชาติ หรือ แต่งกลิ่นสังเคราะห์ หรือ แต่งรสธรรมชาติ แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

12) ข้อความ เจือสีธรรมชาติ หรือ เจือกลิ่นสังเคราะห์ แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

13) ข้อความ ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (...)" ให้ระบุชนิดวัตถุปรุงแต่งรสอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (มงจรส)" โดยแจ้งปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก

14) ข้อความที่สำนักงานอาหารและยากำหนดให้มี ได้แก่

14.1 คำว่า อย่าใช้สิ่งขทรก ด้วยตัวอักษรเส้นทีบสีแดงสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีขาว ลีกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก สำหรับอาหารประเภทนมข้นหวาน นมคีนรูปหวาน นมแลงไขมัน นมผงขาคมันเนย นมผงพร่องมันเนย นมข้นขาคมันเนยคีนรูปไม่หวาน นมข้นขาคมันเนยคีนรูปหวาน

14.2 คำว่า อย่าใช้สิ่งขทรกแทนนมแม่ ด้วยตัวอักษรเส้นทีบสีแดงสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีขาว ลีกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก สำหรับอาหารประเภทอาหารเสริมสำหรับเด็ก

14.3 คำว่า เด็กสตรีไม่ควรรับประทาน และ ผู้ป่วยควรปรึกษาแพทย์ก่อนรับประทาน ด้วยตัวอักษรเส้นทีบสีแดงสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีขาว ลีกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก สำหรับเครื่องดื่มที่ใช้คาเฟอีนและน้ำตาลเป็นส่วนประกอบหลัก

14.4 คำว่า เด็กทารกไม่ควรรับประทาน ด้วยตัวอักษรเส้นทีบสีแดงสูงไม่น้อยกว่า 3 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีขาว ลีกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก สำหรับอาหารประเภทเครื่องดื่มเกลือแร่

14.5 คำว่า ห้ามรับประทาน ด้วยตัวอักษรเส้นทีบสีแดงสูงไม่น้อยกว่า 1 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีขาว ลีกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก สำหรับอาหารประเภทน้ำมันและไขมันจากพืชหรือสัตว์ทุกชนิดซึ่งใช้เป็นอาหาร แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์อย่างอื่นนอกจากใช้รับประทานหรือปรุงอาหาร

15) วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารก หรือเด็กอ่อนหรือบุคคลกลุ่มใด โดยเฉพาะ

16) ฉลากที่มีข้อความรูปภาพ รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าต้องไม่เป็นไปในทำนองโอ้อวด และต้องไม่มีความหมายทำให้เข้าใจว่าเป็นชื่ออาหาร อันเป็นเท็จ หรือหลอกลวงให้หลงเชื่อ หรืออาจทำให้เข้าใจผิดว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อรูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ ผสมอยู่ในอาหาร โดยไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรคุณได้

17) ฉลากของอาหารต้องมีข้อความรูปภาพ รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์อื่นไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

ข้อความที่ต้องแสดงส่วนหน้าของกระดาษ

1 ชื่ออาหาร

2 ปริมาณสุทธิ

3 วันเดือนปีที่ผลิต หรือ เดือนปีที่ผลิต หรือ วันเดือนปีที่หมดอายุ

เลขทะเบียนคำรับอาหาร

อาหารควบคุมเฉพาะที่ผู้ผลิตเข้าขายเป็นโรงงานที่ได้รับอนุญาตผลิตอาหาร หรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักร จะต้องได้รับใบอนุญาตขึ้นทะเบียนคำรับอาหาร และผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าต้องแสดงเลขทะเบียนคำรับอาหารนี้ไว้บนฉลากอาหารนั้น ดังนี้

1) รูปแบบการแสดงผลทะเบียนคำรับอาหาร เช่น สีของกรอบต้องตัดกับพื้นฉลาก สีพื้นภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหารต้องอยู่ภายในกรอบ ขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

2) ในกรอบสี่เหลี่ยม ตัวอักษรแรกจะต้องเป็น ผ หรือ ส

- อักษร ผ หมายถึงผลิตในประเทศ

- อักษร ส หมายถึงสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร

3) อักษรตัว ส หรือ ผ จะมี 1-3 ตัว เป็นอักษรย่อแสดงประเภทของอาหารควบคุมเฉพาะ เช่น

- ผค หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะที่ประเภทชอคโกแลตซึ่งผลิตในประเทศไทย

- สท หมายถึงอาหารควบคุมเฉพาะที่ประเภทชาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

4) ตัวเลขหลังตัวอักษรแสดงลำดับที่ได้รับเลขทะเบียนคำรับอาหารในพุทธศักราชที่ระบุไว้ด้านหลังเครื่องหมาย .../... เช่น

- ผช.8/2538 หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะที่ประเภทน้ำส้มสายชูที่ผลิตในประเทศไทยได้รับเลขทะเบียนคำรับอาหารปีพุทธศักราช 2538 ลำดับที่ 8

เลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร

อาหารที่ต้องยื่นอนุญาตให้ใช้ฉลาก เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะต้องแสดงเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากบนฉลาก ดังนี้

- 1) รูปแบบของการแสดงเลขที่อนุญาตฉลากอาหาร
- 2) การใช้ตัวอักษรแสดงประเภทของอาหารและแหล่งผลิต เป็นสัญลักษณ์เดียวกับการใช้แสดงเลขคำสำหรับอาหาร แต่เพิ่มอักษร จ ไว้ข้างหน้า 1 ตัว

2.9.2 รหัสแท่ง (Bar Code)

รหัสแท่งหรือบาร์โค้ดเป็นเลขหมายประจำตัวสินค้า ผู้ประกอบการรายใดที่ได้ลงทะเบียนกับสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งประเทศไทยจะได้หมายเลขประจำขององค์กร และเมื่อองค์กรนั้นกำหนดหมายเลข 5 หน่วยให้แก่สินค้าแล้ว หมายเลขประจำสินค้านั้นๆจะเป็นหมายเลขเฉพาะของสินค้านั้นๆ โดยไม่มีสินค้าใดๆในโลก จะมีหมายเลขซ้ำอีก เนื่องจากการจัดระบบให้หมายเลขเป็นระบบเดียวกันทั่วโลก

ระบบรหัสแท่งที่ใช้กัน

EAN (Europe Article Number) กลุ่มประเทศยุโรปจัดตั้งคณะทำงานด้านวิชาการ เพื่อสร้างระบบบาร์โค้ดขึ้นในปี พ.ศ. 2520 ระบบ EAN ได้ใช้กันอย่างแพร่หลาย ยกเว้นประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ปัจจุบันใช้ชื่อสมาคม EAN international มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุง บริสเซล เบลเยียม สำหรับประเทศไทยกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสัญลักษณ์รหัสแท่งตามระบบมาตรฐานของ EAN โดยมีสถาบันสัญลักษณ์แห่งประเทศไทยของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนดเลขหมายประจำตัวให้แก่สินค้าอุปโภค บริโภคของแต่ละบริษัท

ระบบ EAN ยังแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อยคือ

1. ระบบ EAN-13 (Standard Version) ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดกลางและใหญ่
2. ระบบ EAN- 8 (Shot Version) ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีเล็ก

รหัสแท่งที่ทางสำนักมาตรฐานอุตสาหกรรมอนุญาตให้ใช้กับสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศ เป็นระบบทางยุโรป (EAN) ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ส่วนที่ให้คอมพิวเตอร์อ่าน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ ประกอบด้วยสีเข้ม และสีอ่อนที่มีความกว้างแตกต่างกัน

2. ส่วนที่เป็นเลขอารบิก เป็นตัวเลขที่มีไว้อ่าน พิมพ์อยู่ส่วนล่าง ประกอบด้วยตัวเลข 13 ตัว มีความหมายดังนี้

2.1 ตัวเลข 3 ตัวแรก

เป็นเลขหมายของแต่ละประเทศหรือสินค้าพิเศษ เช่น 885 เป็นหมายเลขประจำประเทศไทย หรือ 978-979 เป็นหมายเลขที่ใช้กับหนังสือที่รู้จักกันในนามของ ISBN โดยหนังสือของเมืองไทยกำหนดเป็นหมายเลข 974 เช่น หนังสือเล่มนี้มีหมายเลข ISBN 974 86523 1 9

2.2 ตัวเลข 4 ตัวถัดมา

จะเป็นตัวเลขรหัสประจำองค์กรที่สมัครกับสถาบัน การกำหนดมีระบบแน่นอนเพื่อป้องกันรหัสสมาชิกซ้ำกัน

2.3 ตัวเลข 5 ตัวหลัง

ถัดจากตรงเส้นกั้นกลาง คือหมายเลขประจำตัวสินค้า ที่ตั้งเอง

2.4 ตัวเลขสุดท้าย

เป็นตัวตรวจสอบของคอมพิวเตอร์ เพื่อพิสูจน์ว่าตัวเลขที่อยู่ข้างหน้านั้นถูกต้องหรือไม่

การทำงานของระบบรหัสแท่ง

เริ่มจากผู้ผลิตกำหนดหมายเลขประจำตัวของสินค้าแต่ละชนิดแล้วนำหมายเลขนั้นแปลงเป็นรหัสแท่งที่มีสัญลักษณ์แท่งสีเข้มสลับกับสีอ่อน และมีขนาดความกว้างแตกต่างกัน แล้วนำพิมพ์ลงบนฉลากหรือตัวบรรจุภัณฑ์

การอ่านรหัสกระทำโดยการนำไปผ่านเครื่องมือที่เรียกว่าสแกนเนอร์ ซึ่งใช้ระบบแสงส่องไปยังรหัสแท่งแล้ววัดแสงที่สะท้อนกลับ จากความกว้างที่ไม่เท่ากันของแถบสีเข้มสลับกับสีอ่อน แสงที่สะท้อนกลับนี้จะส่งผลไปยังคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลที่อ่านได้ ทำให้ทราบว่าเป็นสินค้าประเภทใด ระบบคอมพิวเตอร์ที่วางโปรแกรมไว้แล้วก็จะสั่งการให้ทำงานตามต้องการ เช่น คัดสต็อกสินค้าที่จำหน่ายไป เป็นต้น

ข้อควรปฏิบัติในการออกแบบบรรจุภัณฑ์พร้อมรหัสแท่ง

- 1) ขนาดความกว้างของรหัสแท่ง ควรจะเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด การขยายหรือย่อส่วนควรปรึกษาที่สถาบัน ฯ ก่อนอย่างไรก็ตาม ความสูงของรหัสแท่ง ไม่ควรน้อยกว่า 15 มิลลิเมตร

- 2) พื้นที่ว่างก่อนและหลังตัวสัญลักษณ์หัดแต่ง ควรมากกว่า 3.6 มิลลิเมตร ทั้ง 2 ข้าง พื้นที่ว่างทั้ง 2 ข้างมักถูกละเลยทำให้การอ่านไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร
- 3) การพิมพ์สัญลักษณ์บาร์โค้ดบนหีบห่อวัสดุโปร่งใส จะทำให้แสงที่ออกมาจากเครื่องสแกนเนอร์มองผ่านทะลุวัสดุที่ทำให้เกิดปัญหาในการอ่าน เช่น พลาสติกที่มีสีนวล เมื่อไม่มีการพิมพ์พื้นที่ว่างด้านหลังแท่งบาร์ เวลาอ่านเครื่องสแกนเนอร์จะมองเห็นวัสดุนั้นโปร่งใส จึงไม่เหมาะที่จะใช้วัสดุนั้นเป็นพื้น ด้านหลังของบาร์โค้ดของพลาสติกใส จึงควรใช้สีพิมพ์เป็นพื้นด้านหลังของแท่งบาร์ อาทิ สีขาว เหลือง ส้ม ฯลฯ
- 4) สีน้ำตาลเข้มเป็นสีมืดจึงเป็นสีของแท่งบาร์ได้ แต่ต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากสีน้ำตาลมีส่วนผสมของสีแดงอยู่ด้วย ถ้ามีส่วนผสมของสีแดงมากเกินไป สแกนเนอร์อาจประสบปัญหาในการแยกสีระหว่างแท่งบาร์โค้ดได้
- 5) ความหนาของสีพิมพ์ต่างกัน แม้จะเป็นสีเดียวกันก็ตาม ก็มีผลต่อประสิทธิภาพในการอ่าน
- 6) ควรหลีกเลี่ยงการใช้สีสะท้อนแสง สำหรับทำแท่งบาร์ และพื้นที่ว่างด้านหลังของแท่งบาร์ เพราะสีสะท้อนแสงทำให้เครื่องสแกนเนอร์อ่านบาร์โค้ดได้ยากหรืออ่านไม่ได้เลย
- 7) ผลิตภัณฑ์ที่มีหีบห่อเป็นผ้าหรือบรรจุโปร่งไม่อยู่ตัว ไม่สามารถพิมพ์หัดแต่งได้ เนื่องจากเส้นใยจะทำให้เครื่องสแกนเนอร์อ่านผิดพลาดได้ วิธีที่ดีที่สุดคือ การพิมพ์หัดแต่งบนแผ่นป้านสินค้าที่แขวนติดกับตัวสินค้านั้น

2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบต่างๆที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ

2.9.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดลำพูน

ลำพูน

เป็นจังหวัดที่เล็กที่สุดในภาคเหนือ มีเนื้อที่ 4,407 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,800 ฟุต มีแม่น้ำสำคัญไหลผ่าน 4 สาย คือ แม่น้ำปิง แม่น้ำกว๊ง แม่น้ำทา และแม่น้ำลี้ แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองลำพูน อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอแม่ทา อำเภอลี้ อำเภอทุ่งหัวช้าง อำเภอบ้านธิ และกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง

ลำพูน

เป็นจังหวัดที่เก่าแก่ที่สุดในภาคเหนือ เดิมมีชื่อว่า “นครหริภุญชัย” สร้างเมื่อ พ.ศ. 1200 โดยฤาษีวาสุเทพ ได้เกณฑ์พวกเมงคนครเชื้อสายมอญมาสร้างระหว่างแม่น้ำ 2 สาย คือ แม่น้ำปิง และแม่น้ำกว๊ง เมื่อสร้างเสร็จได้เชิญพระธิดาพระมหากษัตริย์แห่งกรุงละโว้ พระนามว่า “จามเทวี” มาครองเมือง มีกษัตริย์ครองเมืองหลายราชวงศ์ จนมาถึงสมัยกรุงธนบุรี เจ้ากาวิละได้รับการสนับสนุนจากพระเจ้ากรุงธนบุรี ทำการขับไล่พม่าจนสำเร็จได้ไปครองเมืองเชียงใหม่ และให้เจ้าคำฝั้นน้องชายครองเมืองลำพูน ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ลำพูนมีฐานะเป็นเมืองขึ้น มีเจ้าผู้ครองนครสืบต่อกันมาจนถึงพลตรีเจ้าจักรคำจรศักดิ์เป็นเจ้าผู้ครองนคร และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 จึงได้ยกเลิกตำแหน่งเจ้าผู้ครองนคร

สัญลักษณ์

รูปพระธาตุหริภุญชัย เจดีย์ในดวงตราหมายถึงพระธาตุหริภุญชัยซึ่งกล่าวกันว่ามิพระบรมธาตุของพระพุทธเจ้าประดิษฐานอยู่ นับเป็นปูชนียสถานสำคัญ เป็นที่เคารพนับถือของชาวเมืองและจังหวัดใกล้เคียง

คำขวัญ

พระธาตุเด่น พระรอดขลัง ลำไยดัง กระเทียมดี ประเพณีงาม จามเทวี ศรีหริภุญชัย



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาจากผู้ผลิต คือโครงการพัฒนาสตรีตำบลป่าซาง ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ลำใยแปรรูป ผลิตภัณฑ์ลำใยในโครงการ เดิมทางโครงการ ได้เน้นเฉพาะกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศเพียงอย่างเดียว โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ปัจจุบันทางโครงการได้แผนที่จะขยายกลุ่มลูกค้า และตลาดให้กว้างมากขึ้น โดยมีโครงการที่ส่งออก รวมถึงขายในห้างสรรพสินค้า และ ร้านค้าสะดวกซื้อต่างๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น และเพื่อความสะดวกต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการเลือกซื้อสินค้า

โครงการพัฒนาสตรีตำบลป่าซาง ได้มีการผลิต และพัฒนาการแปรรูปลำใยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีคุณภาพ และเป็นที่ไว้วางใจต่อผู้บริโภค โดยได้รับความร่วมมือจากภาครัฐบาล รวมถึงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้เป็นที่ปรึกษาฝ่ายวิชาการ ในด้านการผลิต และ สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน และเทศบาลป่าซางให้การสนับสนุนในด้านการบริหารและการจัดการ ขบวนการผลิตและจำหน่าย การเงินและการบัญชี

กลุ่มเป้าหมายเดิมของโครงการพัฒนาสตรีตำบลป่าซาง คือนักท่องเที่ยวอายุ 25 ปีขึ้นไป มีจุดประสงค์หลักคือซื้อเป็นของขวัญของฝาก ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการที่ต้องรักษาไว้ เพราะเป็นกลุ่มลูกค้าที่เหนียวแน่นของโครงการพัฒนาสตรีตำบลป่าซาง กลุ่มเป้าหมายใหม่ เน้นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่รักษาสุขภาพ ชอบบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ อายุ 25 ขึ้นไป ชอบซื้อของในรูปแบบเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อต่างๆ

ผลิตภัณฑ์ในโครงการ จึงมีการออกแบบปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมาย และตลาดใหม่ซึ่งเป็นตลาดหลักของโครงการคือ 70 % โดยมีการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้บรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย

และเพื่อความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มคือกลุ่มเป้าหมายเดิมที่เน้นนักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของขวัญของฝาก (30 %) และกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ซื้อเพื่อบริโภค (70%) ทางโครงการได้กำหนดลักษณะภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้

Brand Concept

โครงการพัฒนาสตรีตำบลป่าซาง ได้มีการผลิต และพัฒนาการแปรรูปลำไยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และเพื่อส่งออกในอนาคต จึงเกิด brand concept คือ ลำไยคุณภาพ จากแหล่งผลิตคุณภาพ (Quality thai longan)

Product Concept

ผลิตภัณฑ์ในโครงการเน้นคุณภาพของสินค้า ตั้งแต่กระบวนการคัดสรรวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต รวมถึงกระบวนการการผลิตที่สะอาด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จึงเกิดเป็น Product Concept คัดสรรวัตถุดิบธรรมชาติ ผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย ผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพสู่ผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ในโครงการแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ โดยมีขอบเขตของโครงการดังนี้

1. กลุ่มลำไยสด

โดยเน้นตลาดต่างประเทศ (จีน, ฮองกง และสิงคโปร์)

2. กลุ่มลำไยแปรรูป

- * ลำไยพร้อมขงชนิดผง
- * เครื่องคั้นน้ำลำไย
- * ไวท์ลำไย
- * ลำไยอบแห้งทั้งเปลือก
- * ลำไยอบแห้งไร้เปลือก (ลำไยสีทอง)
- * แยมลำไย
- * ลูกกัลำไย
- * ทอฟฟี่ลำไย
- * ลำไยกวน

สรุปผลทางการตลาด

ตลาดลำไยแปรรูปมีช่องทางการตลาดในการที่จะเติบโต เนื่องจากผู้บริโภคหันมานิยมบริโภคอาหารธรรมชาติ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน จึงเป็นไปได้ที่จะขยายตลาดสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับ โครงการสตรีตำบลป่าซาง โดยการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในโครงการดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT)



เน้นในเรื่องของคุณภาพ ดังนี้

- ปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น
- คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ
- ปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตปัจจุบันที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวก รวดเร็ว
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้สามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
- จุดขายคือ ผลิตภัณฑ์จากลำไยคุณภาพ รสชาติอร่อย

ราคา (PRICE)

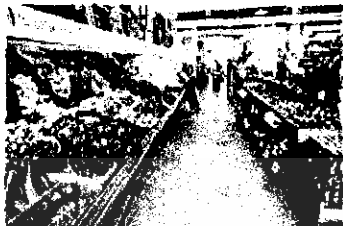


กลยุทธ์ในการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่าย และกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกำหนดราคาปานกลางถึงค่อนข้างสูง เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายหลัก วัยทำงาน รายได้ C ขึ้นไป เพื่อเป็นการยกระดับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

สถานที่จำหน่าย (PLACE)



- ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าสะดวกซื้อ
- ร้านค้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- ศูนย์แสดงสินค้าพื้นเมือง และงานออกร้านต่างๆ
- ร้านค้า สหกรณ์ในจังหวัดลำพูน และร้านขายของฝาก

การส่งเสริมการขาย (PROMOTION)



- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย เป็นสากล เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น มีระดับมากขึ้น สามารถเป็นของฝากของขวัญ อีกทั้งยังรองรับการขายตลาดไปต่างประเทศ
- มีการจัดการส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย
- ออกบู๊ในงานแสดงสินค้า โดยมีการแนะนำสินค้า โดยการให้ชิมผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

สรุปข้อได้เปรียบ – เสถียรภาพของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

SWOT ANALYSIS

จุดแข็ง (STRENGTH)

- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และมีสรรพคุณทางยา
- สามารถแปรรูปเป็นอาหารได้หลากหลาย
- รสชาติ หอม หวาน อร่อย
- เป็นผลิตภัณฑ์ล้ำไยจากจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นจังหวัดที่ชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพ และรสชาติของลำไย

จุดอ่อน (WEAKNESS)

- กลุ่มสตรีตำบลป่าซางเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีเงินทุนหมุนเวียนไม่มากนัก จึงมีอุปสรรคในเรื่องการพัฒนาเครื่องจักรในการผลิต เพราะมีราคาแพง
- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมไม่กว้างขวางมากนัก ต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์

โอกาส (OPPORTUNITIES)

- ปัจจุบันได้มีการตื่นตัวในเรื่องของการรักษาสุขภาพ ซึ่งจะเห็นได้จากคนส่วนใหญ่หันมาบริโภคอาหารผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย จึงมีโอกาสดีในการเติบโต และขยายตลาดเข้าสู่ผลิตภัณฑ์อาหารจากธรรมชาติเพื่อสุขภาพ
- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปสามารถรับประทานได้ทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายที่กว้าง โดยจะเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มคนวัยทำงาน เพราะเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อ และใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- ผลิตภัณฑ์ลำไยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะมีรสชาติหวาน หอม อร่อย อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อร่างกาย และมีสรรพคุณทางยา จึงมีโอกาสดีในการขยายตลาดไปยังตลาดต่างประเทศ
- จังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องลำไยในเรื่องของคุณภาพและรสชาติ จึงนำมาเป็นจุดขาย
- ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปยังคู่แข่งในท้องตลาดที่ชัดเจน จึงเป็นโอกาสในการเป็นผู้นำในเรื่องของผลิตภัณฑ์ลำไย เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำและไว้วางใจ

อุปสรรค (THREATS)

- ผลិតภัณฑ์ถ้าไยแปรรูปยังเป็นที่ยึดและได้รับความนิยมนยังไม่กว้างขวางมากนัก เมื่อเทียบกับผลไม้แปรรูปอื่นๆ จึงจำเป็นต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ในการพัฒนาเครื่องจักร เพื่อให้ได้การผลิตที่ทันสมัย และสามารถผลิตได้จำนวนมากเพื่อรองรับตลาดที่กว้างขึ้น ต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมาก

Unique selling point

ผลិតภัณฑ์คุณภาพ จากธรรมชาติ (Quality thai longan)

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของผลិតภัณฑ์ในขอบเขตทั้งหมด รวมถึงคุณสมบัติที่บรรจุภัณฑ์ควรมี 4 ประการ คือ

- ด้านการบรรจุ (Containment)
- ด้านการคุ้มครอง (Protection)
- ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)
- ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (promotion)

สรุปเป็นเงื่อนไข ความต้องการในการออกแบบได้ดังนี้

ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุผลិតภัณฑ์ได้ตามต้องการ

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลិតภัณฑ์จากปัจจัยที่สามารถทำให้ผลិតภัณฑ์ได้รับความเสียหายทั้งทางด้านกายภาพ และชีวภาพ

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

สำหรับผู้ผลิต

ด้านการผลิต

- สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- ผลิตได้ง่าย

ด้านการบรรจุ

- มีความสะดวกในการบรรจุสินค้า
- สามารถบรรจุได้โดยใช้แรงงานคน หรือเครื่องจักร

ด้านการขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์สามารถพับแบนราบ หรือซ้อนทับ หรือสามารถบรรจุลงในกล่องมาตรฐานเพื่อประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง
- บรรจุภัณฑ์ใช้เนื้อที่ในตู้คอนเทนเนอร์ได้คุ้มค่าที่สุด

ด้านการจำหน่าย

- บรรจุภัณฑ์สามารถแยกชนิดและความแตกต่างของสินค้าได้
- มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวางจำหน่าย
- มีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้า ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

สำหรับผู้บริโภค

การสื่อความหมายต่อผู้บริโภค

- มีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ
- มีรูปแบบที่ผู้บริโภคเข้าใจสินค้าได้ง่าย

การขนส่ง

- สะดวกในการขนย้าย พกพา

การใช้งาน

- มีโครงสร้างสะดวกในการใช้งาน
- มีขนาดเหมาะสมต่อการบริโภค

การเก็บรักษา

- สามารถเก็บรักษา หากผู้บริโภครับประทานไม่หมด

การกำจัดซาก

- สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้
- วัสดุที่นำมาผลิต ไม่ทำให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (promotion)

บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ต่อผู้บริโภค โดยมีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าดังนี้

- ชื่อยี่ห้อตราสินค้า : ในกรณีที่เป็นชื่อตราสินค้า และทำการจดทะเบียนแล้ว จำเป็นต้องมีคำว่า เครื่องหมายการค้า
- ชื่อสามัญของสินค้า : ให้มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงได้หมดภายในบรรทัดเดียว ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ความเข้มของสีเท่ากัน และแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก

- ข้อความแสดงรสชาติหรือชนิดของสินค้า : มีสีตัดกับพื้นฉลาก เพื่อให้สามารถอ่านข้อความที่ระบุไว้ได้อย่างชัดเจน
- ข้อความบรรยายสรรพคุณประโยชน์และลักษณะของผลิตภัณฑ์ : เป็นข้อความที่ไม่โอ้อวดไม่เป็นเท็จ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญโดยใช้สีที่ตัดกับพื้นฉลาก
- ข้อมูลทางโภชนาการ

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)

จากการวิเคราะห์ในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

Unique selling point

ผลิตภัณฑ์คุณภาพ จากธรรมชาติ (Quality thai longan)

Concept

สร้างภาพลักษณ์ที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

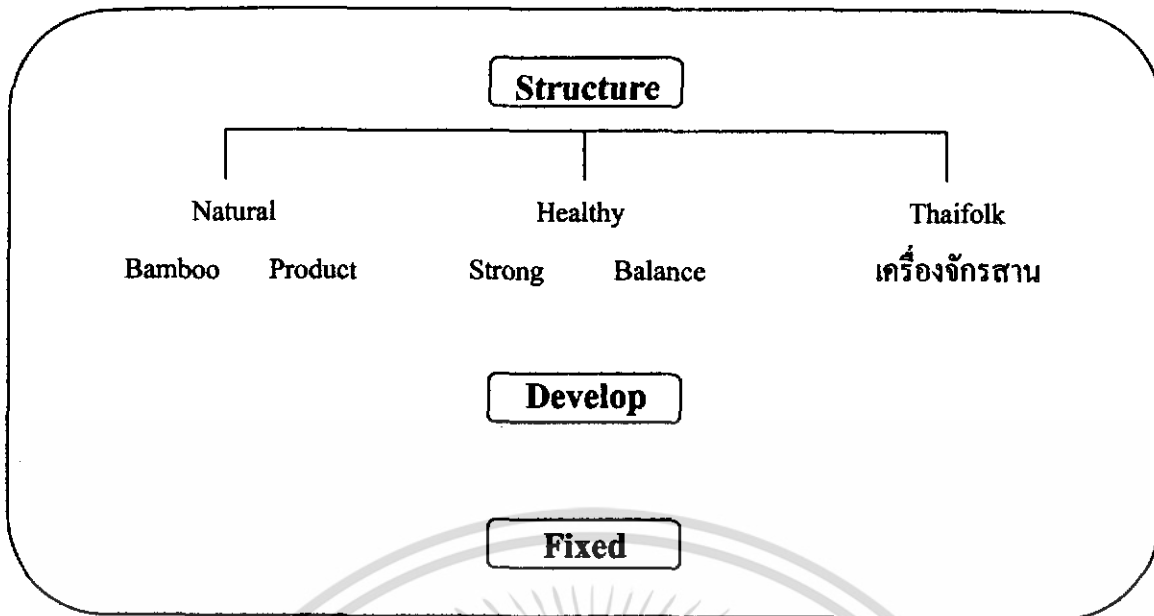
Design Process

Brand : ออกแบบโรโก้ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน

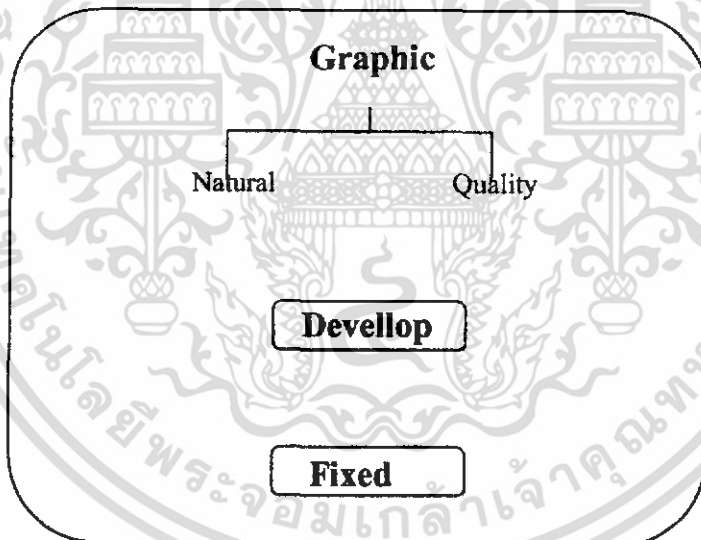
Product : วิเคราะห์รูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบ

Target : ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- ความสะดวกในการใช้งาน
- อารมณ์ ความรู้สึก



==



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ 93 ไปใช้

3.2.1 การออกแบบโครงสร้างบรรณทัศน์

การออกแบบ โครงสร้างบรรณทัศน์ มีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาจากปัญหาและเงื่อนไข

หมวดคำโยสค

บรรณทัศน์ขายปลีก

ในการบรรณดูคำโยสคสามารถมีวิธีการบรรณดูได้หลายแบบ จึงนำวิธีต่างๆที่นิยมในการบรรณดูคำโยสคมาวิเคราะห์เพื่อหาวิธีที่เหมาะสมที่สุด โดยมรช้อพิจารณาในการเลือกวิธีการบรรณดูคำโยสคดังนี้คือ

- นำหนักกดทับจากการเรียงซ้อน
- รูปแบบที่น่าสนใจ
- ความสะดวกในการพกพา การหยิบ-จับ
- รูปแบบในการ Display

วิธีการบรรณดู	นำหนักกดทับจากการเรียงซ้อน	รูปแบบน่าสนใจดึงดูดใจผู้ซื้อ	ความสะดวกในการพกพา การหยิบ-จับ	รูปแบบในการ Display	รวม
แนวตั้ง	5X	4X	4X	4X	39
แนวนอน	2X	3X	3X	3X	

สรุปจากการวิเคราะห์ซึ่งได้รูปแบบวิธีการบรรณดูคำโยสคในแนวตั้ง จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ปัญหาและเงื่อนไขจากการวางในแนวตั้ง เพื่อใช้ในการออกแบบบรรณดูทัศน์ขายปลีกคำโยสคในชั้นคอนต่อไป

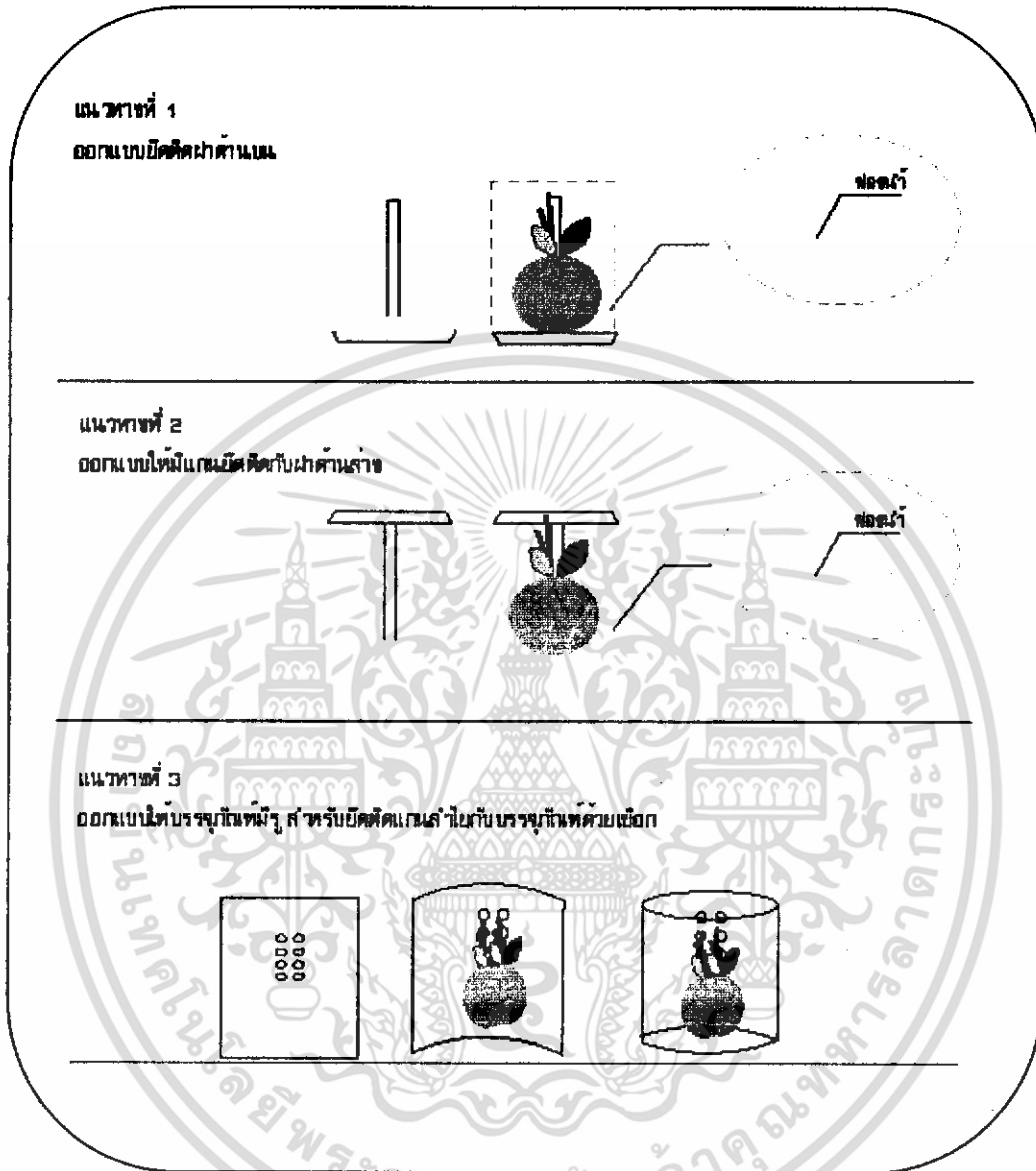
ปัญหา

นำหนักคำโยสคจะกดทับที่คำโยด้านล่าง ทำให้ผลคำโยด้านล่างได้รับความเสียหาย ผลแตก และ หดตัวจากก้านได้ง่าย

แนวทางการแก้ไขปัญหา

ออกแบบให้มีแกนยึดก้านคำโย เพื่อช่วยลดแรงที่กดทับลงบนผลคำโยด้านล่าง

จากแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้นคือ ออกแบบให้มีแกนยึดก้านลำไย เพื่อช่วยลดแรงที่กดทับลงบนผลลำไยด้านล่าง จึงเกิดเป็น 3 แนวทาง ดังนี้



วิเคราะห์โครงสร้าง Retail Pack ลำไยสด

จากทั้ง 3 แนวทางได้นำมาวิเคราะห์เพื่อทำการเลือกแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้งานบรรจุภัณฑ์ขายปลีกลำไยสดในโครงการ โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณา ดังนี้

- ความสะดวกในการบรรจุ
- ความสะดวกในการเปิดรับประทาน
- ความสะดวกในการเปิดปิด
- เสถียรภาพในการตั้ง/การวาง

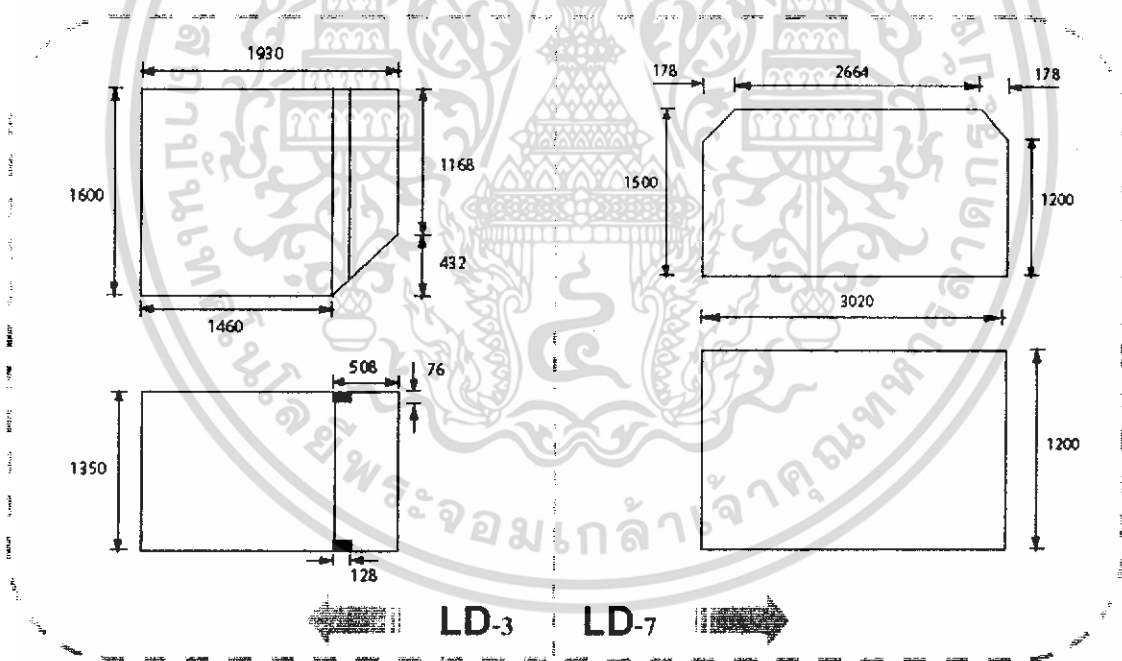
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทาง	ความสะดวกในการบรรจุ	ความสะดวกในการเปิดทาน	ความสะดวกในการเปิด-ปิด	เสถียรภาพในการตั้ง/วาง	รวม
1	3x2	3x2	4	3	19
2	4x2	4x2	4	4	24
3	2x2	2x2	3	4	15

สรุปการวิเคราะห์หึ่ง ได้โครงสร้างหลักบรรจุภัณฑ์ลำโพงเพื่อการขายปลีกในแนวทางที่ 2

บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

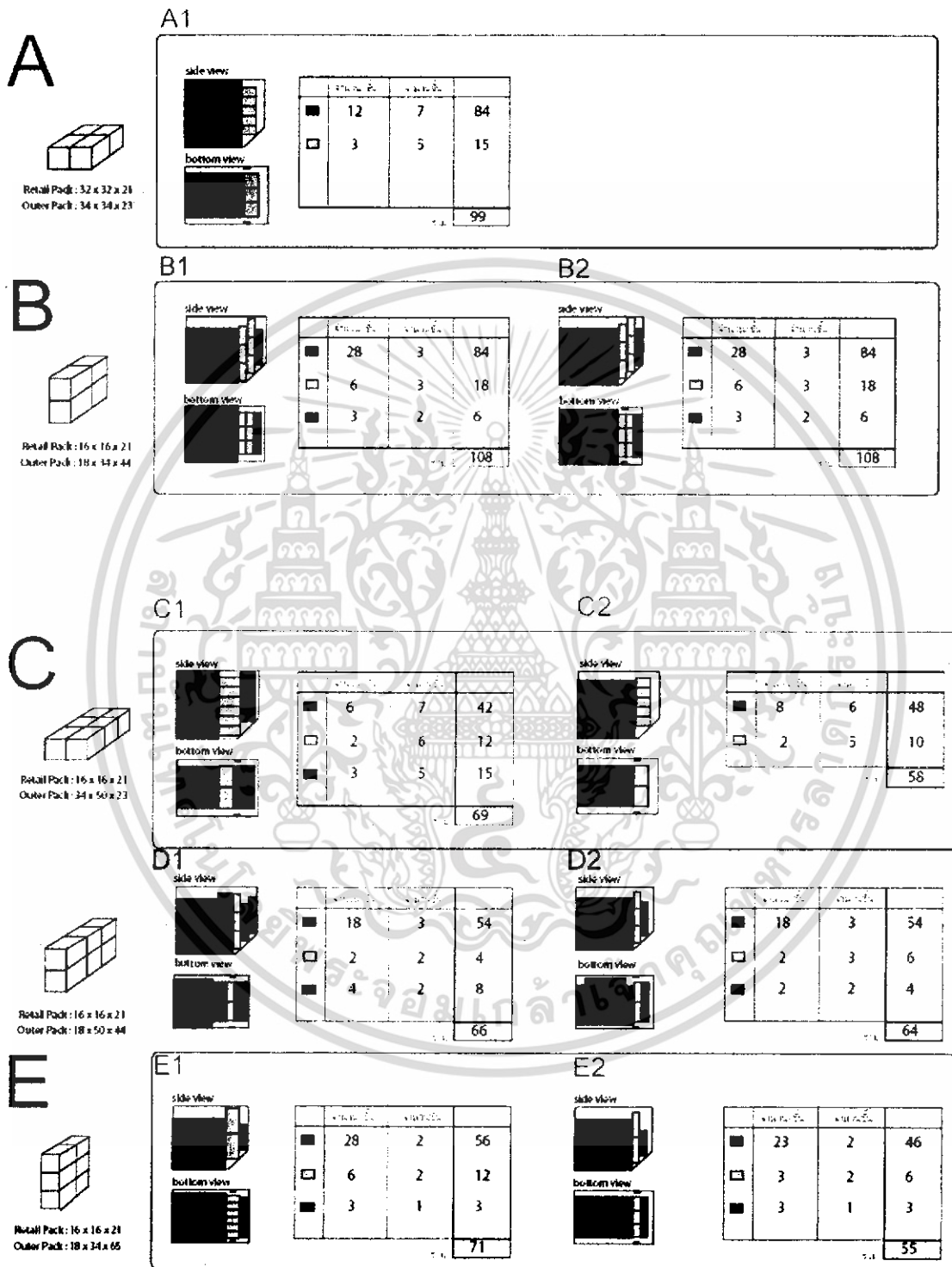
บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งทางอากาศไปยังประเทศกลุ่มเป้าหมายคือ ประเทศจีน ฮองกง และ สิงคโปร์ นั้นนิยมขนส่งโดยตู้คอนเทนเนอร์แบบ LD-3 และ LD-7



ตู้ขนส่งสินค้าทางอากาศ (Container)

เมื่อได้ขนาดของบรรจุภัณฑ์ลำโพงเพื่อการขายปลีกและเพื่อการขนส่งแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์เพื่อหาวิธีการบรรจุบรรจุภัณฑ์ขายปลีกลงในกล่องขนส่ง ที่สามารถใช้เนื้อที่ในตู้คอนเทนเนอร์ได้คุ้มค่าที่สุด

มากที่สุด ซึ่งการบรรจุบรรจุภัณฑ์ขายปลีกลงในกล่องขนส่งที่มีความเหมาะสมควรมีจำนวนบรรจุ
เป็นเลขคู่ จำนวนการบรรจุที่นำมาวิเคราะห์คือ บรรจุ 4 และ 6 กล่อง
ตารางการเรียงบรรจุภัณฑ์บนตู้คอนเทนเนอร์



ตารางวิเคราะห์การเรียงบรรจุภัณฑ์เพื่อขนส่งแบบต่างบนตู้คอนเทนเนอร์ LD-3 และ LD-7

	ลักษณะการจัดเรียง	จำนวนบรรจุ/กล่อง	จำนวนกึ่งบรรจุ (กก)	รวม (กก)
A1		99	99 x 4	396
B1		108	108 x 4	423
B2		108	108 x 4	423
C1		69	69 x 6	414
C2		58	58 x 6	348
		66	66 x 6	396
		64	64 x 6	384
E1		71	71 x 6	426
E2		55	55 x 6	330



จากตารางการวางแบบ B, C1 และ E1 สามารถขนส่งลำไยได้จำนวนมากกว่าแบบอื่นๆจากนั้นจึงนำการเรียงทั้ง 3 แบบมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาการเรียงที่มีความเหมาะสมที่สุด คคยมีหลักในการพิจารณา คือ

- ประหยัดเนื้อที่
- เสถียรภาพในการเรียงซ้อน
- น้ำหนักที่กดทับ

		ประหยัดเนื้อที่ Container	เสถียรภาพในการเรียงซ้อน	น้ำหนักกดทับ	รวม
B		5	4	4	13
C1		4	5	5	14
E1		3	3	3	9

จากการวิเคราะห์ข้างต้นจึงสรุปเป็น Criteria บรรจุกัมพัตเพื่อการขายปลีกลำไยสดได้ดังนี้

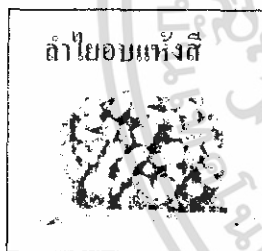
Criteria Fresh longan Pack

	รูปแบบการบรรจุ	ขนาด	ปริมาณบรรจุ	แกนยึด	handle
Retail Pack		16 x 16 x 21	1 Kg		
Transporation Pack		34 x 50 x 23	6 Kg		

Unit:cm

หมวดลำไยแปรรูป

การออกแบบการใช้งาน



ผลิตภัณฑ์เดิม : ผลิตภัณฑ์เดิมในท้องตลาด บรรจุในถุงพลาสติกใส ติดฉลาก

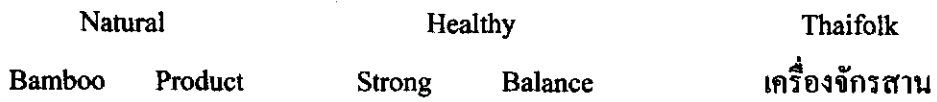
ลักษณะทางกายภาพ : เปลี่ยนเป็นสติกลำไยเมื่อ โคนความชื้นและแสงแดด

พฤติกรรมผู้บริโภค :

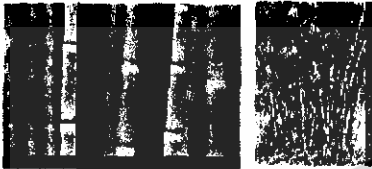
- บริโภคในถุง เมื่อทานเหลือก็จะมัดปากถุง
- นำมาบรรจุในขวด โหระที่บ้าน

จากพฤติกรรมข้างต้น จึงได้แนวทางในการออกแบบคือ ออกแบบขวด โหระพลาสติกใส มีฝาปิดมิดชิดเพื่อป้องกันความชื้น และเพื่อความสะดวกของผู้บริโภคที่ไม่ต้องไปหาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ออกแบบกล่อง secondary เพื่อป้องกันลำไยสัมผัสกับ

Structure



Natura - Bamboo



Natura - Longan



Healthy



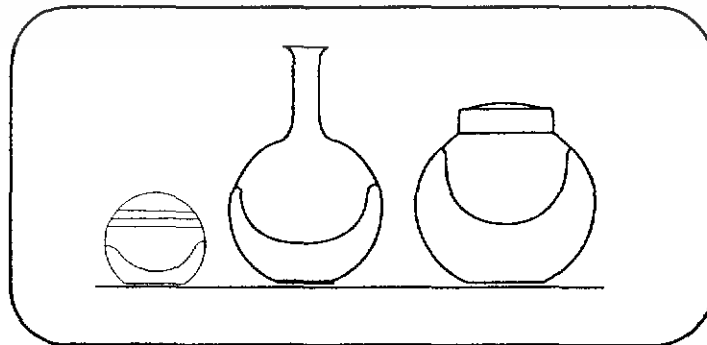
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thaifolk



	natural	Health	Thai folk
ถึงคุณภาพการผลิตได้ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4	3	1

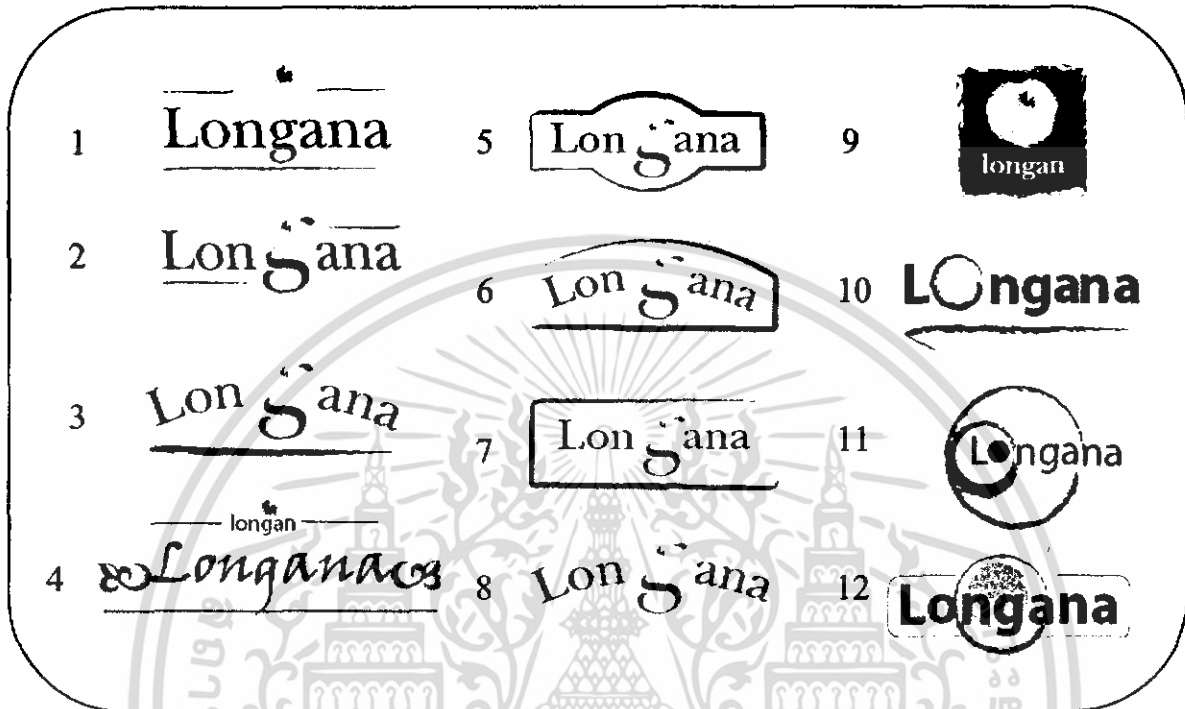
จากตารางวิเคราะห์ซึ่งได้แนวทาง Natural ในการออกแบบโครงสร้างจึงได้โครงสร้างขวดแชมพู ขวดไวต์ลำใย และ ขวดโหลใส่ลำใยสีทอง ตามลำดับดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการใช้ **101** ไปใช้

3.2.2 การออกแบบกราฟิก

ออกแบบกราฟิกให้มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์ที่ดีที่สอดคล้องกับแนวความคิดการออกแบบ จึงได้โลโก้แบบต่าง ดังต่อไปนี้



จากโลโก้ทั้ง 12 แบบนี้ได้นำมาวิเคราะห์เพื่อทำการเลือกแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้งานบนฉลากบรรจุภัณฑ์ในโครงการ โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณา ดังนี้

- ความน่าสนใจ
- มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ
- สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี
- เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า

ตารางแสดงการวิเคราะห์แบบโลโก้

เงื่อนไขในการพิจารณา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ความน่าสนใจ		○	○					○				○
สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบ	○	○			○				○			
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	○	○		○	○	○		○		○		○
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี		○				○	○		○	○		
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า			○	○								

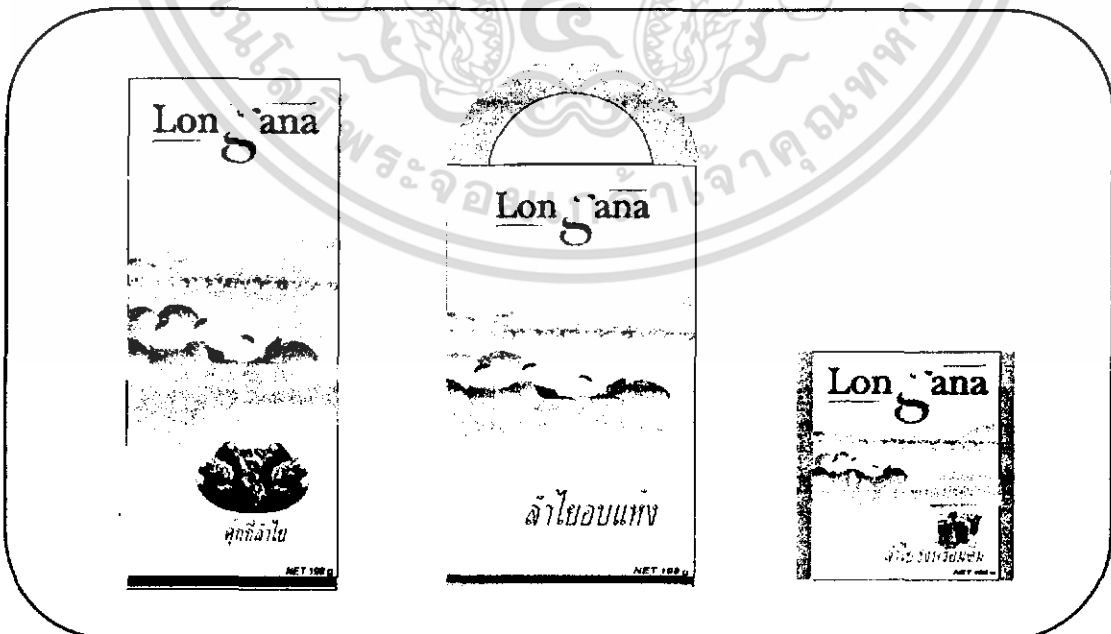
คะแนนรวม 2 (4) 2 2 2 2 1 2 2 2 1 1

เมื่อได้โลโก้ และ โครงสร้างหลักแล้วจึงนำมาพัฒนาต่อในด้านการจัดการกราฟิกบนฉลากของผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้

แนวทางที่ 1 Natural

ใช้กราฟิกในลักษณะของธรรมชาติโดยใช้ภาพสวนลำไยและรูปลำไย เพื่อสื่อถึงบรรยากาศความเป็นธรรมชาติ มีรูปประภาพผลิตภัณฑ์และตัวหนังสือด้านเพื่อบอกชนิดของผลิตภัณฑ์

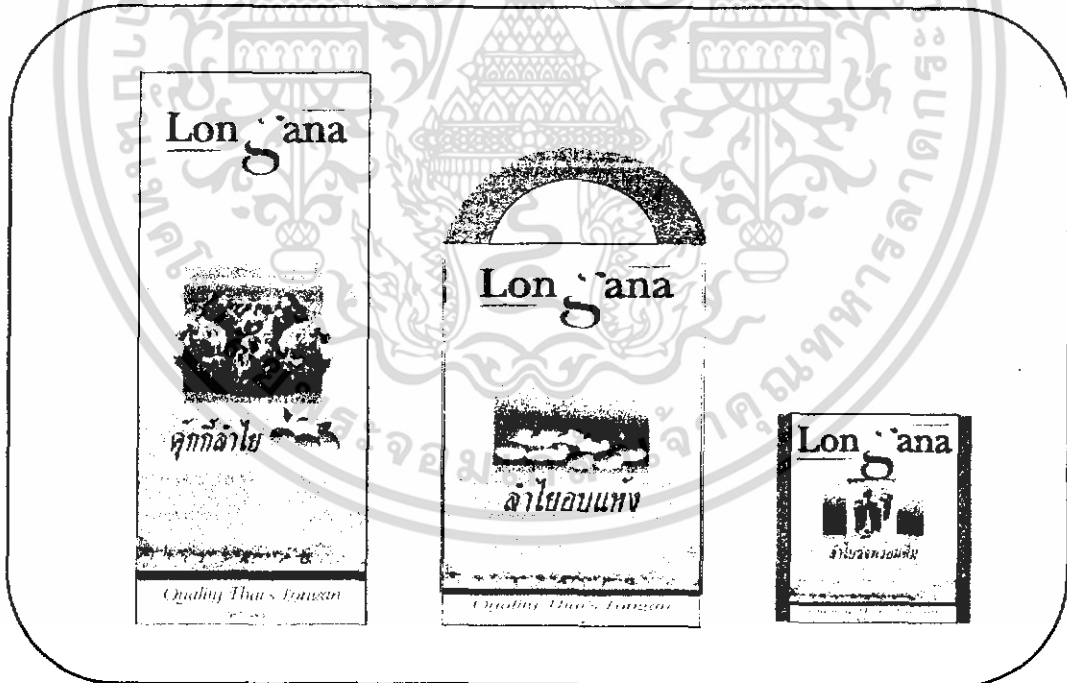
แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบที่ 4



ตารางวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางที่ 1

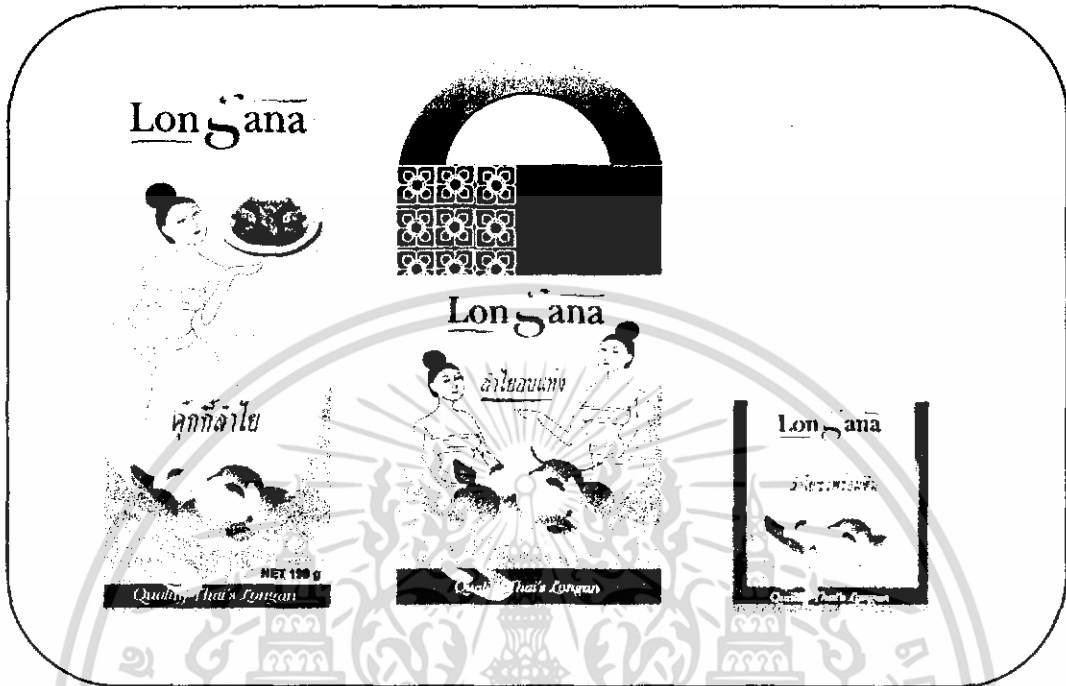
เงื่อนไขการพิจารณา	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4
สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิตได้ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4	5	4	4

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้น พบว่าแบบที่ 2 ในแนวทางที่ 1 natural ได้คะแนนสูงสุด จึงแบบที่เลือกเพื่อนำไปพัฒนาแบบในขั้นต่อไป

แนวทางที่ 2 Thai style

ใช้กราฟิกในลักษณะของผู้หญิงไทยโบราณในอิริยาบถต่างๆ และลายไทย เพื่อสื่อถึงความเป็นไทย ความเป็นดั้งเดิม มีรูปประกอบผลิตภัณฑ์และตัวหนังสือด้านเพื่อบอกชนิดของผลิตภัณฑ์

แบบที่ 1

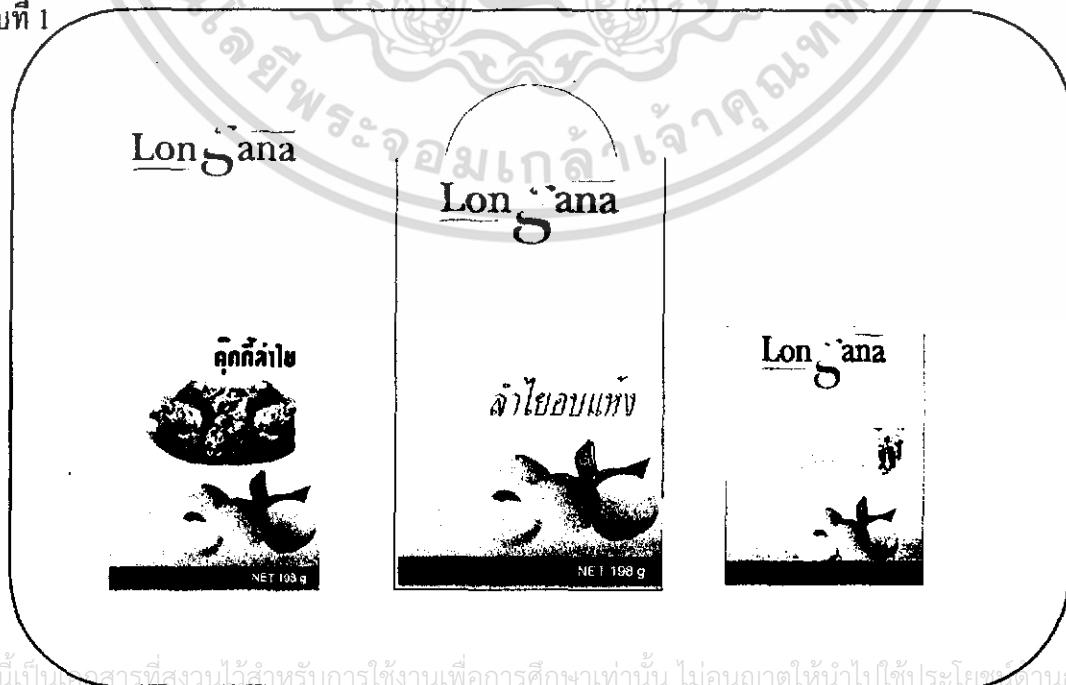


แนวทางที่ 3 Quality

Rout 1 : หอมละมุน

นำลายเส้นที่ความอ่อนช้อย เพื่อสื่อถึงความหอมละมุน นำภาพประกอบลำไยสดเพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์

แบบที่ 1



แบบที่ 2

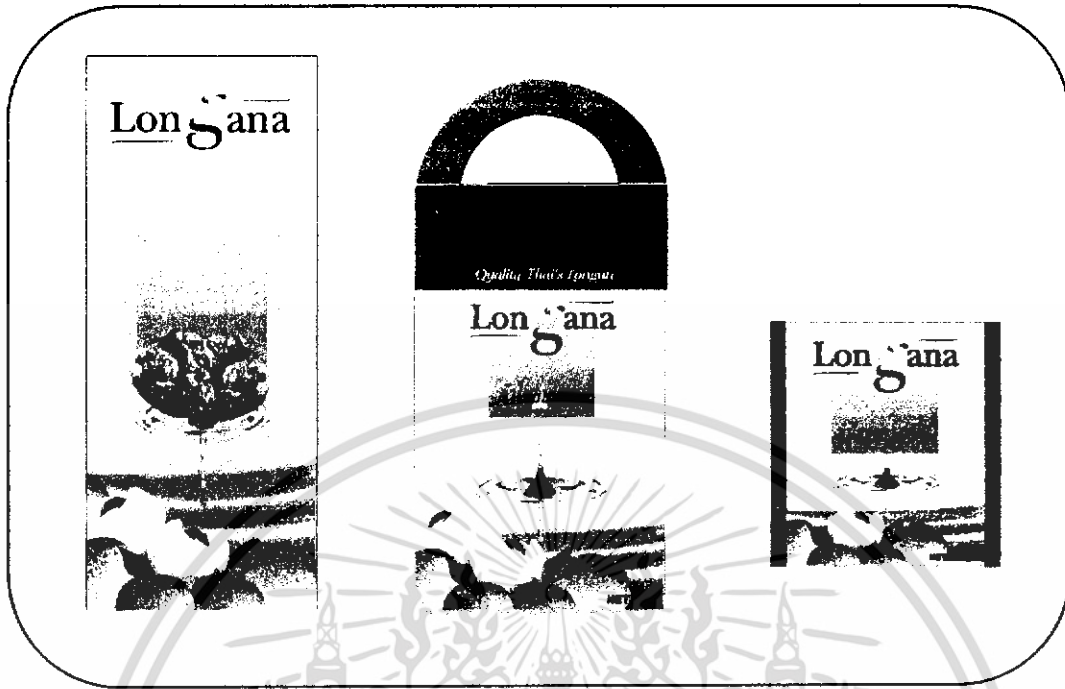


แบบที่ 3

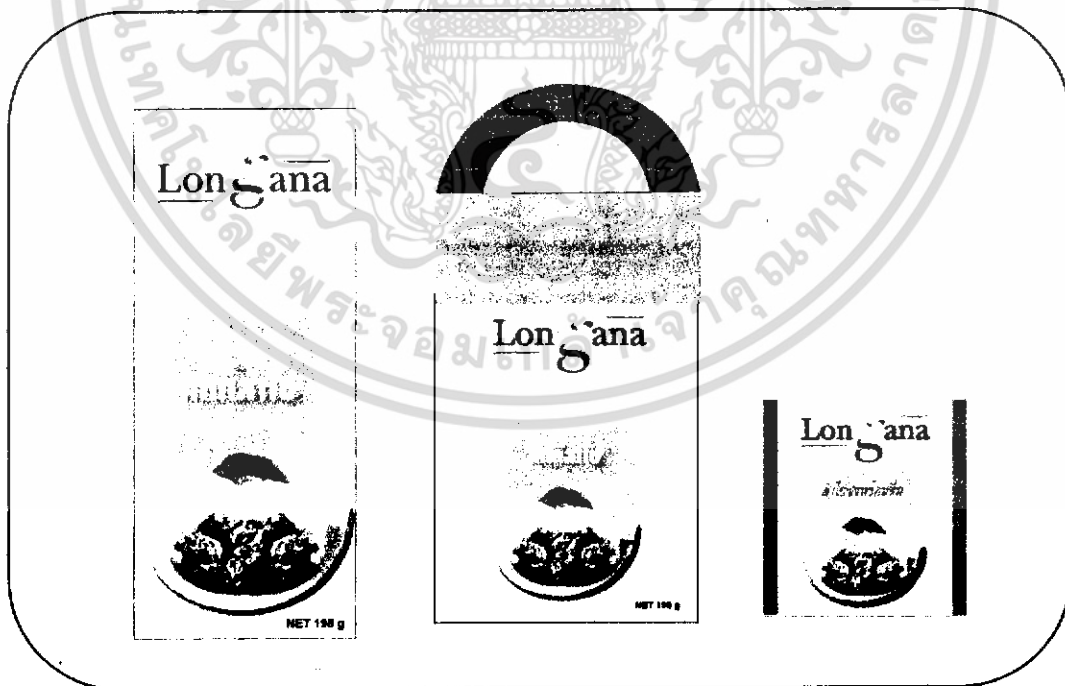


Route 2 : สด สะอาด

แบบที่ 4 : ใช้กราฟิกน้ำแสดงถึงความสะอาด ใช้รูปภาพลำไยสดสื่อถึงความสด



แบบที่ 5 : ใช้กราฟิกลำไยโดยมีผลิตภัณฑ์อยู่ในเนื้อลำไยสื่อถึงความความสด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางที่ 3

	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4	แบบที่ 5
สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิตได้	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความเหมาะสมต่อ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
มีบุคลิกภาพและงานต่อกร		<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	4	4	4	4	5

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้น พบว่าแบบที่ 6 ในแนวทางที่ 3 Quality ได้คะแนนสูงสุด จึงแบบที่เลือกเพื่อนำไปพัฒนาแบบในขั้นตอนต่อไป

สรุปผลการวิเคราะห์ที่ในงานออกแบบขั้นต้น

จากการวิเคราะห์แบบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ข้างต้น ทำให้ได้แบบที่มีคะแนนสูงสุดของแต่ละแนวทางทั้งหมด 3 แบบ คือ

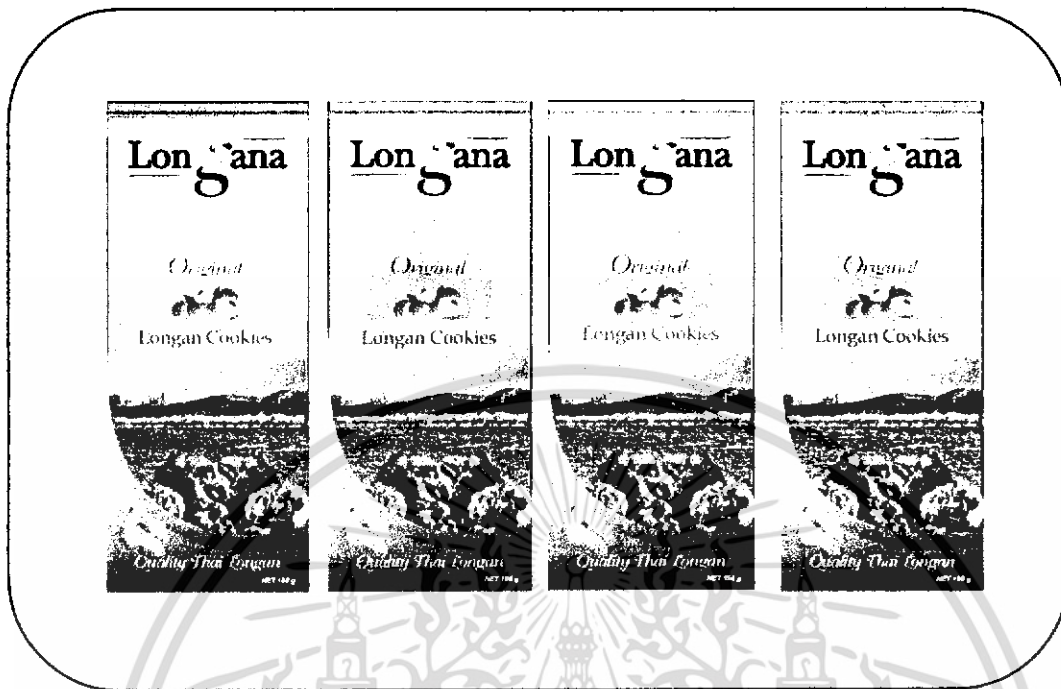
- แบบที่ 2 ในแนวทางที่ 1 natural
- แบบที่ 1 ในแนวทางที่ 2 Thai style
- แบบที่ 6 ในแนวทางที่ 3 Quality

Design Delvelopment

ในขั้นตอนพัฒนาแบบนี้ เป็นขั้นตอนการปรับเปลี่ยนการจัดวางองค์ประกอบด้านกราฟิกให้ลงตัว และเหมาะสมกับสินค้า

- แบบที่ 2 ในแนวทางที่ 1 natural

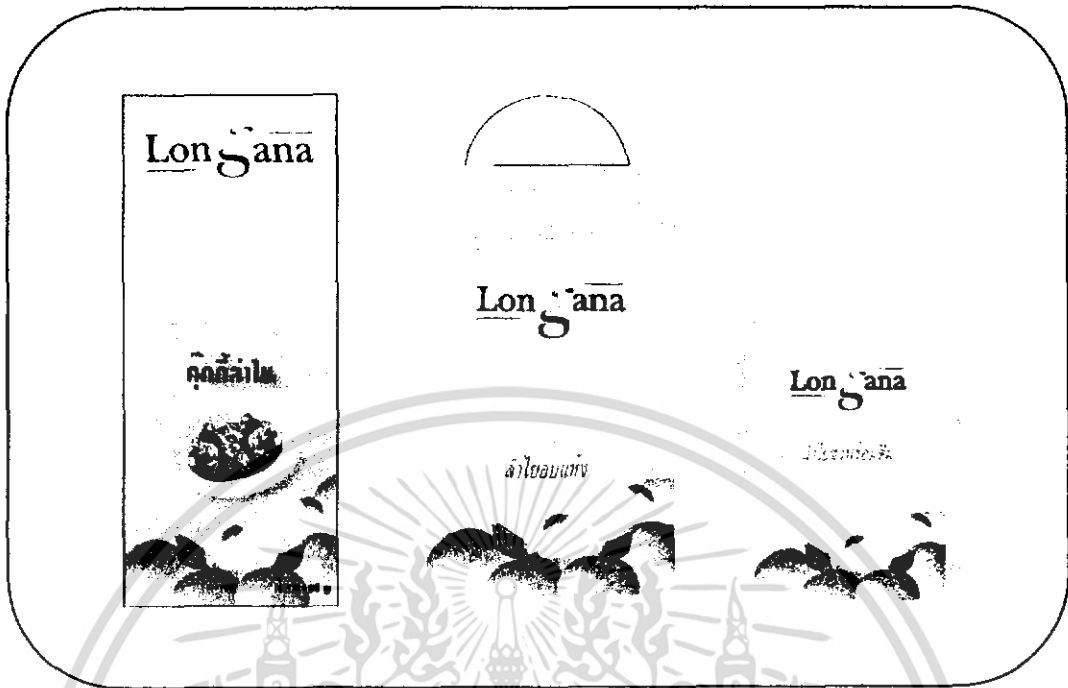
มีการปรับเปลี่ยนกราฟิกให้มีความลงตัวมากขึ้น สดสมผสานความเป็นไทยและความทันสมัยเข้าไว้ด้วยกัน



- แบบที่ 1 ในแนวทางที่ 2 Thai style



- แบบที่ 6 ในแนวทางที่ 3 Quality
ใช้กราฟิกเขาและพระอาทิตย์ยามเช้าสื่อถึงความสดใหม่



จากนั้นจึงวิเคราะห์แบบเพื่อเลือกมาใช้ในขั้นตอนสุดท้าย
ตารางวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับขั้นตอนการพัฒนาแบบ

เงื่อนไขในการพิจารณา	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3
สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิต ได้ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	5	3	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

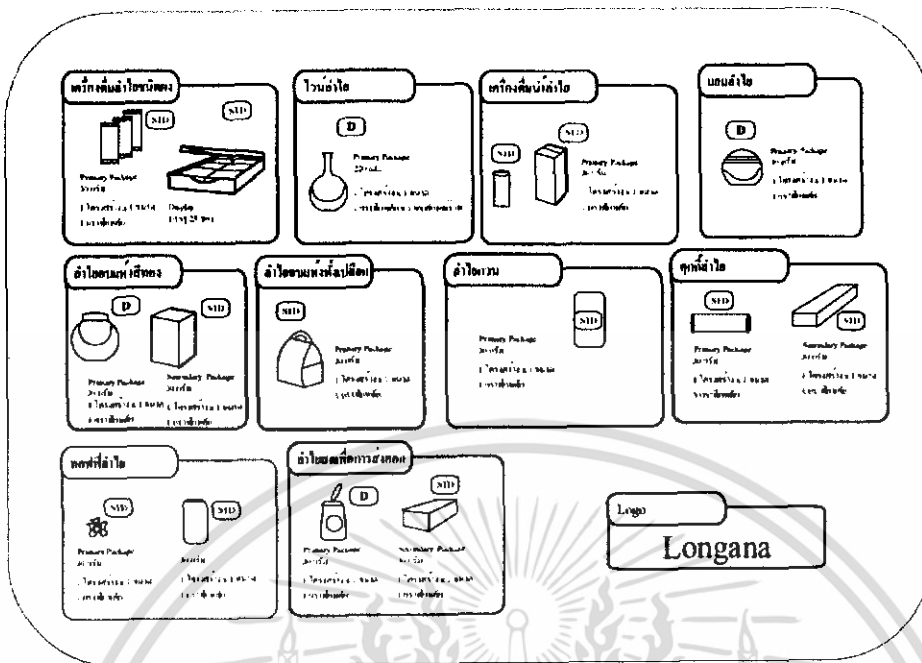


บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 ภาพถ่ายการนำเสนองานและแบบแสดงรายละเอียด





ขอบเขตโครงการ



รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์				ลักษณะของแพคเกจ	ปริมาณ
ชนิดสินค้า	วัสดุ บรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด บรรจุภัณฑ์	คุณสมบัติ		
ถั่วลิสง		1 kg.	Primary pack.	ทรงรูปกึ่งวงกลม	<ul style="list-style-type: none"> Containment Protection Convenience Promotion 	โครงสร้าง <input type="radio"/> นวัตกรรม <input checked="" type="radio"/> สดแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
		6 kg.	Secondary pack.	กล่องกระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> Containment Protection Convenience Promotion 	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> นวัตกรรม <input type="radio"/> สดแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
แอมถั่วลิสง		170 กรัม	Primary pack.	ทรงรูปวงรี	<ul style="list-style-type: none"> Containment Protection Convenience Promotion 	โครงสร้าง <input type="radio"/> นวัตกรรม <input checked="" type="radio"/> สดแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						โครงสร้าง <input type="radio"/> นวัตกรรม <input checked="" type="radio"/> สดแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด

ขอบเขตโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะของระบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	วัสดุประกอบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด วัสดุ	คุณภาพ		
 เครื่องล้างมือแอลกอฮอล์		250 มล.	Primary pack.	กระป๋อง	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มคอ.ฐาน	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ 	
 เครื่องล้างมือโซนิค		25 ลิตร	Primary pack.	ซองกระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มคอ.ฐาน	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ 	
		25 ซอง	Secondary pack.	กล่องกระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มคอ.ฐาน	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ 	1 เขต
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ ● ออกแบบ ● ออกแบบ 	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ ● ออกแบบ ● ออกแบบ 	1 โครงสร้าง

ขอบเขตโครงการ

รายละเอียดผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะของระบบ	ปริมาณ
ผลิตภัณฑ์	วัสดุประกอบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด วัสดุ	คุณภาพ		
 เครื่องล้างมือแอลกอฮอล์		250 มล.	Primary pack.	กระป๋อง	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มคอ.ฐาน	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ 	
 เครื่องล้างมือโซนิค		25 ลิตร	Primary pack.	ซองกระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มคอ.ฐาน	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ 	
		25 ซอง	Secondary pack.	กล่องกระดาษ	<ul style="list-style-type: none"> ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion 	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มคอ.ฐาน	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ 	1 เขต
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ ● ออกแบบ ● ออกแบบ 	1 โครงสร้าง
						<ul style="list-style-type: none"> ● ออกแบบ ● ออกแบบ ● ออกแบบ 	1 โครงสร้าง

ขอบเขตโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 115 ไปใช้

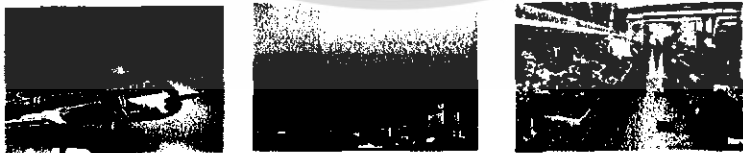
ประเภทโครงการ			ประเภทผลิตภัณฑ์			ลักษณะโครงการ	ระยะเวลา
ประเภท	ประเภท	ขนาด	ชื่อ	รูปถ่าย	คุณสมบัติ		
		ขนาด	Primary pack		<ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัย ● Protection ● ความแข็งแรง ● ความทนทาน 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			Secondary pack		<ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัย ● Protection ● ความแข็งแรง ● ความทนทาน 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
		ขนาด	Primary pack		<ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัย ● Protection ● ความแข็งแรง ● ความทนทาน 	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			Secondary pack		<ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัย ● Protection ● ความแข็งแรง ● ความทนทาน 	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> มาตรฐาน	1 โครงสร้าง 1 ขนาด

ขอบเขตโครงการ

เป้าหมายของโครงการ

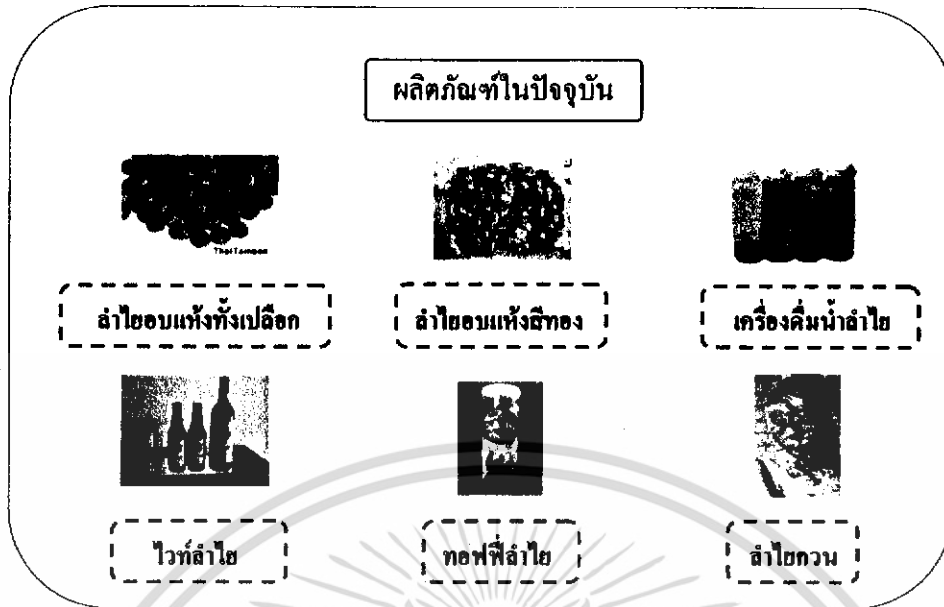
คำโยกวิรูป
 พัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะส่งออกในอนาคต
 และเพื่อให้คำโยแปรรูปใน โครงการเป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภคโลกมากขึ้น

คำโยสง
 เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน ฮองกง และสิงคโปร์



Point of project

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการ **116** ใช้



Point of project



Point of project

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 117 ไปใช้

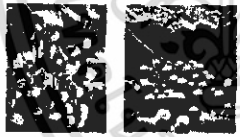
กล้วย

ลำไยแปรรูป

<p>ผลิตภัณฑ์ลำไยแปรรูปยังไม่คู่แข่งที่ชัดเจน ผลิตภัณฑ์แปรรูปในตลาดส่วนใหญ่เป็น ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ผลิตภายในครัวเรือน หรืออุตสาหกรรมขนาดเล็กใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีเพียงฉลากและขนบรรจุภัณฑ์ เพื่อบอกรายละเอียดต่างๆ</p>	<p>สินค้าผลไม้แปรรูปเช่น ทุเรียน,มะขามแปรรูป เป็นต้น และสินค้าอาหารแปรรูปในโครงการ 1ตำบล 1ผลิตภัณฑ์ระดับ4-5 ดาว ซึ่งมบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และมีการออกแบบ ที่สวยงาม</p>
--	--

Point of project

Longan



ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้วยกรรมวิธี
 การผลิตที่สะอาด ทันสมัย
 รสชาติ อร่อย หอม หวาน



ลำไยแปรรูป
 -ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต
 -ร้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
 -ร้านจำหน่ายของฝาก
 -งานแสดงสินค้าต่างๆ

ลำไยสด
 ขายในซูเปอร์มาร์เก็ต
 ประเทศจีน ฮองกง และสิงคโปร์



Product	Place
Price	Promotion

ลำไยแปรรูป

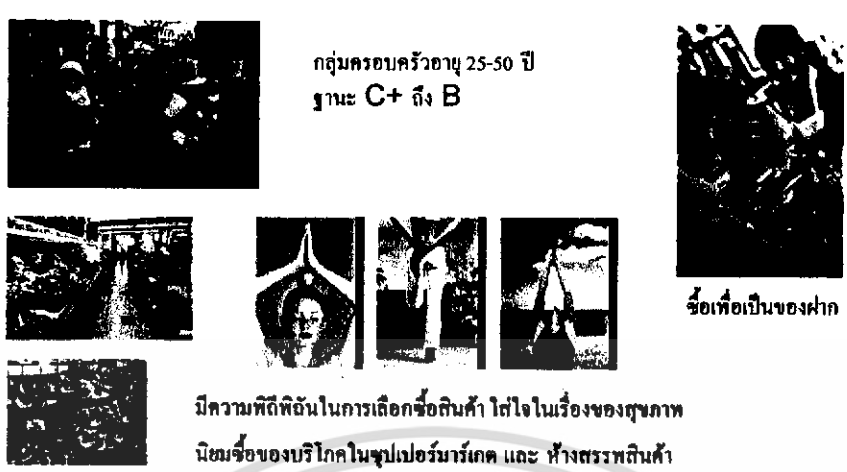
มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย
 เน้นกลุ่มเป้าหมาย C ขึ้นไป



ลำไยสด
 มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย
 เน้นกลุ่มเป้าหมาย C+ ขึ้นไป

โฆษณาในสื่อต่างๆ และจัดทิวโปสเตอร์ในซูเปอร์มาร์เก็ต
 และร้านค้า มีการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับผลไม้ไทย
 ออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์
 ของผู้ผลิต และลักษณะของวัตถุดิบที่ใช้

Marketing strategy



กลุ่มครอบครัวอายุ 25-50 ปี
ฐานะ C+ ถึง B

ซื้อเพื่อเป็นของขวัญ

มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้า ใฝ่ใจในเรื่องของคุณภาพ
นิยมซื้อของบริ โภคในซูเปอร์มาร์เก็ต และ ห้างสรรพสินค้า

Target group

- บรรรุษภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วมเคียวกัน
- บรรรุษภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ และทันสมัย
- บรรรุษภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในด้านการใช้งาน และรูปลักษณ์ภายนอก
- บรรรุษภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ

คัดสรรวัตถุดิบธรรมชาติ
ผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัย
ผลิตผลิตภัณฑ์คุณภาพสู่ผู้บริโภค

ถ้าโยคุณภาพ จากแหล่งผลิตคุณภาพ
Quality thai longan

Unique selling point and concept

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปลี่ยน Logo เพื่อให้มีรูปแบบที่เหมาะสม มีเอกลักษณ์
และมีรูปแบบที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้

วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ

ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค

Design process

Logo

เดิมใช้ชื่ออำเภอที่ผลิตเป็นตราสินค้า คือ ป่าซาง

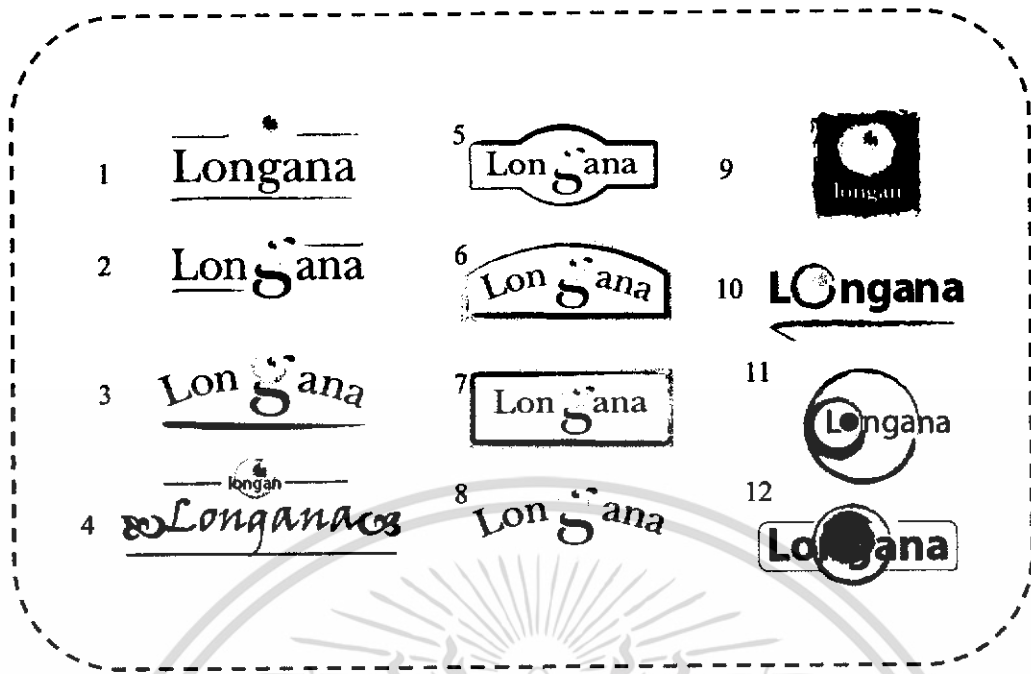
ปรับปรุงตราสินค้า

โดยตั้งชื่อตราสินค้าใหม่คือ Longana ซึ่งมาจากคำว่า Longan ในภาษาอังกฤษ
ที่มีความหมายว่า ลำไย

เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และเพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์ในโครงการ

Logo design

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา 120.ไปใช้



Logo design

ความน่าสนใจ		●	●					●		●
สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบ	●	●			●			●	●	
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	●	●		●	●	●	●	●	●	●
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี		●				●	●	●	●	
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า			●	●						
	2	4	2	2	2	2	1	2	2	2
							1			1

Logo design

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดลำไยแปรรูป

การอบแห้งแบบฮีทปั๊ม

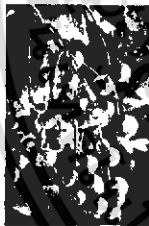


ผลิตภัณฑ์เดิมในท้องตลาด บรรจุในถุงพลาสติกใส ติดฉลาก ลักษณะทางกายภาพ เปลี่ยนเป็นติดฉลากเมื่อ โคนความชื้นและแสงแดด พุฒิกกรรมผู้บริ โภค

- บริโภคในถุง เมื่อทานเหลือก็จะมักปากถุง
- นำมาบรรจุในขวด โหระที่บาน จากพุฒิกกรรมข้างต้น จึงได้แนวทางในการออกแบบคือ ออกแบบขวดโหระพลาสติกใส มีฝาปิดมิดชิดเพื่อป้องกันความชื้น และเพื่อความสะดวกของผู้บริโภคที่ไม่ต้องไปหาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ออกแบบกล่อง secondary เพื่อป้องกันลำไยสัมผัสกับแสงแดด

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีหูหิ้วเพื่อความสะดวกในการพกพา

Sketch design



ลักษณะทางสรีระวิทยาของลำไย

ลำไยสดมีการคายน้ำ และมีการหายใจเอาก๊าซออกซิเจนเข้าไป

แล้วคายก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมา

ซึ่งในขณะเดียวกันก็มีการคายน้ำออกมาด้วยเช่นกัน

** ลำไยเป็นผลไม้ที่มีการหายใจค่อนข้างน้อย

การบรรจุหีบห่อ ถ้ามีการใช้ lining เช่น กระดาษ หรือใบไม้จะช่วยลดการคายน้ำลงได้

การหายใจ

จะมีความสัมพันธ์กับรสชาติของผลไม้

การหายใจทำให้เกิดการเสียน้ำของผลผลิต วิธีการลดการหายใจของผลไม้ให้ช้าลง

สามารถทำได้คือ ลดความร้อนที่ออกมา โดยการลดอุณหภูมิของผลผลิตให้ต่ำลง

** กล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ต้องมีผู้เฝ้าระวังความร้อนที่เกิดขึ้น

ก๊าซเอทิลิน เป็นก๊าซที่พืชผลิตขึ้น มีบทบาทสำคัญเกี่ยวกับอายุการเก็บรักษา เนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นให้พืชแก่เร็วขึ้น และเสื่อมสภาพเร็วขึ้นก๊าซนี้คือ อุณหภูมิสูง

Product

ถ้าโยสค

ข้อพิจารณาในการเลือกวิธีการบรรจุลำไย

วิธีการบรรจุ	น้ำหนักกตหับจากการเรียงซ้อน	รูปแบบนำสนใจดึงดูดใจผู้ซื้อ	ความสะดวกในการพกพา การหยิบ-จับ	รูปแบบในการ Display	รวม
แนวตั้ง	5X	4X	4X	4X	39
แนวนอน	2X	3X	3X	3X	24

5 = คีมาก 4 = คี 3 = คีพอใช้ 2 = พอใช้ 1 = แย่

หมวดลำไยสด

การออกแบบการใช้งาน

Problem

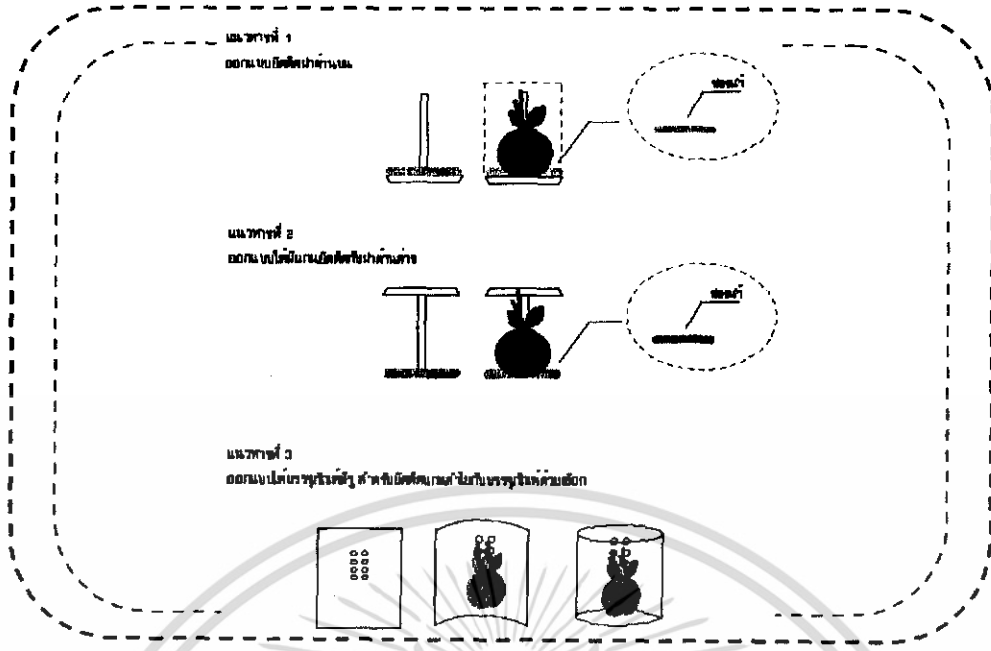
น้ำหนักลำไยจะกดทับที่ลำไยด้านล่าง ทำให้ผลลำไยด้านล่างได้รับความเสียหาย ผลแตก และ หลุดร่วงจากถาดได้ง่าย



แนวทางแก้ปัญหา

- ออกแบบให้มีแกนยึดก้านลำไย เพื่อช่วยลดแรงที่กดทับลงบนผลลำไยด้านล่าง

Sketch design





Sketch design

วิเคราะห์โครงสร้าง Retail Pack ดังต่อไปนี้

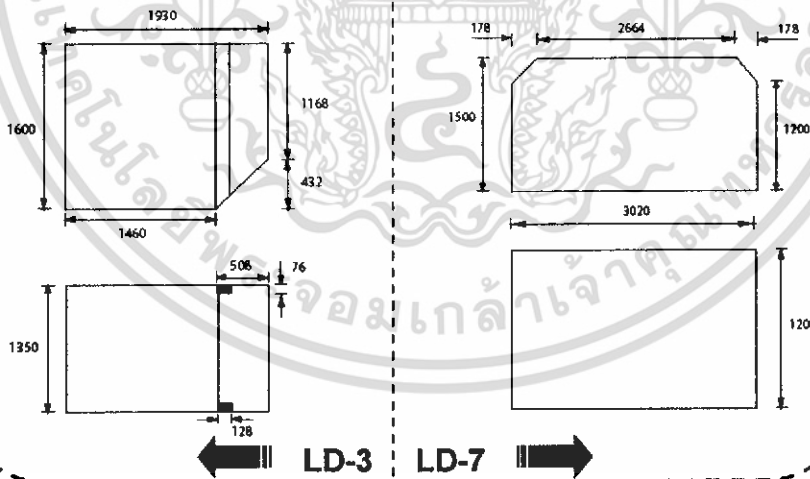
แนวทาบ	2 ความสะดวก ในการบรรจุ	2 ความสะดวก ในการเปิดทาน	ความสะดวก ในการเปิด-ปิด	เสถียรภาพ ในการคอง/วาง	รวม
1	3x2	3x2	4	3	19
2	4x2	4x2	4	4	24
3	2x2	2x2	3	4	15

Criteria Fresh longan Pack

	รูปแบบการบรรจุ	ขนาด	ปริมาณบรรจุ	แกนยึด	handle
Retail Pack		16x16x21	1 Kg	✓	✓
Transporation Pack		34 x 50 x 23	6 Kg		✓

Unit: cm

คอนเทนเนอร์แบบ LD-3 และ LD-7นิยมในการส่งสินค้าประเภทผักและผลไม้สด ไปต่างประเทศ



ตู้ขนส่งสินค้าทางอากาศ (Container)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา125ปใช้

ตารางการเรียงบรรจุภัณฑ์บนตู้คอนเทนเนอร์

A



Retail Pack : 32 x 32 x 21
Outer Pack : 34 x 34 x 23

A1



B



Retail Pack : 16 x 16 x 21
Outer Pack : 18 x 34 x 44

B1

B2



C



Retail Pack : 16 x 16 x 21
Outer Pack : 34 x 50 x 23

C1

C2



Retail Pack : 16 x 16 x 21
Outer Pack : 18 x 50 x 44

D1

D2



	จำนวน	จำนวน	
■	18	3	54
■	2	2	4
■	4	2	8
			Tot
			66



	จำนวน	จำนวน	
■	18	3	54
■	2	3	6
■	2	2	4
			Tot
			64










E






Retail Pack : 16 x 16 x 21
Outer Pack : 18 x 34 x 44

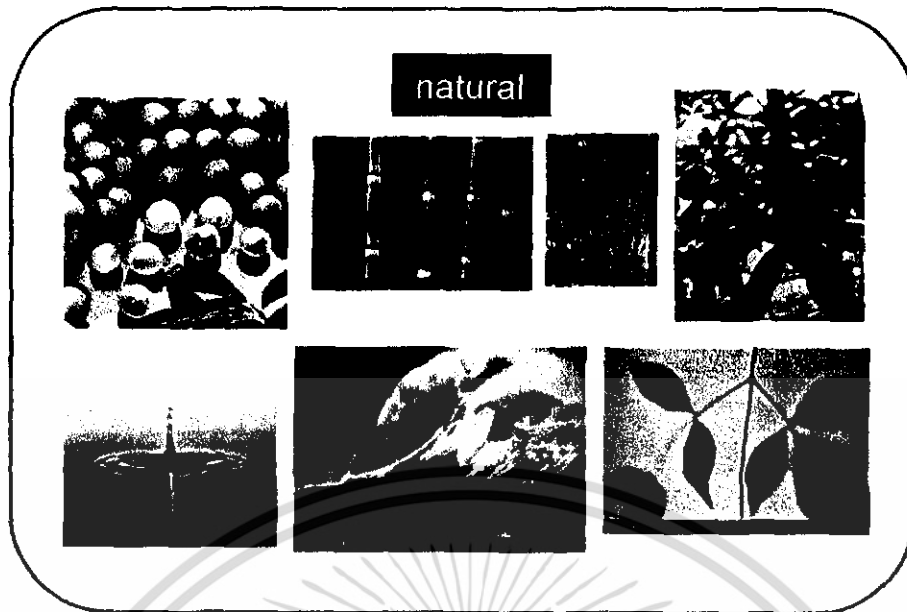


ตารางวิเคราะห์การเรียนรู้บรรจุดัชนีเพื่อขนส่งแบบต่างบนตู้คอนเทนเนอร์ LD-3 และ LD-7

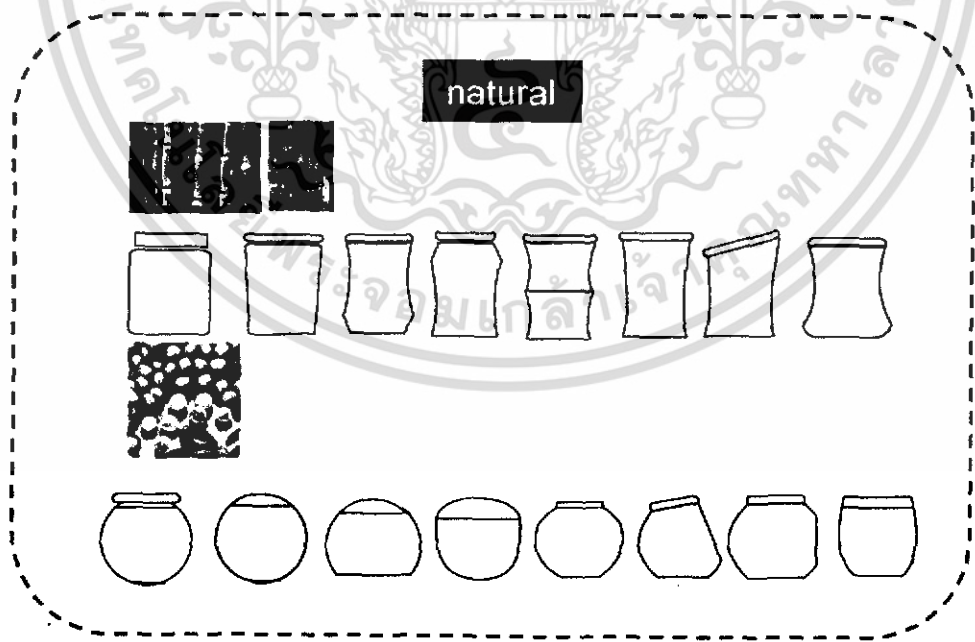
	ลักษณะการจัดเรียง	จำนวนบรรจุ/กล่อง	จำนวนที่บรรจุ (กต)	รวม (กต)
A1		99	99 x 4	396
B1		108	108 x 4	423
B2		108	108 x 4	423
C1		69	69 x 6	414
C2		58	58 x 6	348
		66	66 x 6	396
		64	64 x 6	384
E1		71	71 x 6	426
E2		55	55 x 6	330

กรณีศึกษาใหม่เพื่อหาการเรียงที่มีความเหมาะสมที่สุด

		ประพืดเนื้อที่ Container	เสถียรภาพในการเรียงซ้อน	น้ำหนักกดทับ	รวม
B		5	4	4	13
C1		4	5	5	14
E1		3	3	3	9



natural



natural



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา**128**ปใช้

Health



Inspiration

Health



Inspiration

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Inspiration



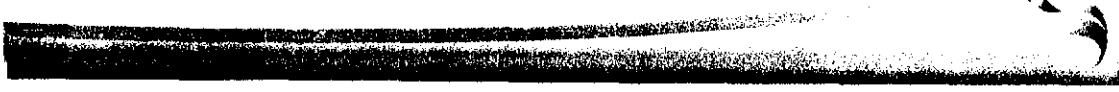
Inspiration

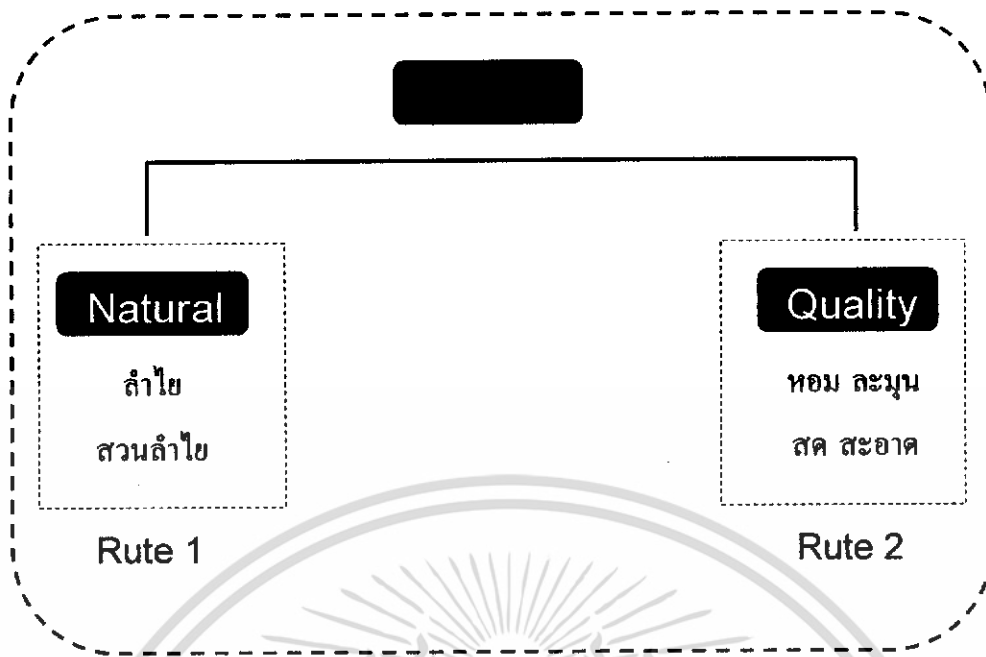
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	natural	Health	Thai folk
สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิตได้ดี	●	●	
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	●		
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	●		
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี		●	
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	●	●	●
	4	3	1



จากตารางวิเคราะห์ห้ซึ่งได้แนวทาง Natural ในการออกแบบโครงสร้างจึงได้โครงสร้างขวดแชมพู
ขวดไวต์ลาโยและ ขวดโหลใส่ลาโยสีทอง ตามลำดับดังนี้





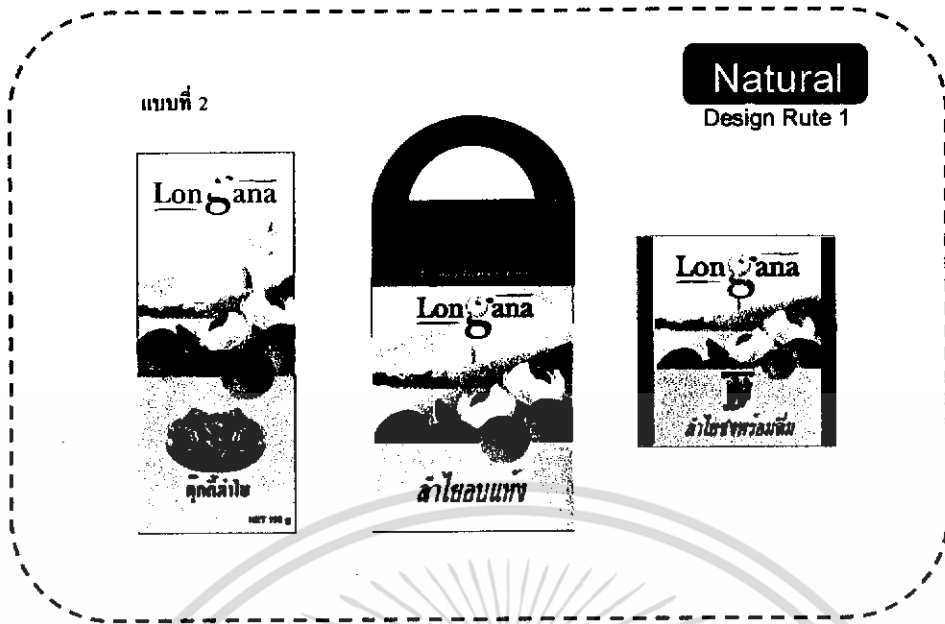
Graphic design

แบบที่ 1

Natural
Design Rule 1

แนวทางที่ Natural
ใช้กราฟิกในลักษณะของธรรมชาติโดยใช้ภาพสวนลำไยและรูปลำไยเพื่อสื่อถึงบรรยากาศความเป็นธรรมชาติ มีรูปประกอบผลิตภัณฑ์และตัวหนังสือคั่นเพื่อบอกชนิดของผลิตภัณฑ์

Graphic design



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางที่ 1

สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิตได้ดี	●	●	●	●
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	●	●	●	●
มีบุคลิกภาพและงานเพื่อการจดจำ		●		●
สามารถย่อยขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	●	●	●	●
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	●	●	●	●
	4	5	4	4

Graphic design

แนวทางที่ 2
Thai style

ภูมิปัญญา
Design Rule 2



Graphic design

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Graphic design



Graphic design

หอมละมุน
แบบที่ 3

Quality
Design Rule 2



Graphic design

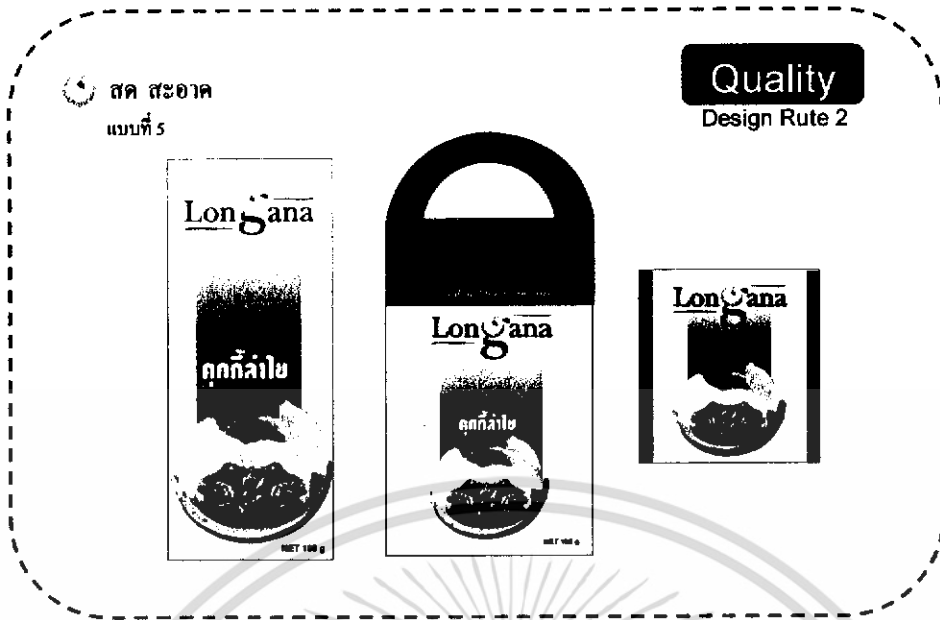
สด สะอาด
แบบที่ 4

Quality
Design Rule 2



Graphic design

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก 136 ไปใช้



ชุด สะอาด
แบบที่ 5

Quality
Design Rate 2

Graphic design

ตารางวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางที่ 3

สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิตได้ดี	●	●	●	●	●
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	●	●	●	●	●
มีบุคลิกภาพและงานต่อารจดจำ		●		●	●
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	●		●	●	●
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	●	●	●	●	●
	4	4	4	4	5

Graphic design

สรุปผลการวิเคราะห์ในงานออกแบบขั้นต้น
จากการวิเคราะห์แบบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ข้างต้น ทำให้ได้แบบที่มีคะแนนสูงสุด
ของแต่ละแนวทาง ทั้งหมด 3 แบบ คือ

แบบที่ 2 ในแนวทางที่ 1 natural
แบบที่ 1 ในแนวทางที่ 2 Thai style
แบบที่ 6 ในแนวทางที่ 3 Quality

Design Delvelopment

ในขั้นตอนพัฒนาแบบนี้ เป็นขั้นตอนการปรับเปลี่ยนการจัดวางองค์ประกอบ
ด้านกราฟิกให้ลงตัว และเหมาะสมกับสินค้า

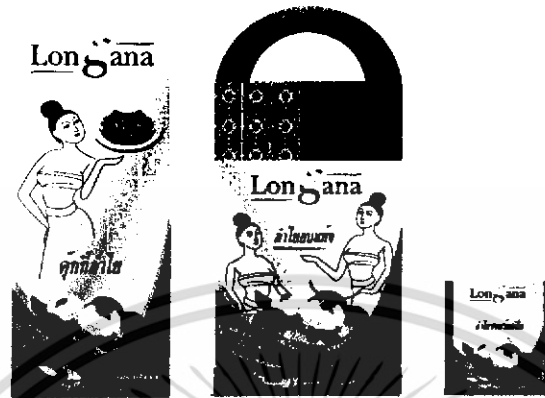
Graphic design

- แบบที่ 2 ในแนวทางที่ 1 natural
มีการปรับเปลี่ยนกราฟิกให้มีความลงตัวมากขึ้นผสมผสานความเป็นไทยและความทันสมัยเข้าไว้ด้วยกัน



Graphic design

• แบบที่ 1 ในแนวทางที่ 2 Thai style



Graphic design

• แบบที่ 6 ในแนวทางที่ 3 Quality
ใช้กราฟิกภูเขาและพระอาทิตย์ยามเช้าสื่อถึงความสดใหม่



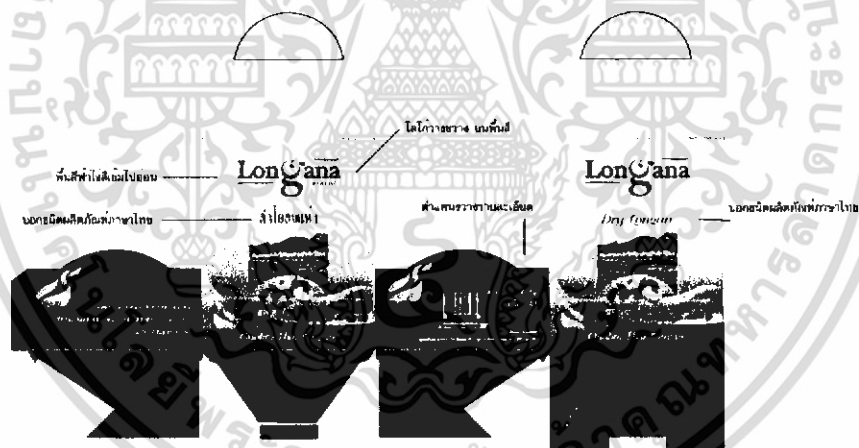
Graphic design

ตารางวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับขั้นตอนการพัฒนาแบบ

สื่อถึงภาพลักษณ์ผู้ผลิตได้ดี	●	●	●
ความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	●		
มีบุคลิกภาพและงานต่อการจดจำ	●		●
สามารถย่อ-ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	●	●	●
เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	●	●	●
	5	3	4

Graphic design

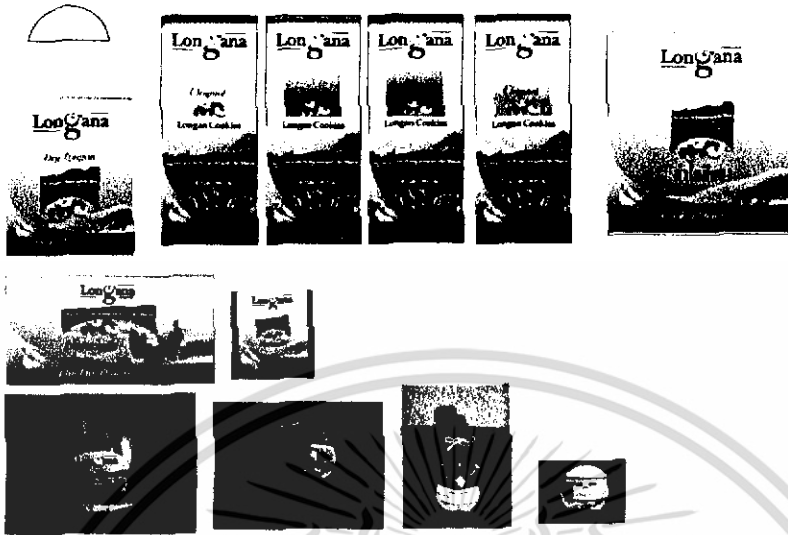
Design Refinement



Graphic design

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีโอกาสไปใช้

กราฟิกผลิตภัณฑ์ในโครงการในประเภทผลิตภัณฑ์ต่างๆ



Graphic design

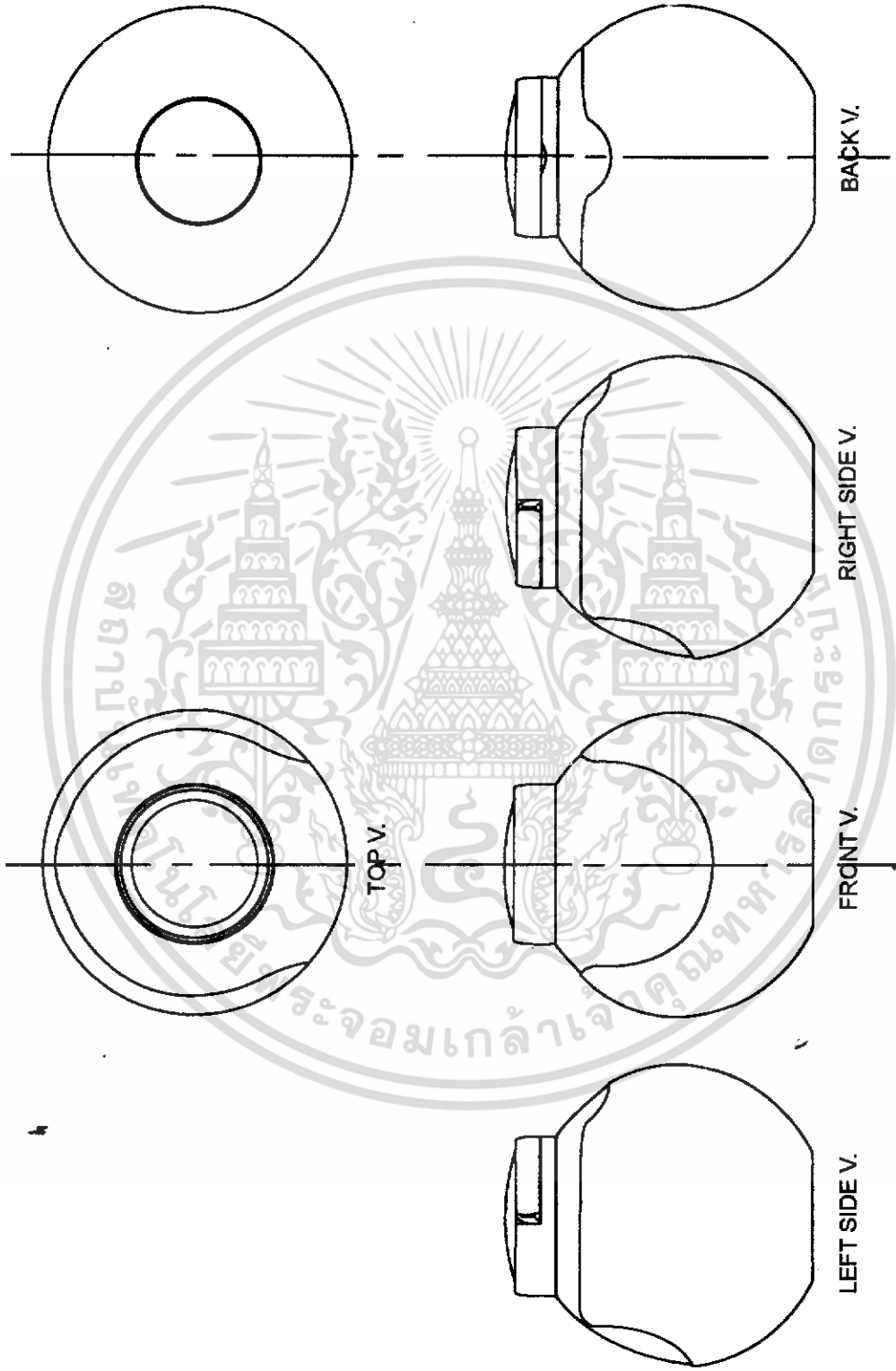
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 5

บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



MULTIVIEW

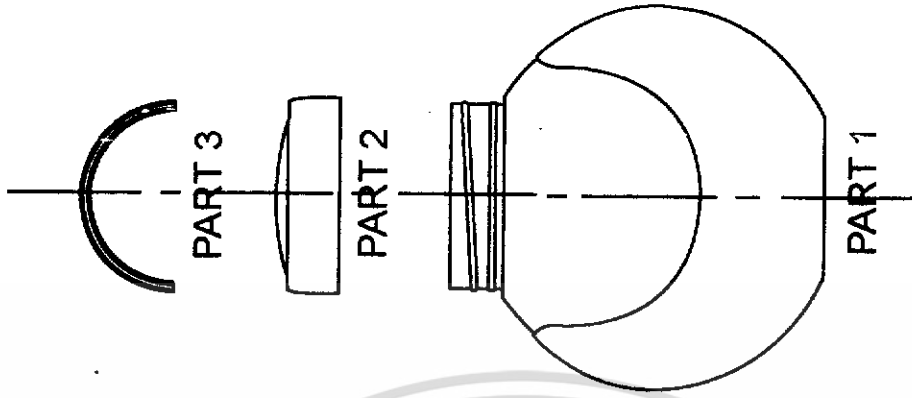
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SIWAPORN SUKSUMRAN 43020310

PACKAGING
DESIGN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา้นำไปใช้

IDENTIFICATION



NUMBER	PART NAME	COLOUR	MATERIAL	PROCESS
1	BODY	ใส	PET	INJECTION
2	CAP	LIGHT BLOWN	PP.	INJECTION
3	HANDLE	DARK BLOWN	PP	INJECTION

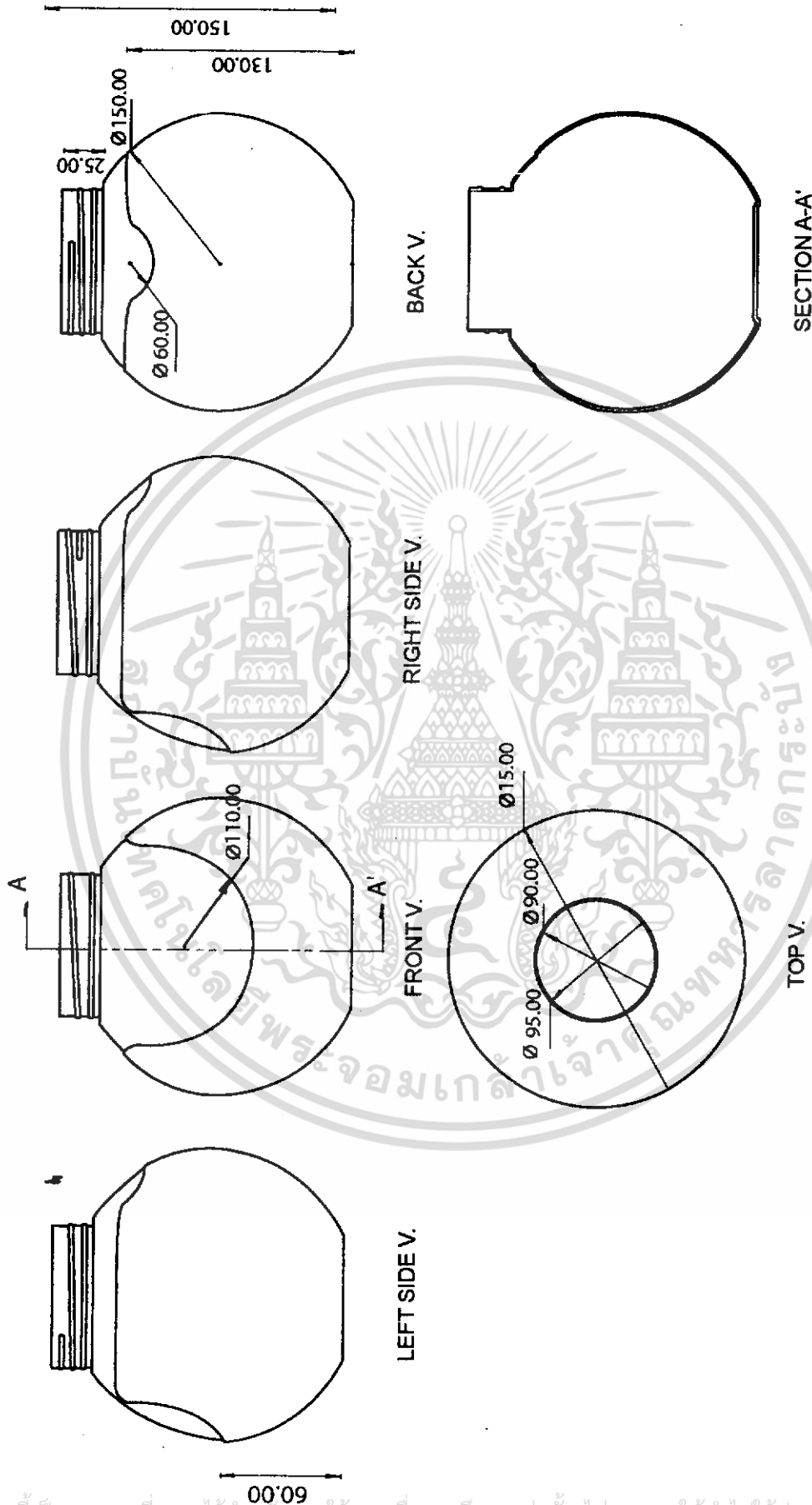
ASSEMBLY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

FACULTY OF ARCHITECTURE
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN
SIWAPORN SUKSUMRAN 43020310

PACKAGING
DESIGN

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

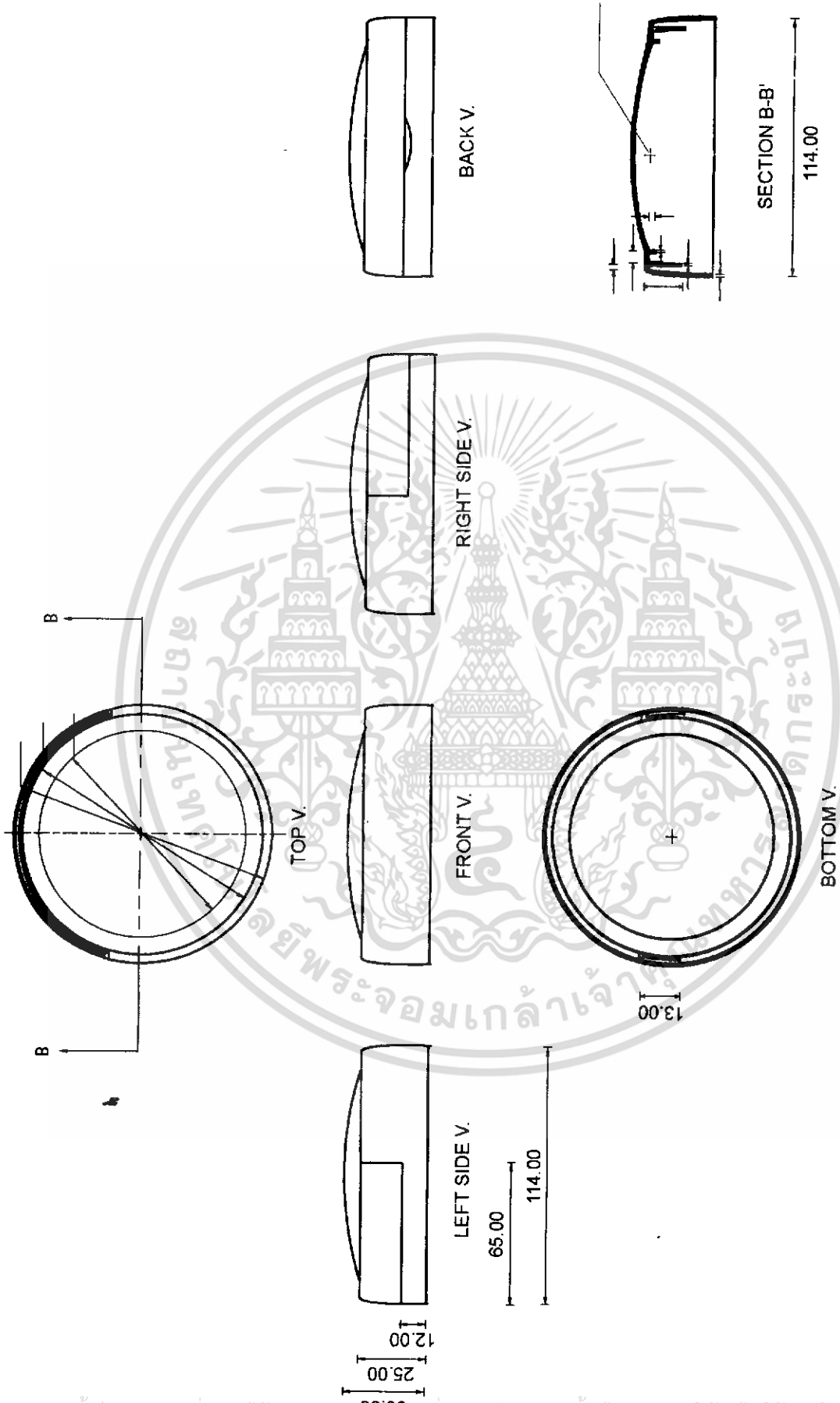


Unit : mm

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
SIWAPORN SUKSUMRAN 43020310	
PACKAGING DESIGN	

PART 1

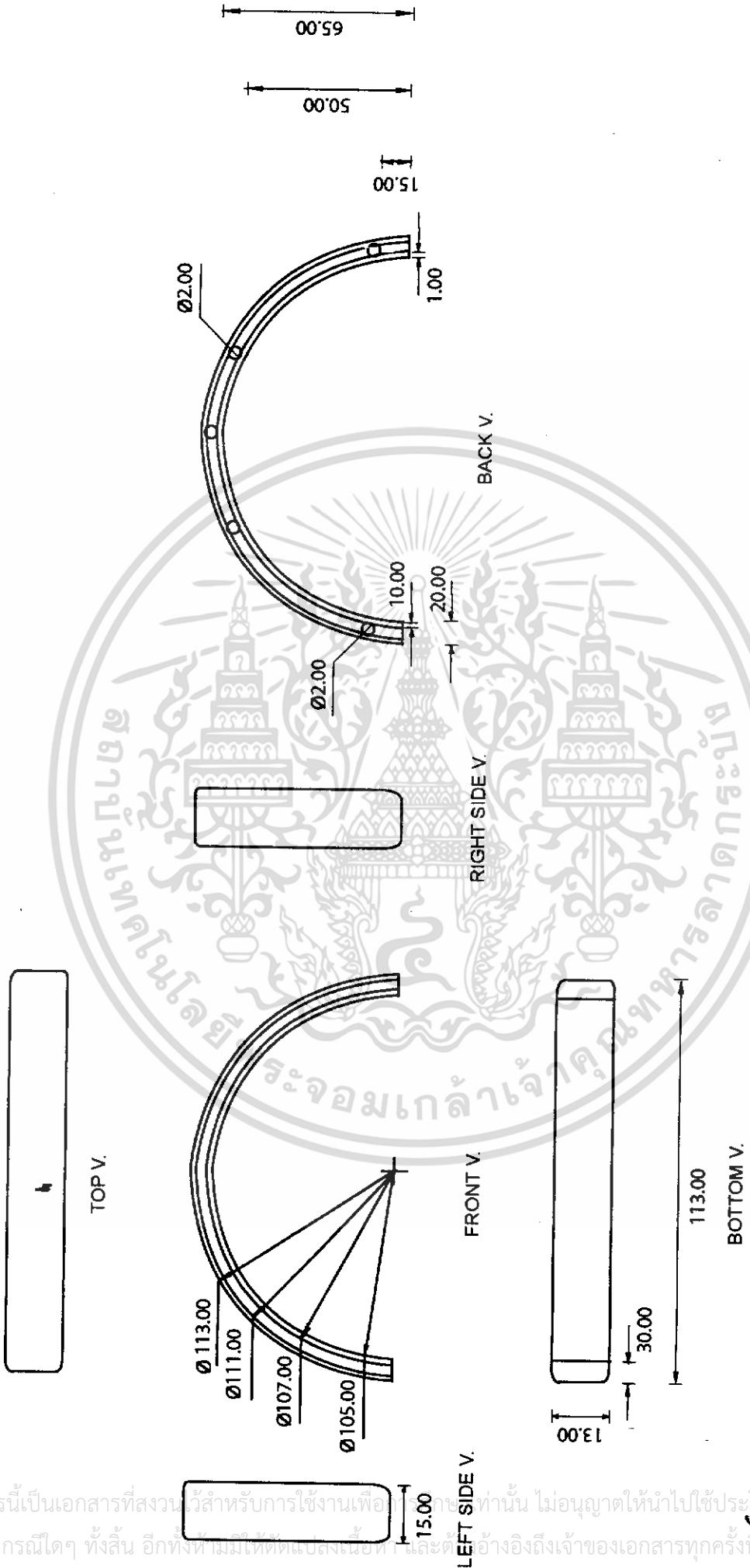
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN SIWAPORN SUKSUMRAN 43020310	
PACKAGING DESIGN	

PART 2



Unit : mm

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	
DIVISION OF INDUSTRIAL DESIGN	
SIWAPORN SUKSUMRAN 43020310	
PACKAGING DESIGN	

PART 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อ... เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบ

1. บรรลุเกณฑ์ถ้า โยสคเพื่อการส่งออกใช้ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง
2. การใช้เอกกราฟิกแบ่งประเภทสินค้ายังน้อยไป

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

ในการทำวิทยานิพนธ์สิ่งสำคัญในการทำให้การทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลายๆด้าน ตั้งแต่การเริ่มหาหัวข้อ การหาข้อมูล และการออกแบบรวมถึงการจัดสรรเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ถ้าจัดสรรเวลาไม่ถูกต้องจะส่งผลอย่างมากในการทำวิทยานิพนธ์ หัวข้อในการทำวิทยานิพนธ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะเป็นสิ่งที่เราต้องอยู่กับมันตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ หากเราได้หัวข้อที่เราขาดความรู้ ความถนัดจะทำให้เกิดความทุกข์ทรมานในการทำวิทยานิพนธ์ และจะส่งผลให้การทำวิทยานิพนธ์ได้ไม่ดี

จากการทำวิทยานิพนธ์ที่ผ่านมาได้เรียนรู้ถึงการ จัดสรรเวลา การมีเหตุผลในการออกแบบ มีที่มา ที่ไป เพื่อให้การออกแบบนั้นสามารถตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสูงสุด

บรรณานุกรม

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 ปี พ.ศ. 2525 เรื่องฉลาก

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 ปี พ.ศ. 2528 เรื่องฉลาก ฉบับที่ 2

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 114 ปี พ.ศ. 2535 เรื่องอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

การบรรจุผลิตภัณฑ์ผลไม้สดเพื่อการส่งออก, ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย, กรุงเทพฯ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

นางสาวศิวาพร สุขสำราญ

มัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย โรงเรียนสาริศจิตสถานบ้านราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
(พ.ศ. 2537-2542)

อุดมศึกษา ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (พ.ศ. 2543-2548)
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

เนื่องจากปัจจุบันพบว่า ตลาดผลไม้และผลไม้แปรรูป มีแนวโน้มอัตราการเติบโตสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น นิยมบริโภคผัก ผลไม้ที่มีคุณภาพ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย อีกทั้งรัฐบาลได้มีนโยบายในการรณรงค์ให้คนไทยหันมาบริโภคผลไม้ไทยมากขึ้น เพื่อสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรไทย เป็นการกระจายรายได้ให้เกษตรกรและสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และเป็นการสืบสานภูมิปัญญาไทยในการแปรรูปอาหาร ให้สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานๆ

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปในปัจจุบันยังต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องทั้งในเรื่องเทคโนโลยีในการแปรรูปที่สามารถคงคุณค่า สารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และสามารถเก็บรักษาได้นาน รวมถึงการพัฒนาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และตลาดในปัจจุบัน

นางสาวศิวาพร สุขสำราญ