

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวดน้ำสำหรับดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นของบริษัท

ริช ฟอว์เวิร์ด จำกัด

(Gift Packaging and Graphic Design for flower clay., Rich forward co.,Ltd.)



โดย

นางสาวอรพรรณ รัชตะวีระนาจิน

๒๕๖

๒๕๖๒

๒๕๖๒ ๑๙/๑๑

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 71487
วัน,เดือน,ปี..... 9 พ.ค. 2550

b..... 11๖๕3๖๗1
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร. นาวารรณ สวัสดิชัย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ของชวีญสำหรับดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น
นักศึกษา	นางสาวอรพรรณ รัชตะชีวะนาวิน รหัสนักศึกษา 43020141
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา	2548

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทรีซ ฟอร์เวิร์ด จำกัด เดิมมีหลายประเภททั้งแบบที่เป็นดอกไม้ประดิษฐ์สำเร็จรูปและแบบที่ทำตามความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดประสงค์เพื่อใช้ประดับตกแต่งสถานที่ เป็นของฝากหรือเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ในปัจจุบันวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้ซื้อมีแนวโน้มเพื่อซื้อเป็นของขวัญ ของฝากเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ความต้องการสินค้าในรูปแบบของขวัญมีมากกว่าแบบอื่น ๆ จึงทำให้ทางบริษัทผู้ผลิตผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย หลายประเภทมากยิ่งขึ้น และมีหลายรูปแบบจำแนกเป็นตามวาระ และโอกาสที่ต่างกัน เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

โดยทางบริษัทได้มีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวสินค้าด้านต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านการบรรจุ
 - บรรจุภัณฑ์เดิมจำแนกชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ไม่ชัดเจน
2. ปัญหาด้านความสะดวก
 - บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นพลาสติกอะซิเตทใส ยากต่อการพับขึ้นรูป และการบรรจุ
3. ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย
 - กราฟฟิกเดิมไม่สามารถดึงดูดความสนใจและสื่อความหมายของตัวสินค้าไม่ชัดเจน
 - กราฟฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นเอกลักษณ์และขาดความเป็นเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กราฟฟิกและโครงสร้างเดิมไม่สามารถแสดงประโยชน์และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ในการแยกชนิดของผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาด้านภาพพจน์ของสินค้า

- บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกยังขาดความน่าเชื่อถือและไร้วางใจ และไม่สื่ออารมณ์ถึงความ เป็นของขวิญญ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ : โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับดอกไม้
ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นของบริษัท ริช ฟอริเวียด จำกัด

ชื่อนักศึกษา : นางสาวอรพรรณ รัชตะชีวะนาวิน ภาควิชา : ศิลปอุตสาหกรรม
รหัสนักศึกษา : 43020141 ปีการศึกษา : 2548

คำนำ

เมื่อถึงวาระโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลต่าง ๆ ผู้คนจะนิยมซื้อของขวัญให้แก่กันเพื่อเป็นการแสดงน้ำใจ ปลูกของขวัญและเป็นการอวยพรเพื่อให้ผู้รับมีของขวัญและกำลังใจที่ดี คนในปัจจุบันนิยมให้ของขวัญที่มีคุณค่าหรือมีความหมายในทางที่ดีเพื่อเป็นการอวยพรให้แก่ผู้รับ

การให้ดอกไม้เป็นของขวัญมีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาลหญิงชาวยุโรปจะร้อยดอกไม้เป็นพวงมาลัยให้แก่สามีเพื่อเป็นการอวยพรก่อนการทำสงคราม ชาวจีนนิยมมอบผลไม้และต้นไม้ให้แก่กันในวันปีใหม่(ตรุษจีน)โดยมีความเชื่อว่าจะนำความมั่งมีและความสุขมาให้ ดอกไม้แต่ละชนิดมีความหมายต่างกันและใช้เป็นของขวัญในโอกาสที่ต่างกัน เช่น ดอกไม้สำหรับวันแห่งความรัก ดอกไม้สำหรับทดแทนผู้มีพระคุณ(ดอกไม้สำหรับวันแม่) ดอกไม้บางชนิดสามารถบอกรักที่มาของตัวดอกไม้ได้ชื่อเป็นของขวัญเพื่อเป็นที่ระลึกต่อการมาเที่ยว เช่น ดอกกล้วยไม้ สามารถทำให้นึกถึงความเป็นไทยได้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ไม่อาจเสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี หากไม่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลรอบด้านทั้งคนที่เคยรู้จักและไม่เคยรู้จักกันมาก่อน อันจะขอกล่าวขอบพระคุณดังนี้

ขอบคุณมาก ๆ ค่ะ คุณแม่สำหรับกำลังใจดี ๆ และกำลังใจที่พร้อมที่มีมาอย่างไม่ขาดสายตลอดระยะเวลา 5 ปีที่อยู่ที่นี่คำถามได้แกมบนินิตฯ ของคุณแม่ทำให้หนูมีความตั้งใจขึ้นมาก... ขอบคุณที่ไม่เคยคิดจะขัดใจกันเลยกับการตัดสินใจของหนูในทุกๆ เรื่อง

ขอบพระคุณมากค่ะ อาจารย์ประจำวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ทุกท่านสำหรับคำถามได้ คำแนะนำ คำติชม และคอยเตือนในทุกๆ เรื่อง

ขอบพระคุณมากค่ะ อาจารย์สมชัยสำหรับกล่องรูปทรงสวยงามต่างๆ ที่อาจารย์คอยหามาให้หนูดูเป็นตัวอย่าง ขอบคุณหนังสือข้อมูลต่างๆ ที่อาจารย์คอยให้การสนับสนุนอยู่ตลอด ขอบคุณอาจารย์ที่คอยพูดปลอบใจและให้กำลังใจอยู่ตลอด ขอบคุณคำปรึกษาต่างๆ เรื่องของอาจารย์ที่มีประโยชน์มากๆ สำหรับใช้ในการดำเนินชีวิตทั้งตอนนี้และต่อไปในอนาคต

ขอบพระคุณมากค่ะ อาจารย์เปิ้ลที่คอยโทรตามและดูแลตลอดช่วงเวลาที่ทำที่ลิสอยู่ อาจารย์เป็นแรงบันดาลใจที่สามารถทำให้คนขี้เกียจอย่างหนูลุกขึ้นมาทำอะไรจริงจังได้ช่วงระยะเวลาหนึ่งเลยค่ะ

ขอบพระคุณค่ะ อาจารย์อ้อและอาจารย์ดาวสำหรับคำแนะนำต่างๆ ที่ได้รับตอนตรวจงานคำแนะนำเหล่านั้นหนูจะจำและปรับปรุงให้มันดีขึ้นค่ะ

ขอบคุณค่ะ พี่รัตน์เจ้าของบริษัทที่ให้การสนับสนุนอย่างดี สำหรับการให้ข้อมูล การลดราคาของให้(เยอะมาก) และขอบคุณที่พี่ไม่เคยปรีากับมันเลยแม้ว่าจะไปรบกวนกี่ครั้งก็ตาม

ขอบคุณ แม่ที่คอยลุ้นและคอยให้กำลังใจกันไม่เคยเว้นเลยสักวันและโทรมาปลุกทุกเช้า ตั้งแต่ตอนส่งหัวข้อจนวันสุดท้ายที่วิทยานิพนธ์มันสิ้นสุดลงได้

ขบใจและขอบคุณมาก ๆ เพื่อนแก๊งค์พี่น้องที่ให้กำลังใจ คำถามได้ และการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนทุกอย่างอย่างดี ขอบคุณเพื่อนหมวยสำหรับมือปืนโมเดลสุดเนียบและคอยช่วยเหลือตลอดเวลาที่ต้องการ(มอยเก่งสุดๆ ไปเลย) ขอบคุณเพื่อนหยกสำหรับบู้คแบบเสกได้และกำลังใจดี ๆ สุดๆ จนถึงวินาทีสุดท้ายก่อนส่งไฟล์นอล(ไม่มีน้องหยกที่คงแยม) ขอบคุณเพื่อนฝ่ายสำหรับปรีนเตอร์ A3 ผู้มีพระคุณ สแกนเนอร์ที่ช่วยทุ่นแรงได้มากมาย และการสละเวลาพักผ่อนมาช่วยเหลือกัน(แค้นี่ก็ซึ้งแล้วเจ้เอ๊ย) ขอบคุณก้อยมากๆ ที่ถามไถ่และเป็นห่วงเป็นใย แล้วยังตามมาช่วยเหลือกันตลอดทั้งคราวเคราะห์และพันเคราะห์("อยู่คนเดียวไม่ตีหอกแกล เด๋วเราไปอยู่เป็นเพื่อน" T-T

ขบใจจริงๆ) ขอบคุณมัทสำหรับคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์มากๆ และการสละเวลามาช่วยทำโมเดล ขอบคุณตูนที่คอยถามไถ่และความช่วยเหลือต่างๆ ขอบคุณอ๊วสำหรับความช่วยเหลืออย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คาดไม่ถึง ทั้งการเรียกแท็กซี่มารับที่คณะและการไปเป็นเพื่อนทานข้าวด้วยกันบ่อยๆ ขอคุณวี (หวี)ที่ใจดียอมมาช่วยเหลือ และมาอยู่เป็นเพื่อนกันในตอนทำแบบร่างครั้งกะโน้น ขอคุณด้อมที่ โผล่มาคุใจกันเป็นบางเวลา ขอคุณนุ่น(นวม) ชิต ตี๊ด บัญ เพื่อนๆ คนอื่นๆ อีกมากมายที่คอยให้ คำแนะนำ คำปรึกษาและช่วยเหลือต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับงานและไม่เกี่ยวกับ ซึ่งคงเขียนไม่หมดแต่มันประทับใจในใจเราแล้วละ

ขอใจมาก ๆ เพื่อนๆ ศอ. ทุกคนที่เรียนร่วมกันมาและให้ประสบการณ์ชีวิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยดี ๆ ตลอดระยะเวลา 5 ปี

ขอใจและขอบคุณมาก ๆ เพื่อนสมัย ม.ปลายที่คอยถามไถ่และเป็นห่วงกันอยู่ตลอดเวลา ขอใจกรที่ลงทุนขับรถมาช่วยตัดโมเดลถึงที่หออันไกลแสนไกล ขอใจเอ๋ที่เรียกเมื่อไหร่ก็มาช่วยเหลือ ขอใจใจที่คอยให้กำลังใจเสมอ ขอใจต้องและหนึ่งที่คอยถามไถ่และเป็นห่วงทุกครั้งที่เราเจอกัน

ขอใจ พี่ ๆ น้องๆ ทุกคนในสายรหัส ขอใจมากเลยจะน้องอ้อยที่อุทิศตัวสละเวลามาช่วยพี่แบบ หามรุ่งหามค่ำ เสี่ยงอันตรายกะจิ้งจก(เมื่อคราวโน้น)และอุดหนุนพาเพื่อนๆ ยกโขยงมาช่วยตัด โมเดลสุดโหด ขอใจน้องเป้าสำหรับการถามไถ่ทุกๆ ครั้งที่เจอหน้า การซื้อโน้ตซื้อนี้ให้ตลอดเวลา ที่ต้องการ และที่สำคัญที่สุดสำหรับการเรียกแรงงานมาช่วยพี่ ขอใจน้องโอมสำหรับความช่วยเหลือสมัยเด็กๆ ขอใจน้องพิสิษฐ์สำหรับการช่วยเหลือหลายๆ อย่าง

ขอใจสุดซึ่ง น้องคอมที่น่ารัก ที่ไม่เคยทรยศหักหลังเลยตั้งแต่ได้มา ตลอดระยะเวลา 5 ปี(กว่าๆ)ที่อยู่ที่นี่ไม่เคยมีปัญหาใหญ่ๆ ให้กวนใจ

ขอบคุณคะ ป้าเจ๊อ้อยและลุงที่ทำให้มีอาหารตักถึงห้องตลอดเวลา แม้มยามยากจนก็ยังให้ติดเงินไว้ได้ **ขอบคุณ**ร้านเช่าการ์ตูนที่ให้ความบันเทิงเวลาเครียดๆ ถ้าพี่ไม่เปิดยามดึกป่านนี้คงเครียดตายไปแล้ว

ขอบคุณ คนที่คอยช่วยเหลือและคนที่ผ่านเข้ามาในชีวิตอีกหลายคนที่ไม่อาจกล่าวถึงได้หมด **ขอบคุณ**หลายๆ สถานการณ์ที่มีส่วนช่วยทำให้การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

อนุมัติผล
บทคัดย่อ
คำนำ
กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1	บทนำ	1
	ความเป็นไปได้ของโครงการ	11
	ขอบเขตของโครงการ	13
	ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ และแนวทางแก้ปัญหา	15
บทที่ 2	การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.1	ข้อมูลทางการตลาดของบริษัทคู่แข่ง	29
2.2	ข้อมูลด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิต	30
2.2.1	ช่องทางการตลาด	30
2.2.2	SWOT ANALYSIS	31
2.2.3	BRAND POSITIONING	33
2.2.4	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	33
2.3	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	34
2.3.1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	34
2.3.1.1	อุปกรณ์ในการประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น	34
2.3.1.2	ลักษณะทางกายภาพของดินปั้น	35
2.3.1.3	อายุ การเก็บรักษา และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์	36
2.3.2	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	38
2.3.2.1	หมวดผลิตภัณฑ์เซรามิก	38
2.3.2.2	หมวดผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิ๋ว	39
2.3.2.3	หมวดผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดเล็ก	39
2.3.2.4	หมวดผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดกลาง	40
2.3.2.5	หมวดผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดใหญ่	40
2.3.2.6	หมวดผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษ	41
2.3.2.7	หมวดผลิตภัณฑ์ช่อดอกไม้	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	2.3.2.8	หมวดผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญวันแม่	42
	2.3.2.9	หมวดผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญวาเลนไทน์	43
	2.3.3	ความหมายของดอกไม้แต่ละชนิด	44
	2.3.4	วิเคราะห์และสรุปความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	46
2.4		ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ทั่วไป	46
	2.4.1	ข้อกำหนดในด้านโครงสร้างของตัวบรรจุภัณฑ์	47
	2.4.2	หลักการเลือกวัสดุและรูปร่างลักษณะบรรจุภัณฑ์	47
	2.4.3	ประเภทของกระดาษแข็ง	49
	2.4.4	ประเภทของกล่องกระดาษแข็ง	50
	2.4.5	วัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ	51
	2.4.6	วิเคราะห์และสรุปเรื่องวัสดุที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	53
2.5		ข้อมูลเกี่ยวกับสี	53
	2.5.1	ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสี	53
	2.5.2	จิตวิทยาสี	57
	2.5.3	วิเคราะห์และสรุปการใช้สีและกราฟิกที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	57
2.6		วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์เดิมและคู่แข่ง	58
บทที่ 3		การพัฒนาการออกแบบ	
	3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	61
	3.1.1	ข้อมูลเกี่ยวผลิตภัณฑ์	61
	3.1.2	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค	62
	3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ	63
	3.2.1	การออกแบบตราสินค้า	63
	3.2.2	แนวความคิดของตัวสินค้า	67
	3.2.3	แนวความคิดการออกแบบ	67
	3.2.3.1	การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์	68
	3.2.3.2	การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	82
บทที่ 4		การเสนอผลงานการออกแบบ	87
	4.1	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด	87

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	127
บทที่ 5	บทสรุป	
5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	134
5.2	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	135
	ประวัติการศึกษา	136



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับดอกไม้จากดินญี่ปุ่นมีมากมายเนื่องจากได้รับความนิยมจากลูกค้าทั้งคนไทยและคนต่างชาติ ทำให้มีการแข่งขันระหว่างกิจการ ผู้ประกอบการบางรายได้นำกลยุทธ์ทางด้านการบริการจัดส่งสินค้าถึงที่(delivery)มาใช้เป็นจุดเด่น บางกิจการก็ใช้การทำส่งออกเป็นจุดขาย

แต่ก่อนการทำดอกไม้ประดิษฐ์จะพัฒนามาจากการใช้แป้งขนมปังซึ่งเป็นที่นิยมประมาณ 5-6 ปีที่ผ่านมาแต่เนื่องจากดอกไม้ที่ผลิตจากแป้งขนมปังนั้นถูกกักกินจากมดและแมลงสาบ ทำให้ไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน จึงทำให้ต้องมีการพัฒนาวัสดุให้สามารถป้องกันจากมดและแมลงสาบ เพื่อการเก็บรักษาให้นานยิ่งขึ้น ช่วยลดปัญหาเรื่องการทำลายจากแมลงได้ ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นจึงเริ่มได้รับความนิยมจากลูกค้ามากยิ่งขึ้นเนื่องจากมีความสวยงาม มีสีสันสดใสเหมือนจริงและทนทานสามารถเก็บรักษาได้นานกว่าดอกไม้สด นอกจากนี้ยังมีผู้นิยมนำดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นไปให้เป็นของขวัญ ของฝากตามวาระโอกาสต่างๆ เพราะนอกจากมีความสวยงามเหมือนจริงแล้ว ยังมีความหลากหลายตรงกับความต้องการผู้ซื้อมากกว่าของจริงอีกด้วย

บริษัท ริช พอร์เวิร์ด จำกัด คือผู้ประกอบการผลิตสินค้าและอุปกรณ์เกี่ยวกับดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น ก็เป็นอีกบริษัทหนึ่งที่ต้องการสร้างโดดเด่นให้กับสินค้าของตัวเอง โดยการเช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้าที่เป็นดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นโดยตรงตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในกรุงเทพฯ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อดอกไม้สำเร็จรูปเพื่อไปใช้ตกแต่งหรือเป็นของขวัญของฝาก

จากที่เริ่มมีแนวคิดในการจัดสวนแสดงสินค้าได้ไม่นาน ทำให้ทางบริษัทยังไม่มีบรรจุกณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมการขายของบริษัทอย่างชัดเจน ดังนั้นบรรจุกณฑ์ที่ดี จึงควรตอบสนองปัญหาด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบของขวัญ ความสามารถในการปกป้องตัวสินค้าและสร้างเอกลักษณ์ของบริษัทให้เป็นที่จดจำ

ข้อมูลเบื้องต้น

บริษัท ริช พอร์เวิร์ด จำกัด เป็นบริษัทที่ เป็นผู้พัฒนาดินญี่ปุ่นสำหรับทำดอกไม้ประดิษฐ์ โดยมีสินค้าหลากหลายเกี่ยวกับดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น ตั้งแต่วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตงาน เช่น ดินญี่ปุ่นและแม่พิมพ์แบบต่างๆ สำหรับทำดอกไม้ประดิษฐ์รวมทั้งดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นสำเร็จรูปหลากหลายรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท ริช ฟอริเวิร์ด ก่อตั้งกิจการครั้งแรกมาจากการพัฒนาวัสดุเกี่ยวกับการประดิษฐ์ดอกไม้ โดยทางบริษัทได้มีการเลือก ค้นคว้า และพัฒนาวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาทำดอกไม้ประดิษฐ์ ต่อมาได้มีการจัดเปิดสอนการประดิษฐ์ดอกไม้ญี่ปุ่นโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในการเรียนแต่คิดเงินจากราคาดินที่ใช้ในการประดิษฐ์ดอกไม้

สุดท้ายได้มีการขยายธุรกิจจากการขายอุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ประดิษฐ์ดอกไม้เป็นการขายดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นแบบสำเร็จรูป โดยมีผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์สำเร็จรูปแบ่งเป็น

1. เข็มกลัดดอกไม้

ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นเข็มกลัดขนาดเล็ก และเข็มกลัดช่อดอกไม้ขนาดใหญ่ มีราคาประมาณ ชิ้นละ 39- 69 บาท

2. ต้นไม้เพื่อเป็นของขวัญ มีลักษณะเป็นต้นไม้กระถาง และกระเช้าดอกไม้ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทกล้วยไม้ ได้แก่ กล้วยไม้หวายแฉะ กล้วยไม้แวนด้า กล้วยไม้แคทลียา เป็นต้น มีราคาประมาณชิ้นละ 250-1800 บาท

3. ดอกไม้เพื่อการตกแต่งสถานที่ เป็นการจัดรูปแบบดอกไม้และกระถางต้นไม้ตามความต้องการของลูกค้า มีทั้งแบบที่เป็นกระเช้าดอกไม้ แจกันดอกไม้ และกระถางดอกไม้ มีราคาประมาณ 2000 บาทขึ้นไป

สินค้าที่เลือกมาทำในโครงการ คือกลุ่มเข็มกลัดดอกไม้และต้นไม้เพื่อเป็นของขวัญ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งเสริมการขายและเพื่อความสะดวกต่อการขนย้ายในรูปแบบการเป็นของขวัญ

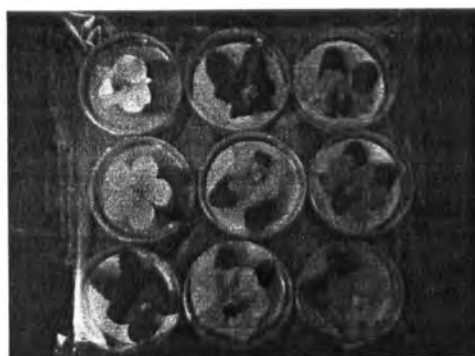
1. เข็มกลัดดอกไม้

เป็นดอกไม้ดินปั้นขนาดจิ๋ว โดยแยกเป็นแบบเข็มกลัด แบบแม่เหล็ก และต้นไม้จิ๋ว ประกอบด้วย

- เข็มกลัดเล็ก ราคาชิ้นละ 39 บาท

- เข็มกลัดใหญ่ ราคาชิ้นละ 69 บาท

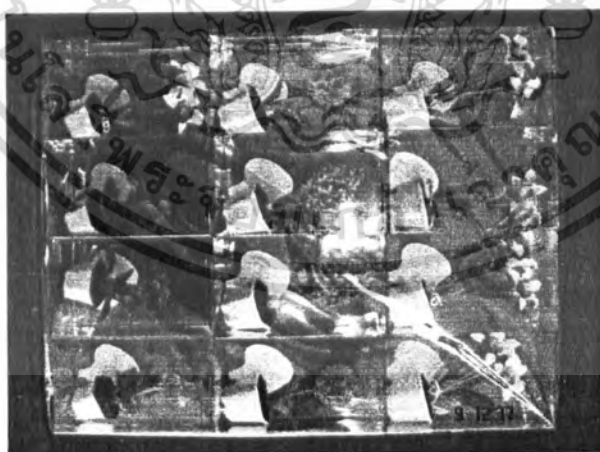
- ต้นไม้จิ๋ว ราคาชิ้นละ 59 บาท



รูปที่ 1 ตัวอย่างสินค้าประเภทเซรามิกลวดดอกไม้



รูปที่ 2 เซรามิกขนาดใหญ่ในรูปแบบของกล่องของขวัญ set up box ที่ทำจากกระดาษสาห่อด้วยกระดาษชั้น



รูปที่ 3 แสดงภาพดอกไม้จิ๋วแบบจัดเซต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวางจำหน่ายเป็นการจำหน่ายแบบส่งเสริมให้ลูกค้าซื้อในปริมาณมาก เช่น ราคา ต้นไม้ขนาดเล็กหนึ่งต้นขาย 59 บาทแต่ถ้าซื้อ 3 ต้นจะซื้อได้ในราคา 100 บาท และยังมีการจัดขาย เป็นชุดคือเริ่มกัลลัดชุด 9 ชิ้น และต้นไม้จิว 12 ชิ้น

2. ดอกไม้กระถางเพื่อเป็นของขวัญ

เป็นดอกไม้กระถางกล้วยไม้หลายชนิด มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก มีรายละเอียดดังนี้

- กล้วยไม้หวายแคะ ราคา 290 บาท
- กล้วยไม้แวนด้าขนาดกลาง ราคา 450 บาท
- กล้วยไม้หวาย ราคา 650 บาท มีหลายขนาด
- กล้วยไม้แคทลียา ราคา 550 บาท
- กล้วยไม้แวนด้าขนาดใหญ่ 1,200 บาท
- ชุดดอกไม้ มี 4 ประเภทได้แก่ ทิวลิป กุหลาบ เยอบีร่า และกล้วยไม้หวายแคะ ราคา 350 บาท



รูปที่ 4 ตัวอย่างสินค้ากล้วยไม้หวายแคะ กล้วยไม้แวนด้า และกล้วยไม้หวายตามลำดับ



รูปที่ 5 ตัวอย่างการวางสินค้าในโชว์รูม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 6 ตัวอย่างสินค้าดอกกล้วยไม้แคทลียา



รูปที่ 7 ตัวอย่างสินค้าช่อดอกไม้



รูปที่ 8 ตัวอย่างสินค้าดอกไม้วันเทศกาลวาเลนไทน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ต้นไม้เพื่อการตกแต่งสถานที่

เป็นดอกไม้กระเช้าหรือต้นไม้ขนาดใหญ่สำหรับตกแต่งสถานที่ เป็นการรับจัดดอกไม้ตามความต้องการของลูกค้า โดยที่ลูกค้าเป็นผู้ระบุชนิดดอกไม้และลักษณะการจัด โดยแบ่งเป็น

- กระเช้าดอกไม้ (ชนิดและรูปแบบดอกไม้ตามความต้องการของลูกค้า) ราคากระเช้าละ 1,800 บาท



รูปที่ 9 กระเช้าดอกไม้สำหรับการตกแต่งสถานที่



รูปที่ 10 แบบบรรจุภัณฑ์ดอกไม้สำหรับการตกแต่งสถานที่

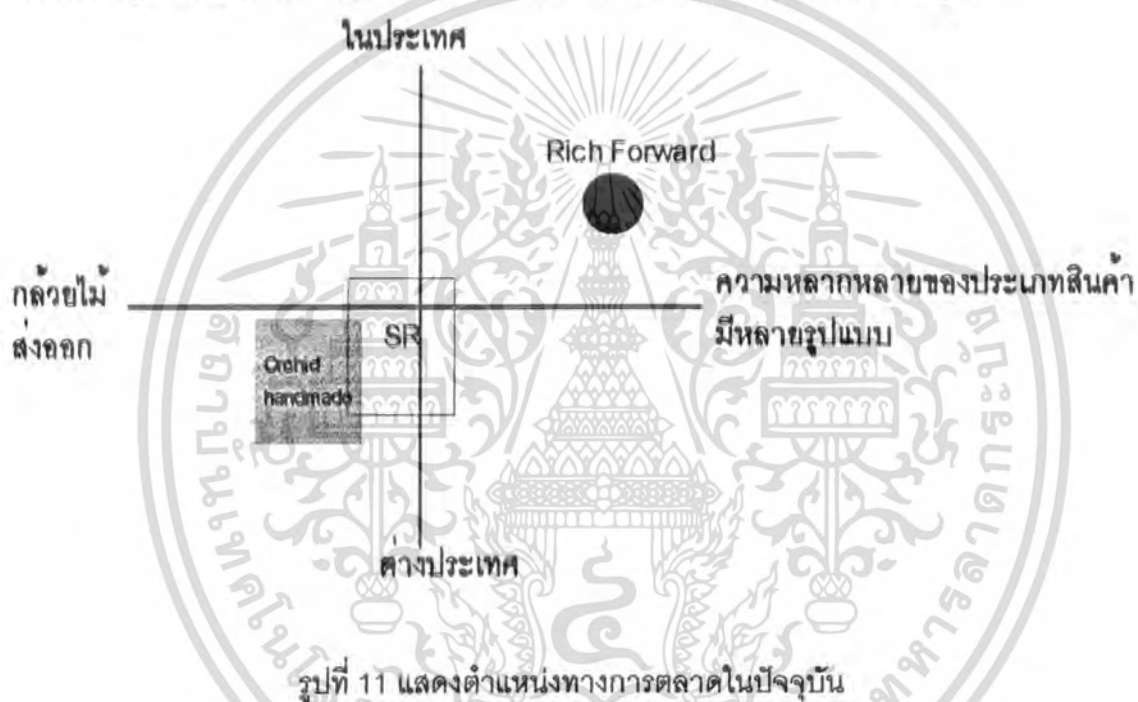
ข้อมูลด้านการตลาดเบื้องต้น

คู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

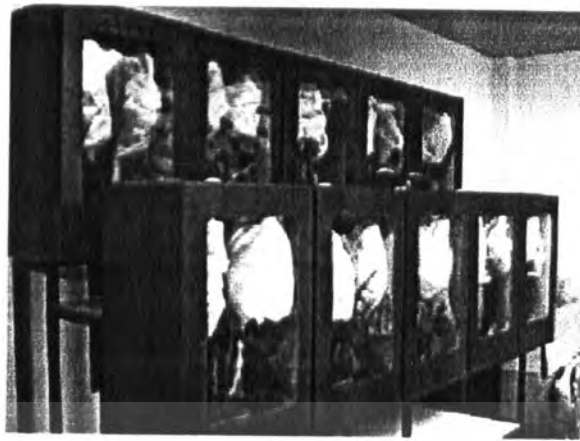
บริษัทผลิตดอกไม้จากดินญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงและครองตลาดการส่งออกในขณะนี้ มีสองรายใหญ่คือ บริษัท SR Thai Handicraft และ Orchid HandMade Ltd.Part โดยทั้งสองบริษัทมีชื่อเสียงจากกลุ่ม OTOP คือเป็นสินค้าไทยที่ส่งออกต่างประเทศ และครอบครองส่วนแบ่งตลาด (market share) ของตลาดส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์อยู่ในขณะนี้

บริษัททั้งสองบริษัทนี้ทำกิจการส่งออกกล้วยไม้จากดินญี่ปุ่นและเทียนหอม ควบคู่กับกระดาษหรือฐานรองดอกกล้วยไม้ ขนาดของดอกกล้วยไม้ที่ทางบริษัท SR Thai Handicraft และ Orchid Handmade จะเป็นดอกกล้วยไม้ขนาดไล่เลี่ยกัน คือประมาณขนาดกลาง และมีรูปแบบเดียวคือ เป็นลักษณะกล้วยไม้ลำต้นตรงในแนวตั้งเป็นหลักเพื่อสะดวกต่อการส่งออกต่างประเทศ และมีบรรทัดษณ์ของแต่ละบริษัทเองเพื่อการขนย้ายเน้นเพื่อการส่งออกเป็นสำคัญ



จะเห็นว่า บริษัท ริช ฟอว์เวิร์ด จะได้เปรียบตรงที่มีสินค้าที่หลากหลายและมีรูปแบบของตัวสินค้าในเชิงของขวัญ จากกราฟจะเห็นว่าบริษัท SR Thai Handicraft และ Orchid Handmade นั้นจะมีช่องทางการตลาดที่เกาะกลุ่มกันอยู่ที่การเป็นดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อการส่งออก และรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ยังคงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงกับธรรมชาติมาก เช่น รูปแบบต้นกล้วยไม้ทั้งต้นที่มีทั้งรากและใบหยั่งลงบนพื้นดิน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 12 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง(OTOP)



รูปที่ 13 การบรรจุสินค้าของกลุ่ม OTOPT



รูปที่ 14 ตัวอย่างการบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่งของบริษัท Thai Orchid Handmade

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตัวอย่างรูปที่ 12 , 13 และ 14 จะเห็นว่านอกจากด้านการปกป้องสินค้า การบรรจุ และการขนส่งแล้ว ทางร้านยังไม่มี การส่งเสริมการขายที่โดดเด่น ชัดเจน โดยที่จะมีเพียงป้ายเล็กๆ แสดงตราสินค้าและชนิดของสินค้าเอาไว้เพียงเท่านั้น

สรุปความต้องการโดยรวมของตัวบรรจุภัณฑ์

1. ด้านการปกป้องสินค้า (Protection) จากที่กล่าวไปข้างต้นว่า การวางผลิตภัณฑ์ เปลือยๆ บนชั้นวางสินค้าอาจทำให้สินค้าเกิดความเสียหายจากการสัมผัสของลูกค้านำให้เกิดการ หลุดลอกของสีเมื่อโดนสัมผัสบ่อยๆ และการโดนแสงสว่างเป็นเวลานานก็ทำให้สีของผลิตภัณฑ์ซีดจางลง

2. ด้านการบรรจุสินค้า (Containment) การบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่ง เนื่องจากสินค้ามี หลากหลายขนาดและหลายรูปแบบ ลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ช่วยบ่งบอกลักษณะของสินค้านั้นๆ ได้ เพื่อความสะดวกแยกแยะประเภทสินค้า

3. ด้านความสะดวก (Convenience) ต้องการความสะดวกในการขนย้าย

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ปัจจุบันมีการนิยมซื้อดอกไม้เพื่อเป็นของขวัญ ของฝากในวาระต่างๆ และเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้ผู้ที่ผ่านมาพบเห็นเกิดความ ต้องการซื้อ ทำให้ผู้ได้รับเกิดความประทับใจและเพื่อเป็นการโฆษณาให้ชื่อของ บริษัทเป็นที่รู้จัก

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. หารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อปกป้อง คัดกรองตัวผลิตภัณฑ์ ภายในไม่ให้เกิดความเสียหายก่อนถึงมือผู้รับ และบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ ภายในที่มีความสวยงาม
2. บรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคและผู้ขายสินค้า เช่น สะดวกต่อการ เคลื่อนย้ายง่ายต่อการใช้งาน
3. ขยายตลาดเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการดอกไม้สำเร็จรูปไปใช้งานใน รูปแบบของของขวัญ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่ช่วยส่งเสริมความดึงดูดของตัว ผลิตภัณฑ์ให้ดูมีคุณค่า เหมาะสมกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับทางบริษัทเจ้าของ ผลิตภัณฑ์ ให้มีความโดดเด่น แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ

ความสำคัญของโครงการ

1. หารบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่เหมาะสมและช่วยส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ รูปแบบของบรรจุ ภัณฑ์ที่ดีนอกจากจะสามารถปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยแล้ว ยังต้องมีส่วนช่วยในส่งเสริมตัว ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามให้ดูมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น
2. เป็นการสร้างจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์และบริษัทที่ผลิต เพื่อเจาะตลาดกลุ่มสินค้า ของขวัญเพื่อความแตกต่างจากสินค้าจากบริษัทอื่น และเพื่อกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ต้องการความ สวยงามและความสะดวกในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากร้านแสดงสินค้าไปสู่มือผู้รับ
3. เป็นการเพิ่มยอดขายให้กับทางบริษัทจากบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ให้ดูมี ราคา มีคุณค่าแก่การเก็บรักษาและมีรูปปลักษณ์ที่เหมาะสมกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

ทางบริษัทมีนโยบายในการขยายตลาด จากการขายวัสดุและอุปกรณ์มาเป็นการขายชิ้นงานสำเร็จรูปซึ่งเป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ จึงมีการเปิดสถานที่แสดงสินค้าเพื่อแสดงและขายตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นดอกไม้สำเร็จรูปแต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของทางบริษัทเอง ทำให้ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ดีเท่าที่ควร การที่มีบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ ชนย้ายได้สะดวกและดูมีราคาจะช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้ดี ดังนั้นจึงเห็นว่าโครงการมีความสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

2. ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นกำลังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันทั้งในและต่างประเทศและมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เห็นได้จากการที่มีธุรกิจผลิตดอกไม้จากดินญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องผลิตและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกมาให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ในตลาด เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมา การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีการพัฒนาควบคู่กันไปกับตัวผลิตภัณฑ์

3. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันคนเริ่มนิยมซื้อดอกไม้และต้นไม้ มาใช้เป็นของขวัญให้กันมากยิ่งขึ้น ทั้งเพื่อให้เกิดความเป็นสิริมงคลและความสวยงาม ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีข้อดีคือ มีความสวยงามเหมือนจริง มีอายุการใช้งานที่นานและทนทาน ทำให้เป็นที่นิยมในการซื้อเป็นของขวัญของฝาก ของตกแต่ง ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องดูมีคุณค่าเหมาะแก่การให้เป็นของขวัญ และต้องช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเหมาะแก่การเก็บรักษามากขึ้น

4. ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่มีหลักเกณฑ์ผ่านการคิดวิเคราะห์ การหาปัญหาและแนวทางในการออกแบบที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุกรรมวิธีในการผลิต รวมทั้งการศึกษาหาข้อมูลด้านการตลาด การสร้างเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และการสร้างเอกลักษณ์ร่วมของบรรจุภัณฑ์ (Corporate Identity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

ดังนั้น โครงการนี้มีความเป็นไปได้ เนื่องจากมีความเป็นไปได้ในทุกๆ ด้าน ประกอบด้วยด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา บริษัท ฟอร์เวิร์ดยังต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ด้านการใช้งานประโยชน์ใช้สอย การขนส่งความสะดวกในการใช้งาน และด้านการส่งเสริมการขาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.1 บรรจุภัณฑ์เริ่มกลัด

- เริ่มกลัดขนาดเล็ก
- เริ่มกลัดขนาดใหญ่

1.2 บรรจุภัณฑ์ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว

- ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(เดี่ยว)
- ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(กลุ่ม 3 ต้น)
- ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(กลุ่ม 4 ต้น)

1.3 บรรจุภัณฑ์ต้นไม้ขนาดเล็ก

1.4 บรรจุภัณฑ์ดอกไม้กระถางขนาดกลาง(หวายแฉะ)

1.5 บรรจุภัณฑ์ดอกไม้กระถางขนาดใหญ่(แวนด้า)

1.6 บรรจุภัณฑ์ดอกไม้กระถางขนาดใหญ่พิเศษ(แคทลียา)

1.7 บรรจุภัณฑ์ช่อดอกไม้

1.8 บรรจุภัณฑ์ชุดเทศกาลวาเลนไทน์

- เริ่มกลัดกุหลาบ
- ดอกกุหลาบแดง
- ช่อดอกกุหลาบแดง

1.9 บรรจุภัณฑ์ชุดเทศกาลวันแม่

- เริ่มกลัดมะลิ
- ต้นมะลิ
- มาลัยดอกมะลิ

โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้อง

- 1.คำนึงถึงการปกป้องสินค้า (Protection) การบรรจุ (Containment) การอำนวยความสะดวก (Convenience) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ในรูปแบบของขวัญ
- 2.การแสดงเอกลักษณ์ของบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ แหล่งที่มา เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ให้สามารถจดจำได้และเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค
- 3.การมี Corporate Identity ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่าเป็นสินค้าภายใต้แบรนด์เดียวกัน แต่ยังคงมีความแตกต่างในแต่ละสินค้า เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงวัสดุ และกรรมวิธีในการผลิตที่สามารถทำได้ภายใต้ระบบอุตสาหกรรมในประเทศ

5. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าไทย โดยเป็นการสนับสนุนให้คนไทยหันมาใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศและเพื่อแสดงความเป็นไทยให้ชาวต่างชาติรับรู้ถึงความสามารถของคนไทย

2. ออกแบบกราฟิกและสื่อความหมาย

2.1 ออกแบบกราฟิกที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต (Brand Identity) เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปสามารถจดจำได้ และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้ซื้อสินค้า

2.2 ออกแบบกราฟิกที่แสดง Corporate Identity ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อแสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าแบรนด์เดียวกัน แต่ก็ยังมีความแตกต่างของสินค้าแต่ละประเภทเพื่อพนักงานที่ทำหน้าที่จัดวางของและผู้ซื้อไม่เกิดความสับสน







2.3 แสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ชนิด รายละเอียด เกี่ยวกับสินค้าที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์

2.4 ออกแบบกราฟิกโดยคำนึงถึงข้อจำกัดในการพิมพ์จากโรงงานอุตสาหกรรม




3. ออกแบบโลโก้

ทางบริษัทเจ้าของกิจการยังไม่มีโลโก้ที่แสดงถึงผู้ผลิตที่เด่นชัด ซึ่งการออกแบบโลโก้จะช่วยสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้กับตัวสินค้า ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์มาจากแหล่งเดียวกัน และเป็นการวางระบบในการนำไปใช้ในการออกแบบกราฟิกอื่นๆ

รูปแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้า	รูปผลิตภัณฑ์	ขนาดมิติ
1. เข็มกลัดขนาดเล็ก มี 2 ชนิด ได้แก่ แวนด้า หวายแควระ		เส้นผ่านศูนย์กลาง 6 cm สูง 3 cm
2. เข็มกลัดขนาดใหญ่ มี 2 ชนิด ได้แก่ ช่อหวายแควระ ช่อแวนด้า		เส้นผ่านศูนย์กลาง 12 cm สูง 5 cm
3. ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว 3.1 ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(เดี่ยว) 4 ชนิด ได้แก่ แคทลียา ไฮยาซิน(ช่อสูง) ไฮยาซิน(ช่อเตี้ย) รองเท้านารี		ขนาด 4x6x10 cm
3.2 ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(จัดเซตกลุ่ม) จัดเซตกลุ่ม แคทลียา		ขนาด 4x30x10 cm
3.3 ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(จัดเซตกลุ่ม) จัดเซตกลุ่ม ไฮยาซิน(ช่อสูง)		ขนาด 4x30x10 cm
3.4 ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(จัดเซตกลุ่ม) จัดเซตกลุ่ม ไฮยาซิน(ช่อเตี้ย)		ขนาด 4x18x10 cm

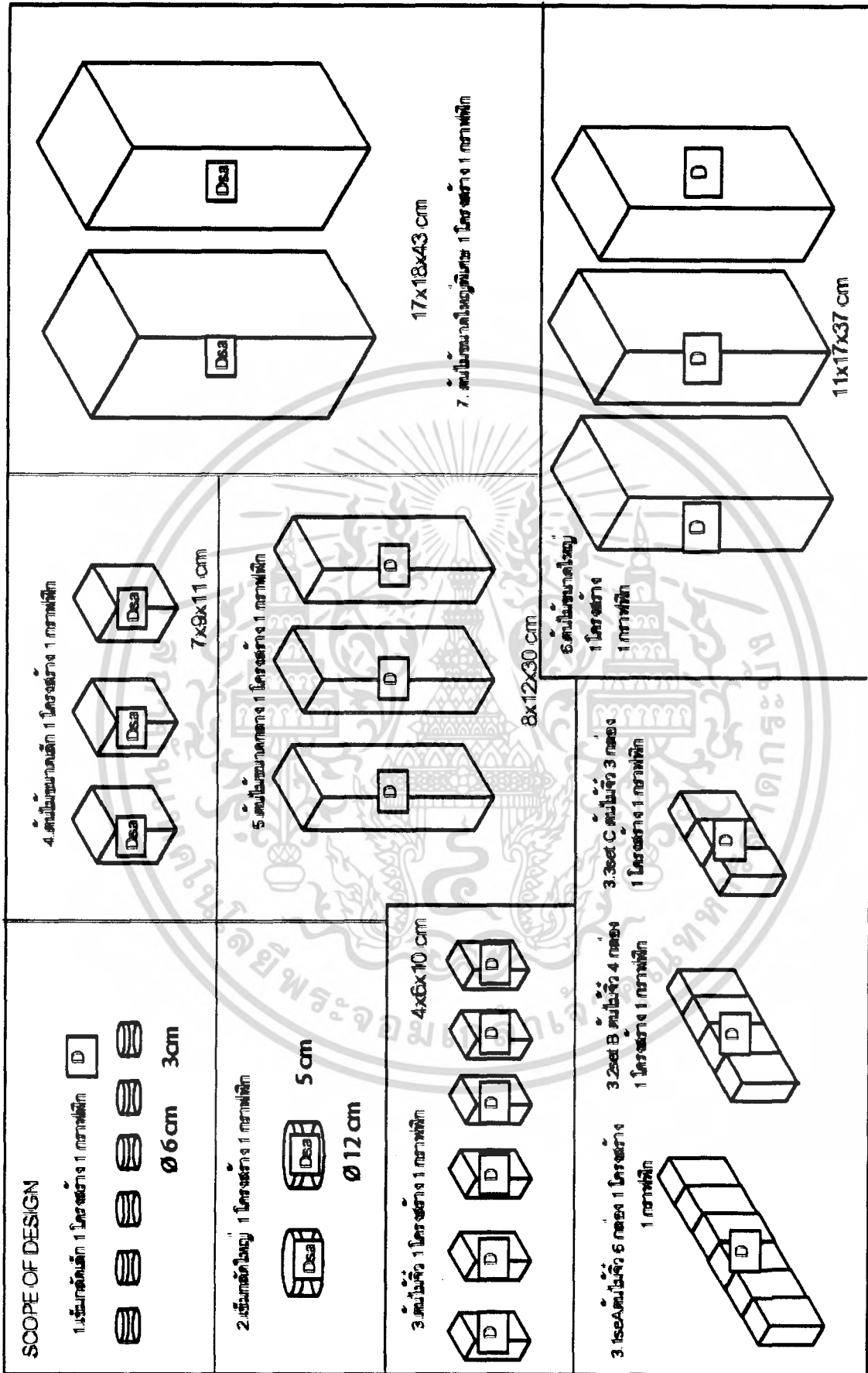
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>3.5 ดอกไม้กระถางขนาดจิ๋ว(จัดเชตกลุ่ม) จัดเชตกลุ่ม ดอกสีขาว</p>		<p>ขนาด 4x18x10 cm</p>
<p>4.ต้นไม้ขนาดเล็ก 3 ชนิด ดอกไม้ป่า ต้นเยอบีร่า ต้นกล้วย</p>		<p>ขนาด7x9x11 cm</p>
<p>5.ขนาดกลาง กล้วยไม้หวายแคระ มี 4 สี</p>		<p>ขนาด 8X12X30 CM</p>
<p>6.ขนาดใหญ่ กล้วยไม้แวนด้า มี 3 สี</p>		<p>ขนาด11X17X37 CM</p>
<p>7.ขนาดใหญ่พิเศษ กล้วยไม้แคทลียา มี 2 สี</p>		<p>ขนาด17X18X43 CM</p>
<p>8.ช่อดอกไม้ มี 4 ประเภท ได้แก่ ทิวลิป หวายแคระ กุหลาบ เยอบีร่า</p>		<p>ขนาด 7.5X11X50 CM</p>

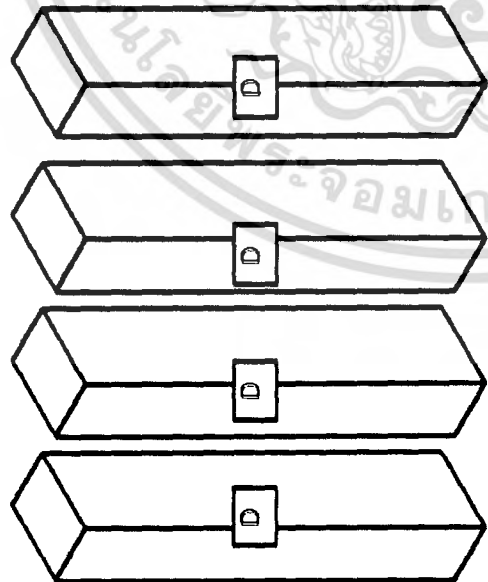
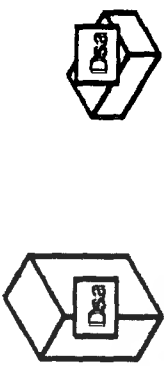
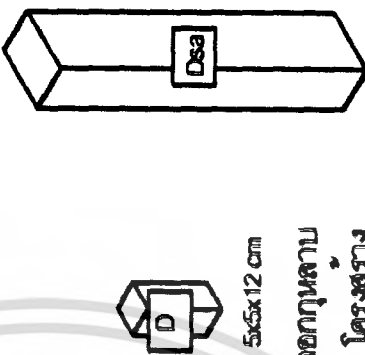
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>9. ชุดของขวัญเทศกาลวันแม่</p> <p>9.1 เข็มกลัดมะลิ</p> <p>9.2 ต้นมะลิ</p> <p>9.3 มาลัยมะลิ</p>	  	<p>เส้นผ่านศูนย์กลาง 6 cm สูง 3 cm</p> <p>ขนาด 11X12X16 CM</p> <p>ขนาด 8x12x5 cm</p>
<p>10. ชุดของขวัญเทศกาลวาเลนไทน์</p> <p>10.1 เข็มกลัดกุหลาบ</p> <p>10.2 ต้นกุหลาบแดง</p> <p>10.3 ช่อกุหลาบแดง</p>	  	<p>ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 6 cm สูง 3 cm</p> <p>ขนาด 5X5X12 CM</p> <p>ขนาด 7.5X11X50 CM</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


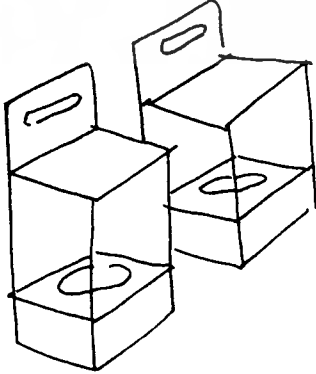


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

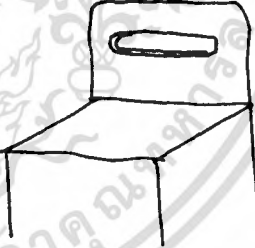

<p>8. ขอดอกไม้ 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิก</p>  <p>7.5x11x50 cm</p>	<p>9. ชุดเทศกาลสวนแม่</p>  <p>3cm</p> <p>3cm</p> <p>∅ 6 cm</p> <p>8x12x5 cm</p> <p>เพิ่มกลัดตะลิว 1 โครงสร้าง (เข้ากับ 1) 1 กราฟฟิกรวม</p> <p>ตะลิว 1 โครงสร้าง (เข้ากับ 5) 1 กราฟฟิกรวม</p>
<p>สรุป</p> <p>7 โครงสร้างออกแบบ รวมทั้งหมด 39 ชิ้นงาน</p> <p>7 กราฟฟิกหลัก</p>	<p>10. ชุดเทศกาลสวนแม่ใหม่</p>  <p>3cm</p> <p>∅ 6 cm</p> <p>7.5x11x50 cm</p> <p>เพิ่มกลัดกึ่งทูลา 1 โครงสร้าง (เข้ากับ 1) 1 กราฟฟิกรวม</p> <p>ดอกทูลา 1 โครงสร้าง 1 กราฟฟิกรวม</p> <p>ขอดอกทูลา 1 โครงสร้าง (เข้ากับ 8) 1 กราฟฟิกรวม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก

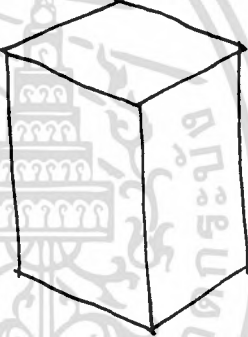
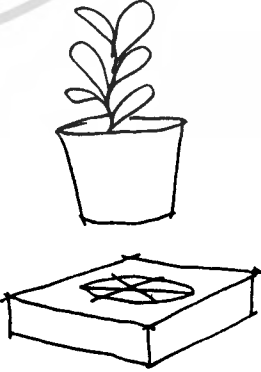
ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1. ด้านการปกป้องตัวสินค้า (Protection)</p> <p>สินค้าถึงแม้จะมีความทนทานพอสมควร มีความยืดหยุ่นพอประมาณ แต่ก็สามารถเสียรูปทรงได้ง่าย หากได้รับแรงกระแทกหรือระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า</p> <p>การแสดงสินค้าบนชั้นแสดงสินค้าเป็นระยะเวลานานๆ อาจจะทำให้เกิดฝุ่นจับบนตัวผลิตภัณฑ์ และการที่ตัวสินค้าต้องถูกแสงไฟที่จำเป็นเวลานานๆ โดยตรง ทำให้สินค้ามีสีที่ซีดจาง ทำให้ความสวยงามลดลงไป จึงควรมีบรรจุภัณฑ์เพื่อคุ้มครองสินค้า</p> <p>การสัมผัสจากมือลูกค้าโดยตรง ทำให้สินค้าอาจเกิดความเสียหายได้</p>	<p>1. ด้านการปกป้องตัวสินค้า (Protection)</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองสินค้าจากการกระทบกระเทือนระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า กันฝุ่นละอองและป้องกันตัวสินค้าจากการสัมผัสภายนอกที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายบนตัวสินค้า</p> <p>-บรรจุภัณฑ์ภายนอกคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้</p>  <p>-ออกแบบ Inner Packaging เพื่อเป็นตัวสื่อฐานของผลิตภัณฑ์ไม่ให้ตัวผลิตภัณฑ์เคลื่อนไหว ขณะการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายสินค้า</p> <p>- Inner Packaging ช่วยให้สินค้ามีความมั่นคงมากขึ้น</p> 

ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์ดอกไม้ขนาดจิ๋ว

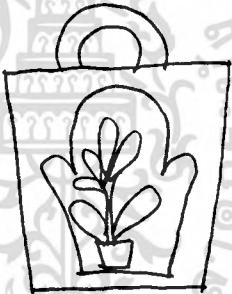
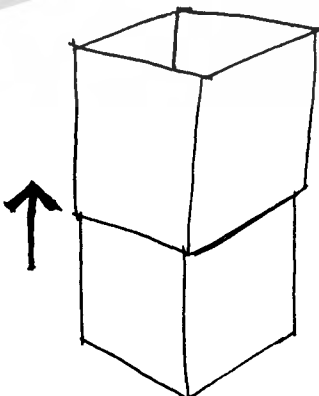
ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>2. ด้านการบรรจุ (Containment) เนื่องจากสินค้ามีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงควมามีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะของตัวสินค้า</p> <p>3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) สินค้าต้องการความสะดวกในการขนย้ายบรรจุภัณฑ์และการนำเอาออกมาใช้งาน เนื่องจากสินค้าสามารถเสีกรูปทรงได้ขณะเอาออกจากตัวบรรจุภัณฑ์ ทำให้ต้องใช้ความระมัดระวังในการนำสินค้าออกมาใช้งาน</p>	<p>2. ด้านการบรรจุ (Containment) ออกแบบขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อการบรรจุที่เหมาะสม</p> <p>3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและการนำเอาออกมาใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> -ออกแบบให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการขนย้ายสินค้าออกจากร้านค้า -สินค้าเป็นสินค้าขนาดเล็กอยู่แล้ว จึงเพิ่มฟังก์ชันด้านการแขวนเพื่อให้ร้านสะดวกต่อการจัดวางสินค้า  <p>-มีรูปแบบของการเปิดบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้เอาตัวสินค้าออกมาง่ายขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> -มีที่จับที่เป็นชิ้นส่วนเดียวกับ Inner Packaging เพิ่มความสะดวกในการนำสินค้าออกจากบรรจุภัณฑ์ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

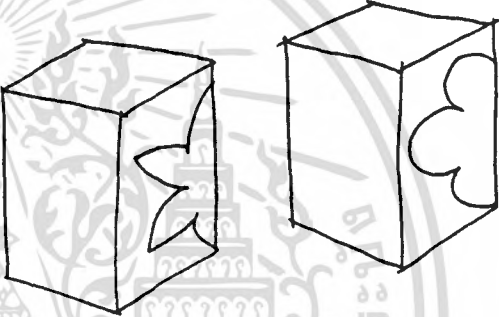
ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก

ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1. ด้านการปกป้องตัวสินค้า (Protection)</p> <p>สินค้าถึงแม้จะมีความทนทานพอสมควร มีความยืดหยุ่นพอประมาณ แต่ก็สามารถเสียรูปทรงได้ง่าย หากได้รับแรงกระแทกระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า</p> <p>การแสดงผลสินค้าบนชั้นแสดงสินค้า เป็นระยะเวลานานๆ อาจทำให้เกิดฝุ่นจับบนตัวผลิตภัณฑ์ และการที่ตัวสินค้าต้องถูกแสงไฟที่จ้าเป็นเวลานานๆ โดยตรง ทำให้สินค้ามีสีซีดจาง ทำให้ความสวยงามลดลงไป จึงควรมีบรรจุภัณฑ์เพื่อคุ้มครองสินค้า</p> <p>การสัมผัสจากมือลูกค้าโดยตรง ทำให้สินค้าอาจเกิดความเสียหายได้</p>	<p>1. ด้านการปกป้องตัวสินค้า (Protection)</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองสินค้าจากการกระทบกระเทือนระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า กันฝุ่นละออง และป้องกันตัวสินค้าจากการสัมผัสภายนอกที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายบนตัวสินค้า</p> <p>-บรรจุภัณฑ์ภายนอกคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้</p>  <p>-ออกแบบ Inner Packaging เพื่อเป็นตัวสื่อฐานของผลิตภัณฑ์ไม่ให้ตัวผลิตภัณฑ์เคลื่อนไหว ขณะการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายสินค้า</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>2. ด้านการบรรจุ (Containment) เนื่องจากสินค้ามีลักษณะที่แตกต่างกันจึงควมมีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะของตัวสินค้า</p> <p>3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) สินค้าต้องการความสะดวกในการขนย้ายบรรจุภัณฑ์และการนำเอาออกมาใช้งาน เนื่องจากสินค้าสามารถเสียรูปทรงได้ขณะเอาออกจากตัวบรรจุภัณฑ์ ทำให้ต้องใช้ความระมัดระวังในการนำสินค้าออกมาใช้งาน</p>	<p>2. ด้านการบรรจุ (Containment) ออกแบบขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อการบรรจุที่เหมาะสม</p> <p>3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและการนำเอาออกมาใช้งาน -ออกแบบให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการขนย้ายสินค้าออกจากร้านค้า</p>  <p>-มีรูปแบบการเปิดบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้เอาตัวสินค้าออกมาง่ายขึ้น -การเลื่อนเปิดสินค้าทำให้นำสินค้าออกมาง่ายกว่าการใช้กล่องแบบเปิดฝา</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้ผู้ใช้ไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

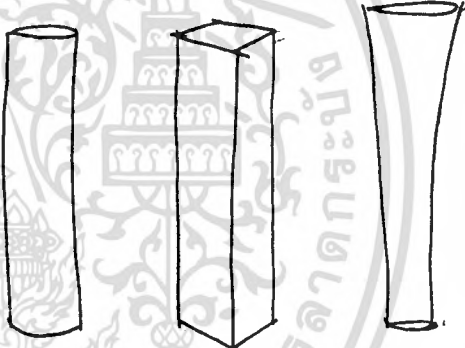
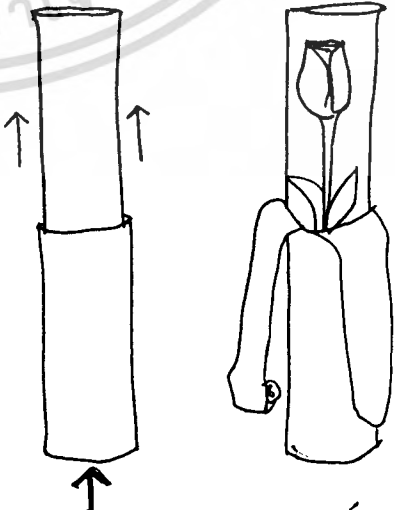
ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>บรรจุกภัณฑ์เดิมยังไม่มีควม น่าสนใจ และไม่ส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร ทำให้สินค้าดูไม่มีคุณค่า ไม่น่าซื้อ และไม่ดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อเท่าที่ควร</p>	<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างเรื่องราวให้กับบรรจุกภัณฑ์ มีการใช้โครงสร้างและลวดลายกราฟิกมาเสริมสร้างความสวยงาม และเรื่องราวของตัวสินค้า</p> <p>-มีกราฟิกโครงสร้างที่ช่วยแยกแยะประเภทของสินค้าแต่ละประเภทได้ชัดเจน</p>  <p>-ออกแบบลวดลายกราฟิกให้สอดคล้องกับตัวสินค้า สร้างเรื่องราวให้กับตัวสินค้าและบรรจุกภัณฑ์</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์ช่อดอกไม้

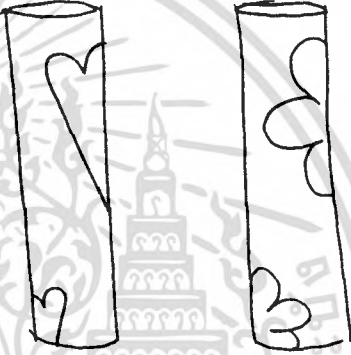
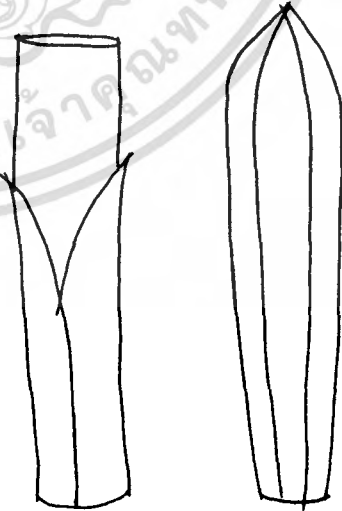
ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1. ด้านการปกป้องตัวสินค้า (Protection)</p> <p>สินค้าถึงแม้จะมีความทนทานพอสมควร มีความยืดหยุ่นพอประมาณ แต่ก็สามารถเสียรูปทรงได้ง่าย หากได้รับแรงกระแทกระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า</p> <p>การแสดงผลสินค้าบนชั้นแสดงสินค้าเป็นระยะเวลานานๆ อาจทำให้เกิดฝุ่นจับบนตัวผลิตภัณฑ์ และการที่ตัวสินค้าต้องถูกแสงไฟที่จ้าเป็นเวลานานๆ โดยตรง ทำให้สินค้ามีสีซีดจาง ทำให้ความสวยงามลดลงไป จึงควรมีบรรจุภัณฑ์เพื่อคุ้มครองสินค้า</p> <p>การสัมผัสจากมือลูกค้าโดยตรง ทำให้สินค้าอาจเกิดความเสียหายได้</p>	<p>1. ด้านการปกป้องตัวสินค้า (Protection)</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองสินค้าจากการกระทบกระเทือนระหว่างการเคลื่อนย้ายสินค้า กันฝุ่นละอองและป้องกันตัวสินค้าจากการสัมผัสภายนอกที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายบนตัวสินค้า</p> <p>-บรรจุภัณฑ์ภายนอกคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้</p>  <p>-ออกแบบ Inner Packaging เพื่อเป็นตัวล่อครุฑฐานของผลิตภัณฑ์ไม่ให้ตัวผลิตภัณฑ์เคลื่อนไหว ขณะการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายสินค้า</p> <p>- Inner Packaging ช่วยให้สินค้ามีความมั่นคงมากขึ้น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>2. ด้านการบรรจุ (Containment) เนื่องจากสินค้ามีลักษณะที่ แตกต่างกันจึงควรมีบรรจุภัณฑ์ที่ เหมาะสมกับขนาดและลักษณะ ของตัวสินค้า</p> <p>3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) สินค้าต้องการความสะดวกในการขน ย้ายบรรจุภัณฑ์และการนำเอาออกมา ใช้งาน เนื่องจากสินค้าสามารถเสีย รูปทรงได้ขณะเอาออกจากตัวบรรจุ ภัณฑ์ ทำให้ต้องใช้ความระมัดระวังใน การนำสินค้าออกมาใช้งาน</p>	<p>2. ด้านการบรรจุ (Containment) ออกแบบขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ให้เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อการบรรจุที่ เหมาะสม</p> <p>3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการ เคลื่อนย้ายและการนำเอาออกมาใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> -ออกแบบให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วย อำนวยความสะดวกในการขนย้าย สินค้าออกจากร้านค้า  <p>-มีรูปแบบการเปิดบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยทำให้ เอาตัวสินค้าออกมาง่ายขึ้น</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>บรรรุษภัณฑ์เดิมยังไม่มีความน่าสนใจ และไม่ส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร ทำให้สินค้าดูไม่มีคุณค่า ไม่น่าซื้อ และไม่ดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อเท่าที่ควร</p>	<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างเรื่องราวให้กับบรรรุษภัณฑ์ มีการใช้โครงสร้างและลวดลายกราฟิกมาเสริมสร้างความสวยงามและเรื่องราวของตัวสินค้า</p> <p>-มีกราฟิกโครงสร้างที่ช่วยแยกแยะประเภทของสินค้าแต่ละประเภทได้ชัดเจน</p>  <p>-ออกแบบลวดลายกราฟิกให้สอดคล้องกับตัวสินค้า สร้างเรื่องราวให้กับตัวสินค้าและบรรรุษภัณฑ์</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

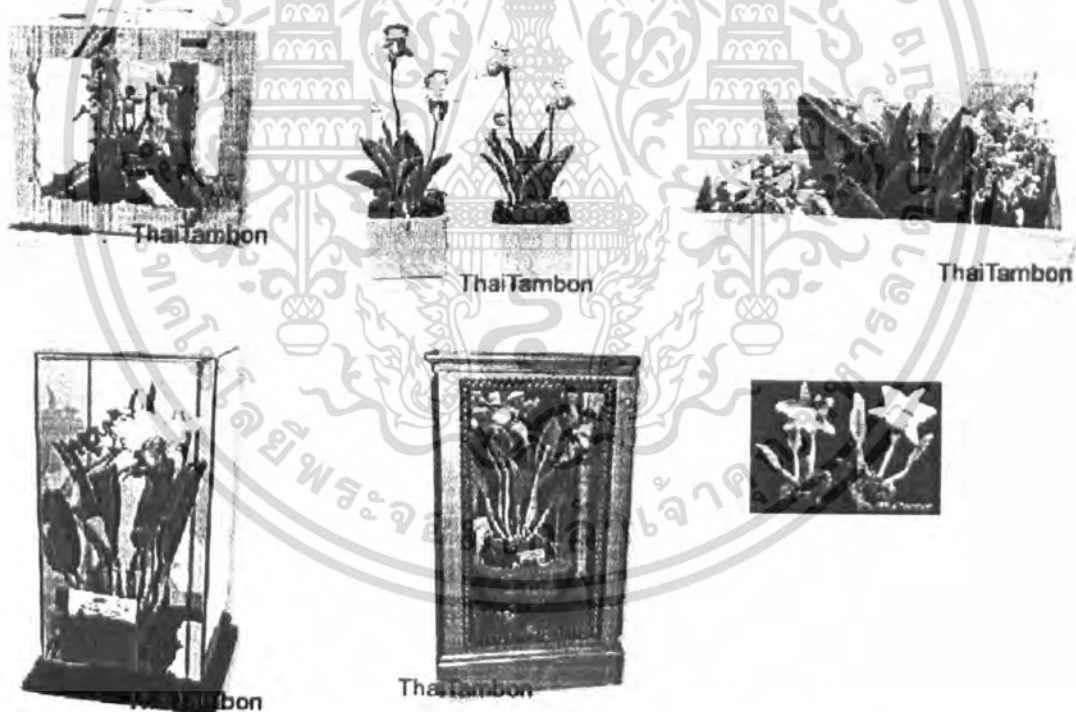
2.1 ข้อมูลด้านการตลาดของบริษัทคู่แข่ง

ลักษณะสินค้าหนึ่งตำบล 1 ผลิตภัณฑ์

คู่แข่งในส่วนของกลุ่มสินค้า OTOP จะรวมกลุ่มกันในรูปแบบของกลุ่มแม่บ้าน ยังเป็นการทำธุรกิจแบบกึ่งครัวเรือน

-วัสดุ

วัสดุที่ใช้ในการประดิษฐ์ดอกไม้ของกลุ่มแม่บ้าน นิยมใช้ดินไทย(ดินวิทยาศาสตร์) ดินเบญจรงค์ ที่คิดค้นโดยกลุ่มแม่บ้านจังหวัดอยุธยา มีราคาถูกกว่าดินที่นำเข้ามาจากญี่ปุ่น โดยที่มีคุณสมบัติคล้ายดินญี่ปุ่นใช้แทนกันได้



รูปที่ 15 ผลิตภัณฑ์ในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

-ช่องทางทางการตลาดของกลุ่ม 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์

มีการจัดจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าประจำปี และการออกร้านประจำสัปดาห์ หน้าราชการจังหวัด นอกจากนี้ยังมีการส่งจากลูกค้าทางโทรศัพท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วงที่ขายสินค้าได้มาก คือช่วงเทศกาล ปีใหม่ วาเลนไทน์ วันแม่ ช่วงนอกเทศกาล- การสั่งซื้อและปริมาณการผลิตจะน้อย เนื่องจากไม่มีจุดจำหน่ายถาวร และการจ้างงานก็ ไม่ได้จ้างเป็นงานประจำ

-บรรจุกภัณฑ์

เป็นบรรจุกภัณฑ์ขนส่ง เพื่อปกป้องสินค้าเฉพาะเวลาขนส่งเท่านั้น



รูปที่16 แสดงบรรจุกภัณฑ์ของสินค้าเพื่อปกป้องเวลาขนส่ง

-ขนาดและรูปแบบของสินค้า

มีตั้งแต่ขนาดใหญ่มาก(ใช้ในการจัดสวน)เช่น ต้นส้ม ต้นท้อ จนถึงขนาดเล็กที่เป็น แม่เหล็กติดตู้เย็น

2.2 ข้อมูลด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิต

2.2.1 ช่องทางการตลาด

1. จำหน่ายส่งตามห้างสรรพสินค้า แต่เป็นการเปิดบูท (booth) ตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งทาง ห้างสรรพสินค้าจัดที่ให้โดยเฉพาะ จำนวนการสั่งสินค้า 300,000 ชิ้นต่อหนึ่งสถานที่โดยทางห้างสรรพสินค้าเป็นผู้สั่งสินค้าเพื่อวางขายที่บูท
2. จำหน่ายโดยการรับสั่งทำสินค้าทางอินเตอร์เน็ตหรือโทรศัพท์
3. จำหน่ายโดยรับสั่งทำจากทางอินเตอร์เน็ตส่งไปต่างประเทศ(กลัวยไม้ได้รับความนิยมมากที่สุด แคนดัลยา แวนด้า)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



-ช่องทางตลาดในอนาคต

-มีบทบาทนำสินค้าของตัวเอง โดยสามารถขายสินค้าได้ตลอดปี ไม่ใช่จากการสั่งทำเพียงตามเทศกาลอย่างเดียว

-สินค้าที่ได้รับความนิยม

1. ดอกไม้ประเภทกล้วยไม้ต่างๆ ที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

-แคทลียา

-หวาย

-แวนด้า-ฟ้ามุ่ย

2. ลิลลี่

3. กุหลาบ

2.2.2 SWOT ANALYSIS

-*STRENGTH* ข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

1. ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นเริ่มมีการทำเป็นที่แพร่หลาย แต่มี น้อยรายที่แสดงแบรนด์ของตนอย่างชัดเจน อีกทั้งยังขาดความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพสินค้า จึงไม่ประสบปัญหาเรื่องคู่แข่งมากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นมีความประณีตสวยงาม เหมือนจริงมีความทนทาน จึงเป็นที่นิยมกว่าดอกไม้ประดิษฐ์ที่ทำจากวัสดุอื่น

3. ตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลากหลายด้านขนาดของตัวผลิตภัณฑ์และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้ทุกโอกาส ทำให้มีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างกว่าผู้ผลิตรายอื่น

-WEAKNESS จุดด้อยของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

1. ตัวผลิตภัณฑ์จะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่ออยู่ในอุณหภูมิที่สูง หรือต่ำเกินไป

2. ตัวผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่ไม่ใช่ mass product ดังนั้น การผลิตสินค้า จึงขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดในช่วงใดช่วงหนึ่ง ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาบางชิ้นมีรูปแบบและจำนวนที่ไม่แน่นอน

-OPPORTUNITIES โอกาสทางการตลาด

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญคือ ช่วงเทศกาลที่มีการให้ดอกไม้แก่กัน เช่น เทศกาลวันแม่หรือเทศกาลวาเลนไทน์

2. การให้ดอกไม้ หรือต้นไม้เป็นของขวัญแก่กันในโอกาสต่างๆ เป็นที่ยอมรับของคนในหลากหลายอาชีพ และเชื้อชาติ เพราะดอกไม้และต้นไม้มีความหมายแอบแฝงต่อการสื่อความรู้สึกที่แตกต่างกันตามชนิดด้วย

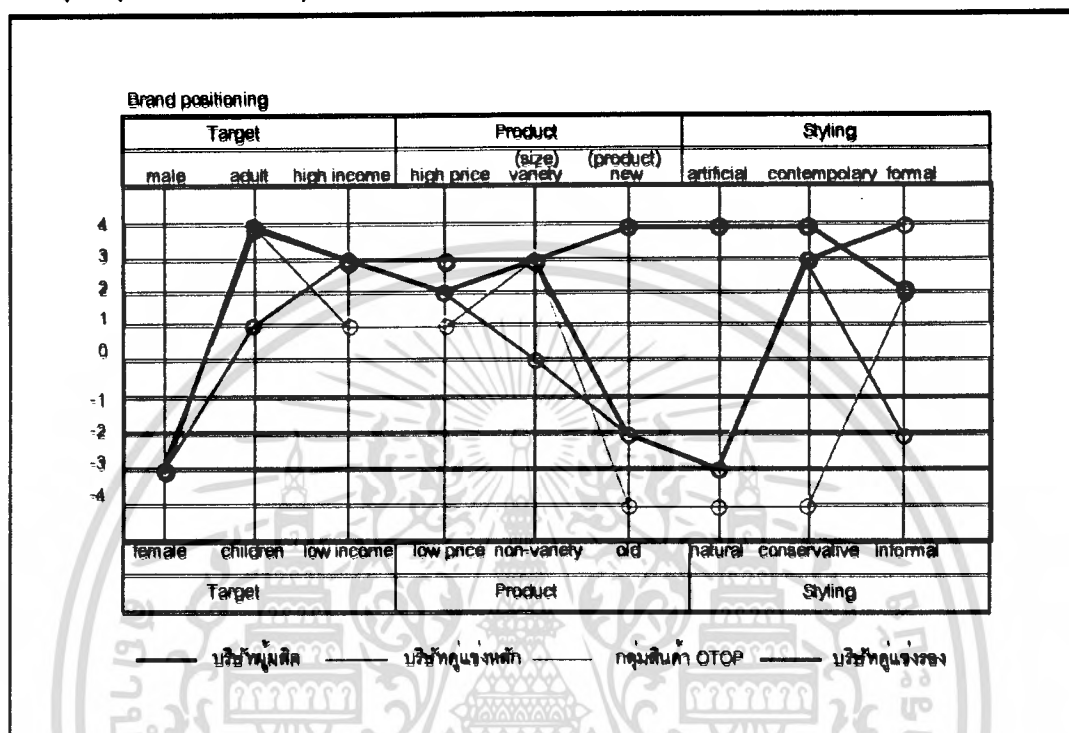
-THREAT ภัยคุกคาม

1. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่ง อาจทำให้เกิดจุดเด่นที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจ

2. ผลิตภัณฑ์หรือวัสดุใหม่ที่มาแทนที่ตัวผลิตภัณฑ์เดิม

2.2.3 BRAND POSITIONING ตำแหน่งของตราสินค้า

การวางตำแหน่งของตราสินค้าเพื่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงเป็นหลัก แต่สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ด้วย เพื่อการซื้อเป็นของขวัญ ของฝาก



รูปที่ 17 แสดงรูปภาพตำแหน่งตราสินค้า

สรุป

กลุ่มเป้าหมาย(Target Group) เป็นหญิง 70% รายได้ระดับ B

ภาพรวมของตัวสินค้า(product positioning) สินค้าเป็นสินค้าราคาค่อนข้างแพงมีขนาดหลากหลายและมีความคงเดิมเหมือนธรรมชาติ styling เป็นธรรมชาติ ทันสมัยมีความน่าสนใจแต่ดูไม่หือหวาจนเกินไป

2.2.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

บริษัทริช ฟอว์เวิร์ด จำกัดมีโครงการที่จะออกผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นเพื่อเป็นของขวัญ โดนมีกลุ่มเป้าหมายเป็นหญิงวัยรุ่นถึงวัยกลางคน ซึ่งจะทำการออกแบบให้เห็นจุดเด่นของตัวบรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการให้เป็นของขวัญให้แตกต่างจากสินค้าดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นยี่ห้ออื่นๆที่บรรจุภัณฑ์ยังเป็นไปเพื่อการขนส่งมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กราฟฟิคและโครงสร้างที่สามารถช่วยแยกแยะความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้และสามารถเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.3.1 ความรู้ทั่วไปของผลิตภัณฑ์

ในช่วงยุคแรก การตกแต่งบ้านพักหรือบริเวณที่อยู่อาศัยจะนิยมใช้ดอกไม้สดในการตกแต่งให้สถานที่พักอาศัยดูสวยงาม น่าอยู่ มีชีวิตชีวา การประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อทดแทนดอกไม้สด เนื่องจากดอกไม้สดเก็บไว้ได้ไม่นานก็เหี่ยวเฉา และมีวิธีการดูแลที่ยาก เช่น ในการตกแต่งโต๊ะรับแขก หรือตกแต่งบริเวณที่อยู่ ทำให้มีคนคิดค้นการนำดอกไม้แห้ง หรือดอกไม้ประดิษฐ์มาใช้ในการตกแต่งในที่พักอาศัยแทน โดยที่ดอกไม้ประดิษฐ์ในยุคแรกๆ จะได้เปรียบกว่าดอกไม้จริงตรงที่มีความทนทานกว่า แต่ความสวยงามของดอกไม้แห้งหรือดอกไม้ประดิษฐ์ในยุคแรก จะเทียบกับดอกไม้จริงไม่ได้ ทำให้ยังคงมีผู้ใช้ดอกไม้จริงในการตกแต่งที่พักอาศัยอยู่ถึงแม้จะมีความยุ่งยากกว่า จนกระทั่งมีคนคิดค้นการนำแป้งขนมปังมาปั้นเป็นดอกไม้ประดิษฐ์ ซึ่งดอกไม้ประดิษฐ์จากแป้งขนมปังนี้สามารถเลียนแบบดอกไม้สดได้มีความเหมือนจริงมาก ทำให้คนเริ่มนิยมหันมาเรียนการปั้น และซื้อดอกไม้ประดิษฐ์จากแป้งขนมปังมากขึ้น

แต่แป้งขนมปังก็มีข้อด้อยตรงที่เมื่อโดนแดดเป็นเวลานานจะทำให้ตัวดอกไม้ประดิษฐ์ยุ่ยเป็นแป้งเพราะความร้อนจากแดดได้ดูดเอาความชื้นที่มีอยู่ในตัวแป้งขนมปังออกไป และยังมีปัญหาที่เกิดจากแมลงสาบกัดแทะดอกไม้ประดิษฐ์ที่ทำจากแป้งขนมปังนี้ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบันมีคนได้พยายามนำคุณสมบัติที่ดีของแป้งขนมปังมาพัฒนาต่อโดยการเลือกวัสดุที่สามารถปั้นขึ้นเป็นดอกไม้และทาสีให้มีสีสันสวยงามได้ โดยที่วัสดุชนิดนี้มีความทนทานและไม่มีปัญหาการกัดกินของแมลงสาบและมด วัสดุชนิดใหม่ที่มีคนนำมาปั้นเป็นดอกไม้ประดิษฐ์นี้คือ ดินญี่ปุ่น เนื่องจากดินญี่ปุ่นเป็นดินที่ใช้ในการปั้นดอกไม้ประดิษฐ์แบบญี่ปุ่นหรือที่เรียกกันว่าอิคิเคบานะอยู่แล้ว นอกจากความสวยงามเป็นธรรมชาติที่มีความเหมือนดอกไม้จริงแล้ว ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นยังมีการดูแลรักษาที่ง่ายและมีความทนทานกว่าดอกไม้สดอย่างมาก ทั้งทางด้านการเก็บรักษาที่สามารถเก็บรักษาให้สวยดูสดอยู่ได้นาน และความสะดวกในการขนส่งที่สามารถขนส่งได้โดยไม่ต้องกลัวดอกไม้จะเหี่ยวเฉาก่อนถึงมือผู้รับหรือถึงสถานที่ตกแต่ง ด้วยข้อดีหลายประการนี้เองทำให้ธุรกิจการ

ประดิษฐ์ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นเริ่มขยายและรู้จักเป็นที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ในช่วงแรกที่มี

คนนิยมทำกันเพื่อเป็นงานอดิเรกเริ่มขยายไปสู่ธุรกิจการรวมกลุ่มเป็นแบบกลุ่มแม่บ้าน จนกระทั่งมีบริษัทที่ทำเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมส่งออก โดยกลุ่มแม่บ้านจะทำสินค้าที่มีขนาด ตั้งแต่สินค้าขนาดเล็กมากจนถึงสินค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่คือทำตามความต้องการ ของลูกค้า สามารถสั่งขนาดได้ตามความต้องการ ส่วนที่ทำเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมนั้นจะทำ สินค้าขนาดเล็กและขนาดกลางเนื่องจากข้อจำกัดด้านความต้องการสินค้าและการขนส่ง และการบรรจุภัณฑ์

2.3.1.1 อุปกรณ์ในการประดิษฐ์ดอกไม้ ประกอบด้วย

1. ดินญี่ปุ่น (Japanese Clay)

คุณสมบัติและลักษณะทางกายภาพของดินญี่ปุ่น ดินญี่ปุ่นหรือดินเยื่อกระดาษ เป็น อุปกรณ์สำหรับงานปั้น มีคุณสมบัติไม่แข็งตัวเร็ว จะแข็งตัวเมื่อตากให้ถูกลม เมื่อแข็งตัวผิว จะไม่เป็นแบบเซรามิค ไม่แข็งแรงเมื่อตากให้แห้งจะสามารถยืดหยุ่นได้ สามารถตัดได้มี ความอ่อนตัวพอสมควรแต่มีความบอบบางอาจเสียรูปทรงได้ถ้าโดนการกระทบกระแทก ใน ปัจจุบันมีบริษัทไทยที่ผลิตดินที่มีคุณสมบัติเหมือนดินญี่ปุ่นทุกประการออกมาขาย แต่ก็ยัง เรียกว่า ดินญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นต้นกำเนิดของวัสดุชนิดนี้

ลักษณะดินญี่ปุ่นเป็นดินสีขาวเมื่อต้องการให้มีสีสันทึบผสมสีฝุ่น สีน้ำ หรือสีน้ำมันลง ไป แต่ในปัจจุบันก็มีผู้ผลิตที่ลดขั้นตอนการผสมสีโดยการผสมสีลงในดินตั้งแต่ขั้นตอนการ ผลิต คือให้ดินมีสีมาตั้งแต่แรก พร้อมใช้งานได้เลย



รูปที่ 18 ลักษณะดินขาวญี่ปุ่น



รูปที่ 19 ดินที่ผสมสีสำเร็จมาแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เครื่องรีดดิน

ในโรงงานผลิตจะมีเครื่องรีดดินเนื่องจากก่อนจะนำดินไปกดแม่พิมพ์ จะต้องรีดดินให้แบนเรียบก่อน เพื่อให้ได้ความหนาของดินตามความต้องการ

3. สี

สีที่ใช้ผสมในดินชาวญี่ปุ่นเพื่อทำเป็นสีของดอกไม้ ใบไม้และลำต้น อาจเป็นสีฝุ่น สีน้ำหรือสีน้ำมัน

4. แบบพิมพ์

แบบพิมพ์จะใช้กดลงบนดินญี่ปุ่นที่ผ่านการรีดให้มีความหนามาแล้ว โดยแม่พิมพ์มีหลายลักษณะและหลายขนาดตามชนิดของดอกไม้และใบไม้

5. โอเอซิส

ให้เป็นฐานยึดตัวดอกไม้กับกระดาษให้อยู่ด้วยกัน และใช้ตกแต่งเป็นดินปลอมในกระดาษ

2.3.1.2 ลักษณะทางกายภาพของดินปั้น

ดินปั้นเพื่อการประดิษฐ์ มีลักษณะคล้ายดินน้ำมันสีขาว ไม่มีกลิ่น เกิดจากการนำเยื่อกระดาษมาผสมกับน้ำแล้วใส่สารเคมีลงไปเมื่อโดนอากาศจะแข็งตัว คงรูป ดินปั้นของแต่ละที่จะมีคุณสมบัติต่างๆ ไม่เท่ากันแล้วแต่ปริมาณสัดส่วนของเยื่อกระดาษและสารเคมีที่ใช้ในการผสมเนื้อดิน

ดินปั้นญี่ปุ่นนิยมใช้ในการทำงานประดิษฐ์มากที่สุดมีความยืดหยุ่นสูง แข็งตัวช้า มีเนื้อดินที่มีลักษณะนิ่มมาก แข็งตัวช้า เมื่อแข็งตัวตัดได้ปรับทิศทางได้ เมื่อแห้งสนิทแล้วจะแข็งตามรูปร่างที่ตัดไว้สามารถยืดหยุ่นได้ ปรับทิศทางได้จะมีคุณสมบัติคล้ายยาง

ดินปั้นไทย เป็นดินปั้นที่คนไทยเป็นผู้ผลิตขึ้นเอง โดยเอาสูตรการทำเนื้อดินมาจากดินญี่ปุ่นแต่ปรับลักษณะส่วนผสมบางตัวทำให้ดินปั้นไทยแข็งตัวง่าย มีความยืดหยุ่นน้อยกว่าดินญี่ปุ่น เมื่อแข็งตัวแล้วจะเปราะและหักได้ง่าย

ดินที่เป็นวัตถุดิบของบริษัทริช ฟอว์เวิร์ด

บริษัทริช ฟอว์เวิร์ด ใช้ส่วนผสมของดินปั้นญี่ปุ่นและดินปั้นไทย ในอัตราส่วนดินปั้นญี่ปุ่น 1 ส่วนต่อดินปั้นไทย 2 ส่วนเพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อตัวสินค้า ทำให้ดินที่ใช้ไม่แข็งตัวช้าและเร็วเกินไป มีความคงรูปพอสมควรเมื่อแห้งสนิท ยืดหยุ่นได้บ้าง และไม่เปราะหักง่าย

2.3.1.3 อายุการเก็บรักษาและลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดินญี่ปุ่น ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อทดแทนข้อบกพร่องของแบริ่งขมบึงที่เคยเป็นที่นิยมในการใช้เป็นวัสดุในการทำดอกไม้ประดิษฐ์ แบริ่งขมบึงที่ใช้ในสมัยก่อนนั้นมีปัญหาเรื่องความชื้น แผลงัดกิน ทำให้ดอกไม้ประดิษฐ์มีอายุการใช้งานที่ไม่ยาวนาน เมื่อมีการพัฒนาวัสดุที่สามารถลบข้อบกพร่องของแบริ่งขมบึงได้ จึงทำให้ดินญี่ปุ่นเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

-ปัจจัยที่มีผลต่อการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์

- สี

สีที่ใช้ในการทำดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นนั้น เป็นสีน้ำมันซึ่งมีคุณสมบัติ ที่เมื่อปล่อยให้แห้งสนิทแล้วจะติดทนนานสีไม่เกิดการเลอะเลือน จางไปเมื่อโดนน้ำ สีของผลิตภัณฑ์จะค่อนข้างคงทนถาวรยกเว้นในกรณีที่มีสีจะซีดจางลงเมื่อต้องอยู่กับแสงตลอดเวลาเป็นเวลานานมากๆ (บริษัทให้ข้อมูลโดยยกตัวอย่างว่า กรณีที่วางผลิตภัณฑ์กับไฟนีออนตลอดเวลา 6 เดือนสีจะซีดจางลงจากเดิมเล็กน้อย)

- ความชื้น

ความชื้นหรือการถูกน้ำ จะไม่มีผลต่อการทำให้เกิดการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเนื้อดินที่เป็นวัสดุดิบไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำ

- ความร้อน

เมื่อผลิตภัณฑ์โดนความร้อนหรือถูกเก็บที่อุณหภูมิเกิน 35 องศาเซลเซียส ขึ้นไปจะเกิดการอ่อนตัวทำให้เสียรูปร่างเดิมไปเนื่องจากมีคุณสมบัติคล้ายดินน้ำมัน ลักษณะของดินไทยในปัจจุบันมีการใส่สีสำเร็จรูปลงไปด้วยเพื่อลดขั้นตอนที่ต้องมาผสมสีเองในขั้นตอนการปั้นดินไทยที่มีชื่อเสียงได้แก่ ดินไทยเบญจรงค์ลักษณะของดินญี่ปุ่น เป็นดินที่ทางบริษัท นำเข้าและจัดจำหน่ายและนำมาใช้เป็นวัสดุดิบในการทำดอกไม้ประดิษฐ์

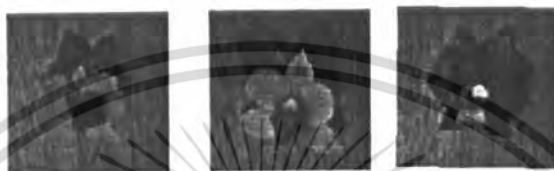
สิ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายได้ ไม่ได้มาจากส่วนประกอบในตัวผลิตภัณฑ์แต่มาจากองค์ประกอบภายนอกที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย ตั้งแต่ขั้นตอนการบรรจุผลิตภัณฑ์จากโรงงานผลิต การขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยัง ณ สถานที่จำหน่ายสินค้า การนำสินค้าวางบนชั้นโชว์สินค้าไปจนกระทั่งการบรรจุสินค้าส่งให้ลูกค้านำกลับบ้าน

2.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

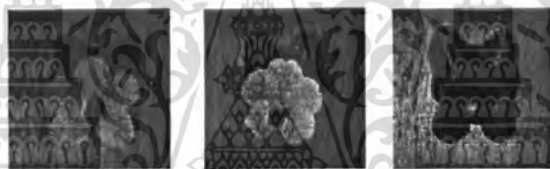
2.3.2.1 หมวดผลิตภัณฑ์เข็มกลัด

- ผลิตภัณฑ์เข็มกลัดขนาดเล็ก

มีลักษณะเป็นเข็มกลัดดอกกล้วยไม้หลายสี โดยมีกล้วยไม้ 2 ชนิดได้แก่ ดอกกล้วยไม้แวนด้า และดอกกล้วยไม้หวายแฉะ ตัวดอกกล้วยไม้มีเส้นผ่านศูนย์กลาง 6 cm และมีความหนา 3 cm น้ำหนัก 20 g



รูปที่ 20 แสดงเข็มกลัดดอกกล้วยไม้หวายแฉะขนาดเล็ก



รูปที่ 21 แสดงเข็มกลัดดอกกล้วยไม้แวนด้าขนาดเล็ก

- ผลิตภัณฑ์เข็มกลัดขนาดใหญ่

มีลักษณะเป็นดอกไม้ช่อเข็มกลัดติดหน้าอก มี 2 ชนิดได้แก่ ช่อเข็มกลัดกล้วยไม้แวนด้าและช่อเข็มกลัดกล้วยไม้หวาย มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 12cmและมีความหนา 5cm



รูปที่ 22 แสดงภาพเข็มกลัดขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.2 หมวดผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิ๋ว

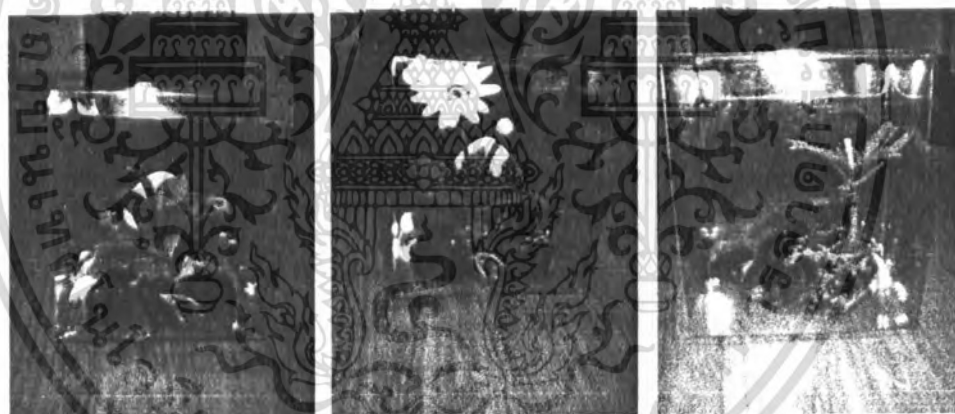
มีลักษณะเป็นดอกไม้กระถางขนาดเล็ก มีขนาดกว้างxยาวxสูง= 4x6x10cm



รูปที่23 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิ๋ว

2.3.2.3 หมวดผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดเล็ก

มีลักษณะเป็นต้นไม้ขนาดเล็ก มีขนาดกว้างxยาวxสูง= 7x9x10 cm



รูปที่24 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.4 หมวดยผลิตภัณฑืต้นไม้ขนาดกลาง

มีลักษณะเป็นต้นกล้วยไม้หวายแคะจัดใส่กระถางขนาดกลาง มีขนาดกว้างxยาวxสูงตั้งแต่ก้นกระถางถึงปลายด้านบนของดอกไม้ 8x12x30 cm



รูปที่25 แสดงภาพผลิตภัณฑืต้นไม้ขนาดกลาง(หวายแคะ)

2.3.2.5 หมวดยผลิตภัณฑืต้นไม้ขนาดใหญ่

มีลักษณะเป็นต้นกล้วยไม้แวนด้าจัดลงกระถางขนาดใหญ่มีขนาดกว้างxยาวxสูงตั้งแต่ก้นกระถางจรดปลายด้านบนของดอกกล้วยไม้ 11x17x37 cm

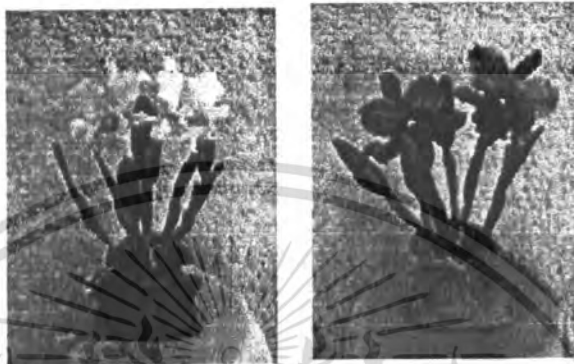


รูปที่26 แสดงภาพผลิตภัณฑืต้นไม้ขนาดใหญ่(แวนด้า)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.6 หมวดผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษ

มีลักษณะเป็นต้นกล้วยไม้แคทลียาจัดลงกระถางขนาดใหญ่ ขนาดกว้างxยาวxสูง ตั้งแต่ก้นกระถางจรดปลายดอกไม้ด้านบนสุด 17x18x43 cm



รูปที่27 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษ(แคทลียา)

2.3.2.7 หมวดผลิตภัณฑ์ช่อดอกไม้

เป็นช่อดอกไม้ทรงสูงมี 4 ประเภทขนาดกว้างx ยาวxสูง = 7.5x11x50 cm



รูปที่28 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.8 หมวดผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญเทศกาลวันแม่

-เข็มกลัดดอกมะลิ ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 6cm สูง 3 cm



รูปที่29 แสดงภาพเข็มกลัดดอกมะลิ

-ต้นมะลิ ขนาดกว้างxยาวxสูง 11x12x16 cm



รูปที่30 แสดงภาพต้นมะลิวันแม่

-มาลัยมะลิ ขนาดกว้างxยาวxสูง 8x12x5 cm



รูปที่31 แสดงภาพมาลัยดอกมะลิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.9 หมวดผลิตภัณฑ์ของขวัญวันเทศกาลวาเลนไทน์

-เข็มกลัดดอกกุหลาบ ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 6cm สูง 3cm



รูปที่32 แสดงภาพเข็มกลัดดอกกุหลาบวันวาเลนไทน์

-ต้นกุหลาบแดงวันวาเลนไทน์ ขนาดกว้างxยาวxสูง 5x5x12 cm



รูปที่33 แสดงภาพต้นกุหลาบแดงวันวาเลนไทน์

-ช่อดอกกุหลาบแดงวันวาเลนไทน์ ขนาดกว้างxยาวxสูง 7.5x11x50 cm



รูปที่34 แสดงภาพช่อดอกกุหลาบแดงวันวาเลนไทน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 ความหมายของดอกไม้แต่ละชนิด

ความหมายของดอกกล้วยไม้

ดอกกล้วยไม้(Orchid) มีผู้กล่าวถึงคำพังเพยของฝรั่งไว้กับดอกกล้วยไม่ว่า "the association with a superior person is like entering a hall of orchid" ความหมายของกล้วยไม้จึงเป็นสัญลักษณ์ของสาวงามและการยกย่อง นิยมมอบดอกไม้ให้ผู้หญิงเพื่อแสดงความยกย่องเธอ หรือเพื่อบอกความประทับใจในตัวเธอเพียงใด หรือจะเป็นดอกไม้ที่ให้แก่เพื่อนหรือผู้อาวุโสก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นชายมอบให้หญิงคนรักเสมอไป

ความหมายของดอกลิลลี่

เมื่อพูดถึงดอกลิลลี่ (LiLy)เหล่าคริสตศาสนิกชนจะยกย่องให้ดอกลิลลี่เป็นตัวแทนของความบริสุทธิ์ สดใส และไร้เดียงสา ในประเทศจีน ถ้าฝันเห็นดอกลิลลี่ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ ทำนายว่าจะได้แต่งงาน แดงชีวิตมีความสุขและเจริญรุ่งเรือง แต่ในตรงกันข้ามถ้าฝันเห็นลิลลี่ในช่วงฤดูหนาว ชีวิตจะสิ้นหวังแดมยังต้องตกอยู่ในสภาพไร้คู่ชู้ขึ้นอีกด้วย ลิลลี่สีขาว บอกให้รู้ว่า คุณเป็นคนอ่อนหวานแสนดี ขอขอบคุณสวรรค์ที่ส่งคุณมาให้ ลิลลี่เหลืองหรือส้ม ความหมายคือ บอกให้รู้ว่าคนรับดอกไม้เป็นคนที่ร่าเริงสดใส ลิลลี่ออฟเดอะวัลเลย์ เป็นสีที่ให้ความหมายลึกซึ้งกินใจว่า ความอ่อนหวานของคุณช่วยเติมชีวิตฉันให้สมบูรณ์

ความหมายของดอกกุหลาบ

กุหลาบ (ROSE) พุดถึงวาเลนไทน์ ยิ่งงักก็อดไม่ได้ที่จะนึกถึงดอกกุหลาบเป็นสิ่งแรก เพราะว่าคุณค่าดอกกุหลาบเป็นสัญลักษณ์แทนความหมายคำว่า "รัก" มานานหลายปี เรียกว่า ตั้งแต่สมัยอาดัมกับอีฟ ความหมายของดอกกุหลาบแต่ละชนิดมีดังนี้

กุหลาบแดง เป็นดอกไม้ที่ไม่ได้สื่อแค่เพียงบอกว่า ฉันรักเธอ, ผมรักคุณ ธรรมดาๆ เท่านั้น แต่ลึกลงไปถึง รักความดีงามภายในใจของเขาและเธอด้วย

กุหลาบขาว แทนความรักแบบบริสุทธิ์ใจ ไม่มีสิ่งใดแอบแฝง

กุหลาบสีชมพู โดยทั่วๆ ไปแล้ว สีชมพูจะหมายถึงความละมุนและอ่อนโยน โดยที่สีชมพูเข้ม จะออกไปในแนวแสดงความขอบคุณมากกว่าแต่ถ้าเป็นสีชมพูอ่อนๆ ให้ความหวังว่าแค่ชอบๆ เท่านั้น

กุหลาบเหลือง บ่งบอกถึงความแค้นและห้วงใยที่จะรักใคร่สักคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กุหลาบสีส้ม เป็นสีที่ค่อนข้างจะอิโรติคมากกว่าโรแมนติคสักหน่อย คือ จะบ่งบอกถึงความใคร่และความต้องการ

กุหลาบแดงสลัขาว แสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันของสองเรา

กุหลาบเหลืองสลัส้ม เป็นความหมายนัยๆ ว่าคุณหลงใหลเขาหรือเธอมาก

ความหมายของดอกคาร์เนชั่น

คาร์เนชั่น (CARNATION) ว่ากันว่าสาววัยรุ่นเกาหลีนิยมชมชอบดอกคาร์เนชั่นไว้ที่ผม 3 ดอกเพื่อทำนายอนาคต ถ้าดอกบนสุดเกิดแห้งเหี่ยวไปก่อน หมายถึงบั้นปลายชีวิตจะลำบาก แต่ถ้าดอกกลางไปก่อน ในวัยเริ่มต้นเป็นผู้ใหญ่เธอจะมีต้องมีเรื่องเศร้าโศกเสียใจ และยิ่งแยกว่านั้น ถ้าเป็นดอกล่างสุดโรยรา เธอจะทุกข์ทรมานไปทั้งตลอดชีวิต

จริงๆ แล้วดอกคาร์เนชั่นมีความหมายที่ดีกว่านั้น คือ มีเสน่ห์ ทำให้หลงรัก แต่ถ้าให้ลึกซึ้งลงไปอีก ต้องเลือกสีตามนี้

สีแดง ให้เพื่อบอกเขาไปเลยว่า เราชักและชื่นชมเขามาก

สีชมพู หมายถึง ฉันคิดถึงคุณตลอดเวลา

สีขาว ให้เพื่อที่จะบอกเขาหรือเธอว่า คุณเป็นคนน่ารักและอ่อนโยน โดยเฉพาะหญิงสาวถ้าได้รับจงภูมิใจ เพราะคาร์เนชั่นสีขาวถือว่าเป็นของขวัญนำโชคสำหรับผู้หญิง

ความหมายของดอกทิวลิป

ทิวลิป (TULIP) เป็นดอกไม้ที่ได้รับความนิยมกันมาก แต่สำหรับบ้านเรา ทิวลิปจัดว่าเป็นดอกไม้หายากและราคาแพง เพราะต้องสั่งมาจากต่างประเทศ แต่ถ้าได้อ่านบทความเรื่องนี้แล้วยากแค่ไหนก็ต้องหามาให้ได้ ว่ากันว่าตั้งแต่สมัยชนชาวเปอร์เซียว่า หนุ่มสมัยนั้นเขานิยมมอบดอกทิวลิปให้สาวที่ตนรัก เพื่อบอกให้เธอรู้ว่า คุณเป็นผู้หญิงที่ดีพร้อมทุกอย่างสำหรับผม

สีแดง เพื่อยืนยันว่า เราพร้อมจะเอาชนะทุกอุปสรรคที่มาขวางกั้นความรัก

สีเหลือง มีความหมายสั้นๆแต่กินใจว่า แค่เพียงรอยยิ้มของคุณ ก็ทำให้ฉันมีชีวิตชีวา มีลายสลักับสีต่างๆ เพื่อส่งไปชมเขาว่า ดวงตาของคุณสวยจัง

2.3.4 วิเคราะห์และสรุปความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

1. คำนึงถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

โครงสร้างของของตัวบรรจุภัณฑ์ต้องดูเป็นเอกลักษณ์เดียวกันแต่สามารถแยกแยะความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ได้ สามารถสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ แบ่งสินค้าออกเป็นหมวดตามประเภท ดังนี้

1. สินค้าประเภทหมึกกลัด ทั้งหมึกกลัดเล็กและหมึกกลัดใหญ่รวมทั้งหมึกกลัดสำหรับงานเทศกาลมีลักษณะที่คล้ายกัน มีความต้องการในการโชว์ตัวสินค้าแบบ 2 มิติที่เหมือนกัน ใช้โครงสร้างเดียวกัน

2. สินค้าประเภทต้นไม้ขนาดเล็กและดอกไม้จิ๋ว มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการเปิด-ปิด

3. สินค้าประเภทต้นไม้ขนาดใหญ่และขนาดใหญ่พิเศษ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถรับน้ำหนักของตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี

4. สินค้าประเภทต้นไม้ขนาดกลางและช่อดอกไม้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโครงสร้างสูงและฐานแคบ

2.4 ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ทั่วไป

- รูปแบบโครงสร้างที่เหมาะสม

การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์หมายถึง การกำหนดรูปร่าง ลักษณะ ขนาด ปริมาตร น้ำหนัก รวมไปถึงการเลือกประเภทวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย การคุ้มครองรักษาคุณภาพสินค้า เหมาะสมกับกรรมวิธีการผลิตและการบรรจุ การขนส่ง ลำเลียงและการเก็บรักษา

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรทราบคุณสมบัติของวัสดุชนิดต่างๆเพื่อเลือกให้

เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ รูปแบบภาชนะบรรจุและต้นทุน ต้องคำนึงถึงวิธีการผลิตและวิธีการบรรจุหีบห่อว่าใช้วิธี แรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆอย่างไร ประเด็นของการดูแลรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ การบริการทางเทคนิคหลังการขาย ความยากง่ายในการหาอะไหล่ต่างๆรวมถึงต้นทุนของอุปกรณ์เครื่องจักรต้องเหมาะสมกับขนาดการผลิตไม่สิ้นเปลืองเกินสมควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1 ข้อกำหนดในด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีดังนี้

- ชนิดและคุณภาพของวัสดุ
- รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เช่น เป็นขวด หลอด ตลับ กระปุก ถุง กล่อง ลัง ฯลฯ
- ขนาดของบรรจุภัณฑ์ มีที่ขนาดแต่ละขนาดบรรจุสินค้าเท่าใด (ปริมาณ ปริมาตร และน้ำหนัก)
- วิธีการขึ้นรูปและรอยต่อ
- วิธีการบรรจุ และวัสดุช่วยในการบรรจุ
- วิธีการเปิด/ปิด และการใช้
- ความคุ้มครอง และความแข็งแรงที่ต้องการ

2.4.2 หลักการเลือกวัสดุและกำหนดรูปร่างลักษณะของบรรจุภัณฑ์

- เลือกชนิดของวัสดุที่ใช้ ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และต้นทุน
- กำหนดรูปร่างลักษณะหรือรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ (Package shape and form) ให้เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าและการใช้งานของผู้ซื้อ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการจับถือหิ้ว รวมถึงการนำสินค้าออกมาใช้ และการปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์

เมื่อศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆอย่างละเอียดรอบคอบจึงสามารถจัดหาวัสดุมาสร้างสรรค์ รูปร่างรูปทรงและหน้าที่ (to create form & function) ของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องศึกษาถึงคุณสมบัติวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ทั้งวัสดุหลักและวัสดุประกอบอื่นๆ รวมไปถึงศึกษากรรมวิธีการผลิต และบรรจุหีบห่อ เช่น เมื่อออกแบบโครงสร้างของกล่องลูกฟูก ควรที่จะศึกษาข้อมูลหลายๆด้านที่เกี่ยวข้องกับวัสดุที่ใช้หรือกรรมวิธีการผลิต ตลอดจนข้อควรคำนึงถึงต่างๆ เช่น

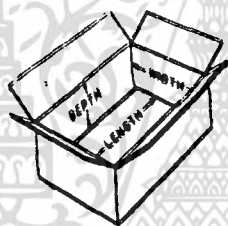
1. ศึกษาข้อมูลวัสดุเช่น คุณภาพของกระดาษทำผิวหน้ากล่อง จำนวนชั้นของลอนลูกฟูกที่เหมาะสมสำหรับบรรจุตัวผลิตภัณฑ์ มีความแข็งแรงและสามารถที่จะให้ความคุ้มครองตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี มีแรงต้านการทิ่มทะลุได้ดีและเหมาะสมกับ วิธีการพิมพ์ลักษณะกราฟิกลงบนผิวหน้าตามคุณภาพที่ต้องการได้ โดยหลังจากที่ได้ศึกษาในเรื่องนี้พบว่าวัสดุที่เหมาะสม และนิยมในการนำมาผลิตกล่องของเล่นไม้ นั่นได้แก่ กระดาษลูกฟูกลอนสี่ ซึ่งมีความแข็งแรง และสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ไม่สิ้นเปลืองวัสดุจนเกินไป ทั้งยังสามารถพิมพ์ได้อย่างสวยงาม โดยพิมพ์ลงบนกระดาษชนิดอื่นแล้วนำมาปะกับกระดาษลูกฟูกก่อนจะได้คัทต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ศึกษาการรับน้ำหนักของลอนลูกฟูกว่าจะวางแนวลอนลูกฟูกอยู่ในลักษณะทิศทางใด จึงจะสามารถรับน้ำหนักได้ดี หรือทำให้ตัวกล่องมีโครงสร้างที่แข็งแรงที่สุด จากการศึกษาในขั้นตอนนี้พบว่า การออกแบบควรให้ลอนลูกฟูกขนานกับด้านที่ใช้ในการรับน้ำหนัก ซึ่งจะช่วยให้กล่องมีโครงสร้างที่แข็งแรงที่สุด

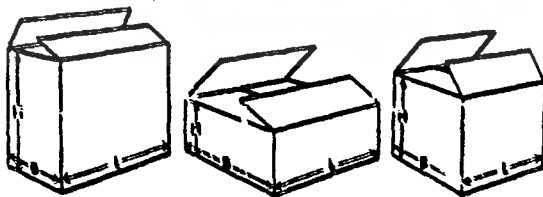
3. ศึกษาถึงแรงกระทบ ที่จะเกิดขึ้นจริงในระหว่างการขนส่ง และความแข็งแรงของตัวกล่อง ที่สามารถรับน้ำหนักการวางซ้อนกันหลายชั้น

4. ศึกษาถึงมิติภายในตัวกล่องที่จะเหมาะสมกับการบรรจุผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ ความกว้าง ความสูงหรือความลึก และความยาว ซึ่งในข้อนี้ก็จะมี ความเกี่ยวข้องกับเรื่อง ความแข็งแรงของตัวกล่องด้วย เนื่องจากหากออกแบบให้มีมิติภายในกล่องมีความพอดี และเหมาะสมแล้ว นอกจากจะประหยัดวัสดุแล้ว ยังสามารถเพิ่มความแข็งแรงของกล่องได้อีกด้วย



รูปที่ 35 ความกว้าง ความยาว ความสูง ของกล่อง

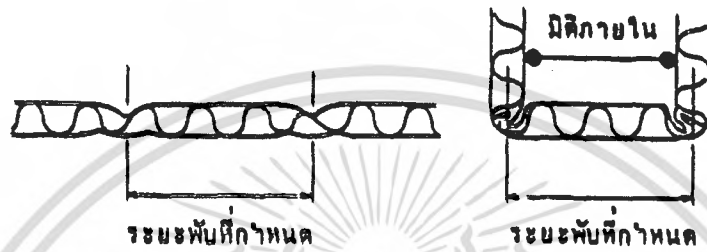
5. ศึกษาถึงมิติรูปร่าง รูปทรง ขนาดสัดส่วนที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด (Economical Dimension) ซึ่งในปัจจุบันกล่องที่ยอมรับกันว่าเป็นกล่องที่มีขนาดประหยัดที่สุด คือกล่องแบบ Regular slotted container มีสัดส่วนกว้าง/ยาว/ลึก=2/1/2 นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาถึงรูปแบบต่างๆ ของกล่องกระดาษลูกฟูกที่ปรากฏอยู่ตามท้องตลาดด้วยเช่นกัน



รูปที่ 36 อัตราส่วนความกว้าง ความยาว ความสูงของกล่องรูปแบบต่างๆ

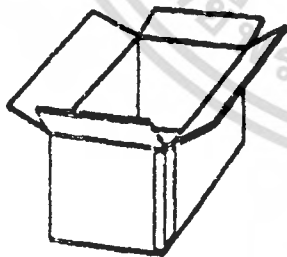
6. ศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิต เช่นวิธีการบีบรอยพับของแผ่นกระดาษลูกฟูกทั้งนี้ เอกสารนี้เป็น เนื่องจากกระดาษลูกฟูกมีความหนา เมื่อบีบรอยเป็นแนวพับบริเวณที่บีบรอยจะถูกบีบเข้า การค้ำไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากันและเป็นจุดที่แบ่งกึ่งกลางความหนาของกระดาษ ดังนั้นเมื่อพับงอตั้งตรงขึ้นระหว่าง 2 จุด จะทำให้มิติภายในตัวกล่องแคบเข้าไปอีกการที่จะกำหนดจุดพับลงไปแบบจึงควรคำนึงถึงข้อปลีกย่อยนี้ด้วย จากการศึกษาในข้อนี้สามารถนำมาปรับใช้ในเรื่องการออกแบบทางด้านแพทเทิร์นของกล่องได้เป็นอย่างดี

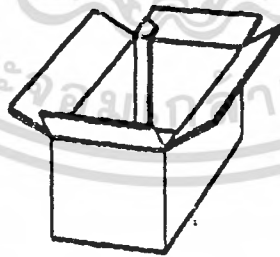


รูปที่ 37 ระยะพับ

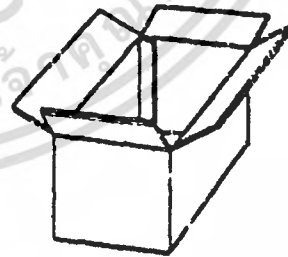
7. ศึกษาถึงวิธีการประกอบรูปทรงของตัวกล่องว่าจะใช้วัสดุรวมเพื่อการประกอบเป็นรูปทรงอะไรบ้าง เช่น ใช้ผ้าเทปกาวปิดยึดเข้ารูป ใช้ทากาว ใช้ลวดเย็บ ซึ่งการประกอบโดยวิธีนี้ จะต้องมีแถบลิ้นติดกับผนังข้างกล่องหนึ่งด้านไว้สำหรับเกยทับกัน โดยปรกติแล้วจะมีขนาดกว้างประมาณ 1-2 นิ้วเป็นอย่างน้อย จากการศึกษาในเรื่องนี้สามารถนำมาปรับใช้ในการออกแบบแพทเทิร์นของกล่อง ซึ่งจำเป็นต้องมีการเผื่อเรื่องลิ้นสำหรับติดกาวไว้ด้วย ในกรณีที่วัสดุสำหรับผลิตเป็นกระดาษ



รูปที่ 38 ติดเทปกาว



รูปที่ 39 ผืนกาว



รูปที่ 40 ใช้ลวดเย็บ

2.4.3 ประเภทของกระดาษแข็ง

กระดาษแข็งมีหลายประเภทซึ่งมีคุณสมบัติในการใช้ และต้นทุนการผลิตแตกต่างกัน

ประเภทของกระดาษแข็งต่างๆ ไปใช้พิมพ์ใช้ในประเทศมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-กระดาษแข็งไม่เคลือบผิวหน้า ไม่มีการเคลือบสารสีขาหรือวัสดุใดเป็นพิเศษ ด้านหน้าจะขาวพิมพ์รูปสอติไม่สวย ความแข็งแรงปานกลาง ราคาถูก หาซื้อได้ไม่ยากนัก การซื้อขายคิดเป็นน้ำหนัก(กรัม) นิยมทำกล่องหลอดไฟ กล่องเข็มหมุด เป็นต้น

-กระดาษแข็งเคลือบ เป็นการนำเอากระดาษแข็งไม่เคลือบมาอาบด้วยสารสีขาหรือวัสดุพิเศษ แล้วผ่านการขัดมันโดยใช้ลูกกลิ้งโครเมียมสองลูกเพื่อให้ผิวหน้าเรียบ เป็นต้น มีคุณสมบัติพิมพ์สอติได้สวยงาม นิยมทำกล่องสบู่ กล่องผ้าอนามัย เป็นต้น

-กระดาษการ์ด เป็นกระดาษหนาชั้นเดียวหรือหลายชั้น ใช้พิมพ์ได้ทั้ง 2 หน้า

-กระดาษการ์ดมานิล เป็นกระดาษการ์ดหลายชั้น ใช้พิมพ์ได้ทั้งสองหน้า และมีความแข็งแรง จึงทำให้สามารถทรงตัวอยู่ได้ดีเป็นพิเศษในแนวดิ่ง

-กระดาษการ์ดไอวอรี เป็นกระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งมีคุณสมบัติทุกๆ ชั้นตอนเหมือนกับกระดาษการ์ดอื่นๆ

-กระดาษอาร์ตมัน มีด้านหน้าและด้านหลังสีขาวและมันใช้เย็บวัสดุอื่น ๆ และมีการเคลือบผิวหน้าด้วย มีราคาแพง นิยมใช้ทำกล่องยา กล่องบุหรี กล่องเครื่องสำอาง เป็นต้น

-กระดาษการ์ดแก้ว มีด้านหน้าและด้านหลังสีขาวและมันเป็นกระจก การใช้งานน้อยเพราะแพงมาก และต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ หากนำกระดาษอาร์ตมันมาอาบมันจะมีลักษณะคล้ายกระดาษอาร์ตแก้ว

-แครีบอร์ด มีด้านหลังเป็นสีน้ำตาล คุณสมบัติเหนียว พิมพ์สอติได้ผิวหน้าเรียบ มีความหนาแน่นมาก สามารถใช้ทำกล่องบรรจุสินค้าแช่เย็นได้ และป้องกันความชื้นได้ดีมาก

2.4.4 ประเภทของกล่องกระดาษแข็ง

กล่องกระดาษแข็งที่นิยมใช้สำหรับการบรรจุภัณฑ์ต่างๆ จำแนกออกเป็น 2 ประเภท

-กล่องพับได้ (folding cartons) กล่องพับได้เป็นกล่องที่ทำจากกระดาษแข็งที่มีคุณสมบัติโค้งงอได้ กล่องเปล่าจึงสามารถพับแบนได้ ทำให้ไม่เปลืองเนื้อที่ในการเก็บรักษาและขนส่ง

-กล่องคงรูป (set up boxes) กล่องคงรูปเป็นกล่องที่ทำมาจากกระดาษแข็งที่ไม่สามารถโค้งงอได้ มักมีความหนาระหว่าง 0.02-0.12 นิ้ว (0.51-3.09) ได้รับการผลิตในลักษณะที่ขึ้นรูปแล้วที่จะนำไปใช้บรรจุภัณฑ์ได้ทันที เนื่องจากกล่องประเภทนี้พับแบนไม่ได้ จึงทำให้สิ้นเปลืองเนื้อที่ในการเก็บรักษาและขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 วัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ

วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ในระบบอุตสาหกรรม

เราจะพบว่าปัจจุบันวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์นั้นมีความหลากหลายมาก เนื่องด้วยการออกแบบมีการนำเอาเทคนิคของวัสดุมาเพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง โดยเทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบันทำให้ปัญหาเรื่องการผลิตนั้นลดน้อยลงมาก ข้อจำกัดในการผลิตนั้นได้ลดลงตามไปด้วย การออกแบบจึงไม่จำเป็นต้องยึดถึงข้อจำกัดมากนัก แต่ก็ยังต้องคำนึงถึงเรื่องราคาและความเหมาะสมควบคู่กันไปด้วย จากที่ได้กล่าวในขั้นต้น

- บรรจุภัณฑ์จากกระดาษ

กล่องกระดาษ และกล่องกระดาษลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายกับสินค้าหลากหลายชนิด เป็นทั้งบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เนื่องจากมีข้อดีต่างๆหลายประการเช่น สามารถออกแบบได้ทั้งโครงสร้างและกราฟิก (การพิมพ์) ให้เหมาะกับตัวสินค้าและจุดประสงค์การใช้งาน ต้นทุนของการผลิตบรรจุภัณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับราคาสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน สามารถนำกลับเข้าสู่กระบวนการหมุนเวียนหรือรีไซเคิลได้

ประเภทของกระดาษคราฟท์

1. กระดาษเหนียวทำผิวกล่อง (kraft linerboard) มีให้เลือก 3 เกรด

เกรด KS - สีขาวคุณภาพสูง เหมาะสำหรับทำกล่องที่ต้องการความสวยงามด้านการพิมพ์ เช่น กล่องดอกกล้วยไม้ กล่องนม กล่องผลไม้

- 170 g/m

เกรด KA - สีทองคุณภาพพิเศษ ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระดาษเหนียว ประเภทกระดาษทำผิวกล่องเหมาะสำหรับกล่องที่ต้องการความแข็งแรงเป็นพิเศษ เช่นกล่องโทรทัศน์ กล่องเครื่องยนต์ กล่องตู้เย็น

- 125,150,185,230 g/m

เกรด KI - สีน้ำตาลอ่อน คุณภาพรองจากเกรด KA ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระดาษเหนียว ประเภทกระดาษทำผิวกล่องเหมาะกับกล่องที่ต้องการความแข็งแรง เช่น กล่องอาหารกระป๋อง กล่องน้ำอัดลม

- 125,150,125 g/m

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กระดาษทำลูกฟูก (corrugating medium)

- เกรด CA - คุณภาพพิเศษได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระดาษลูกฟูกเป็นรายแรก เหมาะสำหรับใช้ทำลอนลูกฟูกของกล่องทุกชนิด
- รับน้ำหนักการเรียงซ้อนได้หลายชั้น ทนทานต่อแรงกระแทก
 - 105,102 g/m

3. กระดาษเหนียวทำถุงหลายชั้น (extensible sack kraft) มีให้เลือก 3 เกรด

- เกรด EK - มีความยืดหยุ่นสูง มีความเหนียวเป็นพิเศษ ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรมกระดาษเหนียว ประเภทกระดาษทำถุงหลายชั้นชนิดยืด เหมาะสำหรับถุงที่ต้องการความแข็งแรงทนทาน เช่น ถุงซีเมนต์ ถุงอาหารสัตว์ ถุงแป้งมัน

- 80, 90 g/m

- เกรด MW - มีสีน้ำตาล มีความเหนียวและฉีกกระดาษสะอาดเป็นพิเศษเหมาะสำหรับทำถุงที่ต้องการความแข็งแรง เช่น ถุงเม็ดพลาสติก

- 70 g/m

- เกรด WMW - สีขาว คุณภาพสูง เหมาะสำหรับถุงที่ต้องการความสวยงามเป็นพิเศษ เช่น ถุงอาหารกุ้ง

- 230,280,350,450 g/m

4. กระดาษทำแกน (core paper)

- เกรด CP - มีความหนาและแข็งแรง เหมาะสำหรับทำแกนกระดาษทิชชู แกนหลอดด้าย ถึงกระดาษ และแผ่นรองกระป๋อง

- 230,280,350,450 g/m

5. กระดาษทำถุงช้อปปิ้ง (shopping bag)

- เกรด SB - เหมาะสำหรับทำถุงช้อปปิ้ง กระดาษห่อซอง และซองจดหมาย

- 110 g/m

2.4.6 วิเคราะห์และสรุปเรื่องวัสดุที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกวัสดุที่นำมาใช้ในการออกแบบ

1. น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ น้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ที่เล็กที่สุด(เข็มกลัดขนาดเล็ก) ประมาณ 15 g และน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่สุด(ขนานใหญ่พิเศษ)ประมาณ 500 g วัสดุที่เลือกนำมาใช้จึงเป็นกระดาษอาร์ตการ์ดที่มีความแข็งแรงพอสมควรและมีความสวยงามเมื่อพิมพ์ในระบบอุตสาหกรรม

2. ความต้องการโชว์ตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่โชว์ความสวยงาม ดังนั้นจึงควรมีส่วนที่สามารถมองเห็นสินค้าได้จากภายนอก แต่ด้วยคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ที่สีจะซีดจางเมื่อโดนแสงเป็นเวลานานจึงเลือกการเจาะช่องบนบรรจุภัณฑ์บางส่วนเพื่อโชว์ให้เห็นความสวยงามของตัวสินค้า

3. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เลือกใช้เป็นกล่องกระดาษแบบพับขึ้นรูป (Folding cartons) เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์กับตัวบรรจุภัณฑ์จะไปพบและทำการบรรจุที่จุดจำหน่ายสินค้า เพื่อการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่งบรรจุภัณฑ์และความสะดวกในการเก็บจึงเลือกใช้กล่องกระดาษแบบพับขึ้นรูป

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับสี

2.5.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสี

ประวัติความเป็นมาของสี

1. ความหมายของสี

สี ตามความหมายของพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2535 หมายถึงลักษณะของแสงสว่าง ปากฎแก่สายตาให้เห็นเป็นสีต่างๆ

2. คุณสมบัติพื้นฐานของสี

สี เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของธรรมชาติที่มีอิทธิพลต่อสิ่งมีชีวิต โดยทั่วไปสมองของคนเรารับรู้สีได้เมื่อมีแสงขาว คือรังสีแม่เหล็กไฟฟ้า ที่มีความยาวคลื่นระหว่างประมาณ 400-700 นาโนเมตร แสงขาวที่มีความยาวคลื่นต่างกันจะมีสีที่ต่างกัน

การที่มนุษย์มองเห็นสีได้ต้องใช้จักขุประสาท ซึ่งรับสีโดยลูกนัยน์ตาแล้วถ่ายทอดสู่สมองเพื่อตีความหมาย แล้วเราจึงบังเกิดความเข้าใจได้ว่าสิ่งที่เราเห็นนั้นเป็นสีอะไร จางหรือเข้ม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในทางวิทยาศาสตร์ การที่มนุษย์เห็นสีของสิ่งใดๆได้นั้น เป็นเพราะวัตถุสิ่งนั้น ดูดกลืนสีอื่นๆเอาไว้ในตัวของวัตถุทั้งหมด ก่อนสะท้อนแสงสีนั้นออกมาเพียงสีเดียว เช่นวัตถุที่มีสีแดง เมื่อมีแสงสว่างสีขาวมากระทบวัตถุ วัตถุจะดูดกลืนสีอื่นที่ผสมอยู่ในแสงขาวไว้ทั้งหมด แล้วสะท้อนสีแดงออกมาเพียงสีเดียว จึงทำให้มนุษย์มองเห็นสีแดงได้ แต่ถ้าแทนที่จะใช้แสงสีขาว เรากลับใช้แสงสีน้ำเงินหรือแสงสีเขียวส่องไปยังวัตถุสีแดงนี้ เราจะเห็นวัตถุเป็นสีดำ เนื่องจากวัตถุนี้ไม่สามารถสะท้อนแสงสีเหล่านี้ได้ หรือหากเราใช้แสงสีแดงส่องวัตถุ เราก็ยังสามารถมองเห็นวัตถุเป็นสีแดงอยู่เช่นเดิม

3. อิทธิพลของแม่สี

ในโลกนี้มีสีอยู่จำพวกหนึ่ง เป็นสีที่มีลักษณะเฉพาะตัว พิเศษและแปลกกว่าสีที่มีอยู่ทั่วไป กล่าวคือ เป็นสีที่เกิดจากตัวของตัวเอง ไม่ได้เกิดจากการไปนำอื่นๆผสมผสานของสีอื่นๆเข้าด้วยกัน จัดเป็นสีที่มีลักษณะเป็นสีแท้ เป็นธาตุแท้ของสีอยู่ในตัว จะไปนำเอาสีอื่นๆมาใช้ประสมกลายเป็นสีแท้ขึ้นมาไม่ได้เลย สีจำพวกนี้จึงเป็นสีที่เกิดขึ้นแท้ในตัวเอง เรียก **สีแม่สี หรือสีปฐมภูมิ (Primary Colors)**

สีแดง เป็นสีที่มีอิทธิพลสำคัญในด้านที่ก่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆขึ้น สีแดงเป็นสีที่ให้พลังทางด้านกายกรรม ให้เป็นผู้มีอารมณ์ร้อน

สีเหลือง เป็นสีที่มีความหมายและอิทธิพลสำคัญในด้านที่ก่อให้เกิดความนึกคิด หรือการพิจารณาหาเหตุผล สีเหลืองเป็นสีที่ให้พลังงานในด้านปัญญาความคิด ความรู้ ให้เป็นผู้มีแนวทางปรัชญา

สีน้ำเงิน เป็นสีที่มีความหมาย อิทธิพลสำคัญในด้านที่ก่อให้เกิดความรู้ลึกหรือความรู้ทางอารมณ์

แม่สีทั้ง3สีนี้ เริ่มตั้งต้นเป็นมูลฐานขึ้นมาจากสีแดง คือการกระทำ แล้วนำไปสู่การคิดหาเหตุผล คือสีเหลือง หรือความนึกคิด แล้วก็เข้าไปสู่ความรู้ทางอารมณ์จิตใจ คือสีน้ำเงินหรือความรู้ลึก เมื่อสรุปผลจากการผสมกลมกลืนของแม่สีทั้ง3จะได้ผลลัพธ์เป็นสีขาว คือความบริสุทธิ์ อันเป็นความปรารถนาทางจิตใจของมนุษย์ทุกคน นอกจากนี้สีหนึ่งๆยังสามารถแจกแจกออกไปได้อีกหลายสี เช่นสีแดง แจกแจกออกไปเป็นสีแดงสด แดงเลือดหมู แดงแก่ แดงอ่อน สีชมพู เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การดูซึม การสะท้อนและผสมสี อย่างไรก็ตาม อาจจะนำเอาคุณสมบัติหรือความหมายของสีตามอิทธิพลของแต่ละสีที่ผสมเจอกันขึ้นเป็นสีอีกสีหนึ่งนั้น มารวมเข้าด้วยกัน อาทิสีชมพู จะดูความหมายจากสีแดงผสมกับ

ความหมายจากสีขาว เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารทูลวงเวสสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. อิทธิพลจากสีผสม หรือสีทุติยภูมิ (Secondary Colors)

สีผสมหรือสีทุติยภูมิ เกิดจากการผสมของแม่สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป โดยมีอัตราส่วนเท่าๆกัน อาทิ สีแดงผสมกับสีเหลือง จะได้เป็นสีส้ม ความหมายของสีส้มจึงมาจากสีแดงผสมกับสีเหลือง คือการกระทำ (สีแดง) กับความนึกคิด (สีเหลือง) สีส้มจึงมีความหมายสรุปไปในทางสร้างสรรค์ให้นึกคิดแล้วจงกระทำ หรือกระทำตามความนึกคิด ช่วยปลุกฝังอุปนิสัยใจคอทำให้เกิดพลานามัย ส่วนสีเหลืองผสมกับสีน้ำเงินจะได้สีเขียวหรือสีเขียวใบไม้ ความหมายของสีเขียวจึงมาจากสีเหลืองผสมกับสีน้ำเงิน คือความนึกคิด (สีเหลือง) รวมกับความรู้สึก (สีน้ำเงิน) สีเขียวจึงมีความหมายสรุปไปในทางสร้างสรรค์ให้มีความรู้สึกนึกคิดที่ดี เข้าใจดีขึ้น ให้ระดับความนึกคิดกับความรู้สึกนึกพอๆกัน อยู่ในลักษณะที่เหมาะสมสมควร สีนี้นี้ให้ความเจริญเย็นใจ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสีที่ผสมล้วนมาจากแม่สีทั้ง 3 สี ให้ความหมายคุณสมบัติ หรือลักษณะ ก็ย่อมมาจากความหมายของแม่สีต่างๆเหล่านี้ด้วย

5. ความนิยมใช้สีของมนุษย์

มนุษย์ทุกคนมีความนิยมชมชอบในการเลือกใช้สีที่แตกต่างกันออกไป บางคนถือเอาสีเป็นเครื่องหมาย บางคนถือเอาสีเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นโชคลาง เป็นมงคล อื่นๆอีกมากมาย สุดแล้วแต่ท้องถิ่น ภูมิประเทศ ดินฟ้าอากาศและเชื้อชาติ อันเป็นส่วนประกอบสำคัญในการทำให้เกิดความนิยมในสีขึ้นมา โดยเฉพาะเมืองไทยก็มีคติความนิยมเกี่ยวกับเรื่องสีอยู่เช่นเดียวกัน เช่น สีเหลือง หมายถึงเมืองที่นับถือพระพุทธศาสนา คือมีพระภิกษุครองผ้าสีเหลือง มีการลงรักปิดทองโบสถ์ วิหาร พระเจดีย์ เป็นสีเหลือง เป็นต้น ในประเทศที่มีการนับถือศาสนาพราหมณ์ จะนิยมใช้สีขาว เพราะถือว่าสีขาวเป็นสีที่บริสุทธิ์ พราหมณ์จึงนุ่งห่มด้วยสีขาว หรือจากที่องค์การสหประชาชาติเลือกใช้สีฟ้าหรือสีน้ำเงินเป็นสีพื้นของธงประจำองค์การสหประชาชาติ ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะสีฟ้าหรือสีน้ำเงินหมายถึงสันติภาพ

ในขณะที่บุคคลแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างในการนิยมชมชอบสีใดสีหนึ่ง โดยเฉพาะกล่าวคือ บางคนอาจชอบสีแดง บางคนอาจชอบสีเหลือง หรือ 2 คนอาจสนใจชอบในสีเดียวกัน หรือสีเหมือนกันก็เป็นไปได้เช่นกัน

ส่วนประกอบของการเห็นสี

สีช่วยให้เราสามารถมองเห็นวัตถุ ได้ชัดเจนมีน้ำหนักอ่อนแก่และน่าสนใจ

แบ่งออกได้เป็น 2 พวกใหญ่ๆคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สีที่เห็นตามธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ดิน หิน ฯลฯ
2. สีที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ภาพโฆษณาสี ไฟสี สีน้ำมัน ฯลฯ

เมื่อเราเห็นสี เรามักสนใจกับความเข้มหรือกำลังแสงสว่างของมัน ซึ่งคือน้ำหนักอ่อนแก่ นั่นเอง พอจะสรุปคุณสมบัติของการเห็นสีได้ 3 ประการ คือค่าของสี หรือสีแท้ๆ น้ำหนักอ่อนแก่หรือความเข้มของสี และความแรงของสี คุณสมบัติเหล่านี้จะสร้างให้เรา มีความรู้สึกที่ว่าสีเหล่านั้นทำให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้น (สีร้อน) หรือให้ความรู้สึกสงบเยือก (สีเย็น)

คุณสมบัติอื่นๆของสีจำแนกได้ดังนี้

1. อิทธิพลที่มีต่อความรู้สึก

- ขนาด สีอ่อนทำให้ของดูใหญ่ขึ้น สีเข้มทำให้ของดูเล็กลง
- น้ำหนัก สีอ่อน สีเย็น ทำให้รู้สึกเบา สีเข้มสีร้อนทำให้รู้สึกหนัก
- ความแข็งแรง สีร้อนทำให้รู้สึกแข็งแรงมาก สีเย็นสีเข้มให้ความรู้สึกแข็งแรงน้อยกว่า
- อุดหนุน สีเย็นให้ความรู้สึกสบายใจ สีร้อนให้ความรู้สึกไม่สบายใจ

2. สีช่วยให้ทัศนวิสัยที่แจ่มใสที่สุด เพื่อนำมาใช้ดังนี้ เช่นใช้สีอ่อนตัดกับสีแก่ สีอุ่นกับสีเย็น เป็นต้น

3. สีที่ตัดกันเองอยู่แล้วตามปกติ เช่น สีเหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน หรือสีแดงบนพื้นสีขาว

4. สีสามารถทำให้เห็นว่า เข้ามาใกล้หรือห่างออกไป เช่น สีเหลือง(สีอุ่น)จะดูเหมือนอยู่ใกล้ และสีน้ำเงิน(สีเย็น)จะดูเหมือนห่างออกไป

5. สีที่เราใช้เนื้อที่หลายๆแล้วไม่มากนัก ถ้าเราใช้สีนั้นในปริมาณเพียงเล็กน้อยอาจทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้นและส่งเสริมให้น่าดูยิ่งขึ้น

6. สีที่มีความสดใสพอๆกัน เมื่อใช้ด้วยกันจะช่วยดึงดูดความสนใจได้เร็วยิ่งขึ้น จึงมักมีการนำมาใช้กับสื่อประเภทป้ายโฆษณา

7. เมื่อใช้สีเข้มจัดกับสีอ่อนจัด จะทำให้แลเห็นเด่นและมีชีวิตชีวาว่าการใช้สีที่มีค่าของค่าของความเข้มต่างกันเพียงเล็กน้อย

8. หลักของความเด่นของสีขึ้นอยู่กับกรทำให้สีหนึ่งๆมีความโดดเด่นออกมามากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นสีร้อน หรือสีเย็นก็ตาม โดยขึ้นอยู่กับปริมาณพื้นที่ของสี สีใดมีพื้นที่มากก็จะเด่นที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น. อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 จิตวิทยาสี

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์จิตวิทยาสีของเด็ก ขอจำแนกจิตวิทยาสีที่มีอิทธิพลซึ่งส่งผลต่ออารมณ์และจิตใจของมนุษย์ โดยมีตัวอย่างดังต่อไปนี้

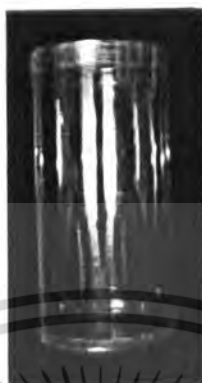
- สีเหลือง แสดงถึงความโพล่ง ความร่าเริงแจ่มใส สนุกสนาน ตื่นเต้น
- สีเหลืองสด แสดงถึงความรุ่งเรือง ความตื่นเต้น ความมั่นคงสมบูรณ์ แสงแดด
- สีเหลืองอ่อน แสดงถึงความสะอาด ความสว่าง ความเบิกบาน
- สีส้ม แสดงถึงความมีอำนาจ ความตื่นเต้น และความสง่าภาคภูมิใจ
- สีน้ำตาล แสดงความคุ้มครองป้องกัน
- สีแดง แสดงถึงความตื่นเต้น ไร้ใจ ความมั่งคั่ง ขวัญลุ่มหลง
- สีแดงเข้ม แสดงถึงความสง่าผ่าเผย ความ ปิติอิ่มเอม
- สีดอกกุหลาบ แสดงถึงความสดชื่น กระชุ่มกระชวย ใช้ในการพักสายตา
- สีเขียว แสดงความสดชื่น กระชุ่มกระชวย ใช้ในการพักสายตาได้ดี
- สีเขียวอ่อน แสดงความสว่าง เบิกบาน และสดชื่น
- สีเขียวใบไม้สด แสดงถึงความเยือกเย็น สงบ
- สีเขียวแก่ผสมเทา แสดงถึงความสลดใจ ความขรธา
- สีน้ำเงิน แสดงถึงความสงบ ลึกลับ
- สีน้ำเงินอมเขียว แสดงความมีเสน่ห์ ความภาคภูมิใจสง่างาม
- สีเทา แสดงความนิ่งเฉย สงบ
- สีม่วง แสดงถึงความสงบ ความเป็นจริง ความสง่างาม และความภาคภูมิใจ
- สีดำ แสดงถึงความทุกข์ การทำนายน ความทึบ ความมืด
- สีขาว แสดงถึงสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ ความเบิกบาน ความสว่าง
- สีทอง สีเงิน และสีที่มีความมันวาว แสดงถึงความหรูหรา มั่งคั่ง

2.5.3 วิเคราะห์และสรุปการใช้สีและกราฟฟีกที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิงอายุ 18-45 ปี ดังนั้นสีที่ใช้จะเป็นสีที่สามารถครอบคลุมความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งกลุ่มที่เป็นผู้ใหญ่ 45 และวัยรุ่นอายุ 18 ปี โดยเลือกใช้สีที่ไม่ขัดแย้งและดูจืดชืดเกินไป ในขณะที่ตัวกันก็ต้องไม่ใช่สีโทนอ่อนและจืดชืดจนเกินไป ดังนั้นการเลือกใช้ แบบ monochrome แบบไล่เฉดสีเดียวกันจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์เดิมและคู่แข่ง



รูปที่ 41 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง

รูปแบบและปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมของบริษัท วิช พอร์เวรด จำกัด

1. บรรจุภัณฑ์เปิดทางด้านบนได้ทางเดียวทำให้การนำผลิตภัณฑ์ออกจากบรรจุภัณฑ์โดยไม่โดนตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บอบบางทำได้ยาก เป็นเหตุให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรงจากการนำสินค้าเข้าและออกจากบรรจุภัณฑ์
2. บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทางโครงสร้างที่เป็นลักษณะคงรูป ทำให้เปลืองพื้นที่ในการเก็บและขนย้ายบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนก่อนการบรรจุ
3. บรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่ไม่ได้ผลิตมาเพื่อขนาดของผลิตภัณฑ์ ทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถคุ้มครองตัวผลิตภัณฑ์ได้ดีพอ
4. ไม่มีชื่อตราบริษัท ตรายี่ห้อ และรายละเอียดของสินค้าให้เห็น



รูปที่ 42 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์แบบเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบและปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมของบริษัท วิชา พอร์เวริด จำกัด

ข้อดี

1. วัสดุเป็นพลาสติกอะซิเตทไลพับขึ้นรูปเป็นแบบFolding Carton สามารถพับแบนเรียบได้ ทำให้สามารถขนส่งบรรจุภัณฑ์ไปยังโรงงานผลิตได้ใน ปริมาณมาก
2. คุณสมบัติของวัสดุ และความแข็งแรงทางโครงสร้างของทรงสี่เหลี่ยมทำให้รับน้ำหนักได้ดีสามารถวางซ้อนผลิตภัณฑ์ได้ใน Individual Package
3. วัสดุใส ทำให้สามารถแยกประเภทสินค้าได้ง่ายและลูกค้าก็สามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก

ข้อเสีย

1. บรรจุภัณฑ์เปิดทางด้านบนได้ทางเดียว ทำให้การนำผลิตภัณฑ์เข้า-ออกจากบรรจุภัณฑ์โดยไม่โดนตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บอบบางทำได้ยาก เป็นเหตุให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรงจากการนำสินค้าเข้าและออกจากบรรจุภัณฑ์
2. บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทางโครงสร้างที่เป็นFolding Carton ทำให้อาจเกิดความยุ่งยากเสียเวลา ในการขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ก่อนการใช้งาน
3. บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหายจากการเคลื่อนไหวภายในของตัวผลิตภัณฑ์ขณะอยู่ในบรรจุภัณฑ์ได้
4. ด้านการส่งเสริมการขาย มีเพียงสติ๊กเกอร์บอกบริษัทผู้ผลิตปิดด้านหน้าของกล่องพลาสติกไม่มีความน่าสนใจและไม่มีการเย็บติดสินค้า



รูปที่ 43 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ดอกไม้กระดาษของบริษัทคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์รูปแบบและปัญหาของบรรจุภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่ง

ข้อดี

1. เป็นโครงสร้างแบบพับขึ้นรูป (folding cartons) ทำให้ประหยัดพื้นที่ในการขนส่งบรรจุภัณฑ์ จากโรงงานกระดาษ ทำให้ขนบรรจุภัณฑ์ได้คราวละมากๆ
2. มีการเจาะช่องหน้าต่างทำให้สามารถตรวจสอบสภาพสินค้า(พนักงาน) การตรวจสอบชนิดสินค้าที่ถูกต้องได้ และเลือกซื้อได้ถูกต้อง
3. พลาสติกเทอร์โมฟอร์มพื้นฐานด้านล่าง เพื่อเป็นตัวยึดผลิตภัณฑ์ไม่ให้เคลื่อนไหวไปมาได้ ทำให้สินค้าไม่บอบ เสียหายขณะเคลื่อนย้าย
4. มีเชือกเพื่อช่วยให้ความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

3.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างที่สามารถบรรจุสินค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งรูปร่างและน้ำหนักได้ โดยที่บรรจุภัณฑ์ต้องดูแลเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน โดยที่บรรจุภัณฑ์ต้องสื่อถึง ลักษณะและประเภทของสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจน

แบ่งสินค้าออกเป็นหมวดๆ ตามประเภท

1. สินค้าประเภทเห็บกิ้งกั๊ด ซึ่งมีลักษณะเป็นเห็บกิ้งกั๊ดติดอยู่กับด้านหลังของดอกไม้ มีราคาไม่แพงมากนัก ลักษณะการใช้งานจะเน้นการนำออกมาใช้และการเปิด-ปิดที่สะดวก

2. ดอกไม้และต้นไม้ขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นต้นไม้ซึ่งโชว์ความสวยงามแบบ 3 มิติ มีราคาไม่แพงมากนัก ลักษณะโครงสร้างที่สวยงามและสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการพิจารณาเลือกลักษณะทางโครงสร้าง

3. ต้นไม้ขนาดกลาง(กล้วยไม้หวายแฉะ) มีลักษณะเป็นต้นไม้โชว์ความสวยงามแบบ 3 มิติ มีราคาค่อนข้างแพงและตัวสินค้าค่อนข้างมีน้ำหนัก มีรูปทรงสูงขึ้นไปในแนวตั้ง ดังนั้นลักษณะโครงสร้างที่สามารถรับน้ำหนักของตัวสินค้า ความสวยงามและสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการพิจารณาการเลือกลักษณะทางโครงสร้าง

4. ต้นไม้ขนาดใหญ่(กล้วยไม้แวนด้า) มีลักษณะเป็นต้นไม้โชว์ความสวยงามแบบ 3 มิติ มีราคาแพงและตัวสินค้ามีน้ำหนักมากนิยมนำไปใช้เพื่อเป็นของขวัญแก่ผู้ใหญ่เพื่อการอวยพรให้มีอายุยืน และเพื่อความเจริญยิ่งขึ้นไป ลักษณะโครงสร้างที่สามารถรับน้ำหนักของตัวสินค้า ความสวยงามและสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการพิจารณาการเลือกลักษณะทางโครงสร้าง

5. ต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษ(กล้วยไม้แคทลียา) มีลักษณะเป็นต้นไม้โชว์ความสวยงามแบบ 3 มิติ มีราคาแพงและตัวสินค้ามีน้ำหนักมากนิยมนำไปใช้เพื่อเป็นของขวัญแก่ผู้ใหญ่เพื่อการอวยพรให้มี เพื่อความเจริญยิ่งขึ้นไป ลักษณะโครงสร้างที่สามารถรับน้ำหนักของตัวสินค้า ความสวยงามและสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญที่นำมาใช้ในการพิจารณาการเลือกลักษณะทางโครงสร้าง

6. ช่อดอกไม้ มีลักษณะเป็นช่อดอกไม้ มีรูปทรงสูงขึ้นไปในแนวตั้ง มีราคาค่อนข้างแพง นิยมให้กันในโอกาสต่างๆ ในการแสดงความยินดีหรือใช้แทนช่อดอกไม้สด ออกแบบโครงสร้างให้เหมาะสมกับการให้ทั้งบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนึงถึงการคุ้มครองดูแลผลิตภัณฑ์ เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของตัวผลิตภัณฑ์เป็นดินญี่ปุ่นที่ซึ่งยึดหยุ่นได้พอสมควร ไม่สามารถโดนแสงได้เป็นเวลานานเพราะสีจะซีดจาง และบรรจุภัณฑ์ควรมีอุณหภูมิคงที่ไม่รับอิทธิพลจากอุณหภูมิของสิ่งแวดล้อมเพราะดินญี่ปุ่นจะหลอมละลายเมื่ออุณหภูมิสูงขึ้นพอสมควรและจะเปราะได้ง่ายถ้าอุณหภูมิลดต่ำลง

3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปเป็นของขวัญให้แก่ผู้อื่น

ด้าน Psychographics

- Life Style ใช้ชีวิตเรียบง่าย รักธรรมชาติ
- อุปนิสัย ชอบของที่ดูมีคุณค่า มีค่า ชอบสิ่งที่ดูเรียบง่ายแต่มีรสนิยม

ด้าน Demographics

- เพศ หญิง 70% ชาย 30%
- อายุระหว่าง 18-45 ปี
- ระดับการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป
- ความต้องการ ซื้อให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่างๆ หรือเป็นของฝาก
-

Target Group

ชาย 30% หญิง 70%

อายุระหว่าง 18-45 ปี

ทันสมัย ชอบความน่ารักน่ารัก

การศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

รายได้ ๓๕,๐๐๐



รูปที่ 44 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

โดยกลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้หญิงที่มีฐานะปานกลางขึ้นไป โดยการเลือกซื้อผู้ซื้อจะเลือกจากความสวยงามน่าสนใจก่อนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือคุณภาพและตราสินค้า

ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ซื้อจะเน้นที่ลักษณะและโอกาสในการให้ ซึ่งส่วนมากการให้ดอกไม้หรือต้นไม้เป็นของขวัญจะให้กันเพื่อเป็นการอวยพร ดังนั้นควรมีคำอธิบายความหมายที่เน้นถึงคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ด้านตราสินค้าควรทำให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำ สื่อถึงความเป็นมงคลและควรมีรสนิยมของผู้ให้ บรรจุภัณฑ์ออกแบบให้สวยงามน่าสนใจ มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์กว่าของผู้ผลิตรายอื่น บรรจุภัณฑ์สามารถทำให้ผู้รับประทับใจและชื่นชมในควมมีรสนิยมของผู้ให้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั่นคือ กลุ่มอายุ 18 ปี และกลุ่มอายุ 45 ปี ซึ่ง

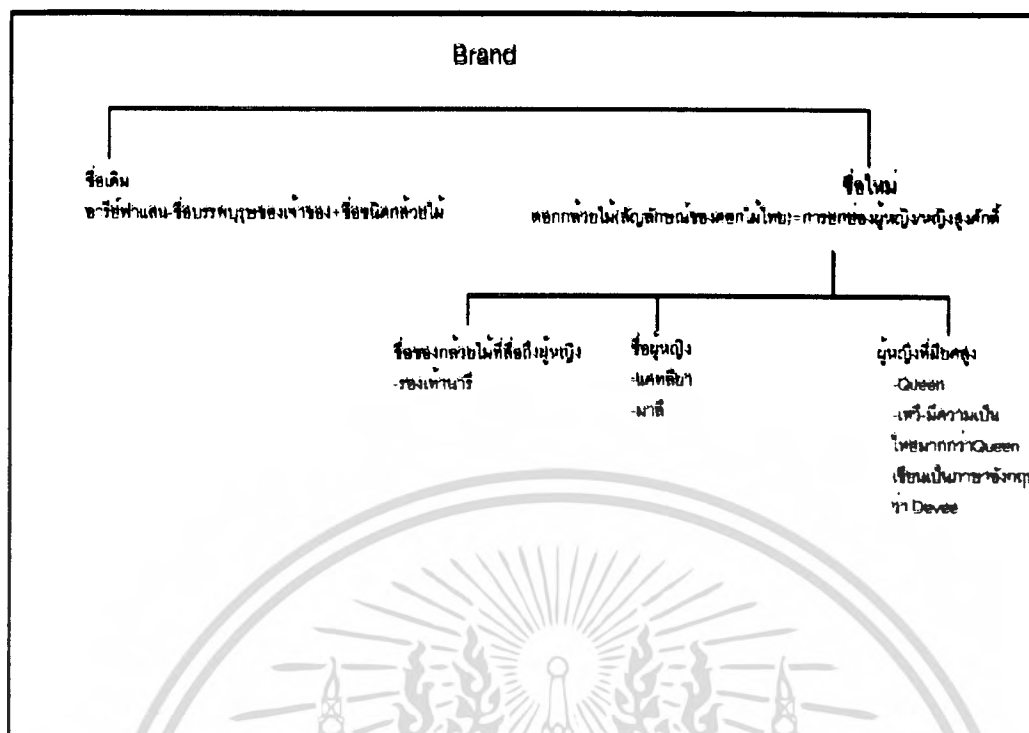
-กลุ่มอายุ 18 ปี ความตื่นเต้น ความน่าสนใจและความแปลกใหม่(วิธีการนำเสนอ การ present ตัวสินค้า)

-กลุ่มอายุ 45 ปี คุณมีคุณค่า,สมราคา,ภูมิฐาน(รูปทรงโดยรวม)

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ

3.2.1 การออกแบบตราสินค้า

แต่เดิมตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของบริษัทริช ฟอว์เวอร์ดนั้น ใช้ชื่อของบรรพบุรุษของก่อตั้งบริษัทมาเป็นตราสัญลักษณ์ เป็นชื่อที่มีหลายพยางค์ทำให้จดจำได้ยาก การตั้งชื่อยี่ห้อใหม่จึงมีความจำเป็นอย่างมาก จึงเลือกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมคือ ดอกกล้วยไม้ (orchid) ในต่างประเทศดอกกล้วยไม้ หมายถึง ผู้หญิงสูงศักดิ์ ดังนั้นจึงได้ยี่ห้อสินค้าว่า เทวี (Devee) ซึ่งเป็นคำที่ใช้เรียกผู้หญิงที่มียศฐาบรรดาศักดิ์ของไทย



รูปที่ 45 แผนภาพการตั้งชื่อตราสินค้า

การออกแบบตราสินค้า Deevee เลือกใช้แบบตราสินค้าที่มีแต่ตัวอักษรโดยเลือกใช้ตัวอักษรที่มีอารมณ์สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์หรือเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบองค์ประกอบต้องดูเรียบง่าย ไม่เยอะจนเกินไปจนดูระเกะระกะหรือกวนตราสินค้า แต่ควรมีลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถสื่อถึงตราयीหือและจดจำได้ง่าย ตราสินค้าต้องมองเห็นได้ชัดเจน และสวยงามดูดี ทั้งในระยะใกล้และไกล ใช้สีที่แสดงถึงความสดชื่นดูสบายตา และแสดงความมีคุณค่ามีราคาให้สมกับราคาของผลิตภัณฑ์โดย จุดจดจำในตราสินค้า สี ตัวอักษร และองค์ประกอบของตราสินค้า

ชื่อยี่ห้อสินค้าสื่อถึง ผู้หญิงสูงศักดิ์ดังนั้น การออกแบบลักษณะองค์ประกอบที่นำมาใช้กับตัวอักษรจึงเกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้หญิงสูงศักดิ์ในสมัยก่อน การตกแต่งผมด้วยดอกไม้หรือเครื่องประดับจึงเป็นองค์ประกอบที่นำเอามาใช้ในการออกแบบตราयीหือสินค้า โดยการเลือกเอารูปดอกไม้มาวางไว้คู่กับตัวอักษร D ในลักษณะเหมือนการใช้ดอกไม้ทัดหูของผู้หญิงโบราณ



รูปภาพที่ 46 แรงบันดาลใจในการออกแบบโลโก้

Devee A

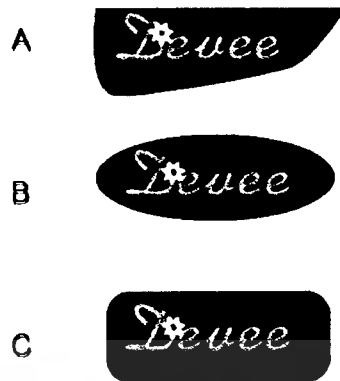
Devee B

Devee C

เงื่อนไข	A	B	C
ความสวยงาม น่าสนใจ	3	3	3
เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1	3	3
เหมาะสมกับบุคลิกของสินค้า	2	3	2
ความยากง่ายในการนำไปใช้ วางบนกราฟฟิก	2	3	1
	8	12	9

ตารางที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เงื่อนไขการพิจารณา	รูปแบบ	A	B	C
ความยากง่ายในการนำไปใช้		3	2	2
ความเป็นธรรมชาติ		3	2	2
ความสวยงาม โดดเด่น		2	3	2
รวมคะแนน		8	7	6

ตารางที่ 2

การเลือกใช้สีบนตัวอักษรเลือกใช้สีทองเพื่อแสดงความมีคุณค่า ความมีราคาเพิ่มความโดดเด่น โดยการใช้สีเขียวเป็นพื้น ทำให้ตราสินค้ามีความโดดเด่นและดูเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากยิ่งขึ้น



สรุป เลือกแบบ A

สีทอง สีเขียว
มีคุณค่า ความเป็นธรรมชาติ
มีราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 Product Concept

Product Concept ของ Deveenั้นเน้นไปที่การเจาะกลุ่มตลาดของดอกไม้ที่ใช้เพื่อเป็นของขวัญ ของขวัญหมายถึงสิ่งที่ให้เพื่อเป็นการเรียกขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้รับ ทำให้ผู้รับมีความสุข จากลักษณะตัวผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งที่มีลักษณะเน้นในการให้เป็นของขวัญอยู่แล้วจึงเป็นจุดเด่นที่สำคัญที่นำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

Gift = The thing that makes you happy

3.2.3 Design Concept

design concept มีความเชื่อมโยงกับ product concept โดยเป็นการสร้างความแตกต่างโดยเน้นไปทางเป็นสินค้าเพื่อให้แก่กันเป็นของขวัญ

design concept = การส่งความสุข



ตารางที่ 3

จากการวาง Concept อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วจึงได้มีการพัฒนา โดยการแตก concept ออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ การออกแบบทางด้านโครงสร้างและการออกแบบทางกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3.1 การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

design concept = การส่งความสุข = สิ่งที่ทำให้เกิดความสุข

จาก Design Concept หลัก ได้แบ่งย่อยออกเป็น Design Route ต่าง ๆ ดังนี้

Route 1 : Fresh การผลิบานของดอกไม้

- 1.1 การผลิบานของดอกไม้แบบบิด
- 1.2 การผลิบานของดอกไม้แบบเป็นกลีบ
- 1.3 การผลิบานของดอกไม้แบบดอกทานตะวัน

Route 2 : Caring ความห่วงใย การปกป้อง คุ้มครอง โอบอุ้ม

- 2.1 การห่อแบบผ้าห่อเด็กทารก
- 2.2 ลักษณะของกระเช้าดอกไม้
- 2.3 ลักษณะของการปกป้องแบบมีเปลือก

Route 3 : Celebrating การเฉลิมฉลอง

- 3.1 ความตื่นเต้น surprise
- 3.2 การเปิดแบบ 3 มิติ
- 3.3 pop-up กราฟฟิก

การออกแบบโครงสร้างของ Route 1 : Fresh ดังมีแนวทางการออกแบบดังนี้

Structure Sketch

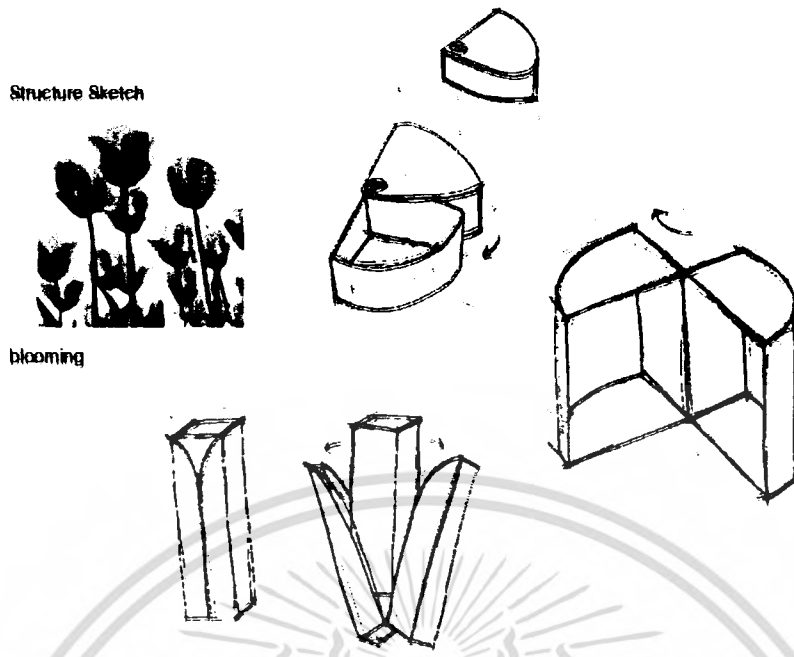


1 .blooming

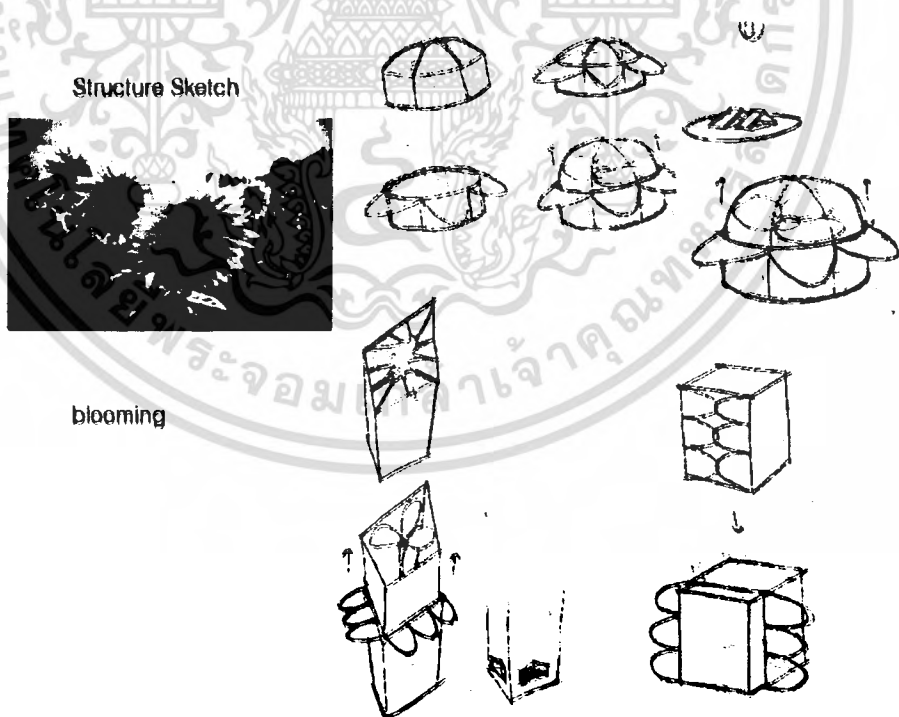


Sketch 1.1 (A) เป็นการออกแบบโครงสร้างโดยใช้การเปิด-ปิดที่เลียนแบบจาก

เอกสารนี้เป็นการบิดเกลียวของกลีบดอกไม้ ซึ่งงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



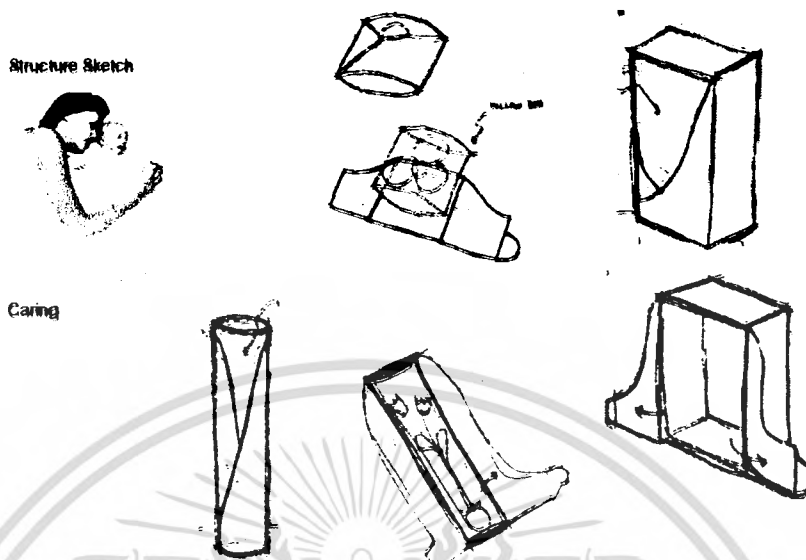
Sketch 1.2 (B) ออกแบบโครงสร้างโดยการล้อเลียนลักษณะการคลี่ออกของกลีบดอกไม้มาใช้ในลักษณะการเปิด-ปิดของบรรจุภัณฑ์ โดยที่มีส่วนที่ต้องการใช้ตัวผลิตภัณฑ์เป็นวัสดุใสและกระดาษอาร์ตเป็นส่วนที่ใช้เพิ่มความสวยงาม



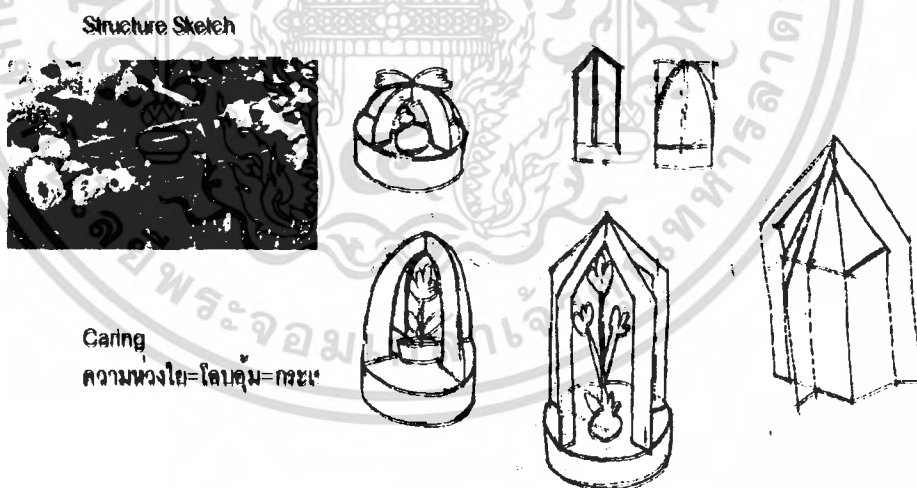
Sketch 1.3 (C) ออกแบบโครงสร้างโดยการนำเอาลักษณะการบานออกของดอกทานตะวัน มาใช้ในการออกแบบทางโครงสร้าง โดยตัวห่อหุ้มสินค้าภายในเป็นพลาสติกใสส่วนที่บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ภายนอกเป็นกระดาษอาร์ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโครงสร้างของ Route 2 : Caring มีแนวทางการออกแบบดังนี้



Sketch 2.1 (D) ออกแบบโครงสร้างโดยนำเอาลักษณะการพันผ้าห่อตัวเด็กทารก มาใช้ในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์



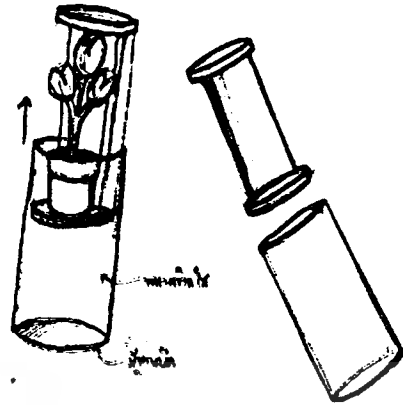
Sketch 2.2 (E) ออกแบบโครงสร้างสร้างโดยนำเอาลักษณะโครงสร้างที่คล้ายกับกระเช้าดอกไม้มาใช้ในการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Structure Sketch



Caring
ความตั้งใจ = ทุ่มเท = ความอดทน



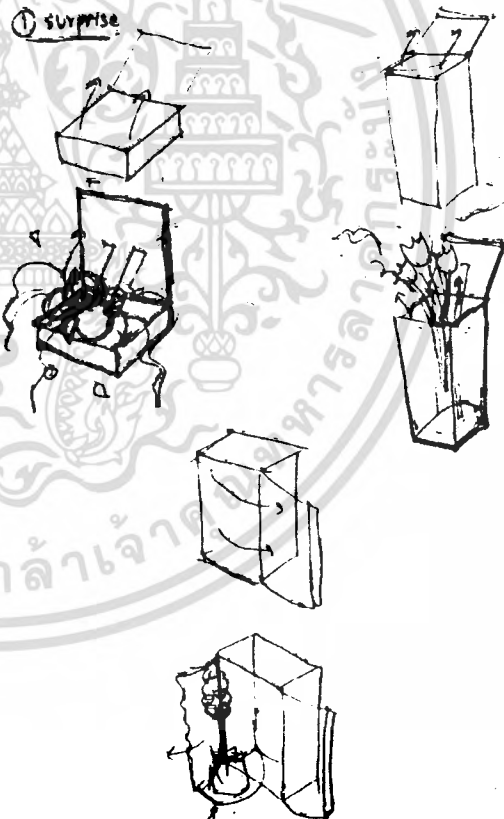
Sketch 2.3 (F) ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยนำเอาลักษณะของการเลื่อนเปิด-ปิดของตู้กระจกมาใช้

การออกแบบโครงสร้างของ Route 3 : Celebrating มีแนวทางการออกแบบดังนี้

Structure Sketch

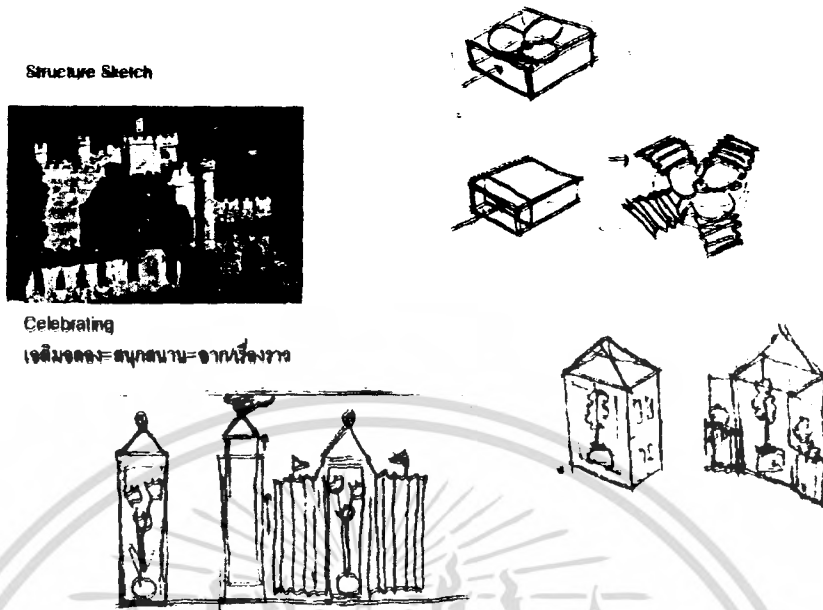


Celebrating
เฉลิมฉลอง = สนุกสนาน = surprise



Sketch 3.1 (G) ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยการนำเอาลักษณะการเปิดแบบที่สินค้ายกตัวขึ้นมาพร้อมกับส่วนที่เปิดออกล้อเลียนมาจากของเล่นที่ใช้ในการฉลองต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



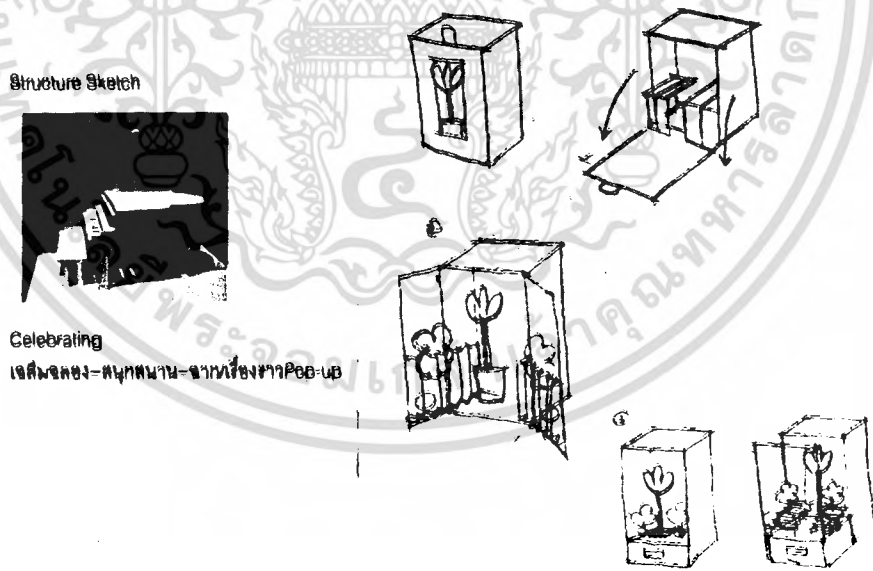
Structure Sketch



Celebrating

เฉลิมฉลอง=สนุกสนาน=อากาศดี

Sketch 3.2 (H) ออกแบบโครงสร้างโดยมีการนำเสนอลักษณะโครงสร้างที่สามารถสร้างเรื่องราวได้ เป็นการออกแบบโครงสร้างเพื่อให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น



Structure Sketch



Celebrating










เฉลิมฉลอง=สนุกสนาน=อากาศดี Pop-up

Sketch 3.3 (I) ออกแบบโครงสร้างโดยมีการนำเสนอลักษณะกราฟิกแบบ pop-up เพื่อให้เกิดความสวยงามและเรื่องราว ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อผ่านขั้นตอนการออกแบบแล้ว จึงมาสู่ขั้นตอนการเลือกแบบที่เหมาะสม โดยมีรายละเอียดของหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

1. ความสวยงาม
2. ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย(พิจารณาจากแบบที่สามารถครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ทั้ง 2 กลุ่มเป็นคะแนนที่มากที่สุด)
3. ความเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของสินค้า(เป็นของขวัญ)
4. ความโดดเด่นสะดุดตาและก่อให้เกิดการจดจำ

	ผลิตภัณฑ์			ของขวัญ			เฉลิมฉลอง		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
เงื่อนไขการพิจารณา									
1.ความสวยงาม	2	3	3	2	3	1	2	3	3
2.ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1	3	2	3	3	1	2	2	3
3.ความเหมาะสมกับภาพลักษณ์ (ของขวัญ)	3	3	3	3	3	1	3	3	3
4.ความโดดเด่นสะดุดตาและก่อให้เกิดการจดจำ	1	2	3	2	3	1	3	3	3
รวม	7	11	11	10	12	4	9	11	12

หมายเหตุ ในคะแนนโดยพิจารณาแบบที่สามารถครอบคลุมความต้องการได้ทั้ง 2 กลุ่มเป็นคะแนนที่มากที่สุด คือ
หญิง อายุ 18 ปี - ความตื่นตัว น่าสนใจ ความแปลกใหม่(วิธีการนำเสนอ, การpresent ส่วสินค้า)
หญิง อายุ 45 ปี - คุณคุณค่า สมราคา ภูมิฐาน(Form โดยรวม)

จากการพิจารณาจะเห็นว่าแบบ B C E H และ I เป็นแบบที่ได้คะแนนมากที่สุด จึงนำเอาทั้ง 5 แบบมาพัฒนาในการออกแบบขั้นต่อไป โดยเอาแบบที่มีลักษณะคล้ายกันมารวมกันได้แก่

แบบ C รวมกับแบบ E

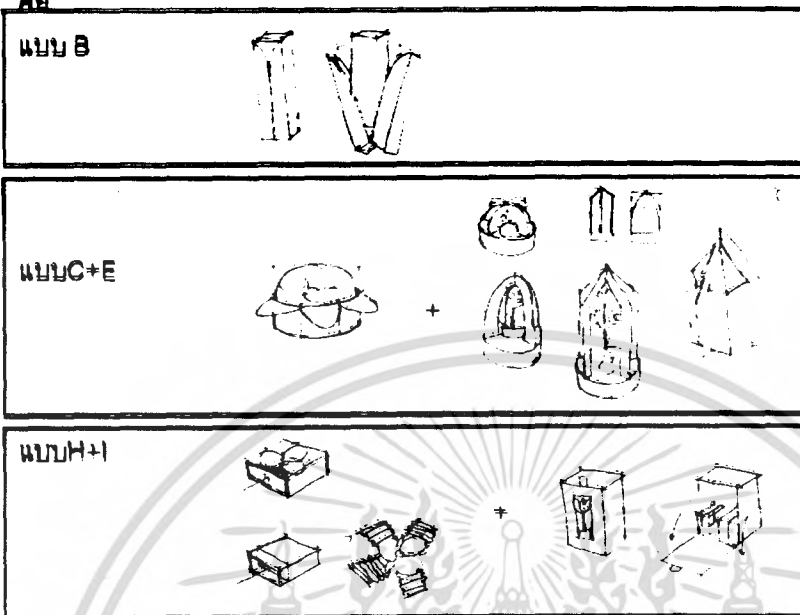
แบบ H รวมกับแบบ I

ส่วนแบบ B เป็นแบบที่มีความสนใจในตัวเองอยู่แล้วจึงนำมาพัฒนาต่อได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป




นำแบบที่คะแนนสูงมาพัฒนาต่อ โดยเลือกแบบที่คล้ายกันมารวมเข้าด้วยกัน เพื่อทำ model study



หลังจากขั้นตอนการพัฒนาด้านโครงสร้างแล้วจึงทดลองทำ model study ขึ้นมา และได้ทำการเปรียบเทียบ model study ทั้ง 3 แบบเพื่อให้คะแนนเพื่อหารูปแบบโครงสร้างที่เหมาะสมที่สุดเพื่อกำหนดรูปแบบโครงสร้างขั้นสุดท้าย โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ความสวยงาม ความน่าสนใจ
2. ความสามารถในการปกป้องตัวสินค้า
3. ความยาก-ง่ายในการพับขึ้นรูป
4. การสิ้นเปลืองกระดาษ
5. รูปร่างของโครงสร้างเข้ากับเอกลักษณ์ของตัวสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	B	H+I	C+E
เงื่อนไขการพิจารณา			
1. ความสวยงามน่าสนใจ	2	3	3
2. ความสามารถในการป้องกันตัวสินค้า	3	2	3
3. ความยาก-ง่ายในการพับขึ้นรูป	2	2	2
4. การสิ้นเปลืองกระดาษ	2	1	2
5. เข้ากับเอกลักษณ์ของตัวสินค้า	2	2	3
	11	10	13

สรุป จากการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าเลือกแบบที่ 3 (C+E) เพื่อนำไปเป็นโครงสร้าง
หลังจากการพิจารณา สรุปได้ว่าแบบโครงสร้างที่ C+E เป็นแบบที่เหมาะสมที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

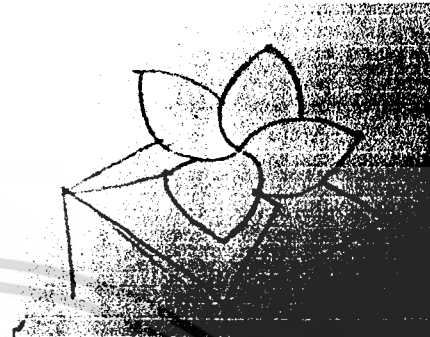
นอกจากลักษณะทางโครงสร้างโดยรวมแล้ว รายละเอียดทางโครงสร้างที่ใช้ในการแบ่งประเภทของสินค้าแต่ละชนิดมีดังนี้

-ลักษณะห้วงกฎที่ใช้เพื่อบอกชนิดของดอกไม้แต่ละประเภท

ลักษณะห้วงกฎ

แบบที่ 1 ใต้ดอกไม้ได้หลายชนิด(ไม่เฉพาะเจาะจง)

- เริ่มกลัด
- ต้นไม้จิว
- ต้นไม้ขนาดเล็ก



แบบที่ 2 ดอกกล้วยไม้แวนด้า

- ใช้กับกล้วยไม้ชนิดแวนด้า(กลองขนาดใหญ่)
- เป็นรูปทรงที่ล้อเลียนมาจากลักษณะของดอกกล้วยไม้แวนด้า



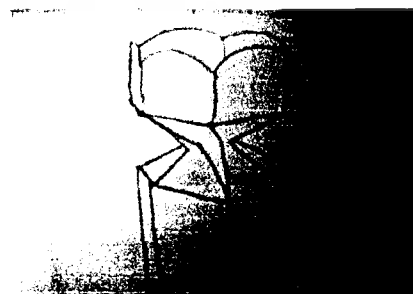
แบบที่ 3 ดอกกล้วยไม้แคทลียา

- ใช้กับดอกกล้วยไม้แคทลียา(กลองขนาดใหญ่พิเศษ)
- รูปทรงมาจากการนำเอาลักษณะเด่นของดอกแคทลียาที่จะมีดอกที่มีความอ่อนช้อยเป็นรอยหยักมาช่วยแยกแยะประเภทสินค้า



แบบที่ 4 ช่อดอกไม้และของขวัญ

- ใช้กับช่อดอกไม้และของขวัญ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกำรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปลักษณะทางโครงสร้าง

- ประเภทเข็มกลัด ลักษณะมงกุฏของสินค้าประเภทเข็มกลัดจะเป็นแบบที่ 1 เนื่องจากสินค้าประเภทเข็มกลัดมีมากกว่า 1 ชนิด
- ประเภทดอกไม้และต้นไม้ขนาดเล็ก ลักษณะมงกุฏของต้นไม้ขนาดเล็กจะเป็นแบบที่ 1 เนื่องจากสินค้ามีมากกว่า 1 ชนิด
- ประเภทต้นไม้ขนาดกลาง ลักษณะมงกุฏของต้นไม้ขนาดกลางจะเป็นแบบที่ 4 เนื่องจากสินค้าของต้นไม้ขนาดกลางลักษณะเป็นทรงสูงและมีฐานแคบ
- ประเภทต้นไม้ขนาดใหญ่ ลักษณะมงกุฏของต้นไม้ขนาดใหญ่จะเป็นแบบที่ 2 เนื่องจากสินค้าของต้นไม้ขนาดใหญ่มี 1 ชนิดได้แก่ ดอกกล้วยไม้แวนด้า
- ประเภทต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษ ลักษณะมงกุฏของต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษจะเป็นแบบที่ 3 เนื่องจากสินค้าของต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษมี 1 ชนิดได้แก่ ดอกกล้วยไม้แคทลียา
- ประเภทช่อดอกไม้ ลักษณะมงกุฏของช่อดอกไม้จะเป็นแบบที่ 4 เนื่องจากสินค้าช่อดอกไม้มีลักษณะเป็นทรงสูงและมีฐานแคบมีมากกว่า 1 ชนิด

สรุปลักษณะโครงสร้าง

โครงสร้างกล่องแวนด้าและ
ดอกกล้วยไม้แคทลียา



โครงสร้างกล่องช่อดอกไม้ หนวยแคะ
และของขวัญเทศกาล



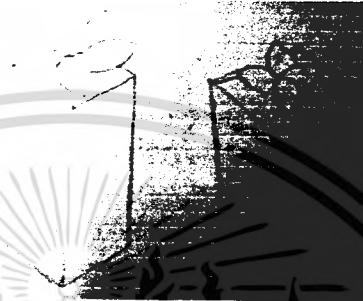
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปลักษณะโครงสร้าง

โครงสร้างกล่องเซียมศักดิ์



โครงสร้างกล่องต้นไม้จิว และ
ต้นไม้ขนาดเล็ก



รายละเอียดทางโครงสร้างเรื่องการเจาะช่องหน้าต่างสำหรับโชว์ตัวสินค้าภายใน
โดยแบ่งตาม design Route ดังนี้

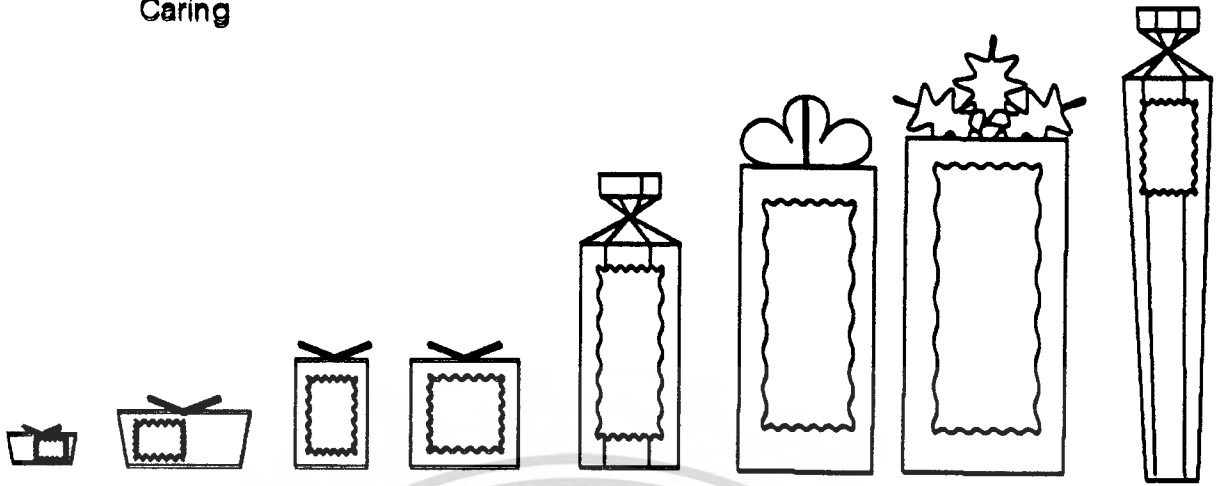
Fresh



เซียมศักดิ์เล็ก เซียมศักดิ์ใหญ่ ดอกไม้จิว ต้นไม้เล็ก หวายแคะ(กลาง) แวนค้ำ(ใหญ่) แคทลียา(ใหญ่พิเศษ) ช็อคโกแลต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Caring



เซ็มกลัดเล็ก เซ็มกลัดใหญ่ คอกไม้จิ๋ว ต้นไม้เล็ก พวยแคะ(กลาง) แวนค้ำ(ใหญ่) แคทลียา(ใหญ่พิเศษ) ช่อคอกไม้

Celebrating



เซ็มกลัดเล็ก เซ็มกลัดใหญ่ คอกไม้จิ๋ว ต้นไม้เล็ก พวยแคะ(กลาง) แวนค้ำ(ใหญ่) แคทลียา(ใหญ่พิเศษ) ช่อคอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากขั้นตอนการ Sketch การเจาะช่องหน้าต่างในแบบต่างๆ นำมาพิจารณาโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

แบบที่	A	B	C
โดดเด่น/สะดุดตาน่าสนใจ	3	1	3
เหมาะสมกับบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย	3	2	2
สื่อเรื่องราวเกี่ยวกับตัวสินค้า	3	2	2
สื่อภาพลักษณ์ของพستภัณฑ์	2	3	1
สื่อภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้ผลิต	3	3	2
	14	11	10

สรุป เลือกการเจาะช่องแบบ A ไปทำการพัฒนาต่อ

หลังจากการให้คะแนนโดยพิจารณาจาก ความโดดเด่น ความเหมาะสมกับบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย ความสามารถในการสื่อเรื่องราวเกี่ยวกับตัวสินค้า การสื่อภาพลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์(ดอกไม้)และการสื่อภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้ผลิต

หลังจากการเลือกแบบ Sketch มาทำการพัฒนาแบบในขั้นต่อไป ด้วยการพัฒนา
ให้การเจาะช่องหน้าต่างสามารถแยกแยะประเภทของสินค้าได้ด้วย โดยทำการพัฒนา
ออกมาได้ 2 แบบ และได้นำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาดังนี้

- ความมีเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์
- การสื่อความหมายชัดเจน
- มีความโดดเด่นน่าสนใจ
- มีเอกลักษณ์ร่วมของตัวผลิตภัณฑ์

A

เงื่อนไขการพิจารณา	รูปแบบ	A	B
ความมีเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์		2	3
การสื่อความหมายชัดเจน		3	2
มีความโดดเด่น น่าสนใจ		3	2
มีเอกลักษณ์ร่วมของตัวผลิตภัณฑ์		3	2
รวม		11	9

B

สรุปว่า เลือกการเจาะช่องหน้าต่างแบบ A เพราะมีเอกลักษณ์ร่วมที่ชัดเจน
สามารถเข้าใจประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและมีเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์

3.2.3.2 การออกแบบกราฟิก

นอกเหนือจากเรื่องการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมแล้ว การเลือกรูปแบบกราฟิกนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดอีกอย่างหนึ่งก็ได้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีโครงสร้างและกราฟิกที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกัน

สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของดอกไม้ประดิษฐ์ของบริษัทรีซ พอร์เวรด์นั้น สิ่งจำเป็นที่ต้องแสดงให้เห็นด้วยกราฟิก เช่น การแยกแยะประเภทของสินค้าแต่ละชนิด ควรแยกแยะให้เห็นด้วยสีและกราฟิก โดยสีที่เลือกมาใช้ในการออกแบบกราฟิกจะเป็นคู่สีที่ไม่ตัดกันจนดูขาดเกินไป



คู่สีหลักที่ใช้ เป็นการไล่คู่สีแบบ monochrome



สีที่นำมาช่วยเสริมใช้สีที่มีส่วนผสมของสีขาวที่ไม่โดดเด่นจากคู่สีเดิมมากนักเพื่อให้เกิดความสว่างมากขึ้น โดยที่ไม่แย่งความสวยงามของคู่สี monochrome

คู่สีหลักที่นำมาใช้ในการออกแบบกราฟิกเป็นการเลือกใช้คู่สีแบบ monochrome คือเป็นการใช้คู่สีแบบโทนสีเดียวกันแต่แตกต่างกันที่ความเข้มความอ่อนของเฉดสี เช่น ชมพู-ชมพูอ่อน ส้ม-ส้มอ่อน เขียว-เขียวอ่อน เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการนำสีอ่อนที่มีความสว่างมีส่วนผสมของสีขาวมากมาใช้เป็นสีที่ตามเพื่อใช้ตัดกับคู่สีหลักให้มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

สีบนกราฟิกของบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักที่แตกต่างกับสีของตราสินค้าเนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีความโดดเด่นและชัดเจน เพื่อเป็นการทำให้ผู้ซื้อจดจำตราสินค้าไปในตัว

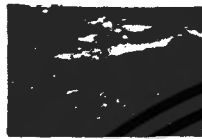
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design concept ด้านกราฟิกควรสอดคล้องกับ design concept ทางด้าน
โครงสร้าง ดังนั้น design concept ทางกราฟิกจึงมีที่มาที่คล้ายกับ design concept ทาง
โครงสร้างดังนี้

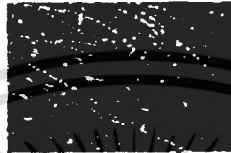
Route 1 : Fresh เป็นการนำเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติ ได้แก่ ฝึลือ วิวธรรมชาติ
และหยดละของน้ำ มาเป็น inspiration ในการออกแบบกราฟิก



ฝึลือ



วิวธรรมชาติ



หยดละของน้ำ

SKD 1



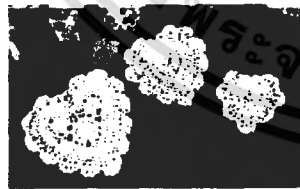
SKD 2



SKD 3



Route 2 : Caring เป็นการนำเอาเส้นที่แสดงความรู้สึกอ่อนโยน เบา นุ่ม เช่น
ลายเส้นของผ้าลูกไม้ เด็กและตุ๊กตาหมี ภาพลายเส้นดินสอ มาใช้ในการออกแบบ
กราฟิก



SKD 1



SKD 2



SKD 3

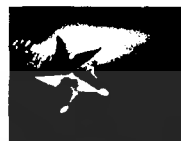


เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Route 3 : Celebrating เป็นการนำเอาลายเส้นที่ดูตื่นเต้น พริ้วไหว สนุกสนาน เช่น ลายเส้นของริบบิ้น ลูกโป่ง รูปดาวระยิบระยับ การนำ สีเส้นหรือภาพงาน เลี้ยงฉลอง มาใช้เป็นinsporation ในการออกแบบกราฟฟิก

Graphic Sketch

Celebrating=====> Illuminated=====> star
แสงระยิบระยับ



color&materials=====> สีทองและสีเงินเป็นหลัก มีความเงาระยิบระยับ กากเพชร กระดาษเงินทอง

SKD 1



SKD 2



นำมาพิจารณาให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

- ความสวยงาม, สะดุดตา
- สื่อภาพลักษณ์ของสินค้า
- กราฟิกครอบคลุมทุกโอกาสของการใช้งาน(ใช้สำหรับให้เป็นของขวัญได้ในทุก

โอกาส ไม่เฉพาะเจาะจง)

- ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย
- กราฟิกมีความเหมาะสมกับรูปแบบทางโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

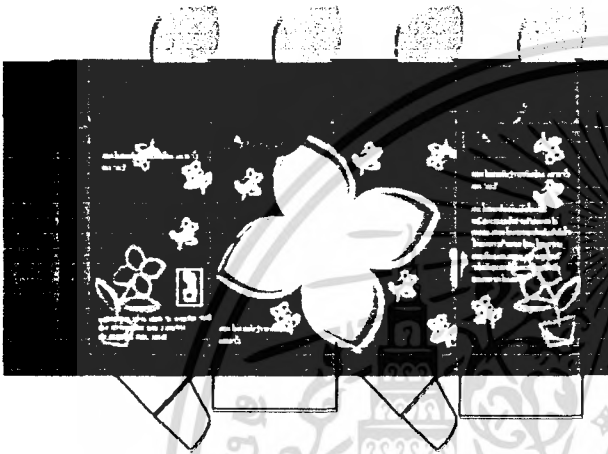
เงื่อนไข	fresh	caring	celebrating
ความสวยงาม/สะอาดตา	2	2	3
สีภาพลักษณะของสินค้า	3	2	2
ครอบคลุมโอกาสในการใช้งาน	3	3	2
ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย	3	3	2
ความเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้าง	3	2	3
	14	12	12

สรุป เลือกแนวทาง fresh มาเพื่อทำการพัฒนาแบบที่ใช้เป็นกราฟฟิกต่อไป
เนื่องจากเหมาะสมทั้งทางด้านภาพลักษณ์และครอบคลุมโอกาสการใช้งานมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการพิจารณาเลือกกราฟิกในขั้นตอนแรก จึงนำกราฟิก Fresh ไปสู่ขั้นตอนการพัฒนาแบบ มีการใช้กราฟิกที่แสดงถึงลักษณะของตัวสินค้าบนกราฟิกเพื่อบอกประเภทของตัวสินค้ามีรายละเอียดบอกความหมายและที่มาของสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าสนใจสีพื้นของบรรจุภัณฑ์มีการไล่เฉดสีแบ่งระดับความเข้มอ่อนชัดเจน เพื่อให้ดูนุ่มนวลและอ่อนโยน และมีราคา ผิวของบรรจุภัณฑ์เป็นการเคลือบแบบด้านเพื่อความหรูหรา มีรสนิยม

A



เงื่อนไขการพิจารณา	รูปแบบ	A	B
มีเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย		2	3
มีความเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า		1	3
ส่งเสริมภาพลักษณ์ของตัวสินค้า		2	2

B



สรุป เลือกการใช้โทนสีแบบ B มาใช้ในการทำต้นแบบ

จากการพิจารณาในขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ หลังจากให้คะแนนสรุปได้ว่า แบบ B คือแบบกราฟิกที่เหมาะสมมากที่สุดที่ควรใช้ในการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

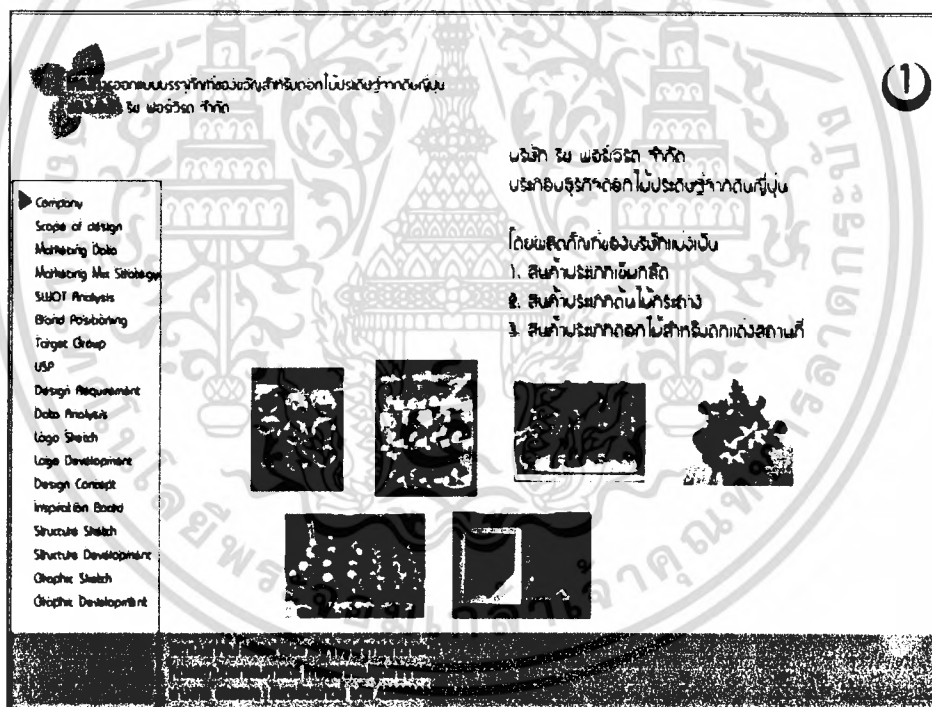
บทที่ 4

การเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด

จากการพัฒนาการออกแบบตั้งแต่ขั้นตอนการค้นคว้า เพื่อหาข้อมูลที่มีประโยชน์ในการออกแบบ เพื่อให้ได้งานที่มีเหตุผลผลในทุกขั้นตอนการออกแบบ แผ่นเสนองานจึงมีความจำเป็นในการอธิบายงานเพื่อให้เห็นภาพและเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น จากขั้นตอนต่างๆ สามารถนำมาทำเป็นแผ่นเสนองานได้ดังนี้

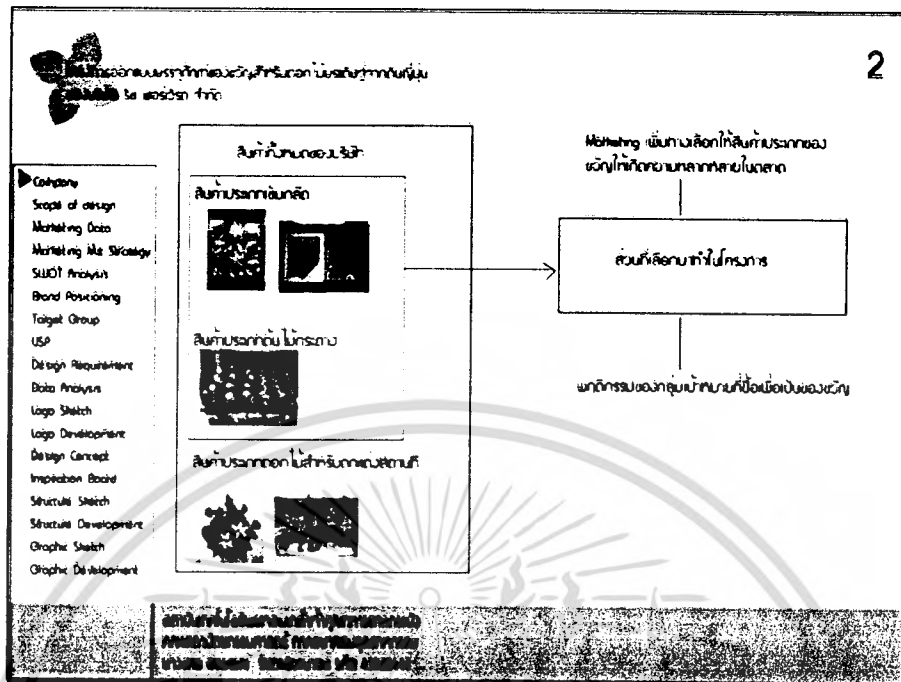
แผ่นเสนองานการวิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูล



รูปที่ 47 แผ่นเสนองานแสดงผลภัณฑ์ทั้งหมดที่ผลิตจากบริษัท ริช ฟอว์เวิร์ด จำกัด

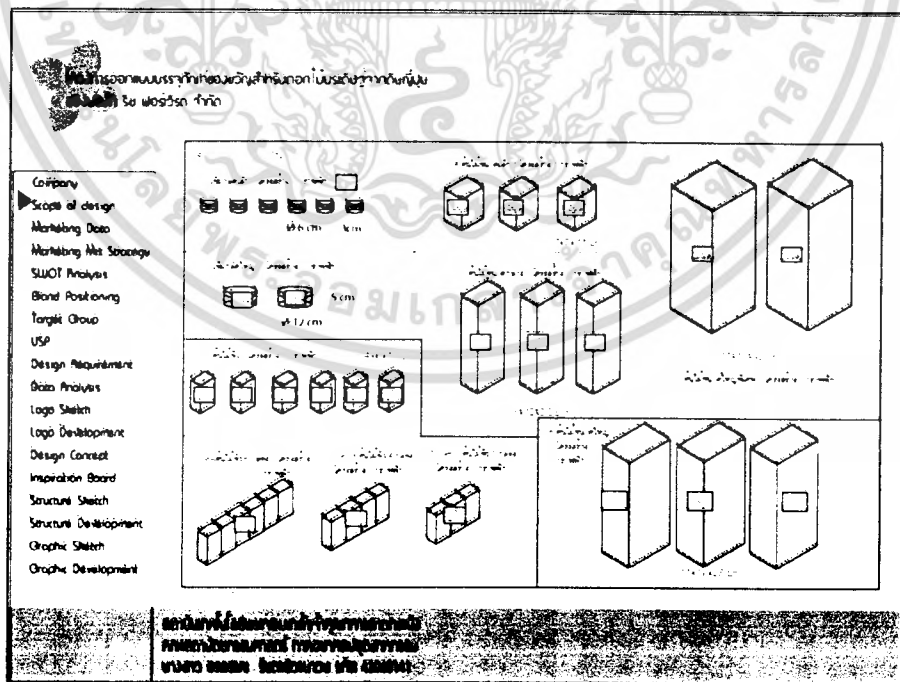
เพื่อแสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่เป็นผลิตภัณฑ์จากบริษัท ริช ฟอว์เวิร์ด จำกัด ซึ่งมีเพียงบางส่วนที่เลือกมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



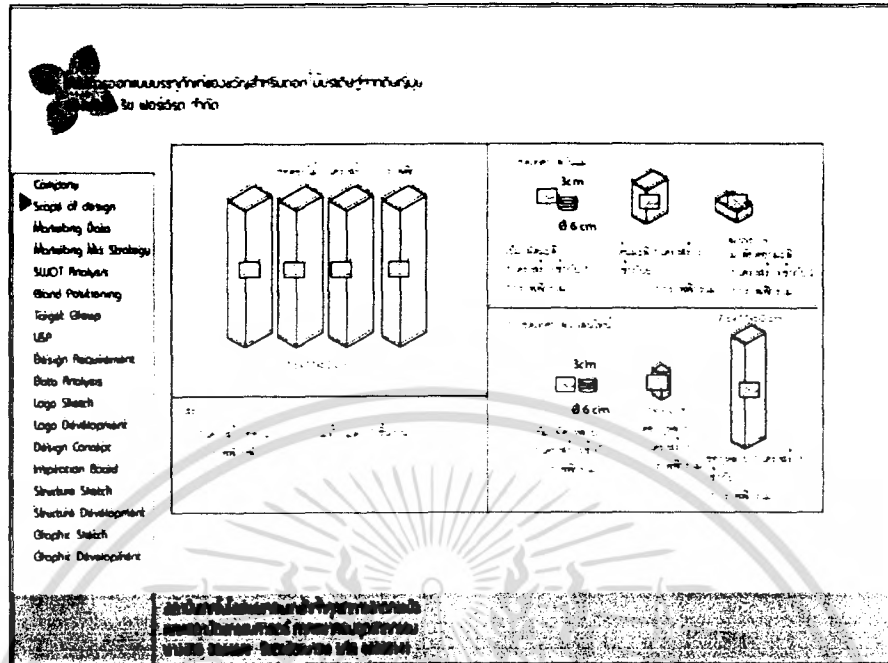
รูปที่ 48 แผ่นเสนองาน แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสินค้าที่เลือกมาทำในโครงการ

แสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เลือกมาทำในโครงการ เพื่อขยายกลุ่มทางการตลาดใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเป็นของขวัญ

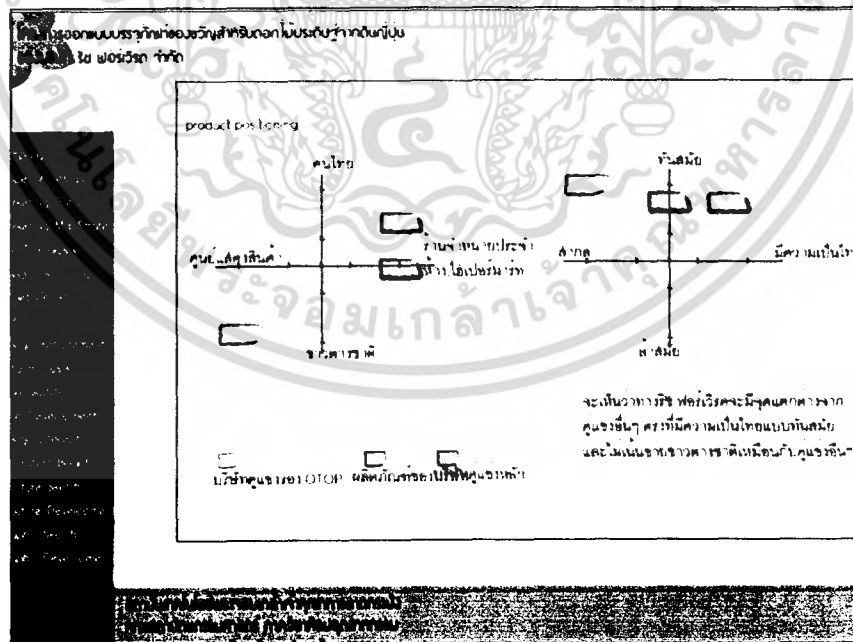


รูปที่ 49 แผ่นเสนองานแสดงขอบเขตการออกแบบของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ แสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ของโครงการเพื่อการเจาะกลุ่มตลาดผลิตภัณฑ์ของขวัญของบริษัทใช้



รูปที่ 50 แผ่นเสนองานแสดงขอบเขตการออกแบบของผลิตภัณฑ์ในโครงการ
แสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ของโครงการเพื่อการเจาะกลุ่มตลาดผลิตภัณฑ์ของวิญญของบริษัท



รูปที่ 51 แผ่นเสนองานแสดงข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นแสดงกราฟตำแหน่งทางการตลาดของบริษัท วิช ฟอริเวรด จำกัดเทียบกับบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ คำ
ไม่ว่าและวิเคราะห์หาจุดเด่นทางการตลาดแบบใหม่ เพื่อทำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการบูรณาการห่วงโซ่อุปทานสินค้าอินทรีย์ในกรุงเทพฯและปริมณฑล
ปีงบประมาณ 2563

Product
ดอกไม้ประดับอินทรีย์ที่เน้นของอินทรีย์
ในถิ่นของอินทรีย์และของบ้านได้

Price
บริหารค่าของห่วงโซ่อุปทานปริมาณกว้างขวาง
หาข้อดีกับข้อบกพร่องในปริมาณที่ยาวนานกว่าดอกไม้
อินทรีย์อินทรีย์ได้เปรียบของสินค้า

Promotion
มีการส่งเสริมการขายแบบ ตามวันเด็ก

ช่องทางการตลาด
- ทำตามสิ่งตามทางกระแสสินค้า เพื่อเป็นการเปิดโอกาส
ตามเทศกาลต่างๆ ซึ่งทางกระแสสินค้าที่รักให้
ได้ของมา
จำนวนการส่งเสริมสินค้า 300,000 ชิ้นต่อหนึ่งสถานที่

กิจกรรม
- ทำตามในการรับสินค้าสินค้าทางอินเทอร์เน็ตหรือโทรศัพท์
- ทำตามในการรับสินค้าทางอินเทอร์เน็ตในทางประเทศ
(ด้วยไม่ได้มีความนิยมมากที่ลูกค้า ลูกค้า เอนก)

THE MALL

ไอเบอรัลท์ (ผลิตภัณฑ์อินทรีย์)
ทางกระแสสินค้า
งานกิจกรรมส่งเสริมสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

สนับสนุนโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ
คณะผู้บริหารโครงการบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน

รูปที่ 52 แผ่นเสนองานแสดงข้อมูลด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิต

แสดงการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อ
เป็นข้อมูลในการนำไปทำบรรจุภัณฑ์

โครงการบูรณาการห่วงโซ่อุปทานสินค้าอินทรีย์ในกรุงเทพฯและปริมณฑล
ปีงบประมาณ 2563

SWOT Analysis

Strength
1 ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นที่มีการทำเป็นพื้นที่พรหมหลาย
ผลิตภัณฑ์ที่แสดงตราชี้ที่ของชาวอินทรีย์ ทำให้ไม่มีความ
น่าเชื่อถือ
คือด้านคุณภาพสินค้า จะไม่มีปัญหาเรื่องคุณภาพมากนัก
2 ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากดินญี่ปุ่นมีความประณีตสวยงาม
เหมือนจริง เก็บไว้ได้นาน จึงเป็นที่นิยมกว่าดอกไม้ชนิดอื่น
3 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความหลายหลายเรื่องขนาด
และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานได้ทุกโอกาส ทำให้กลุ่มเป้าหมาย
กว้างกว่าผู้ผลิตรายอื่น


Weakness
1 ผลิตภัณฑ์ที่จะมีการเปลี่ยนแปลงเมื่ออยู่ในอุณหภูมิที่สูง
หรือต่ำเกินไป
2 ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่ไม่ใช่ mass product ดังนั้น
การผลิตสินค้าจะขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละคนในขณะนั้น
ทำให้สินค้าบางชิ้นมีรูปแบบและจำนวนที่ไม่แน่นอน

Opportunity
1 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญคือ ช่วงเทศกาล
2 การให้ดอกไม้ หรือต้นไม้เป็นของขวัญแก่กันมีโอกาส
ต่างๆ เป็นที่ยอมรับของคนในหลากหลายอาชีพและ
เชื้อชาติ เพราะดอกไม้และต้นไม้มีความหมายแบบแฝง
คือการสื่อความรู้สึกที่แตกต่างกันตามชนิดด้วย

Threat
1 การพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่ง
อาจจะทำให้
เกิดจุดเด่นที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้สนใจมากกว่า
2 ผลิตภัณฑ์หรือวัสดุใหม่ที่มาแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิม

รูปที่ 53 แสดงแผ่นเสนองาน

เอกสารนี้เป็น แสดงการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบ-ข้อเสียเปรียบ โอกาสในการเติบโตของผลิตภัณฑ์และสิ่งที่
ไม่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์กรเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มในร้านกาแฟ
ชื่อร้าน So wason ชาติ


- Company
- Scope of design
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- USP
- Design Requirement
- Data Analysis
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

กลุ่ม target กลุ่มหลักคือ เป็นหญิง 70% รายได้ระดับ 3 อายุ 18-35 ปี
 product กลุ่มหลักคือ สินค้าเป็นสินค้าราคาอันสูงแนวอินมาจกสถานเอมมีความคงเดิมอัน
 อธิบายได้
 style หลัก เป็นสีส้มสดใส สดชื่น กับเน้นถึงความทันสมัยในดีไซน์ที่ทันสมัย (เป็นการใช้สีส้ม
 สีดำให้รู้สึกถึงความทันสมัย แต่ยังคงมีความเป็นทางการ)

USP มาจากชื่อ Brand คือ เครื่องดื่มที่สร้างความสุขให้แก่ผู้บริโภค สร้างความประทับใจและ
 สามารถสื่อถึงความสุขแก่ผู้บริโภค

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มในร้านกาแฟ
ชื่อร้าน So wason ชาติ

รูปที่ 56 แสดง Unique Selling Point ของผลิตภัณฑ์



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มในร้านกาแฟ
ชื่อร้าน So wason ชาติ

- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- USP
- Design Requirement
- Data Analysis
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

Brand

ชื่อเดิม

ชื่อใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

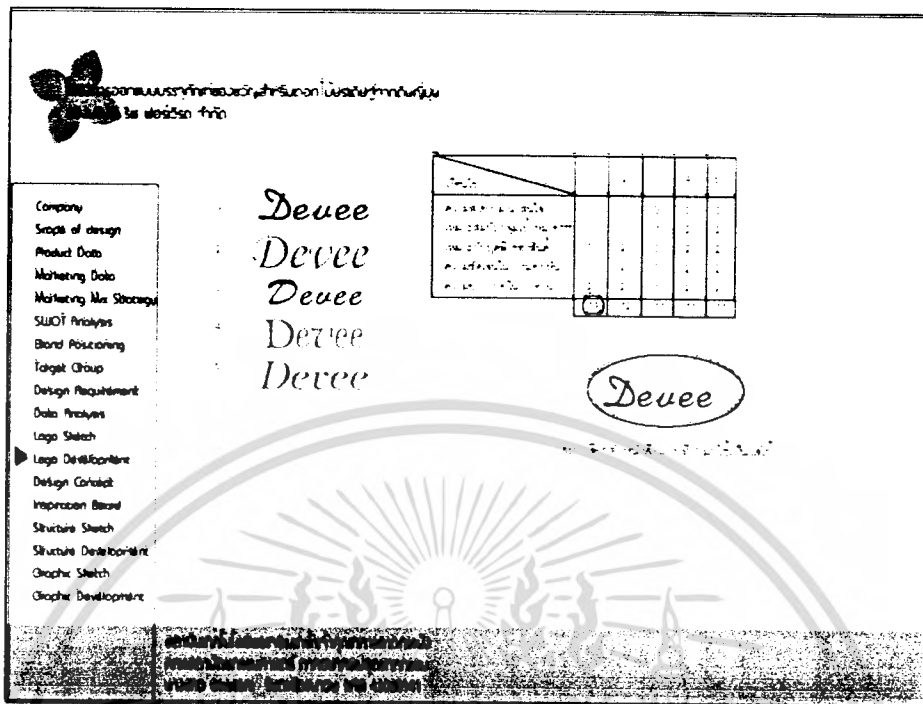
ชื่อของแบรนด์ใหม่

ชื่อของแบรนด์ใหม่

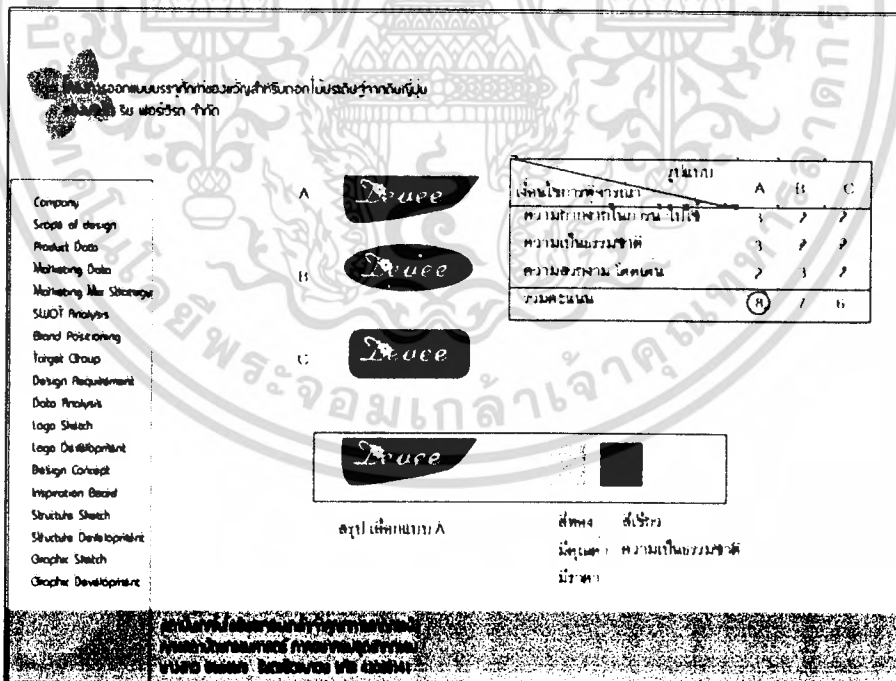
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มในร้านกาแฟ
ชื่อร้าน So wason ชาติ

รูปที่ 57 แสดงแผนผังการตั้งชื่อตราสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในทางเพื่อการวิจัยเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ในการค้า
 แสดงที่มาของชื่อตราสินค้า (Brand) โดยมีที่มาจากคำที่มีความหมายสอดคล้องกับตัว
 ไม่ว่าการวิจัยอื่น ๆ อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
 ผลิตภัณฑ์

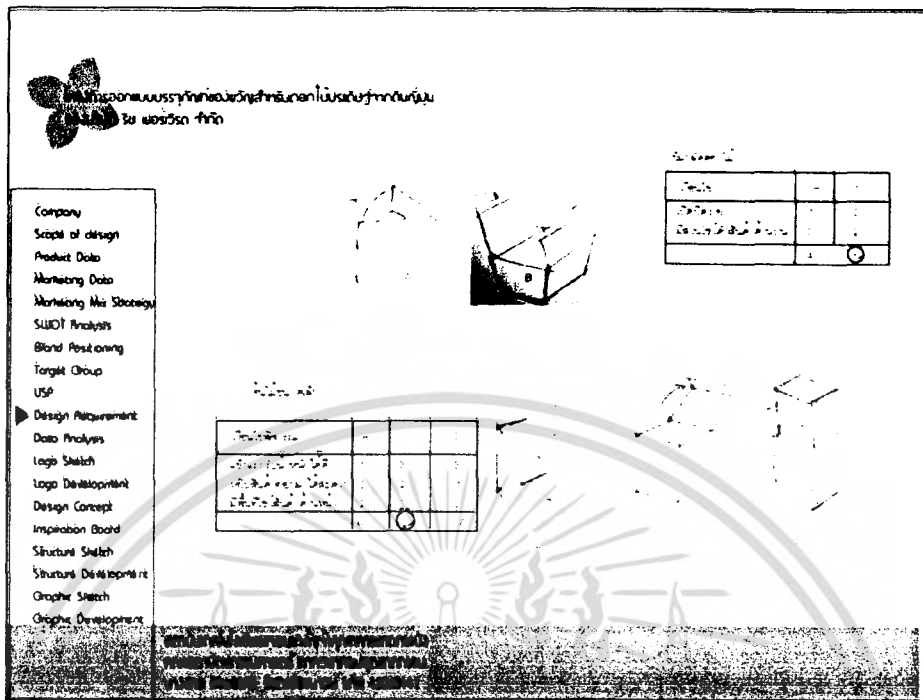


รูปที่ 58 แสดงการวิเคราะห์เลือกแบบในการออกแบบตราสินค้า



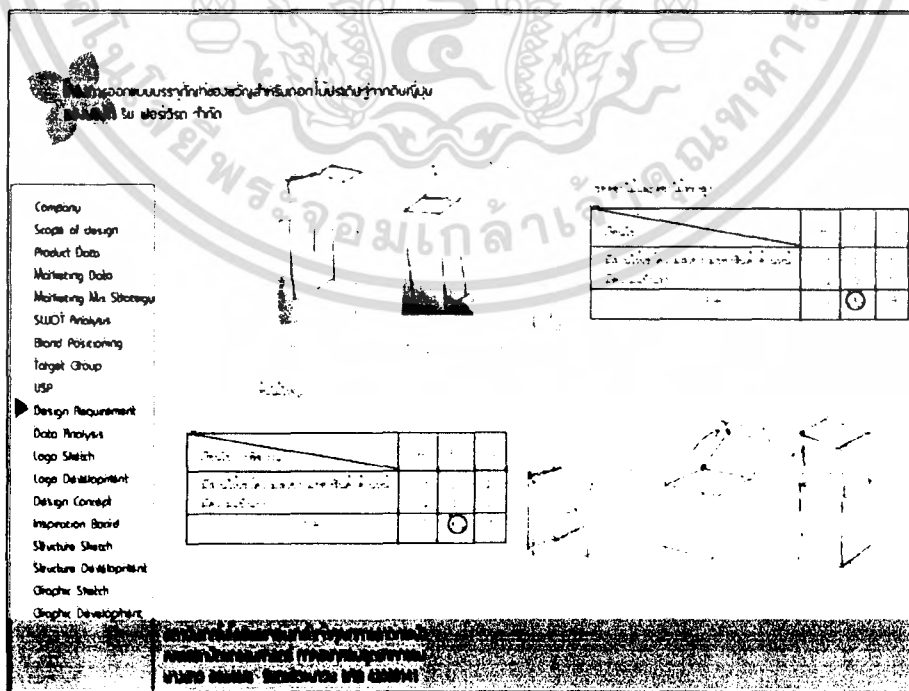
รูปที่ 59 แสดงการวิเคราะห์เลือกแบบในการออกแบบตราสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 60 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์ความต้องการของตัวสินค้า (Requirement)

แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีเงื่อนไขการให้คะแนนในด้านประโยชน์ใช้สอย

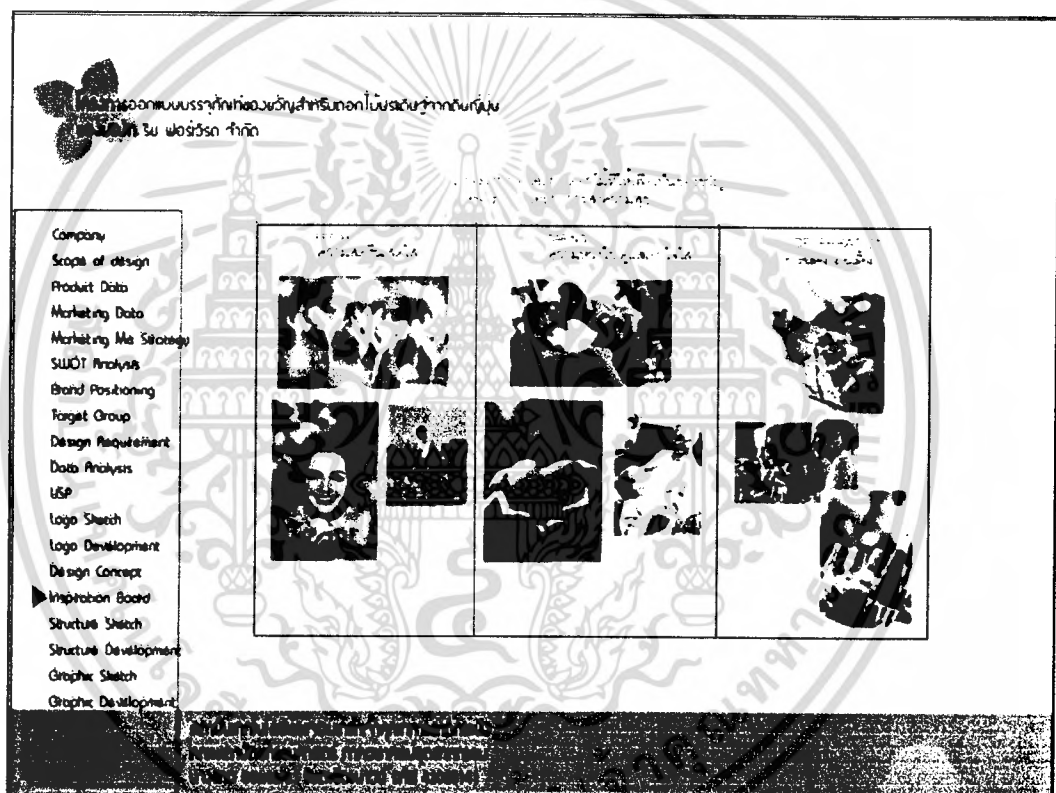


รูปที่ 61 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์ความต้องการของตัวสินค้า (Requirement)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการออกแบบขั้นตอนแบบร่างนี้ได้ใช้ข้อมูลที่วิเคราะห์มาแล้วจากขั้นตอนแรกเพื่อหาแนวความคิดในการออกแบบ ที่เป็นแนวความคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด ตลอดจนเป็นแนวความคิดที่ควรสื่อออกมาเป็นรูปธรรมได้ เพื่อให้สามารถนำมาปรับใช้กับการออกแบบทั้งในด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ และ Graphic ของบรรจุภัณฑ์


แผ่นเสนองานการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง




รูปที่ 63 แสดงแผนภาพแนวความคิดการออกแบบ

จาก Design Concept รวม คือ การส่งความสุข สามารถแบ่งเป็นแนวทางการออกแบบย่อย (Route) ได้อีก 3 แนวทาง ได้แก่ FRESH CARING และ CELEBRATING เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


 เอกสารแบบบรรยายที่ออกแบบไว้สำหรับสื่อไม่ระบุกำหนดรูปแบบ
 by พลวัฒน์ ทั่วถึง


Company
 Scope of design
 Product Data
 Marketing Data
 Marketing Mix Strategy
 SWOT Analysis
 Brand Positioning
 Target Group
 Design Requirement
 Data Analysis
 USP
 Logo Sketch
 Logo Development
 Design Concept
 Inspiration Board
 ▶ Structure Sketch
 Structure Development
 Graphic Sketch
 Graphic Development

Structure Sketch



 blooming

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
 ใช้เฉพาะในโครงการที่ระบุเท่านั้น
 โปรดอย่าเผยแพร่สู่สาธารณะ

รูปที่ 64 แสดงแนวความคิด FRESH


 เอกสารแบบบรรยายที่ออกแบบไว้สำหรับสื่อไม่ระบุกำหนดรูปแบบ
 by พลวัฒน์ ทั่วถึง

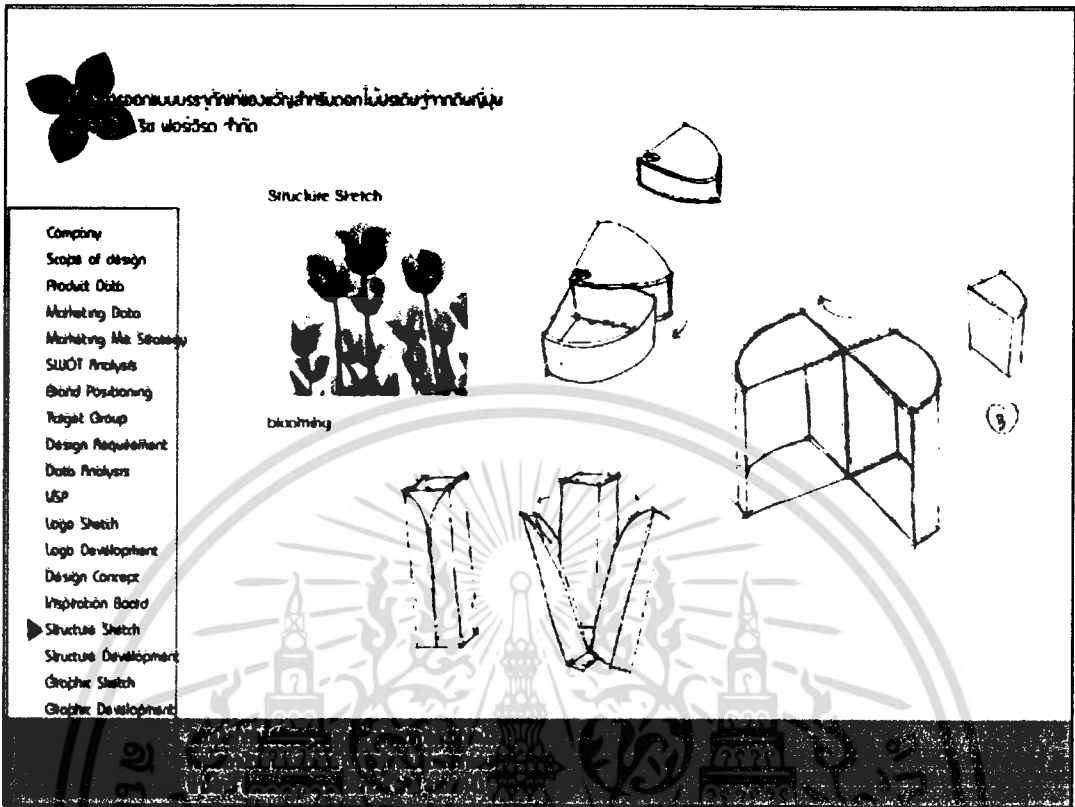
Company
 Scope of design
 Product Data
 Marketing Data
 Marketing Mix Strategy
 SWOT Analysis
 Brand Positioning
 Target Group
 Design Requirement
 Data Analysis
 USP
 Logo Sketch
 Logo Development
 Design Concept
 Inspiration Board
 ▶ Structure Sketch
 Structure Development
 Graphic Sketch
 Graphic Development

Structure Sketch


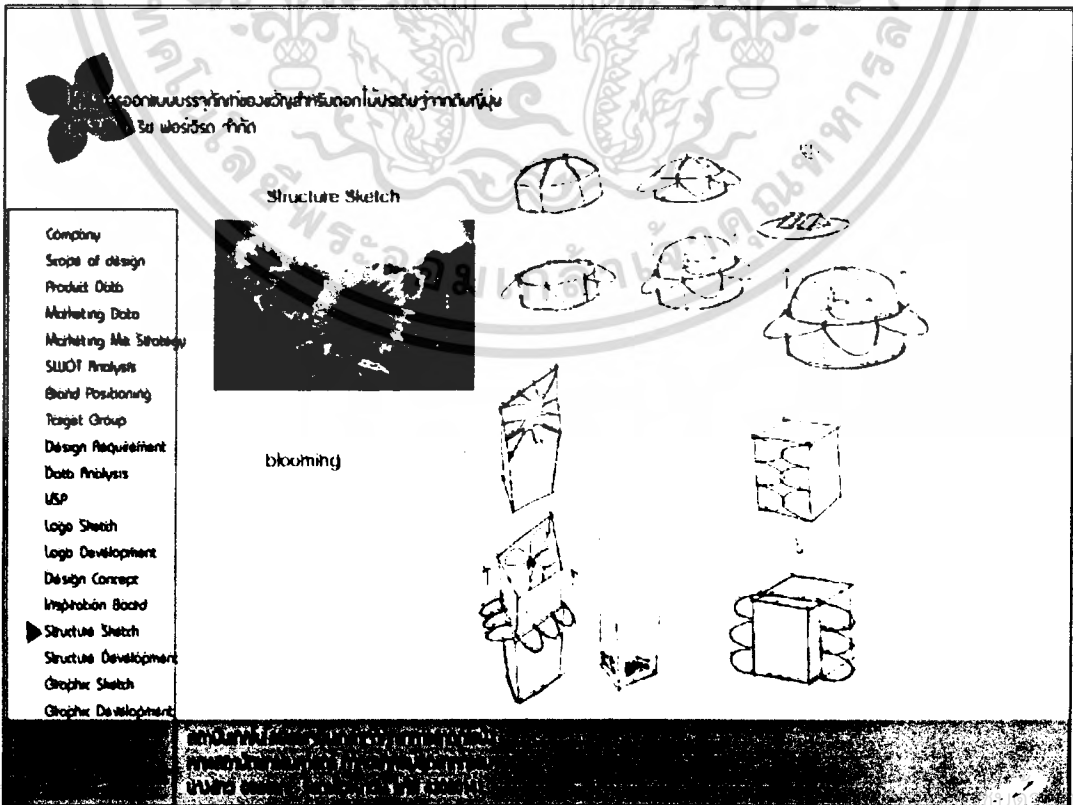
 1 blooming

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
 ใช้เฉพาะในโครงการที่ระบุเท่านั้น
 โปรดอย่าเผยแพร่สู่สาธารณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับรูปที่ 65 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route01 ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 66 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route02

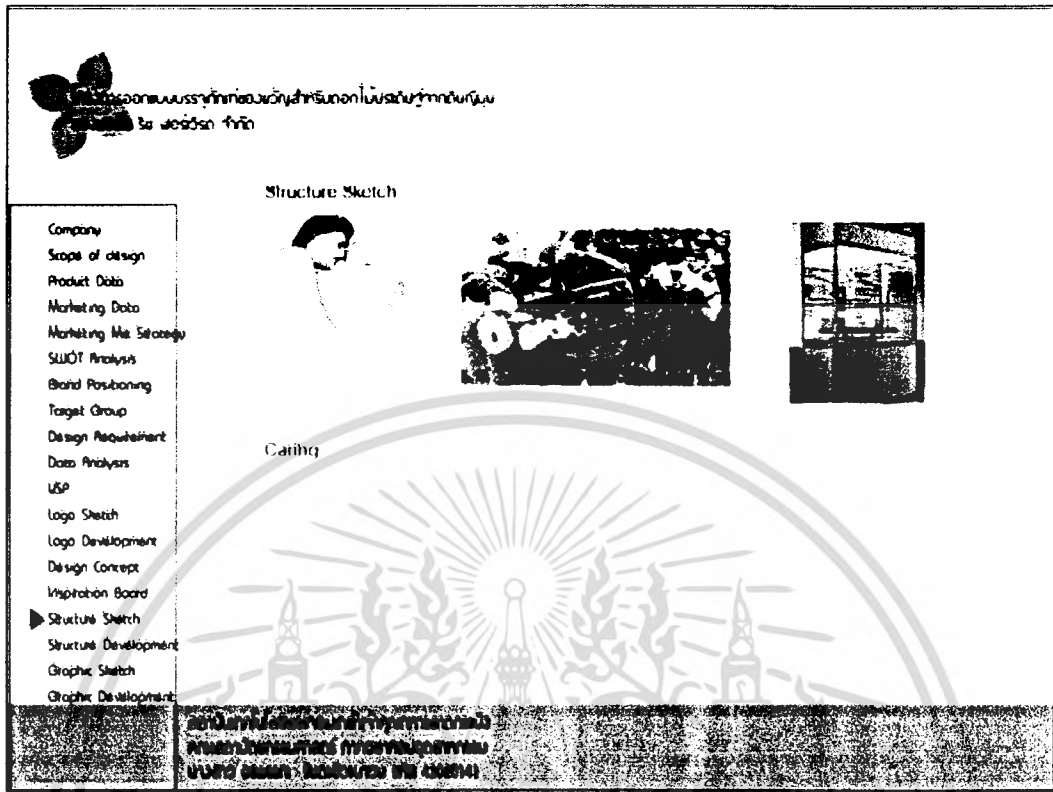


รูปที่ 67 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route03

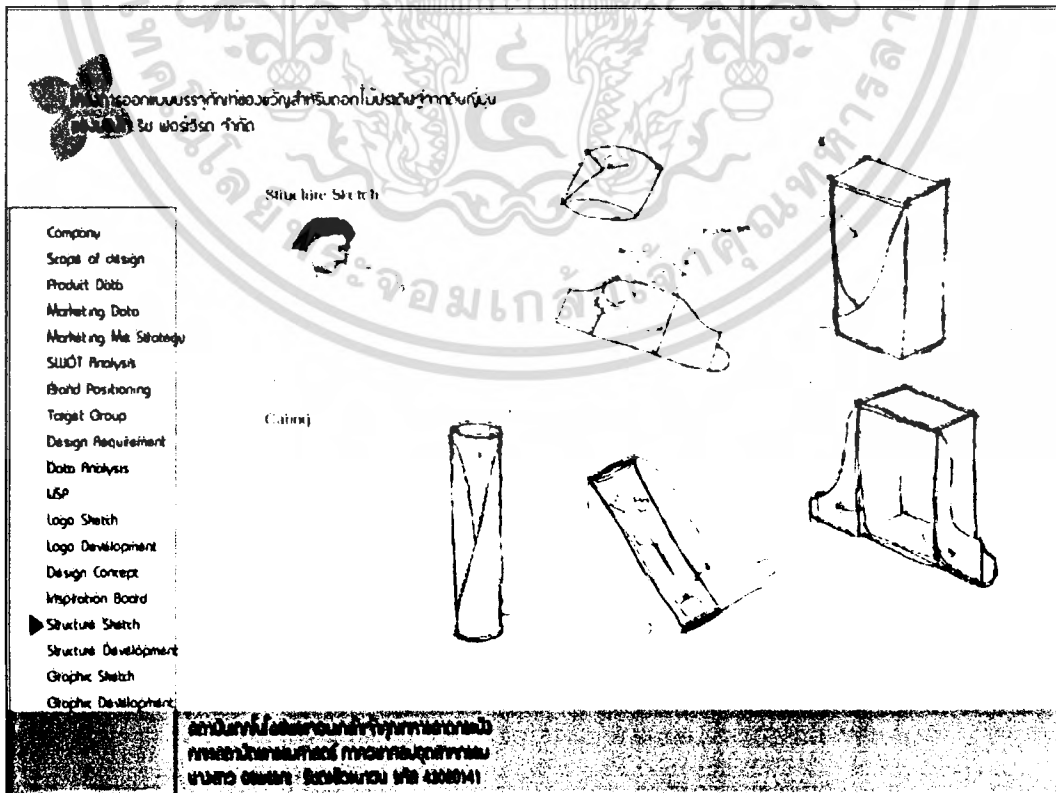
เอกสาร

การค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 68 แสดงแนวความคิด CARING




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิใช้รูปที่ 69 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route04 าสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

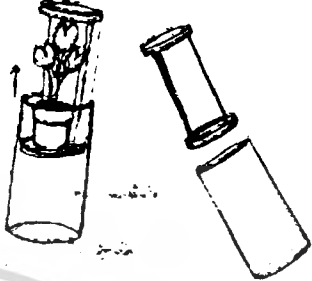
โครงการบูรณาการเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเรียนในระดับปริญญาตรี
โดย อาจารย์ พิธา

Company
Scope of design
Product Data
Marketing Data
Marketing Mix Strategy
SWOT Analysis
Brand Positioning
Target Group
Design Requirement
Data Analysis
USP
Logo Sketch
Logo Development
Design Concept
Inspiration Board
▶ Structure Sketch
Structure Development
Graphic Sketch
Graphic Development

Structure Sketch




Caring
ความห่วงใย คุณภาพ: ความสุข

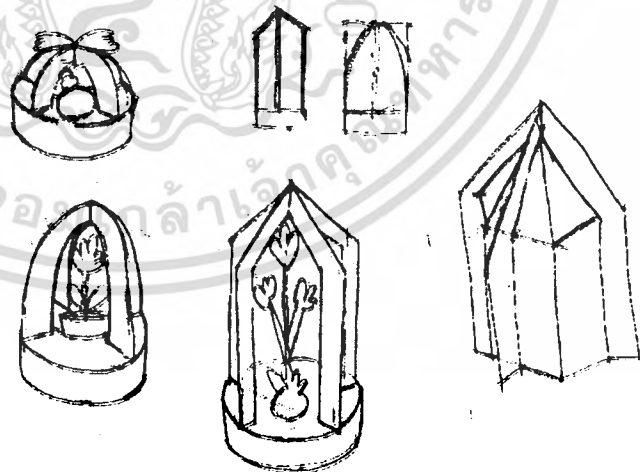


รูปที่ 70 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route05

Structure Sketch

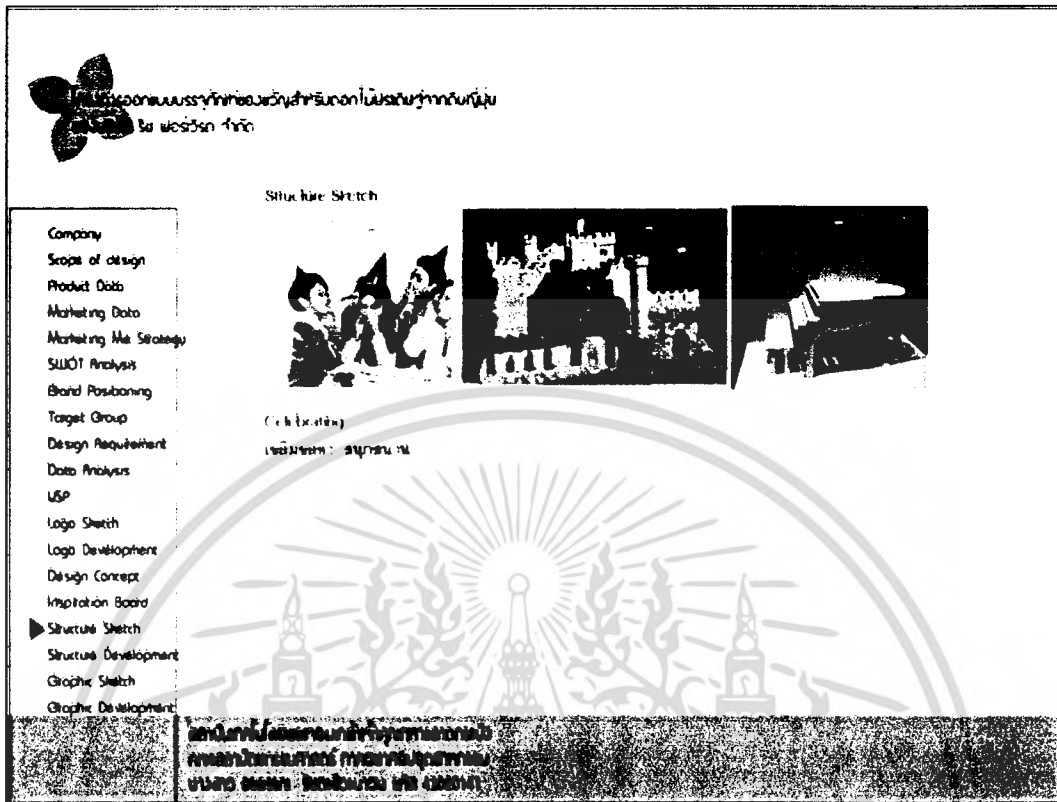


Caring
ความห่วงใย=โอบอุ้ม=กระแ

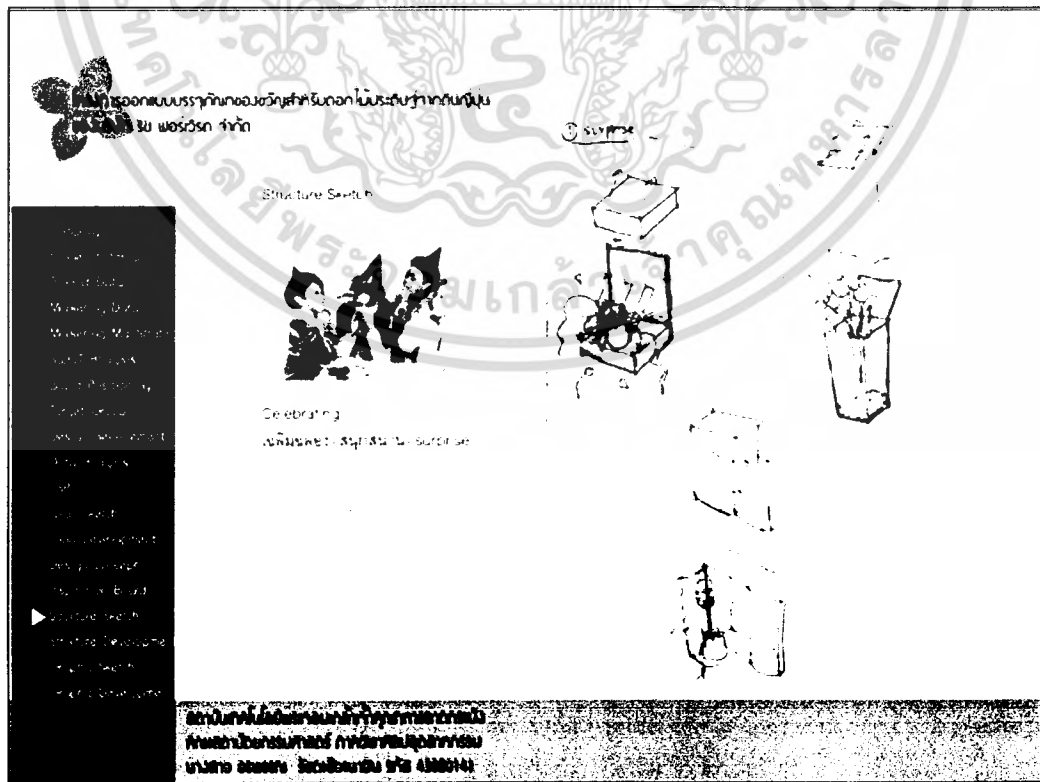


รูปที่ 71 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route06

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

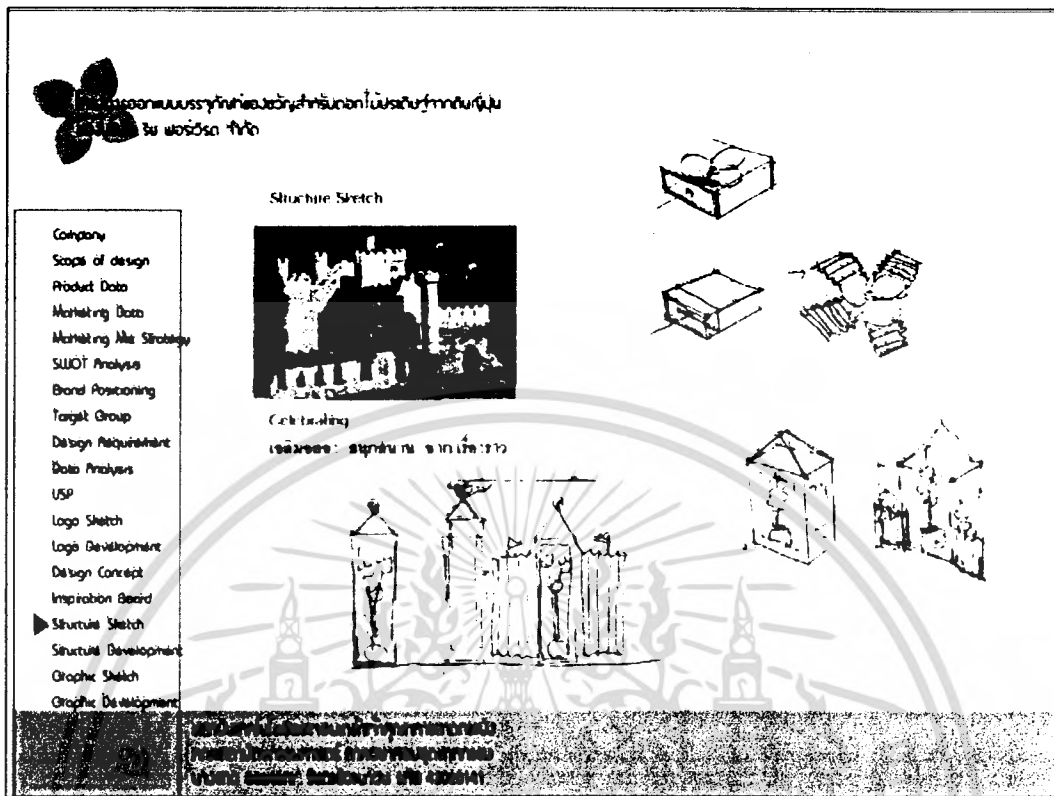


รูปที่ 72 แสดงแนวความคิด CELEBRATING

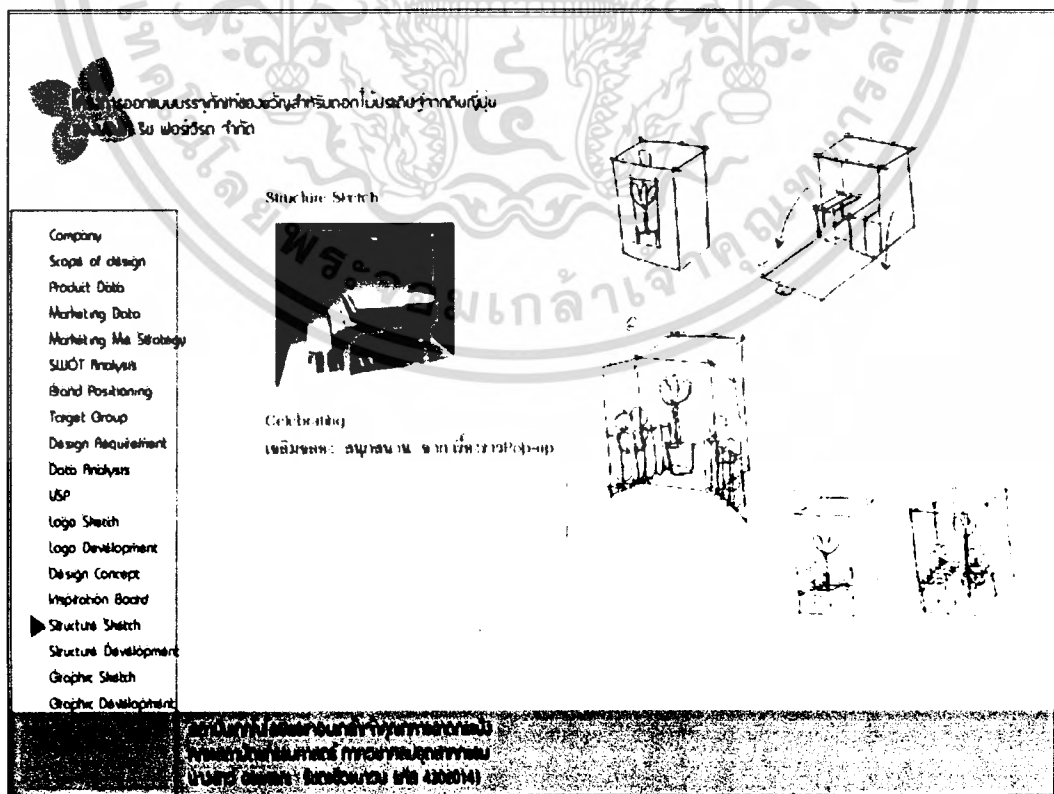


รูปที่ 73 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route07

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่เอกสารนี้ไปยังบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 74 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route08



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิใช้รูปที่ 75 แสดงแบบสเกตช์แนวความคิด Route09 เอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หมักนอกบ้านระดับภาคเหนือ
 2565 | Su Worrasan Jitkit

	กลิ่น			รสชาติ			เจือจาง		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Structure Sketch									
Structure Development									
Graphic Sketch									
Graphic Development									
รวม	7	11	11	10	12	1	9	11	12

งานนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนและการศึกษาวิจัยเท่านั้น
 ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดได้โดยไม่ได้รับอนุญาต
 งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หมักนอกบ้านระดับภาคเหนือ
 2565 | Su Worrasan Jitkit

รูปที่ 76 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์การเลือกแบบทางโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หมักนอกบ้านระดับภาคเหนือ
 2565 | Su Worrasan Jitkit

สรุป
 นำแบบที่คะแนนสูง มาพัฒนา คือ โดยเลือกแบบที่พัฒนามาพร้อมหน้าด้วยกัน แบบที่ model sheet คือ

แบบ B

แบบ C/F

แบบ H/I

งานนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอนและการศึกษาวิจัยเท่านั้น
 ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดได้โดยไม่ได้รับอนุญาต
 งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หมักนอกบ้านระดับภาคเหนือ
 2565 | Su Worrasan Jitkit

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีรูปที่ 77 แสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบทางโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีการนำไปใช้

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับโลกใบนี้รับปีใหม่กันดู
โดย อธิวิธ ชาติ

	รูปที่ 78	รูปที่ 79	รูปที่ 80
Company			
Scope of design			
Product Data			
Marketing Data			
Marketing Mix Strategy			
SWOT Analysis			
Brand Positioning			
Target Group			
Design Requirement			
Data Analysis			
USP			
Logo Sketch			
Logo Development			
Design Concept			
Inspiration Board			
Structure Sketch			
▶ Structure Development			
Graphic Sketch			
Graphic Development			

รูปที่ 78 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์การเลือกแบบสุดท้าย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับโลกใบนี้รับปีใหม่กันดู
โดย อธิวิธ ชาติ

รูปที่ 78 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์การเลือกแบบสุดท้าย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับโลกใบนี้รับปีใหม่กันดู
โดย อธิวิธ ชาติ

	รูปที่ 79
Company	
Scope of design	
Product Data	
Marketing Data	
Marketing Mix Strategy	
SWOT Analysis	
Brand Positioning	
Target Group	
Design Requirement	
Data Analysis	
USP	
Logo Sketch	
Logo Development	
Design Concept	
Inspiration Board	
Structure Sketch	
▶ Structure Development	
Graphic Sketch	
Graphic Development	

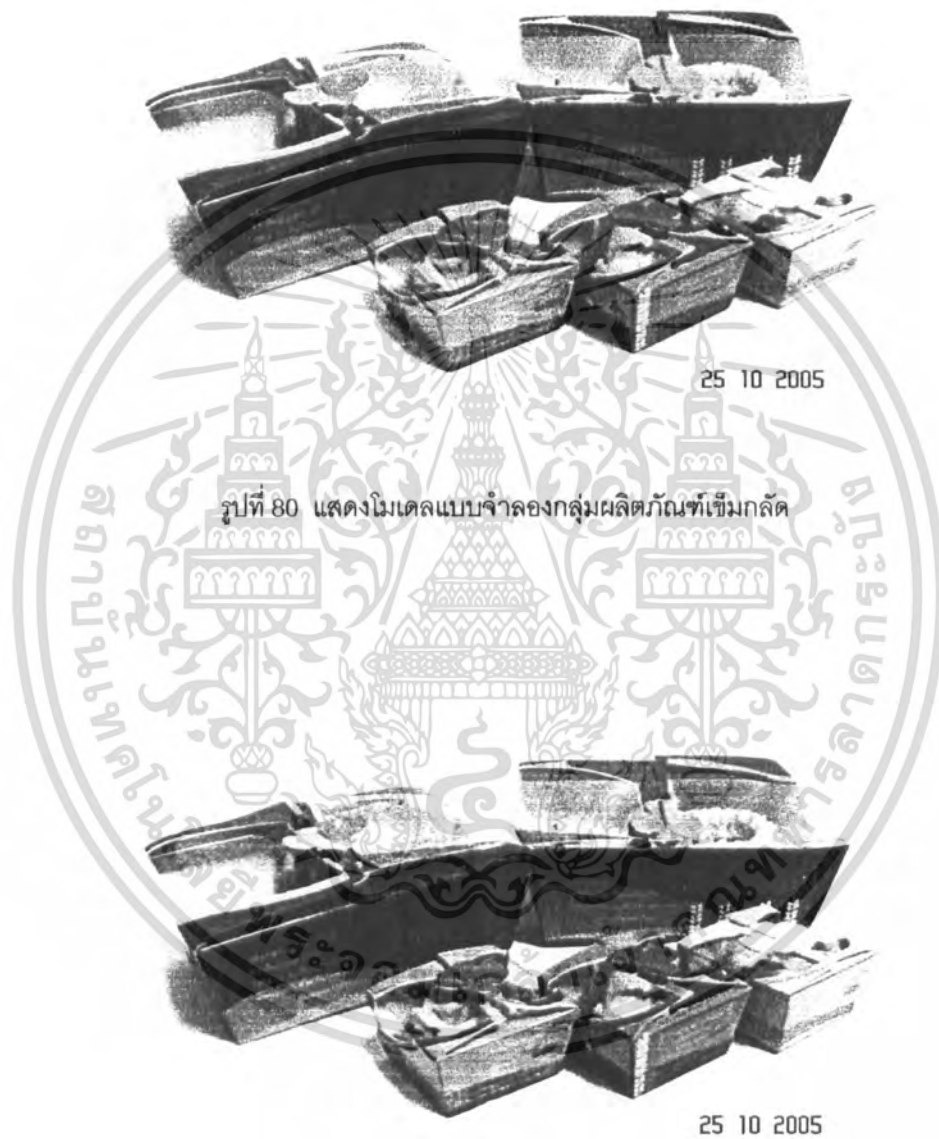
รูปที่ 79 แสดงโมเดลแบบจำลองขั้นสุดท้าย

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับโลกใบนี้รับปีใหม่กันดู
โดย อธิวิธ ชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา หรือทำซ้ำโดยไม่ขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์

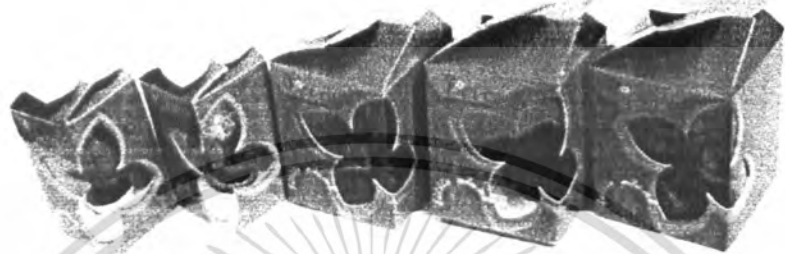
รูปที่ 79 แสดงโมเดลแบบจำลองขั้นสุดท้าย

ภาพถ่ายแบบจำลองในชั้นแบบร่าง



รูปที่ 81 แสดงโมเดลแบบจำลองกลุ่มผลิตภัณฑ์เซรามิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



25 10 2005

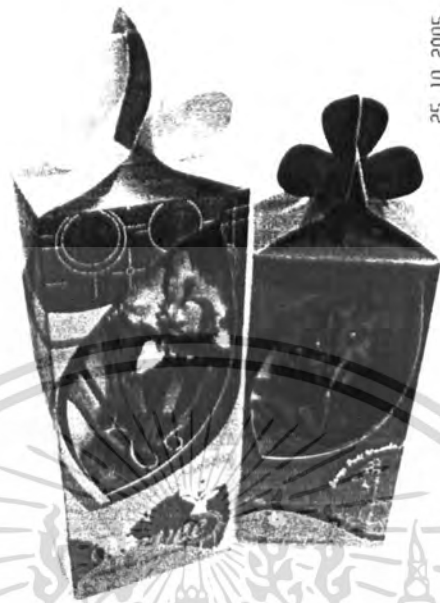
รูปที่ 82 แสดงโมเดลแบบจำลองกลุ่มดอกไม้จิวและต้นไม้นาขนาดเล็ก



25 10 2005

รูปที่ 83 แสดงโมเดลแบบจำลองกลุ่มดอกไม้จิวและต้นไม้นาขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



25 10 2005

รูปที่ 84 แสดงโมเดลแบบจำลองกลุ่มต้นไม้ขนาดใหญ่



25 10 2005

รูปที่ 85 แสดงโมเดลแบบจำลองกลุ่มช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



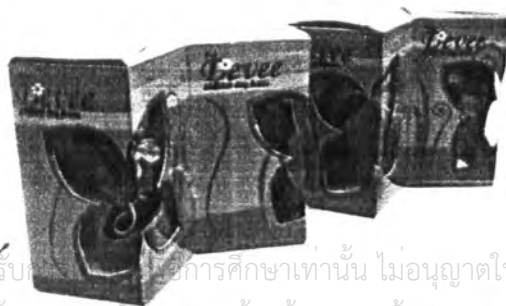
25 10 2005

รูปที่ 86 แสดงโมเดลแบบจำลองผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิ๋วเซต 3 ชั้น

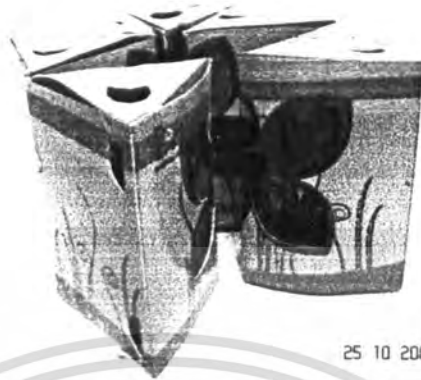


25 10 2005

รูปที่ 87 แสดงโมเดลแบบจำลองผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิ๋วเซต 4 ชั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึง 25 10 2005 สารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



25 10 2005

รูปที่ 88 แสดงโมเดลแบบจำลองผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิวเซต 6 ชั้น



25 10 2005

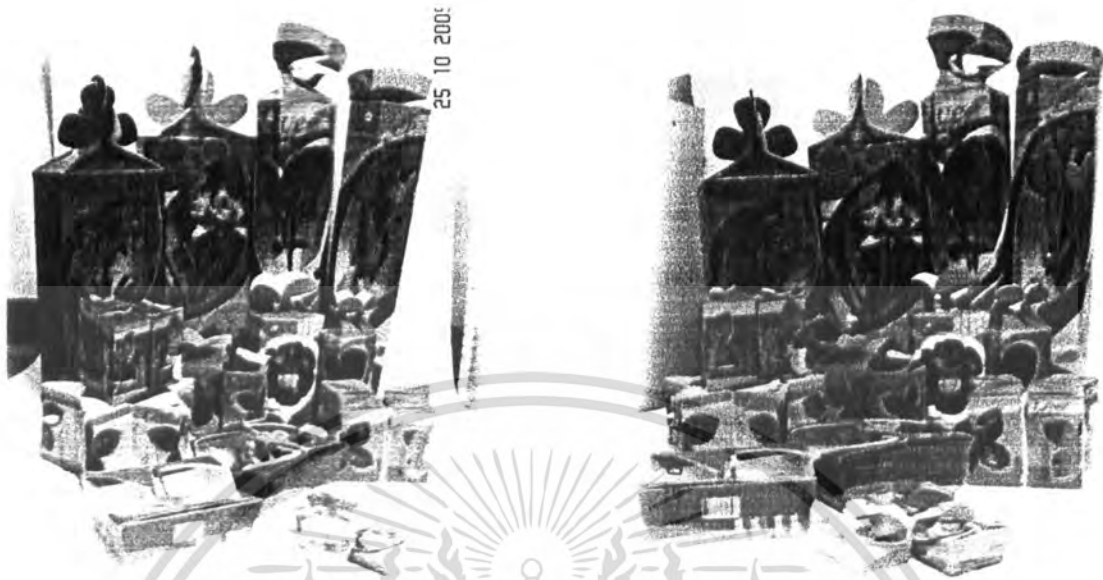
รูปที่ 89 แสดงโมเดลแบบจำลองผลิตภัณฑ์ดอกไม้จิวเซต 6 ชั้น



25 10 2005

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 90 แสดงโมเดลแบบจำลองผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญในโอกาสพิเศษ(วาเลนไทน์ - วันแม่)



รูปที่ 91 แสดงโมเดลแบบจำลองในขั้นตอนแบบร่าง

รูปที่ 92 แสดงโมเดลแบบจำลองในขั้นตอนแบบร่าง



รูปที่ 93 แสดงโมเดลแบบจำลองในขั้นตอนแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากขั้นตอนแบบร่างที่แสดงไปแล้วข้างต้นนี้ ยังมีข้อบกพร่องของงานในด้านของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์บางส่วน ซึ่งยังไม่สามารถแยกประเภทของแต่ละผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างที่สามารถเข้าใจง่าย โดยที่ยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อ รวมไปถึงการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งจะต้องนำไปแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ผลงานขั้นสุดท้ายมีความสมบูรณ์มากที่สุด

ดังนั้นการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย จึงยังคงใช้แนวทางการออกแบบแนวทางเดิมแต่เป็นการพัฒนาการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาของงานในขั้นตอนแบบร่าง ซึ่งแนวทางการออกแบบที่ใช้คือแนวทางการออกแบบที่ 1 : FRESH (Bloomimg) ซึ่งใช้ Pattern ของลวดลายที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ก็คือดอกไม้ที่มีความพลิ้วไหว ซ้อนทับกันมาสื่อถึงความเป็นดอกไม้ เพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์

แผ่นเสนองานขั้นตอนสุดท้าย

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในจังหวัดภูเก็ต
 ชื่อผลิตภัณฑ์: ไข่ ฟอสฟอรัส จำกัด

บริษัท ช่างมชยู

ประเภทที่ 1 ไข่ลวกไม่เค็ม (ขนาดไข่ไก่)

เริ่มผลิต
 ต้นไม้จริง
 ต้นไม้จีน เคเต็ก

ประเภทที่ 2 ไข่ลวกไม่เค็ม (ขนาดไข่ไก่)

ไข่ไก่ที่ลวกไม่เค็ม (ขนาดไข่ไก่)

เริ่มผลิต
 ต้นไม้จริง
 ต้นไม้จีน เคเต็ก

Company
 Scope of design
 Product Data
 Marketing Data
 Marketing Mix Strategy
 SWOT Analysis
 Brand Positioning
 Target Group
 Design Requirement
 Data Analysis
 USP
 Logo Sketch
 Logo Development
 Design Concept
 Inspiration Board
 Structure Sketch
 ▶ Structure Development
 Graphic Sketch
 Graphic Development

สำนักพิมพ์: สำนักพิมพ์...
 หน่วยงาน: ...
 วันที่: ...

รูปที่ 94 แสดงที่มาของแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย

แสดงการสรุปลักษณะเกี่ยวกับรูปแบบรายละเอียดทางโครงสร้าง แนวความคิดการแยกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าประเภทสินค้าที่นำมาใช้บนโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ เพื่อแสดงให้เห็นที่มาของแนวความคิดไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12/4



เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยศิลปากรในบริเวณที่ปรากฏขึ้น
ห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Data Analysis
- USP
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- ▶ Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

แบบที่ 3 ดอกกล้วยไม้แคทลียา
- ไม้ประดับกล้วยไม้แคทลียา(กลองขนาดใหญ่พิเศษ)
รูปทรงมาจากกรวยน้ำจาลักษณะเด่นของดอกแคทลียา
ที่จะมีดอกที่มีความอ่อนช้อยเป็นรอยหยักมาช่วยแยกแยะ
ประเภทสินค้า



แบบที่ 4 ขอลอกไม้และธงจระเข้
- ไม้ประดับขอลอกไม้และธงจระเข้



สำนักพิมพ์: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาลัยออกแบบทางศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
กรุงเทพฯ 10500 โทร: 02-6009741

รูปที่ 95 แสดงที่มาของแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยศิลปากรในบริเวณที่ปรากฏขึ้น
ห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

สรุปลักษณะโครงสร้าง

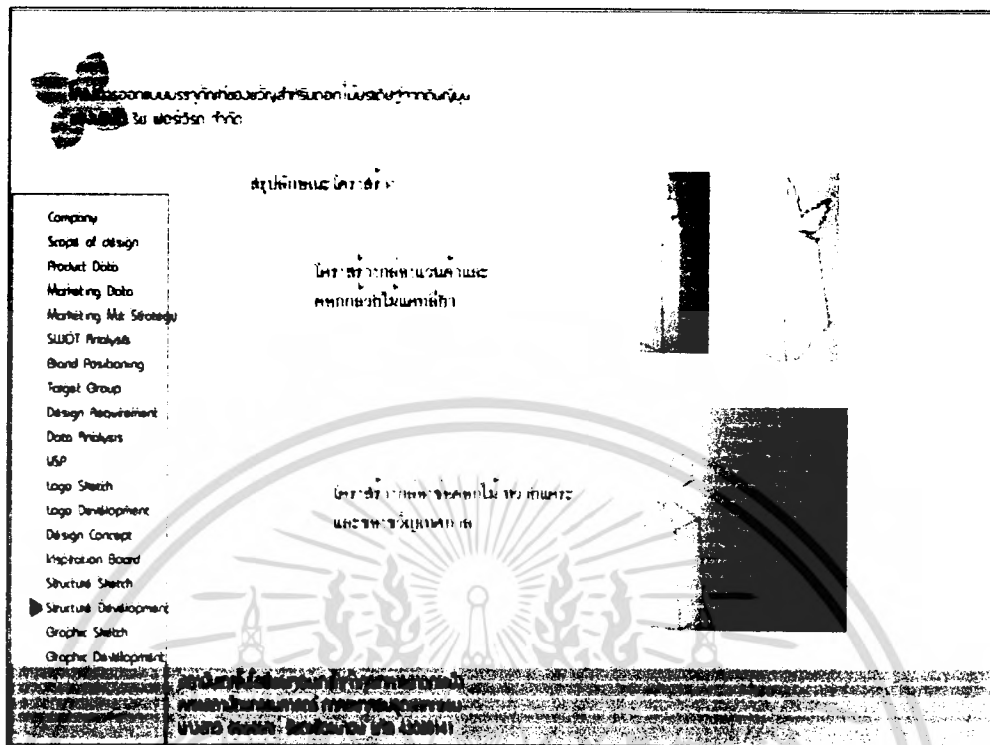
- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Data Analysis
- USP
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- ▶ Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

โครงสร้างกล่องเข็มกลัด

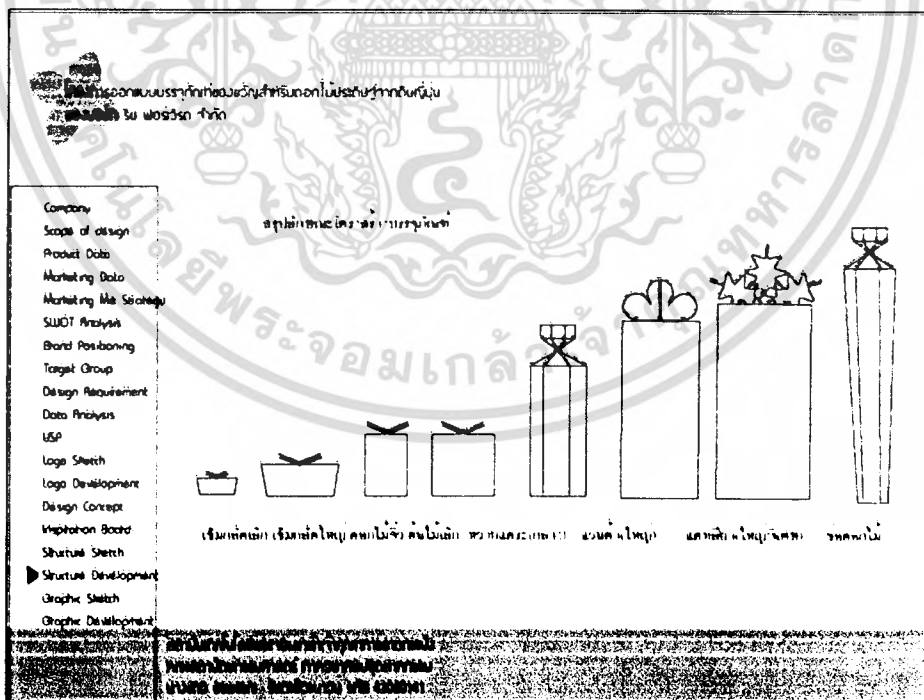
โครงสร้างกล่องต้นไม้จิ๋ว และ
ต้นไม้ขนาดเล็ก

สำนักพิมพ์: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาลัยออกแบบทางศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
กรุงเทพฯ 10500 โทร: 02-6009741

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกรูปที่ 96 แสดงการสรุปแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย ที่มีการนำไปใช้

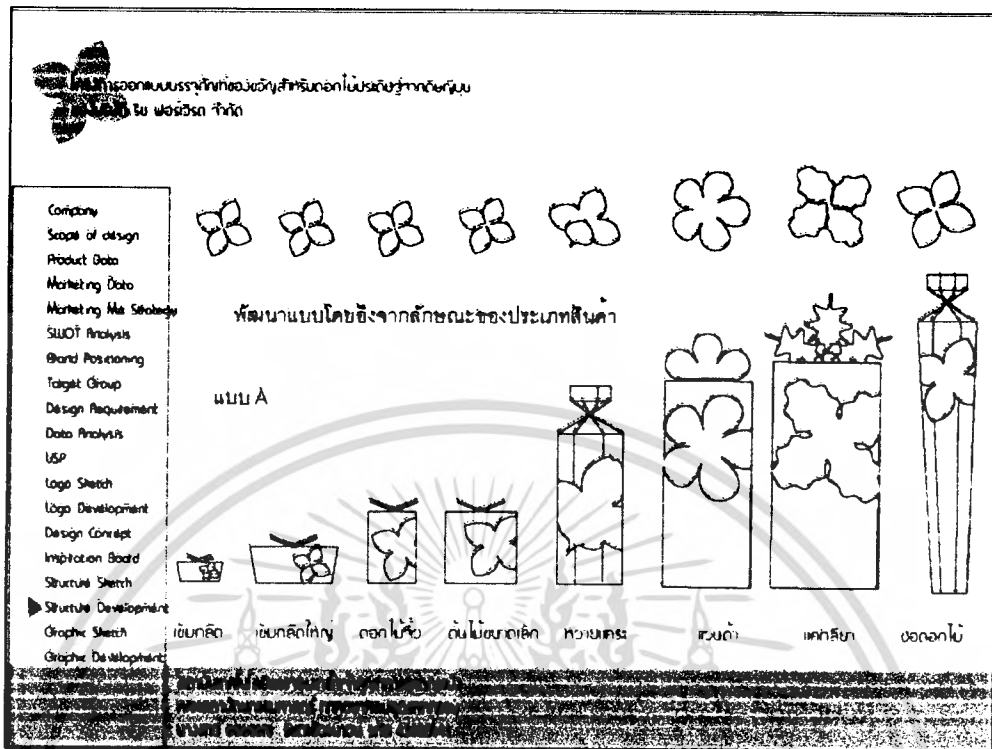


รูปที่ 97 แสดงการสรุปแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย

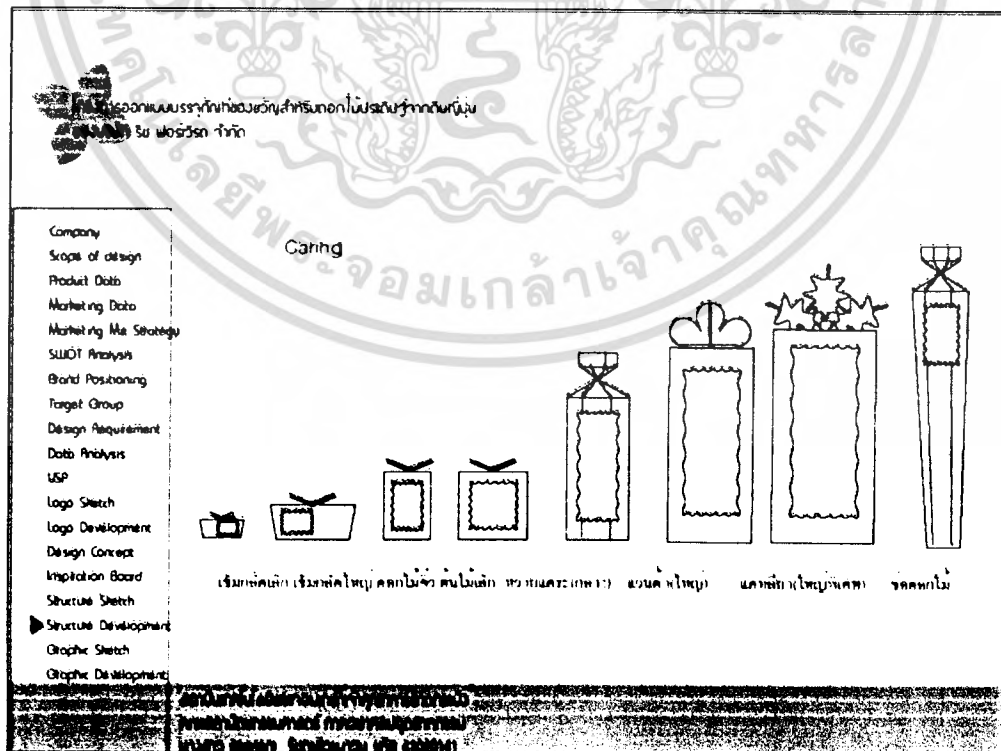


รูปที่ 98 แสดงการสรุปลักษณะทางโครงสร้างโดยรวมในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 99 แสดงที่มาของแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
รูปที่ 100 แสดงที่มาของแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิทยาลัยศรีนครินทรไพบูลย์ภาคใต้
 วิทยาลัยศรีนครินทรไพบูลย์ภาคใต้

Company
 Scope of design
 Product Data
 Marketing Data
 Marketing Mix Strategy
 SWOT Analysis
 Brand Positioning
 Target Group
 Design Requirement
 Data Analysis
 USP
 Logo Sketch
 Logo Development
 Design Concept
 Inspiration Board
 Structure Sketch
 ▶ Structure Development
 Graphic Sketch
 Graphic Development

Celebrating

เริ่มออกแบบ เริ่มคิดใหญ่ คนไม่จับ คนไม่เอ้า เริ่มคิดละเอียด เริ่มคิดใหญ่ คนไม่เอ้า คนไม่เอ้า

งานนี้เป็นลิขสิทธิ์ของภาควิชาการออกแบบ
 ภาควิชาการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรไพบูลย์

รูปที่ 101 แสดงที่มาของแนวความคิดการในการออกแบบผลงานขั้นสุดท้าย

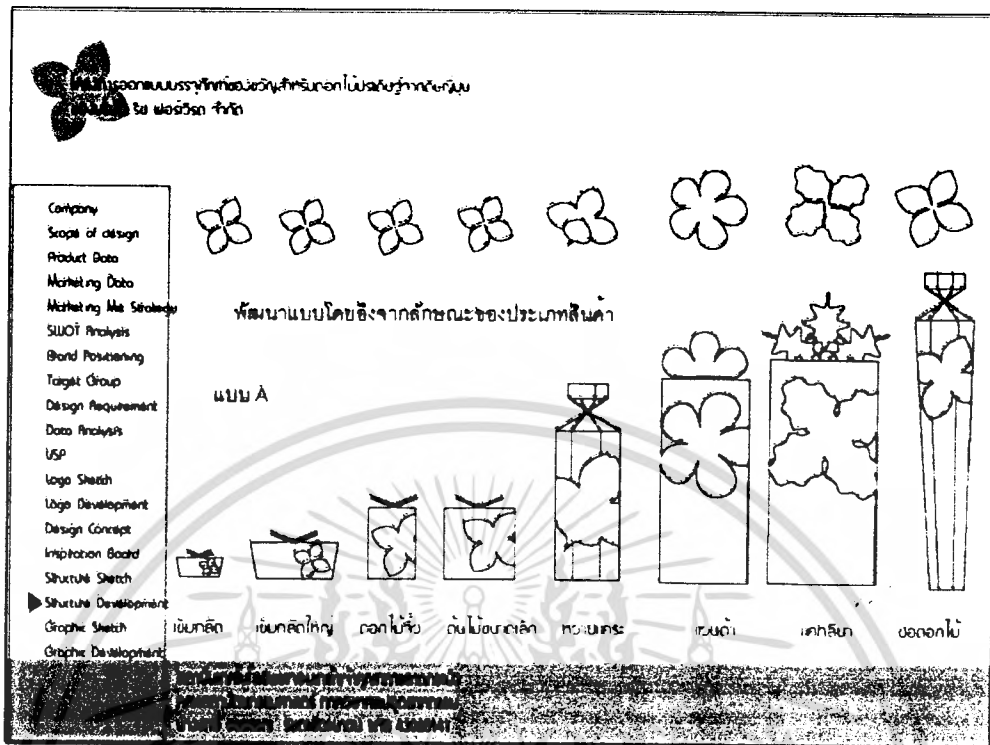
งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิทยาลัยศรีนครินทรไพบูลย์ภาคใต้
 วิทยาลัยศรีนครินทรไพบูลย์ภาคใต้

เกณฑ์	A	B	C
เงื่อนไขการมีารณา			
โดดเด่นสะดุดตาน่าสนใจ	3	1	3
เหมาะสมกับบุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย	3	2	2
สื่อเรื่องราวเกี่ยวกับตัวสินค้า	3	2	2
สื่อความสันทัดของผลิตภัณฑ์	2	3	1
สื่อความลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์	3	3	2
	14	11	10

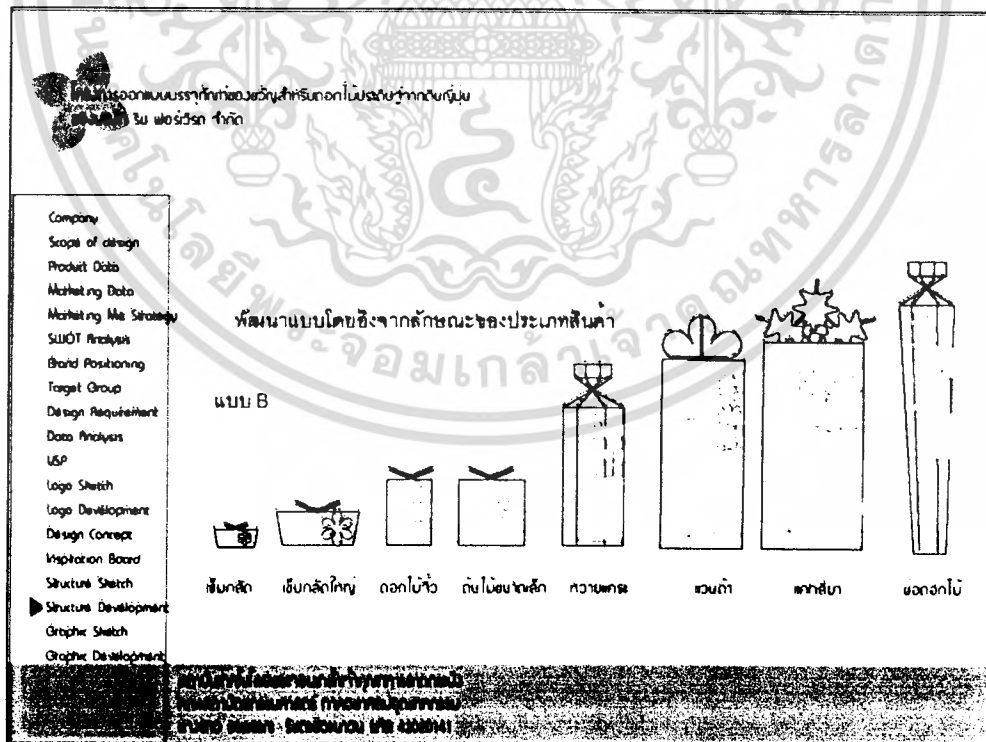
สรุป เลือกการเจาะของแบบ A ไปทำการพัฒนาต่อ

งานนี้เป็นลิขสิทธิ์ของภาควิชาการออกแบบ
 ภาควิชาการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรไพบูลย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุที่เปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้อยใจของเอกสารทุกที่ที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 103 แสดงการพัฒนาการออกแบบ ขั้น Development โดยนำแบบ A มาพัฒนาต่อเป็นแนวทาง A



รูปที่ 104 แสดงการพัฒนาการออกแบบ ขั้น Development โดยนำแบบ A มาพัฒนาต่อเป็นแนวทาง B

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทีมออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มในร้านกาแฟ
ของร้าน Su Coffee คาเฟ่

- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Data Analysis
- USP
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

A

รูปแบบ	A	B
เงื่อนไขการใช้งาน	2	3
ความพึงพอใจของนักศึกษา	3	2
การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์	3	2
อัตราเบ็ดเสร็จ เสร็จทัน	3	2
นี่คือสิ่งที่ควรจะต้องเลือกใช้	3	2
รวม	11	9

สรุป เลือกการเจาะซองหน้าตามแบบ A

สถานที่ปล่อยงานกราฟิกและการออกแบบ
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร 10520

รูปที่ 105 แสดงการวิเคราะห์แบบให้คะแนนในขั้น Development

ทีมออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มในร้านกาแฟ
ของร้าน Su Coffee คาเฟ่

- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Data Analysis
- USP
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

SKD 1

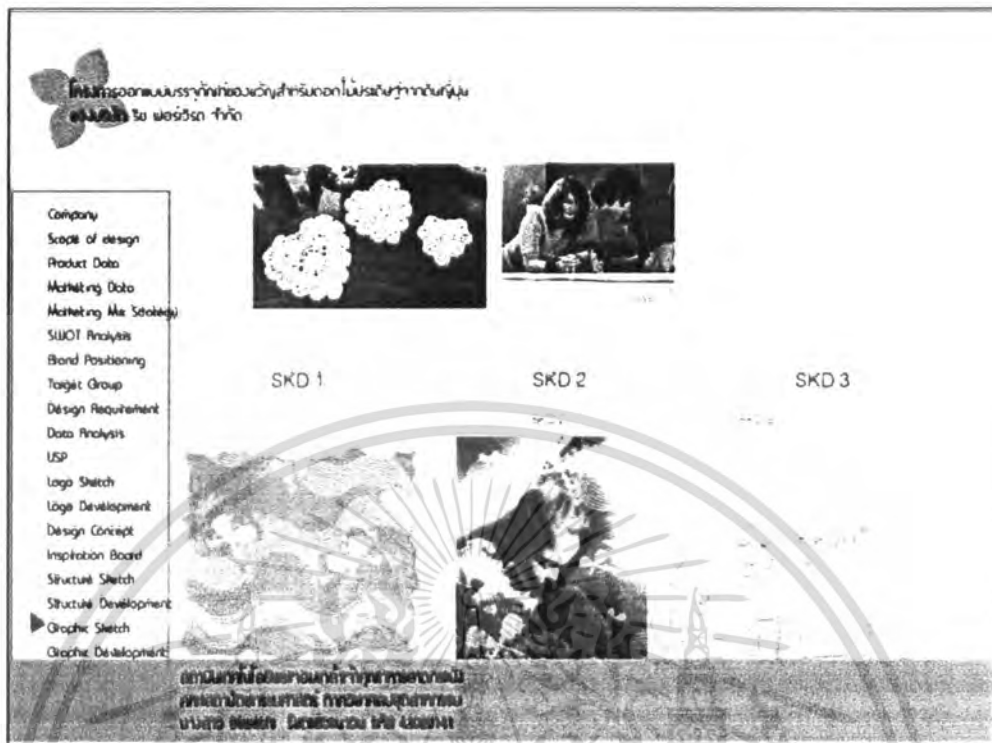
SKD 2

SKD 3

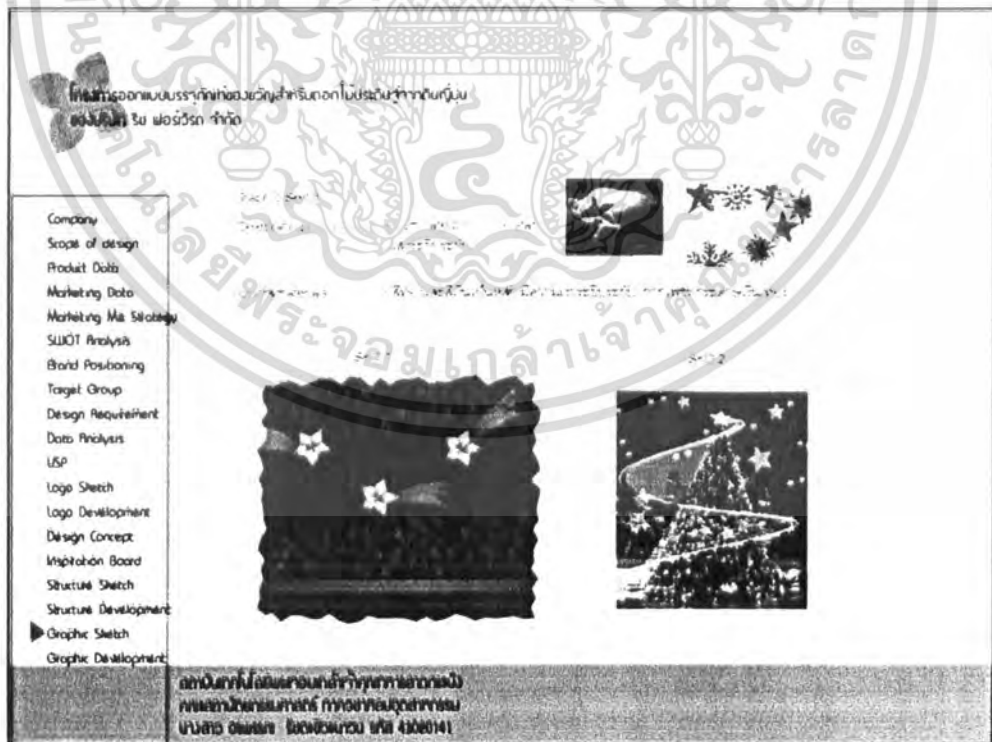
สถานที่ปล่อยงานกราฟิกและการออกแบบ
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร 10520

รูปที่ 106 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกตามแนวความคิดที่ 1 : FRESH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

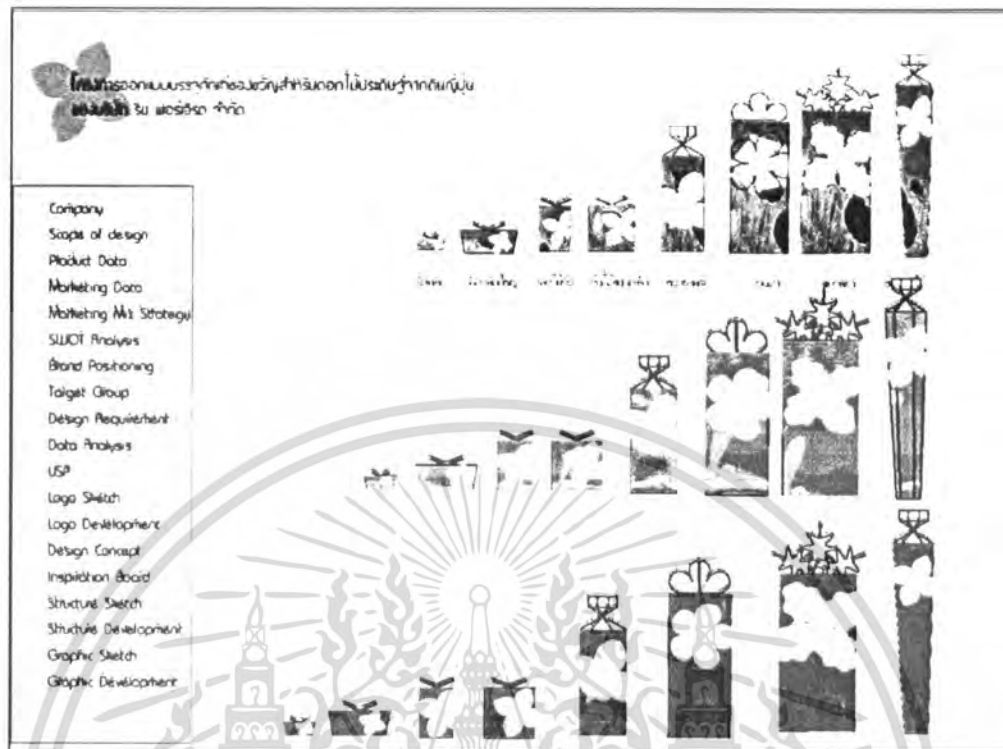


รูปที่ 107 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกตามแนวความคิดที่ 2 : CARING

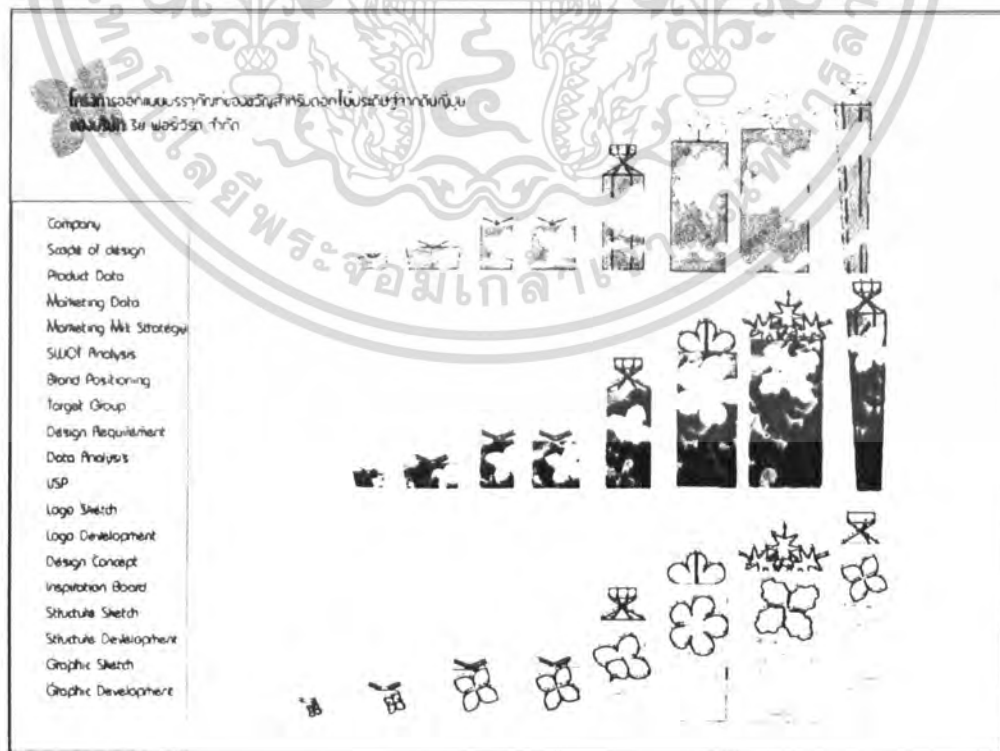


รูปที่ 108 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกตามแนวความคิดที่ 3 : CELEBRATING

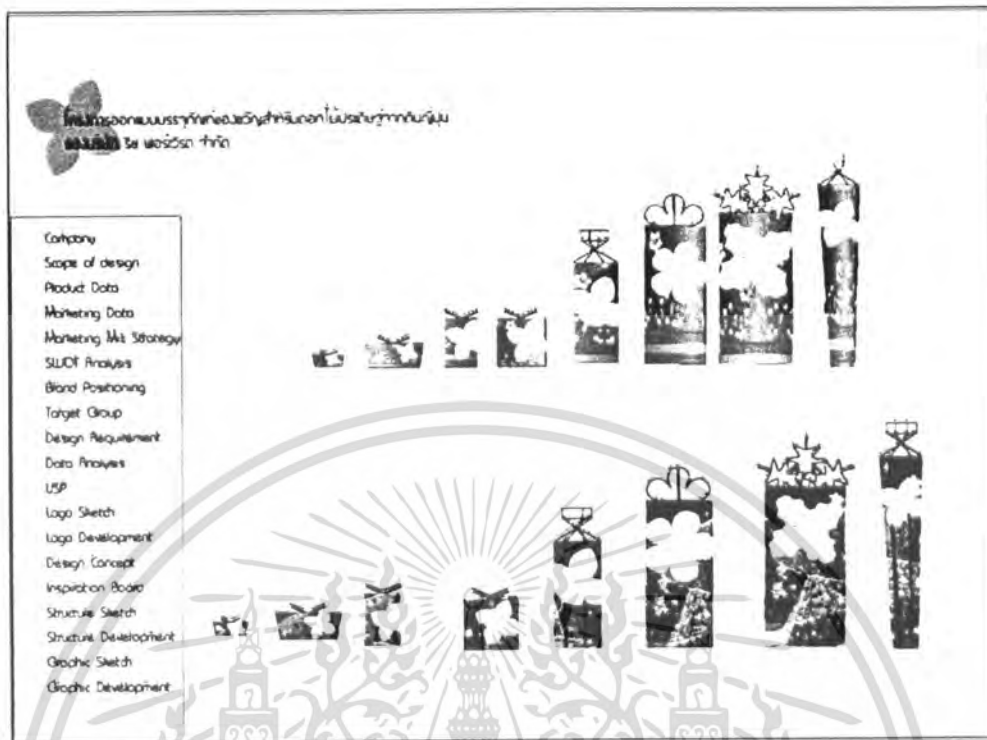
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 109 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกตามแนวความคิดที่ 1 : FRESH



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
รูปที่ 109 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกตามแนวความคิดที่ 2 : CARING
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 110 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟฟิกตามแนวความคิดที่ 3 : CELEBRATING

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มสำหรับคนไม่สนใจสุขภาพ

บริษัท 3D แอสโซซิเอต จำกัด

เกณฑ์	fresh	caring	celebrating
เงินใช้			
ความสวยงามสะดุดตา	2	2	3
สื่อภาพลักษณ์ตรงสินค้า	3	2	2
ครอบคลุมใจอกในการใช้งาน	3	3	2
ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย	3	3	2
ความเหมาะสมกับงบประมาณ	3	2	3
รวม	14	12	12

สรุปเลือกแนวทาง fresh มาเพื่อทำการพัฒนาแบบใหม่ในสภาพที่ต่อไป
เนื่องจากจะครอบคลุมทั้งทางด้านภาพลักษณ์และครอบคลุมใจอกในการใช้งานมากที่สุด

คณะกรรมการคัดเลือกกรรมการบริหาร
คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
นางสาว อมรพร ใจเย็นแก้ว รหัส 43980141

รูปที่ 111 แสดงตารางวิเคราะห์การเลือกแบบแนวความคิดโดยการให้คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สร้างขึ้นเพื่อการเลือกแบบแนวความคิดที่เหมาะสมที่สุด เพื่อนำไปทำกิจกรรมการค้า
ไม่ว่าการนี้คืองานต้นฉบับที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการประกวดแข่งขันบรรจุภัณฑ์ในชั้นต้นสุดท้าย โดยแนวความคิดที่นำไปใช้

ฟิลิปโป ซอนดีน บริษัทออกแบบกราฟิกที่ปรึกษาในนครนิวยอร์ก
 ผลงานปี 30 พฤษภาคม 2541

- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Data Analysis
- USP
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

สถานีรถไฟใต้ดินสายใหม่จากท่าอากาศยาน
 กรุงเทพมหานคร สถานีท่าอากาศยาน
 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพมหานคร รหัส 1060041

รูปที่ 112 แสดงขั้นตอนการสเก็ตช์แบบกราฟฟิก โดยใช้แนวความคิดที่ 1 : FRESH

ฟิลิปโป ซอนดีน บริษัทออกแบบกราฟิกที่ปรึกษาในนครนิวยอร์ก
 ผลงานปี 30 พฤษภาคม 2541

- Company
- Scope of design
- Product Data
- Marketing Data
- Marketing Mix Strategy
- SWOT Analysis
- Brand Positioning
- Target Group
- Design Requirement
- Data Analysis
- USP
- Logo Sketch
- Logo Development
- Design Concept
- Inspiration Board
- Structure Sketch
- Structure Development
- Graphic Sketch
- Graphic Development

เงื่อนไขการประเมิน	จุดเริ่มต้น	4	5
มีความสวยงามน่าสนใจ		3	3
เหมาะสมกับภาพลักษณ์ ของแบรนด์/โครงการ		4	4
มีประโยชน์/ใช้ได้ดี/ใช้งานได้		2	2
สื่อถึงภาพลักษณ์/องค์ประกอบ ของแบรนด์		2	2
ส่งเสริมภาพลักษณ์/สื่อถึงคุณค่า		2	2
รวม		13	13

แบบ ส. เลือกมาใช้เป็นแนวทาง

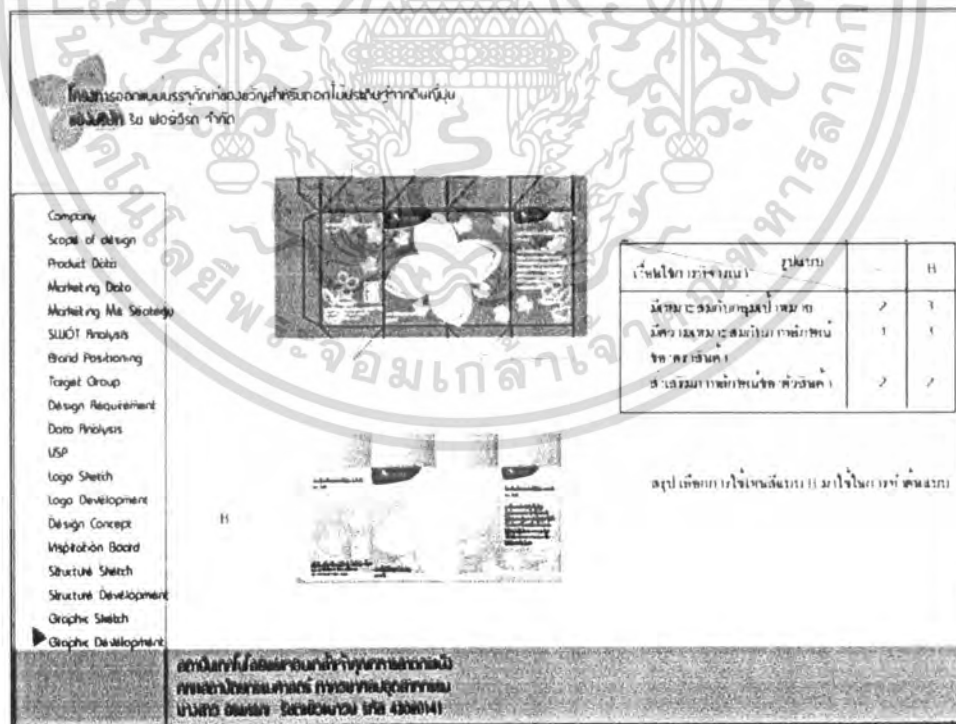
สถานีรถไฟใต้ดินสายใหม่จากท่าอากาศยาน
 กรุงเทพมหานคร สถานีท่าอากาศยาน
 ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพมหานคร รหัส 1060041

รูปที่ 113 แสดงขั้นตอนการวิเคราะห์และเลือกแบบสเก็ตช์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

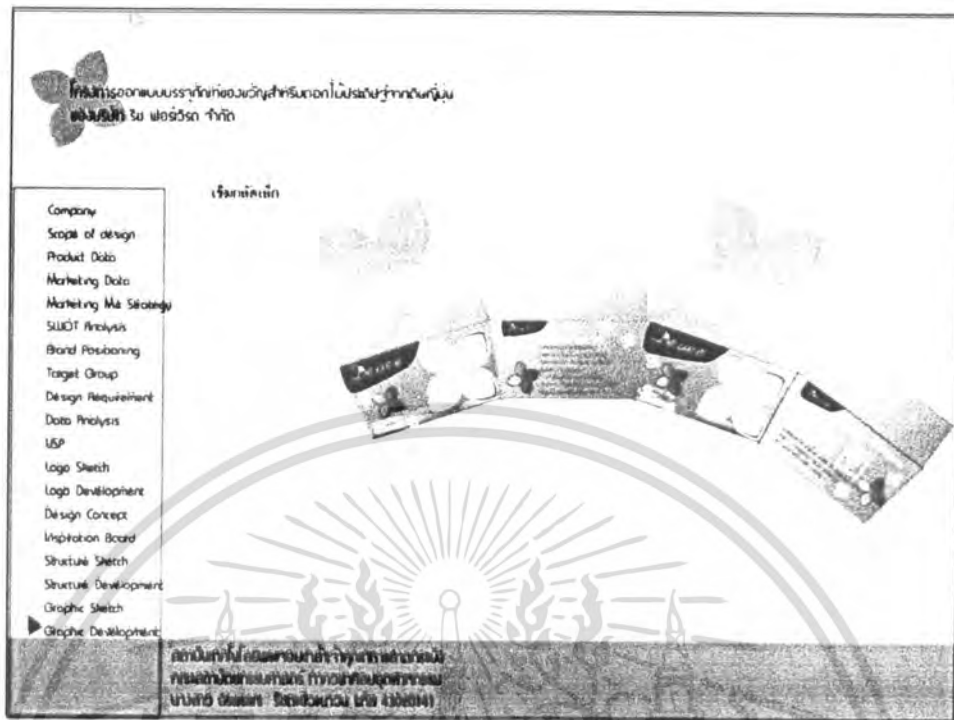


รูปที่ 114 แสดงขั้นตอนการเลือกใช้สี โดยการเลือกใช้คู่สีแบบ monochrome

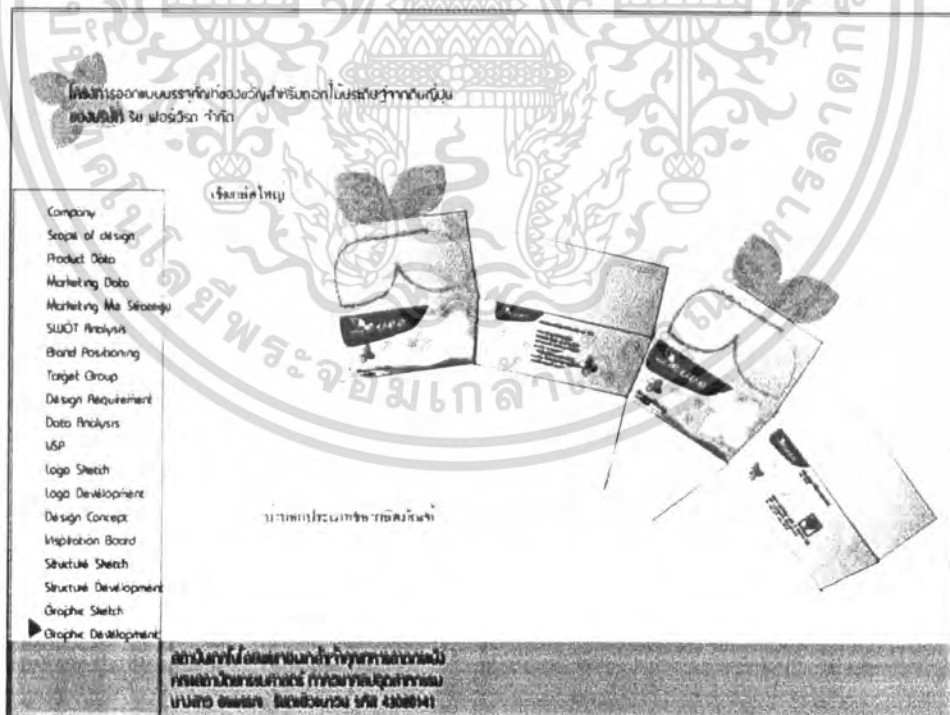


รูปที่ 115 แสดงการเลือกใช้โทนสีที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 116 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดเข็มกลัดขนาดเล็ก

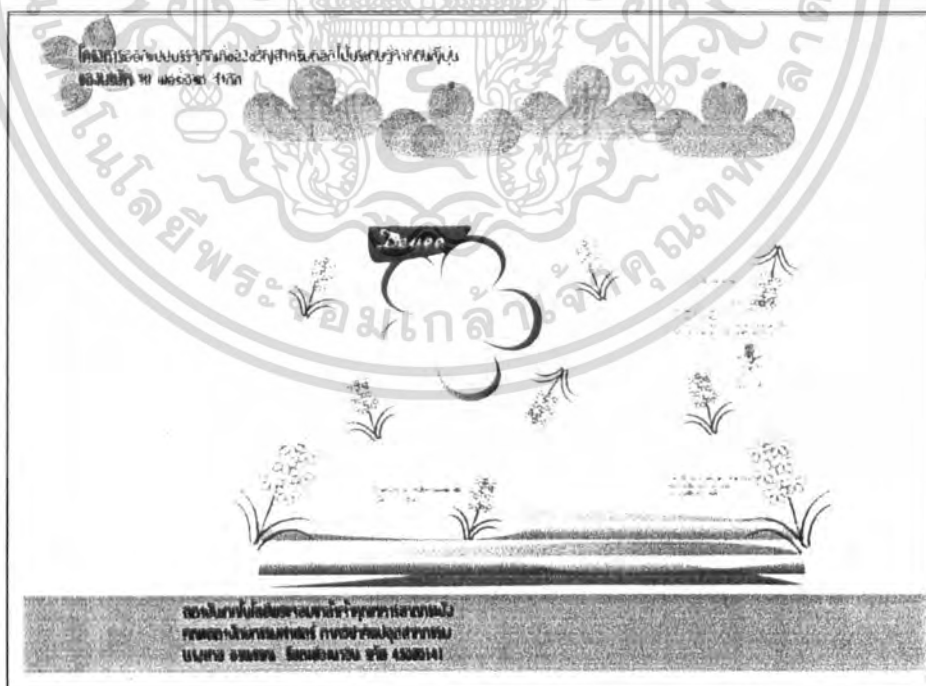


รูปที่ 117 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดเข็มกลัดขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 120 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดต้นไม้ขนาดกลาง

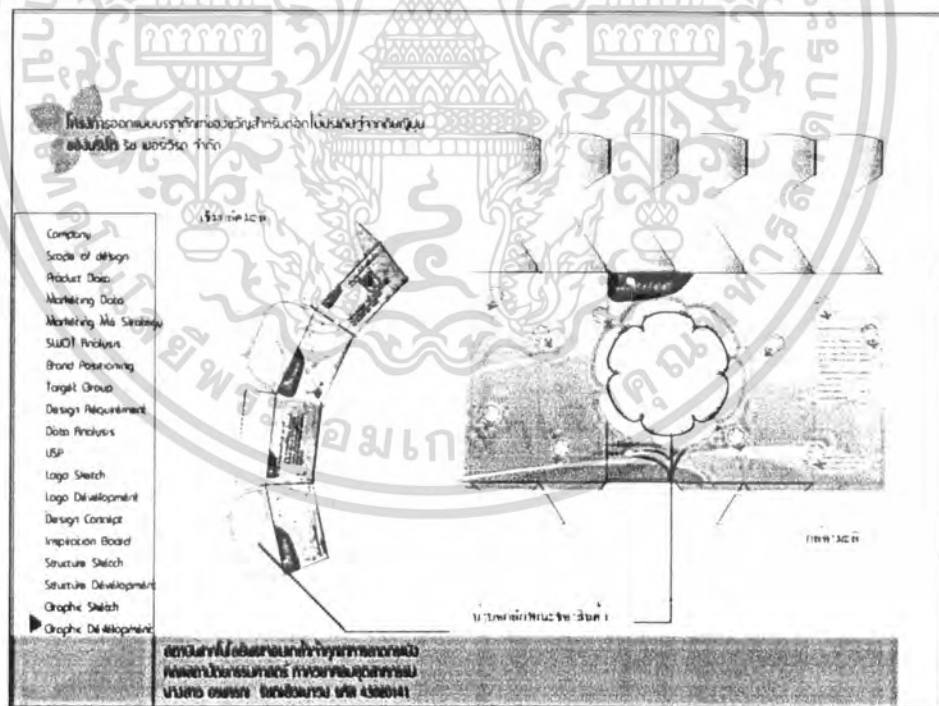


รูปที่ 121 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดต้นไม้ขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

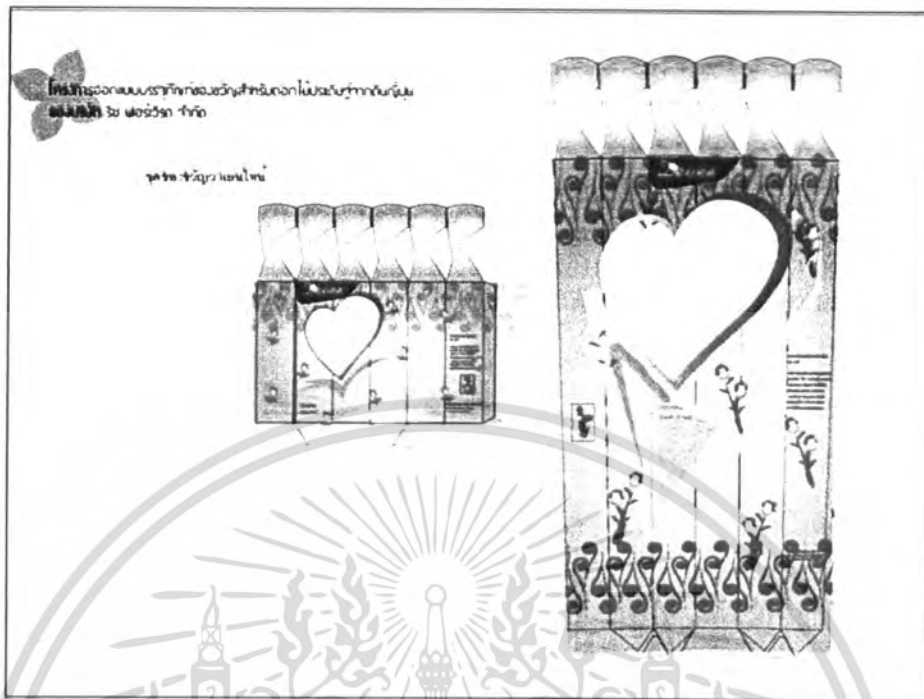


รูปที่ 122 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดต้นไม้ขนาดใหญ่พิเศษ



รูปที่ 123 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดของขวัญวันแม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 124 แสดงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์หมวดของขวัญวันวาเลนไทน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานชิ้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด มีดังนี้ คือ



รูปที่ 125 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



รูปที่ 126 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์เสริมรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกสิ่งเนื้อหา และต้องอนุรักษ์สิ่งเงินของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



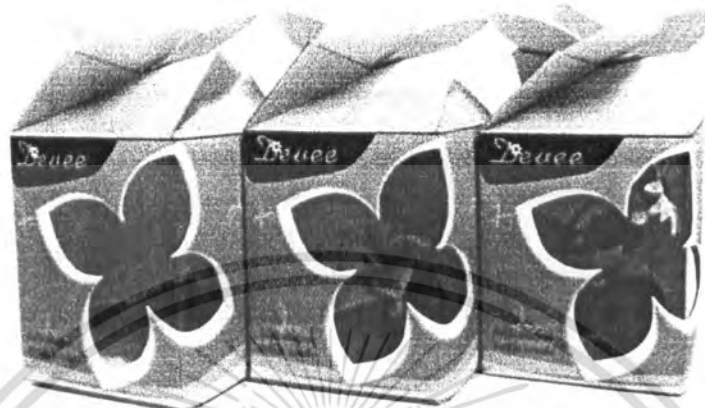
รูปที่ 127 ภาพแสดงผลภัณฑ์เข็มกลัด

26 10 2005

26 10 2005

รูปที่ 128 ภาพแสดงผลภัณฑ์ดอกไม้จิว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



26 10 2005

รูปที่ 129 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ต้นไม้จิ๋ว



26 10 2005



รูปที่ 130 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ต้นไม้กลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 131 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ต้นไม้ขนาดใหญ่

รูปที่ 132 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 133 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญวันแม่

26 10 2005

รูปที่ 134 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญวันวาเลนไทน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 136 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์แบบเป็นชุด 4 ชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการออกแบบ

1. ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน
2. บรรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์รวม

(Corporate Identity) ไว้ได้

3. บรรรจุภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาดอย่างชัดเจนทั้งด้านโครงสร้างและกราฟฟิก

4. บรรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมของตลาด

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

อาจารย์ท่านหนึ่งเคยกล่าวให้ฟังว่า “วิทยานิพนธ์ไม่ใช่เรื่องยาก แต่เป็นเรื่องของความพร้อม ถ้าเราเตรียมตัวเองให้พร้อมที่จะทำ วิทยานิพนธ์ก็ไม่ใช่เรื่องที่ยากเกินความสามารถของเรา”

เมื่อการทำวิทยานิพนธ์สิ้นสุดลงเราได้เรียนรู้อะไรหลายๆ อย่างจากการทำงานครั้งนี้ ความพร้อมที่อาจารย์ท่านนั้นเคยบอกคงหมายถึงความพร้อมที่จะบังคับตัวเองให้มีวินัยและมีความรับผิดชอบในการทำงาน โดยที่ไม่มีคนมาคอยบังคับ ไม่มีการเซคเวลาเข้าเรียน ไม่มีการเซคเวลาส่งงาน การทำงานทุกอย่างเราต้องเป็นคนจัดการมันให้ได้อย่างลง อุปสรรคต่าง ๆ มากมายที่เกิดขึ้นในการทำงานทุกครั้งล้วนเป็นบทเรียนที่มีค่า และเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของเราในอนาคตต่อไป

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. กราฟฟิกสามารถสื่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สามารถแยกประเภทและชนิดของแต่ละผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน
2. โครงสร้าง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และรักษาเอกลักษณ์รวมไว้ได้

ข้อเสนอแนะของอาจารย์

1. นักศึกษาควรฝึกให้มีความรอบคอบและใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ และเพื่อการทำงานที่ดีในอนาคต
2. นักศึกษาคควมีความเป็นตัวของตัวเอง มีความกล้าที่จะสร้างสรรค์ผลงาน อย่ายึดติดกับรูปแบบเดิมๆ เพื่อให้สามารถได้งานที่ดีและแปลกใหม่ ออกมาได้
3. นักศึกษาคควหาสิ่งที่ถนัดและชอบให้เจอเพื่อประโยชน์ต่อการทำงานในอนาคต

ประวัติการศึกษา

ชื่อ	อรพรรณ รัชตะชีวะนาวิน
วัน เดือน ปีเกิด	6 มกราคม พ.ศ.2526
สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา	โรงเรียนราฟาแอล
สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา	โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย
สำเร็จการศึกษาในระดับอุดมศึกษา	ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้