

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา มาคอร์ด
Packaging Design For Brown Rice MACAW BRAND



ภาคินพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

รายวิชาจุลนิพนธ์ด้านแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยสยาม

พ.ศ. 2561

หัวข้อจุลนิพนธ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา มาคอร်
Packaging Design For Brown Rice MACAW BRAND.

หน่วยกิตของจุลนิพนธ์ 3 หน่วยกิต

ผู้จัดทำ นางสาวศรุตตา เอี่ยมจิตร 5806400005

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ทศพร เทียนศรี

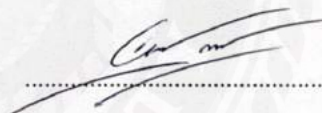
ระดับการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ปีการศึกษา 2561

อนุมัติให้ภาคินิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขา
วิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะกรรมการสอบจุลนิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์)


..... กรรมการสอบ
(อาจารย์นิชา วิศรุตวานิชย์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ทศพร เทียนศรี)

หัวข้อภาคนิพนธ์	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา มาคอร์		
	Packaging Design Brown Rice MACAW BRAND.		
หน่วยกิตของจุลนิพนธ์	3 หน่วยกิต		
ผู้จัดทำ	นางสาวศรุตตา	เอี่ยมจิตร	5806400005
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ทศพร	เทียนศรี	
ระดับการศึกษา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต		
สาขาวิชา	แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์		
ปีการศึกษา	2561		

บทคัดย่อ

ตำบลบางไทร อำเภอบางเลนมีการปลูกข้าวเป็นอาชีพ จึงได้เริ่มทำเป็นธุรกิจเสริมของครอบครัว โดยใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ว่า มาคอร์ โดยได้ทำการปลูก ผลิตและจัดจำหน่ายเองทั้งหมด ซึ่งตัวบรรจุภัณฑ์ของข้าวสารทั้ง 6 ชนิดนั้นยังคงใช้รูปแบบทั่วไปตามท้องตลาด ปัญหาของผลิตภัณฑ์คือไม่มีตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ จึงต้องการที่จะพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับข้าวสารตรา มาคอร์

ผู้จัดทำจึงมีแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร ออกแบบตราสัญลักษณ์ และต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีจุดเด่น น่าสนใจ และมีความทันสมัย แตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ที่มีวางขายทั่วไปตามท้องตลาด เกิดพลังของบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่น เข้าใจ ชื่นชอบ และจดจำผลิตภัณฑ์ของเราได้ ทำให้ข้าวสารตรา มาคอร์นั้นเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

ซึ่งผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา มาคอร์ ส่งผลให้ผู้คนรู้จักกับข้าวสารตรา มาคอร์เพิ่มมากขึ้น ช่วยกระตุ้นยอดขายเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวมากยิ่งขึ้น และทำให้ได้เรียนรู้ พัฒนาเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการแสดงอัตลักษณ์ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา มาคอร์ได้อย่างสมบูรณ์

คำสำคัญ : ตราสัญลักษณ์/บรรจุภัณฑ์/เพิ่มมูลค่า

Project Title	Packaging Design for Brown Rice MACAW BRAND.
Project Credits	3 Credits
Candidate	Ms. Saruta lamchit 5806400005
Advisor	Ms. Thossaphorn Tiensri
Program	Bachelor of Science
Field of Study	Animation and Creative Media
Academic year	2018

Abstract

People in Bang Sai district mainly are farmers. Many of them started as a family business. One of the families named their rice products Macaw. The family plants, packs and sells the 6 types of rice packages themselves. Currently, the products still do not have their own logo and packaging. They use a general model package, however the family wants to make it more special and unique. Also, the farmer family wants to develop the packaging to create identity for the brand.

Organizers want to develop and design both the new packaging and logo. Making them look interesting, modernized and eye catching. The organizers created them in a way that the packaging will be different than other products in the market, which will help the Macaw products increase customers and become more recognized.

In the end, this project benefits the Macaw rice brand a lot. For instance, people started to recognize the brand that helped the brand's profit to increase. The project is made according to the creator intention and it is completely successful. Organizer gained new experience and developed designing skills from this project.

Keywords: logo / packaging / value added

Approved by



กิตติกรรมประกาศ

ภาคินพนธ์นี้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิตรายวิชา
โครงการด้านแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข่าวสาร สำหรับนำไปเผยแพร่ใน
สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และเป็นแนวทางให้ผู้สนใจสามารถนำ
องค์ความรู้ที่ได้จากโครงการฉบับนี้ไปสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป

ขอขอบคุณอาจารย์ในสาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ที่ช่วยให้คำแนะนำและคำติชมในการทำ
โครงการชิ้นนี้ ที่ได้ให้คำแนะนำความรู้ต่าง ๆ และวิธีแก้ไขปัญหามาตลอดในระยะเวลาที่ดำเนินงาน
คอยแนะนำแก้ไขชิ้นงานเพื่อแก้ไขปัญหาเพื่อให้ผลงานออกมาสมบูรณ์ และขอขอบคุณบิดาที่คอย
สนับสนุนเรื่องการจัดหาอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายทั้งหมด และสุดท้ายขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในสาขา
แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ ที่คอยช่วยเหลือกันให้การทำงานผ่านไปอย่างดี

ผู้จัดทำ



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	ก
Abstract.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญรูปภาพ.....	ช

บทที่

1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	2
กลุ่มเป้าหมาย.....	2
ขอบเขต.....	2
ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4

2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน.....	5
แนวความคิด.....	5
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	5

3 การออกแบบและพัฒนา

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
การออกแบบและพัฒนา.....	46
4 การออกแบบและพัฒนา	
ผลการปฏิบัติงาน	61
5 สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินงาน.....	74
ปัญหาและอุปสรรค.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	75
บรรณานุกรม.....	76



สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย	8
2.2 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชั้นใน	9
2.3 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด	10
2.4 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก	11
2.5 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง	11
2.6 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว	12
2.7 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว	12
2.8 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น	13
2.9 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง	14
2.10 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง	14
2.11 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง	15
2.12 ภาพตัวอย่างระบบของสี CMYK	16
2.13 ภาพตัวอย่างระบบออฟเซต	17
2.14 ภาพตัวอย่างระบบซิลค์สกรีน	18
2.15 ภาพตัวอย่างระบบการพิมพ์ดิจิตอล	18
2.16 ภาพตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์	20
2.17 ภาพตัวอย่างสื่อกระจายภาพและเสียง	20
2.18 ภาพตัวอย่างสื่ออื่น ๆ	21
2.19 ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Wordmark	23
2.20 ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Letterform	24

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

2.21 ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Pictorial	25
2.22 ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Abstract	26
2.23 ภาพตัวอย่างเครื่องหมายการค้า	28
2.24 ภาพตัวอย่างเครื่องหมายบริการ	28
2.25 ภาพตัวอย่างเครื่องหมายรับรอง	29
2.26 ภาพตัวอย่างเครื่องหมายร่วม	29
2.27 ภาพตัวอย่างการจัดวางตัวอักษร	30
2.28 ภาพตัวอย่างการจัดวางตัวอักษร	31
2.29 ภาพตัวอย่างการย่อ-ขยายตัวอักษร	32
2.30 ภาพตัวอย่างการเลือกใช้สีตัวอักษร	33
2.31 ภาพตัวอย่างการเลือกใช้สีตัวอักษร	34
2.32 ภาพตัวอย่างการจัดการตัวอักษร	35
2.33 ภาพตัวอย่างการเลือกใช้สีตัวอักษร	36
2.34 ภาพตัวอย่างการเลือกใช้สีตัวอักษร	37
2.35 ภาพตัวอย่างการเลือกใช้เอฟเฟคตัวอักษร	38
2.36 ภาพตัวอย่างการเลือกใช้ขนาดตัวอักษร	39
2.37 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ	41
2.38 การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง	43
2.39 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น	45
3.1 สเก็ตโลโก้ แบบที่1	47
3.2 สเก็ตโลโก้ แบบที่2	48

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

3.3 สเก็ตบรรจุภัณฑ์ แบบที่1	49
3.4 สเก็ตบรรจุภัณฑ์ แบบที่2	50
3.5 สเก็ตชั้นวางสินค้า แบบที่1	51
3.6 สเก็ตชั้นวางสินค้า แบบที่2	52
3.7 สเก็ตโลโก้จากการศึกษานกแก้วมาคอร์ด แบบที่1	53
3.8 สเก็ตโลโก้จากการศึกษานกแก้วมาคอร์ด แบบที่2	54
3.9 สเก็ตโลโก้จากการศึกษานกแก้วมาคอร์ด แบบที่3	55
3.10 รูปแบบบรรจุภัณฑ์จากรูปทรงเมล็ดข้าว	55
3.11 ดราฟโลโก้ที่เลือกใช้ลงโปรแกรม illustrator	56
3.12 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ลงโปรแกรม illustrator ครั้งที่ 1	57
3.13 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ลงโปรแกรม illustrator ครั้งที่ 2	58
3.14 ออกแบบชั้นวางสินค้าในโปรแกรม Sketchup	59
3.15 ออกแบบชั้นวางสินค้าในโปรแกรม Sketchup	60
4.1 ดราฟโลโก้ที่เลือกใช้	61
4.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่	62
4.3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว กข 43	63
4.4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมมะลิตราตรี	64
4.5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมมะลิธรรมศาสตร์	65
4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องสามสี	66
4.7 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมตราตรี	67
4.8 รูปแบบชั้นวางสินค้าด้านหน้า	68

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

4.9 รูปแบบชั้นวางสินค้าด้านข้าง	69
4.10 รูปแบบชั้นวางสินค้าด้านหลัง	70
4.11 รูปแบบช่องวางสินค้า	71
4.12 ภาพแผ่นพับด้านนอก	72
4.13 ภาพแผ่นพับด้านใน	73
4.14 ภาพนามบัตร	74



บทที่1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยและของประเทศในแถบตะวันออกเฉียงใต้ มีความสำคัญในการดำรงชีวิต ทั้งทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี เศรษฐกิจ ของคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตำบลบางไทร อำเภอบางเลนมีการปลูกข้าวเป็นอาชีพอย่างเป็นล่ำเป็นสัน จึงได้เริ่มทำเป็นธุรกิจเสริมของครอบครัวโดยใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ว่า มาคอร์ และได้ทำการปลูก ผลิตและจัดจำหน่ายเองทั้งหมด โดยผลิตภัณฑ์จะมีข้าวจำนวน 6 ชนิด ดังนี้ 1.ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 2.ข้าวกล้องหอมมะลิแดง 3.ข้าวกล้องข่อยราตรี 4.ข้าวกล้องสามสี 5.ข้าวกล้องหอมมะลิธรรมศาสตร์ 6.ข้าวข 43

ข้าวกล้อง เป็นข้าวที่ไม่ผ่านการขัดสี จึงยังคงมีสารอาหารต่าง ๆ มากกว่าข้าวขัดขาว หลายคนจึงเชื่อว่าการรับประทานข้าวกล้องเป็นประโยชน์ต่อร่างกายหลายด้าน เช่น ส่งผลดีผู้ที่ต้องการลดความอ้วน ลดความเสี่ยงการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด ป้องกันโรคเบาหวานประเภทที่ 2 รวมถึงลดความเสี่ยงของโรคมะเร็งบางชนิดข้าวกล้องอุดมไปด้วยสารอาหารมีประโยชน์ เช่น คาร์โบไฮเดรต ซึ่งเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญต่อร่างกาย วิตามินบี ซึ่งช่วยนำพลังงานจากอาหารมาใช้ในร่างกายและช่วยสร้างเซลล์เม็ดเลือดแดง รวมถึงไฟเบอร์ ซึ่งช่วยให้ลำไส้ทำงานของลำไส้ ส่งผลดีต่อระบบขับถ่าย และช่วยแก้ปัญหาท้องผูก นอกจากนี้ ข้าวกล้องยังประกอบไปด้วยสารอาหารและแร่ธาตุที่สำคัญต่อร่างกายชนิดอื่น ๆ เช่น แมงกานีส ซีลีเนียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส กรดโฟเลต ไทอามีน ไนอาซิน วิตามินบี 6 เหล็ก และสังกะสี โดยภาพรวมแล้ว ข้าวกล้องมีสารโภชนาการหลายชนิดในปริมาณที่มากกว่าข้าวขัดขาว ดังนั้น ข้าวกล้องจึงกลายเป็นอาหารยอดนิยมในหมู่คนรักสุขภาพ และอาจเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักได้อีกด้วย

ข้าวสารตรา ม้าคอร์ ได้จัดจำหน่ายในท้องตลาดมา 2 ปี โดยเป็นข้าวที่ปลูกโดยวิธีออร์แกนิก และขายในชุมชน จากการพูดคุยปรึกษากันในครอบครัวมีความเห็นว่า ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่นั้นขาดความน่าสนใจและขาดจุดจดจำ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นแล้วว่าสามารถนำทักษะความรู้จากการเรียนมาพัฒนาธุรกิจของครอบครัวได้จึงต้องการทำโครงการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ เพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาดและพัฒนาตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. ต้องการประชาสัมพันธ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ ให้เป็นที่รู้จัก
2. เพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และอัตลักษณ์องค์กรให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์
3. เพื่อพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของข้าวสารตรา ม้าคอร์

กลุ่มเป้าหมาย

- ทุกเพศ ทุกวัย อายุ 30 – 70 ปี ที่อาศัยอยู่ทั้งในชุมชนเมือง ชอบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลสุขภาพ ใส่ใจอาหารการกิน ดูแลรักษาสุขภาพ เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- มีรายได้ 12,000 บาท ขึ้นไป

ขอบเขต

1. ออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) และเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Corporate Identity Design) ของข้าวสารตรา ม้าคอร์
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ ทั้ง 6 ชนิดในขนาดบรรจุต่าง ๆ ดังนี้
 - 2.1 บรรจุภัณฑ์ขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม
 - 2.2 บรรจุภัณฑ์ขนาดบรรจุ 1/2 กิโลกรัม

3. ออกแบบชั้นวางสินค้า
4. ออกแบบแผ่นพับ นามบัตร

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ ผู้จัดทำได้วางแผนการดำเนินงานไว้ดังนี้

เนื่องจากต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของข้าวสารตรา ม้าคอร์ ให้มีจุดน่าสนใจกว่าคู่แข่งทางการตลาด จึงต้องมีการศึกษาข้อมูล และศึกษารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของข้าวสารตามท้องตลาดเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น โดยมีขั้นตอนการทำงานดังนี้

1. ศึกษาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของข้าวสารตามท้องตลาดและจดบันทึก
2. นำข้อมูลที่ศึกษามาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของข้าวสารตรา ม้าคอร์
3. ออกแบบตราสัญลักษณ์ ของข้าวสารตรา ม้าคอร์
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารทั้ง 6 ชนิด ตามขนาดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้
5. ออกแบบชั้นวางสินค้าให้มีขนาดและรูปแบบที่สอดคล้องกับบรรจุภัณฑ์
6. ออกแบบแผ่นพับและนามบัตร

นิยามศัพท์เฉพาะ

บรรจุภัณฑ์ คือ สินค้าทุกชนิดที่ทำจากวัสดุใด ๆ ที่นำมาใช้สำหรับห่อหุ้ม ป้องกัน ลำเลียง จัดส่ง และนำเสนอสินค้า ตั้งแต่วัตถุดิบถึงสินค้าที่ผ่านการผลิต ตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภค

ข้าวกล้อง คือ ข้าวที่มีสีน้ำตาลอ่อน เป็นข้าวที่ขัดสีเอาเปลือกออกเพียงครั้งเดียว ทำให้ยังคงมีจมูกข้าวและเยื่อหุ้มเมล็ดข้าว (รำข้าว) หลงเหลืออยู่ ซึ่งทั้งสองส่วนนี้มีคุณค่าทางอาหารอันมีประโยชน์มาก โดยข้าวกล้องจะมีสารอาหารต่าง ๆ ที่มากกว่าข้าวขาวขัดสีอยู่พอสมควร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้าวสารตรา ม้าคอร์ เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น
2. ทำให้ผู้บริโภค เชื่อมั่น เข้าใจ ชื่นชอบ และจดจำผลิตภัณฑ์ของเราได้
3. บรรจุภัณฑ์ของข้าวสารตรา ม้าคอร์ สามารถสร้างจุดสนใจเมื่อวางขาย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน

การปลูกข้าวสารตรา ม้าคอร์ ที่ตำบลบางไทร อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เพื่อวางจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม โดยใช้วิธีปลูกข้าวแบบอแกนิกและวางขายในชุมชนตลาดน้ำลำพญา โดยมีระยะเวลาการปลูกข้าวจัดจำหน่ายในท้องตลาดมา 2 ปี

แนวความคิด

เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการใช้โปรแกรม ในการออกแบบ โดยจะทำให้มีขนาดของบรรจุภัณฑ์ 2 ขนาดคือ 500 กรัม 1 กิโลกรัม และขึ้นวางสินค้า แผ่นพับและนามบัตรเพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริโภค

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ ต้องมีการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการดำเนินโครงการและพัฒนาโครงการ นำมาประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์ในการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลข้าวกล้องแต่ละชนิด
2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวบรรจุภัณฑ์
3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสีกับการออกแบบ
4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณา
5. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์

6. ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
 7. ศึกษาเครื่องหมายการค้า อย. ตรารับรอง
 8. ศึกษาหลักการใช้พอนด์
1. ศึกษาข้อมูลข้าวกล้องแต่ละชนิด
 - 1.1 ความเป็นมาของข้าวกล้อง

ข้าวกล้อง เป็นข้าวที่ไม่ผ่านการขัดสี จึงยังคงมีสารอาหารต่าง ๆ มากกว่าข้าวขัดขาว หลายคนจึงเชื่อว่าการรับประทานข้าวกล้องเป็นประโยชน์ต่อร่างกายหลายด้าน เช่น ส่งผลดีผู้ที่ต้องการลดความอ้วน ลดความเสี่ยงการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด ป้องกันโรคเบาหวานประเภทที่ 2 รวมถึงลดความเสี่ยงของโรคมะเร็งบางชนิด

ข้าวกล้องอุดมไปด้วยสารอาหารมีประโยชน์ เช่น คาร์โบไฮเดรต ซึ่งเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญต่อร่างกาย วิตามินบี ซึ่งช่วยนำพลังงานจากอาหารมาใช้ในร่างกายและช่วยสร้างเซลล์เม็ดเลือดแดง รวมถึงไฟเบอร์ ซึ่งช่วยทำให้ท้องอิ่มท้อง กระตุ้นการทำงานของลำไส้ ส่งผลดีต่อระบบขับถ่าย และช่วยแก้ปัญหาท้องผูก

นอกจากนี้ ข้าวกล้องยังประกอบไปด้วยสารอาหารและแร่ธาตุที่สำคัญต่อร่างกายชนิดอื่น ๆ เช่น แมงกานีส ซิลิเนียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส กรดโฟเลต ไทอามีน ในอาซีน วิตามินบี 6 เหล็ก และสังกะสี โดยภาพรวมแล้ว ข้าวกล้องมีสารโภชนาการหลายชนิดในปริมาณที่มากกว่าข้าวขัดขาว ดังนั้น ข้าวกล้องจึงกลายเป็นอาหารยอดนิยมในหมู่คนรักสุขภาพ และอาจเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ที่ต้องการลดน้ำหนักได้อีกด้วย ส่วนค่ากล่าวอ้างถึงคุณประโยชน์ต่อสุขภาพด้านต่าง ๆ ของข้าวกล้องนั้น เป็นจริงเท็จมากน้อยเพียงใด มีการศึกษาและหลักฐานทางการแพทย์บางส่วนได้พิสูจน์ประโยชน์ในแง่ต่าง ๆ เกี่ยวกับข้าวกล้องไว้ ดังนี้

1.1.1 ข้าวกล้องลดความอ้วน ลดความเสี่ยงโรคหัวใจและหลอดเลือด

โรคอ้วนเป็นปัจจัยเสี่ยงหนึ่งของการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือดจากการสะสมของไขมันบริเวณผนังหลอดเลือดหัวใจ โดยทั่วไปสามารถลดความอ้วนได้ด้วยการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอควบคู่กับการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ในปริมาณที่เหมาะสม ซึ่งหลายคนเชื่อว่าไฟเบอร์ที่พบใน

ข้าวกล้องจะส่งผลดีต่อผู้ป่วยโรคอ้วนและช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือดได้ด้วย จากการศึกษาผลการรับประทานข้าวกล้องของผู้ที่มีน้ำหนักเกินและผู้ป่วยโรคอ้วน โดยให้ผู้ทดลองรับประทานข้าวกล้องวันละ 150 กรัม เทียบกับการรับประทานข้าวขัดขาวเป็นเวลา 6 สัปดาห์ พบว่ากลุ่มที่รับประทานข้าวกล้องมีน้ำหนักตัว รอบเอวและสะโพก ค่าดัชนีมวลกาย ค่าความดันโลหิตตัวล่าง และค่าอัตราการอักเสบลดลงอย่างมีนัยสำคัญ จึงคาดว่ารับประทานข้าวกล้องอาจช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด รวมถึงอาจช่วยลดการอักเสบได้ นอกจากนี้ การรับประทานข้าวกล้องยังอาจช่วยปรับปรุงการทำงานของเอนไซม์ที่มีหน้าที่ต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งส่งผลดีต่อการควบคุมน้ำหนักตัว และอาจใช้ข้าวกล้องเป็นส่วนหนึ่งของโภชนาบำบัดสำหรับผู้ป่วยโรคอ้วนได้เช่นกัน

1.1.2 ข้าวกล้องลดความเสี่ยงโรคเบาหวานประเภทที่ 2

การป้องกันโรคเบาหวานประเภทที่ 2 อาจทำได้ด้วยการควบคุมน้ำหนักตัว ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ซึ่งหลายคนให้ความสนใจและเชื่อว่าการรับประทานข้าวกล้องนั้นมีประโยชน์ต่อผู้ป่วยโรคเบาหวาน จากการศึกษาและติดตามพฤติกรรมการรับประทานอาหารโดยให้อาสาสมัครที่ไม่ป่วยเป็นโรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด หรือโรคเมตาบอลิซึม รับประทานข้าวกล้องวันละ 50 กรัม เปรียบเทียบกับการรับประทานข้าวขาว และอาหารชนิดอื่น ๆ พบว่ายิ่งรับประทานข้าวขัดขาวในปริมาณมากก็ยิ่งเสี่ยงต่อการเกิดโรคเบาหวานประเภทที่ 2 มากขึ้น ในทางกลับกัน การรับประทานข้าวกล้องในปริมาณมากกลับช่วยให้เสี่ยงเผชิญโรคเบาหวานประเภทที่ 2 ได้น้อยลง โดยทางผู้วิจัยคาดว่ารับประทานข้าวกล้องวันละ 50 กรัม อาจช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคเบาหวานประเภทที่ 2 ได้ถึง 16 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับการรับประทานข้าวขัดขาวในปริมาณที่เท่ากัน นอกจากนี้ การรับประทานธัญพืชที่ไม่ผ่านการขัดสีก็อาจช่วยลดความเสี่ยงและช่วยป้องกันโรคเบาหวานประเภทที่ 2 ได้ดีกว่าการรับประทานข้าวขัดขาวอีกด้วย(นิดดา หงส์วิวัฒน์, 2552, หน้า 10-20)

2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับตัวบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายวิธีตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. แบ่งตามวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่ายสินค้า
2. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้
3. แบ่งตามความคงรูป
4. แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

2.1 ประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งตามวิธีบรรจุและวิธีการขนถ่าย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท

2.1.1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่า เช่น การกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือและอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรง



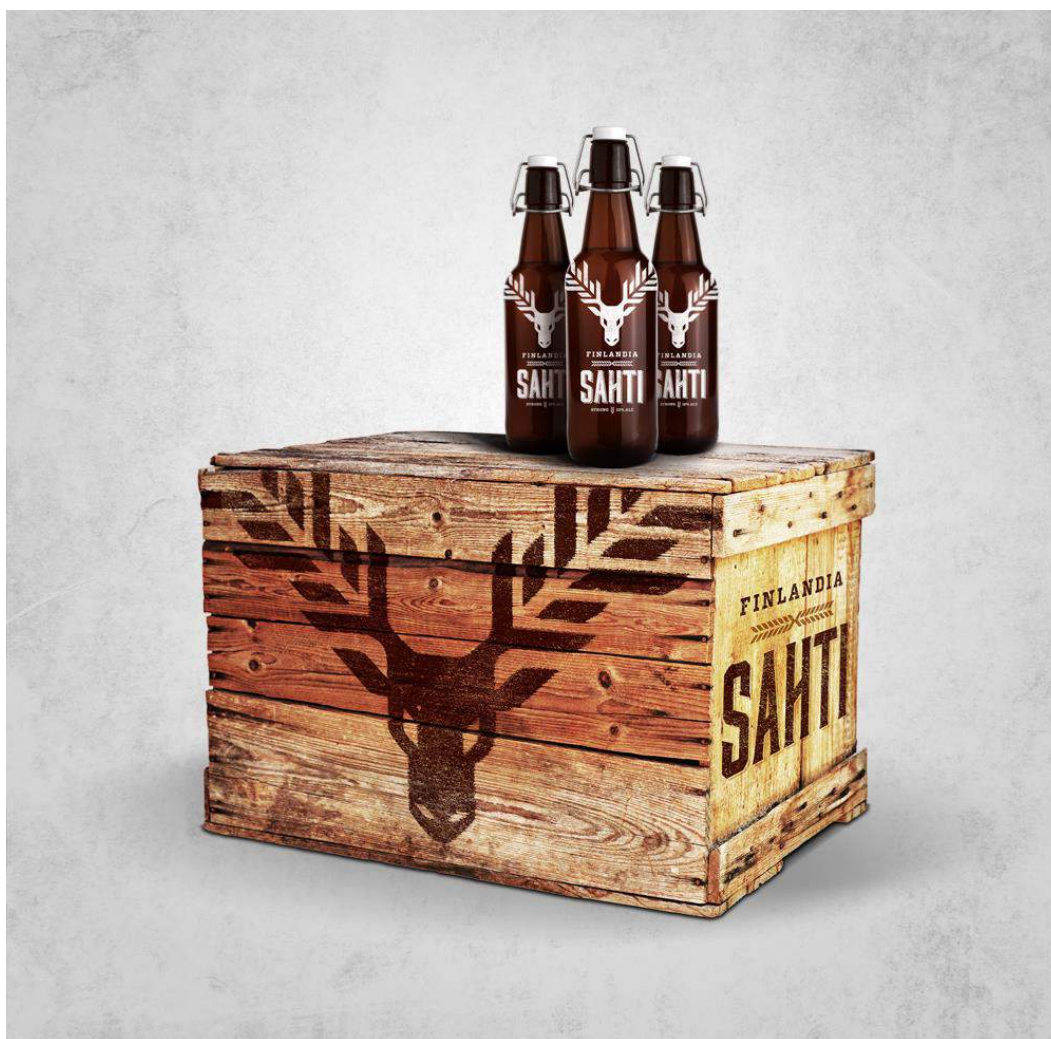
ภาพที่ 2.1 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย

2.1.2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2 – 24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรก คือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากน้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่มจำนวน 1 โหล สบู่ 1 โหล เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชั้นใน

2.1.3. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ภายใน ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า เลขที่ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด

2.2. การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้

2.2.1. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้



ภาพที่ 2.4 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก

2.2.2. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกัน ให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษา และการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุสินค้า กล่องละ 3 โหล



ภาพที่ 2.5 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

2.3 การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป

2.3.1. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว ได้แก่ เครื่องแก้ว เซรามิกส์ พลาสติกจำพวก ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกฉีด เครื่องปั้นดินเผา ไม้ และโลหะ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน เอื้ออำนวยต่อการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี



ภาพที่ 2.6 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว

2.2.2. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบาง คุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง



ภาพที่ 2.7 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว

2.2.3. บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมสูงมากเนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลาสั้น) น้ำหนักน้อย มีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย



ภาพที่ 2.8 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น

2.4 แบ่งตามวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้

การจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทฤษฎีของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด จะแตกต่างกันออกไป บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ ที่คล้ายกันคือ เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

2.5 ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์

2.5.1. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง (Primary packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มตัวสินค้า เพื่อป้องกันรักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย หรือเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน ตัวอย่างเช่น หลอดยาสีฟัน ขวดแชมพู



ภาพที่ 2.9 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง

2.5.2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Secondary packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ช่วยในการขายสินค้าโดยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ตัวอย่าง เช่น กล่องยาสีฟัน กล่องใส่ขวดBeer



ภาพที่ 2.10 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง

2.5.3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการเก็บรักษาและขนส่งสินค้า ตัวอย่างเช่น ลัง ตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.11 ภาพตัวอย่างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

2.6 หน้าที่และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

2.6.1. การทำหน้าที่บรรจุใส่สินค้า เช่น ใส่ห่อสินค้า ด้วยการขัดมัดมัดหรือมัด

2.6.2. การทำหน้าที่คุ้มครองป้องกันตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ให้สินค้าเสียรูปแตกหักไหลซึม

2.6.3. ทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น ป้องกันอากาศซึมผ่าน ป้องกันแสง ป้องกันความชื้น เป็นต้น

2.6.4. ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลรายละเอียดของสินค้า เช่นเครื่องหมายการค้า ข้อมูลส่วนผสม แหล่งผลิต เป็นต้น

2.6.5. ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้น เนื่องจากความสวยงามของบรรจุภัณฑ์จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า

3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสีกับการออกแบบ

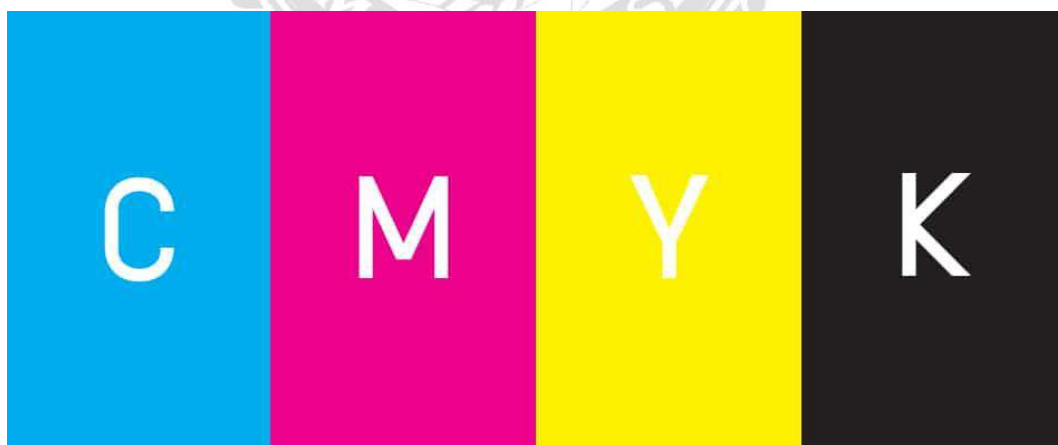
3.1 ความสำคัญของสี

สี คือลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็นสี ในทางศิลปะ สีคือ ทศนาตุอย่างหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานศิลปะและใช้ในการสร้างงานศิลปะในทางวิทยาศาสตร์ให้คำจำกัดความของสีว่าเป็นคลื่นแสงหรือความเข้มของแสงที่สายตาสถาสามารถมองเห็นโดยจะทำให้ผลงานมีความสวยงามช่วยสร้างบรรยากาศ มีความสมจริง เด่นชัดและน่าสนใจมากขึ้น (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2557, หน้า 25-40)

3.2 ระบบของสี CMYK

เป็นสีที่ใช้กับเครื่องพิมพ์ CMYK ย่อมาจาก Cyan (ฟ้า) Magenta (แดงอมม่วง) Yellow (เหลือง) Key (ดำ) ระบบสี CMYK นั้นเหมาะสำหรับงานพิมพ์ เช่น หนังสือ โปสเตอร์ แผ่นพับ หรืองานไวนิลทั่วไป งานที่อย่างที่ต้องพิมพ์ออกมาจะใช้ระบบสีเป็น CMYK

CMYK เป็นการพิมพ์โดยการนำสีทั้ง 4 สี มารวมกันแล้วเกินภาพต้นฉบับที่เราต้องการ ระบบการพิมพ์ 4 สีเป็นระบบที่นิยมใช้กันมากโดยทั่วไป ทั้ง งานโปสเตอร์ แผ่นพับ หรืองานไวนิล แต่งานหนังสือ บางครั้งก็จะพิมพ์ 4 สี แค่ปกหนังสือเนื้อในนั้น จะพิมพ์เพียงแค่สีดำ หรือ พิมพ์ 2 สีเป็นอีก 1 สีที่ผสมระหว่าง K+กับอีก 1 สี (CMY)



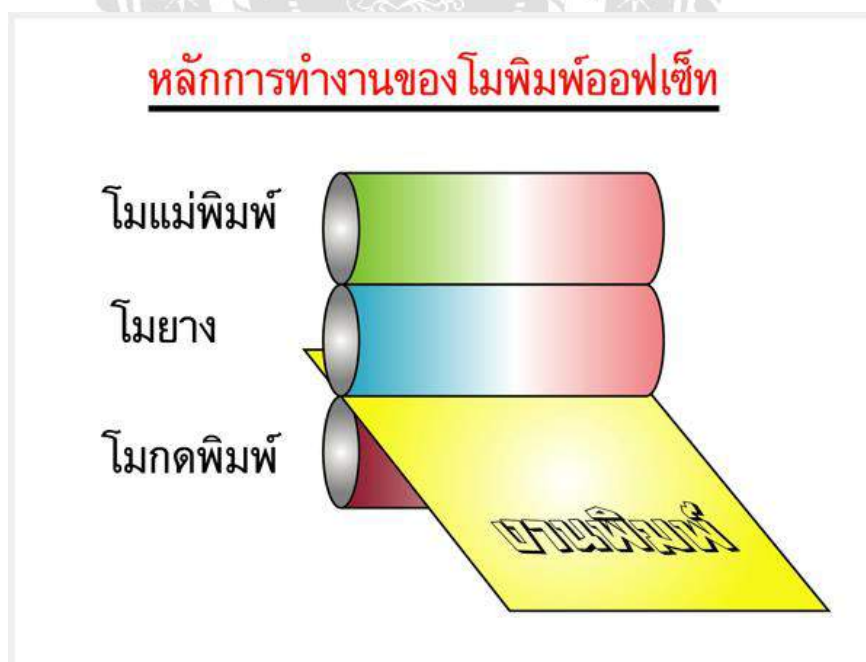
ภาพที่ 2.12 ภาพตัวอย่างระบบของสี CMYK

3.3 จิตวิทยาในการใช้สี

แม้ว่าจะมีทฤษฎี เกี่ยวกับสีอย่างมากมายแตกต่างกันไป ตามลักษณะของการนำไปใช้งานแต่ลักษณะเฉพาะ หรือคุณค่าเฉพาะของสี แต่ละสี ย่อมจะเป็นตัวแทน ของอารมณ์ต่าง ๆ ในวัตถุที่มีสีปรากฏขึ้นในตัวเมื่อสายตา ได้สัมผัสวัตถุได้เห็นความแตกต่าง หลากหลายของสีย่อมเกิดความรู้สึกต่าง ๆ ขึ้น เช่น ตื่นเต้น หนาวเย็น อบอุ่น อ่อนหวาน นอกจากสีที่เกิดขึ้นแล้วสียังเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงนามธรรม บางประการอีกด้วย เช่น ความสงบสุข ความสันติ การเคลื่อนไหว อันตราย การมีความรู้ในเรื่องสีของนักออกแบบจึงเป็นส่วนสำคัญ ที่ทำให้เอกสารเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี

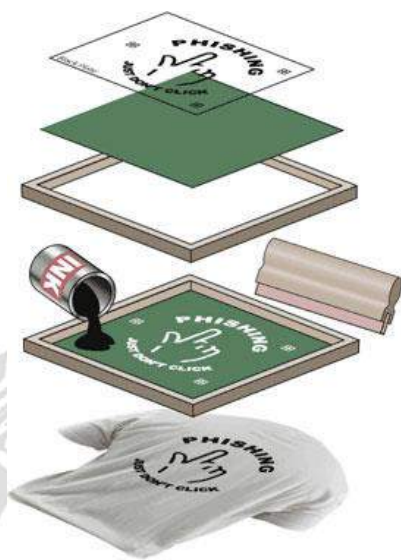
3.4 เทคนิคการพิมพ์

3.4.1. ระบบออฟเซต เป็นระบบที่นิยมใช้กันมากที่สุด สมุดหนังสือ ใบปลิว โปสเตอร์ ใบเสร็จ ล้วนแต่พิมพ์ ด้วยระบบนี้ทั้งนั้น เพราะพิมพ์ได้สวยงาม พิมพ์ภาพได้ดี พิมพ์สีก็สวย เหมาะสำหรับงานที่ยอดพิมพ์สูง ๆ ควรจะหลายพันหรือเป็น หมื่นขึ้นไปจึงจะคุ้ม เพราะแม้พิมพ์มีราคาแพง พิมพ์สีใบก็ได้ แต่ราคาต่อใบจะสูงมาก



ภาพที่ 2.13 ภาพตัวอย่างระบบออฟเซต

3.4.2. ระบบซิลค์สกรีน การพิมพ์ซิลค์สกรีนพิมพ์ภาพได้ไม่ค่อนข้างดี เหมาะกับงานลายเส้น งานที่มียอดพิมพ์น้อย งานพิมพ์บนวัสดุที่พิมพ์ยาก เช่น สติกเกอร์ ไม้ แก้ว หนัง ผ้าและแผ่นซีดี นิยมใช้พิมพ์นามบัตรด้วย เพราะนามบัตรยอดพิมพ์น้อย



ภาพที่ 2.14 ภาพตัวอย่างระบบซิลค์สกรีน

3.4.3. การพิมพ์ดิจิตอล การพิมพ์แบบดิจิตอลเป็นเครื่องพิมพ์ที่ได้พัฒนาให้มีความคมชัดและให้ความแม่นยำไม่ว่าจะเป็นเครื่องปริ้นเตอร์ใช้ทั่ว ๆ ไปหรือเป็นเครื่องดิจิตอลขนาดใหญ่ แต่ต้นทุนต่อแผ่น จะสูงแต่เหมาะกับงานพิมพ์ไม่กี่ใบ และสามารถสั่งพิมพ์ได้ง่าย อนาคตมีแนวโน้มในการพัฒนาเทคโนโลยีให้สูงขึ้นและราคาถูกลง (สมภาพ จงจิตต์โพธา, 2560, หน้า 4-10)



ภาพที่ 2.15 ภาพตัวอย่างระบบการพิมพ์ดิจิตอล

4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณา

4.1 ความหมายของการโฆษณา

หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวให้ลูกค้าหรือบุคคลกลุ่มเป้าหมายรู้สึกคล้อยตามเนื้อหา เห็นถึงประโยชน์ของข้อมูลที่น่าเสนอหรือนำไปปฏิบัติตามแนวคิดต่าง ๆ โดยผู้โฆษณาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสื่อโฆษณานั้น ๆ

4.2 ความสำคัญของการโฆษณา

การโฆษณาในปัจจุบันมีหลายจุดประสงค์ เช่น เน้นจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อปลูกฝังหรือสร้างจิตสำนึกให้ถือปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน ความสำคัญของสื่อโฆษณาจึงมีฐานะเป็นสื่อสนับสนุนให้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการนำเสนอมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนี้

- 4.2.1 สร้างความเข้าใจในคุณสมบัติของสินค้าและบริการ หรือประชาสัมพันธ์ผลงานให้สาธารณชนได้รับรู้ในวงกว้าง
- 4.2.2 สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการ หรือต้องการนำไปทดลองและปฏิบัติตาม
- 4.2.3 สร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจในตัวสินค้าและบริหาร หรือมั่นใจภูมิใจในองค์กร
- 4.2.4 เป็นการตอกย้ำความทรงจำของผู้บริโภคหรือบุคคลกลุ่มเป้าหมาย
- 4.2.5 สร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ หรือนำไปเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต

4.3 ประเภทของสื่อโฆษณา

สื่อโฆษณาที่นิยมใช้โดยทั่วไปแบ่งออกเป็นหลายประเภทเพื่อให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการนำเสนอ นักโฆษณาได้แบ่งสื่อโฆษณาออกเป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

4.1.1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media advertising) ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือการใช้สินค้า สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง สื่อทางไปรษณีย์ และอื่น ๆ



ภาพที่ 2.16 ภาพตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์

4.2.2. สื่อกระจายภาพและเสียง (Broadcast media advertising) เป็นการโฆษณาโดยใช้เสียง ภาพ หรือตัวอักษร ได้แก่ เสียงตามสาย วิทยุ โทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 2.17 ภาพตัวอย่างสื่อกระจายภาพและเสียง

4.3.3. สื่ออื่น ๆ (other media advertising) เป็นสื่ออื่นนอกเหนือจากสื่อที่กล่าวมาแล้ว เช่น สื่อที่ใช้โฆษณา ณ จุดขาย สื่อโฆษณานอกสถานที่ประเภทป้ายโฆษณาที่ติดรถโดยสารประจำทางหรือรถแท็กซี่ ป้ายราคาสินค้า ธงราว แผ่นป้ายต่าง ๆ ที่ติดตั้งไว้ตามอาคารสูง ๆ หรือตามสี่แยก ป้ายโฆษณาที่ป้ายรถประจำทาง หรือติดไว้ ณ ที่พักผู้โดยสาร ป้ายโฆษณารอบ ๆ สนามกีฬาเมื่อมีการแข่งขันกีฬานัดสำคัญ (รัตนสุตา ปุณณะหิตานนท์, 2561, หน้า 20-37)



ภาพที่ 2.18 ภาพตัวอย่างสื่ออื่น ๆ

5. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์

5.1 ความสำคัญของการออกแบบโลโก้

ปัจจุบันการออกแบบโลโก้ควรใช้เวลาคิด วิเคราะห์ข้อมูลหลาย ๆ อย่าง เพื่อให้โลโก้ที่ออกแบบมานั้นตอบโจทย์กับบริษัท สินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ต้องการออกไปสู่คนภายนอกได้อย่างถูกต้องตามที่คาดหวังไว้ ดังนั้นความสำคัญของการออกแบบโลโก้ มีดังนี้คือ

5.1.1. การออกแบบโลโก้ ช่วยในการนำเสนอด้วยสัญลักษณ์หรือรูปภาพกราฟิกง่ายเป็นสัญลักษณ์ของบริษัท องค์กร หรือห้างร้าน แต่สิ่งสำคัญคือต้องมีอำนาจในการดึงดูด และแสดง

ภาพลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ของผู้ชาย โลโก้ควรจะสื่อถึงความเข้มแข็ง มาดมัน หรือสมารถ

5.1.2. การออกแบบโลโก้ที่ดี จะช่วยให้ผู้คนหรือลูกค้าเป้าหมายสามารถจดจำได้ทันทีที่เห็น สามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างความซื่อสัตย์ต่อแบรนด์ การยอมรับและความชื่นชม โลโก้ที่ดีจึงเป็นพื้นฐานของแนวความคิดหรือคุณค่าของบริษัทที่สมบูรณ์แบบ

5.1.3. การออกแบบโลโก้ สิ่งสำคัญที่สุดคือ การสร้างความประทับใจให้กับผู้มอง ซึ่งจะต้องมีความหมายและจำได้ง่ายเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถจะเข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าได้ จะต้องมีความเอกลักษณ์และไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเวลา นอกจากนี้มันจะต้องมีความยืดหยุ่นในเรื่องของขนาดเพราะมันจะต้องถูกนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ เช่นป้ายประกาศ บิลบอร์ดขนาดใหญ่ หนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญก็คือมีความคมชัด มองเห็นได้ง่าย

5.1.4. การออกแบบโลโก้ เป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน เหมือนการกำหนดตัวตนของธุรกิจ นอกจากนี้ต้องเหมาะสมหรือตรงกับความชอบและค่านิยมของลูกค้า เป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าของบริษัทที่จะต้องทำความเข้าใจอย่างระมัดระวัง มีความชัดเจนและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

5.1.5. การออกแบบโลโก้และการสร้างแบรนด์ เป็นองค์ประกอบที่ผสมผสานกันระหว่างปัจจัยสองอย่างคือ คุณภาพและการพบเห็น และในโลกโลกาภิวัตน์นี้เป็นการบ่งบอกความชาญฉลาดของบริษัทที่จะสามารถเอาตัวรอดไปได้ตลอดจากเงื่อนไขของเวลาและการแข่งขัน

5.2 ประโยชน์ของการสร้างเอกลักษณ์แบรนด์

5.2.1. ด้านจิตวิทยา คือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าและยอมรับในตัวสินค้าและที่สำคัญคือความต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจ

5.2.2. ด้านพฤติกรรม คือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของเอกลักษณ์ขององค์กร

5.2.3. ด้านภาพพจน์ คือ ต้องการให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อผู้ผลิต และจดจำผลิตภัณฑ์ได้

5.3 ประเภทและการใช้งานโลโก้

5.3.1. Wordmark เป็นโลโก้ที่ออกแบบโดยการนำตัวอักษรหลายตัวมาจัดเรียงเข้าด้วยกัน หรือที่ เรียกว่า Logotype บริษัทที่ใช้โลโก้ลักษณะนี้ เช่น eBay IBM CNN Google และ Kleenex เป็นต้น



ภาพที่ 2.19. ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Wordmark

5.3.2. Letterform โลโก้ลักษณะนี้สร้างจากการประดิษฐ์ตัวอักษรตัวเดียวให้มีลักษณะพิเศษจนจดจำ เช่น Honda Uber Unilever McDonald's เป็นต้น



ภาพที่ 2.20. ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Letterform

5.3.3. Pictorial เป็นโลโก้ที่มีลักษณะเป็นรูปเชิงสัญลักษณ์ที่เราสามารถเห็นแล้วจดจำได้ง่าย เช่น Starbucks, Twitter หรือ Playboy โลโก้ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแต่มีลักษณะเป็นรูปสัญลักษณ์ทั้งสิ้น



ภาพที่ 2.21. ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Pictorial

5.3.4. Abstract ตัวโลโก้ไม่ได้สื่อถึงสิ่งใด แต่สามารถจดจำได้ง่าย ดูแล้วเหมือนกับภาพศิลปะแบบนามธรรม (กฤษทลี รื่นรมย์, 2560, หน้า 35-50)



ภาพที่ 2.22. ภาพตัวอย่างโลโก้แบบ Abstract

6. ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด นั้นเป็นเครื่องมือที่เหล่านักการตลาดมักนำไปใช้เพื่อวิเคราะห์สิ่งต่างเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ซึ่งหากเราแยกธุรกิจผลิตและธุรกิจบริการออกจากกัน จะมีตัวแปรด้วยกันอยู่หลายตัว ซึ่งแทนด้วยตัวอักษร “P” ในธุรกิจบริการจะใช้หลักทางการตลาดชนิด 4P + 3P ซึ่งได้แก่

6.1 Products หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ โดยเราอาจจะแบ่งตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็น 2 ชนิดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้กับผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้นั่นเอง

6.2 Price หรือราคา ในการกำหนดราคาให้เหมาะสมนั้นก็เป็อีกตัวแปรหนึ่งที่สำคัญเพราะหากเราใช้ กลยุทธ์ในการกำหนดราคาผิดพลาดจะส่งผลไปยัง Demand ของลูกค้าได้นั่นเอง

6.3 Promotion โปรโมชั่นเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อจากลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยการที่เราจะสร้างโปรโมชั่นใด ๆ ออกมาควรคำนึงถึงผลที่จะตามมาและค่าใช้จ่ายที่เสียไปนั้นคุ้มค่าหรือไม่ด้วย

6.4 Place ปัจจัยด้านสถานที่นั้นก็เป็นปัจจัยที่สำคัญไม่ใช่น้อยเพราะหากเราเลือกทำเล ไม่ดีจะส่งผลให้ธุรกิจเราไม่สามารถขายได้ ดังที่ตำราฮวงจุ้ยที่บอกไว้ว่า “ทำเลดี มีชัยไปกว่าครึ่ง” หากเราสามารถเลือกทำเลได้เหมาะสมกับธุรกิจจะลูกค้าได้ถูกที่ก็จะทำให้ ธุรกิจเราดำเนินไปได้อย่างคล่องตัว ในธุรกิจบริการจะมีการเพิ่มอีก 3 ปัจจัยในการให้บริการคือ

6.5 People ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานจะต้องมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติบริการให้กับลูกค้าได้อย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งต้องสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้

6.6 Physical Evident เป็นลักษณะการสร้างคุณภาพให้กับบริการให้มีภาพลักษณ์ที่ส่งผลทางบวกให้กับบริการ หรืออาจรวมไปถึงการปรับปรุงด้านกายภาพต่าง ๆ ให้ดีขึ้นอีกด้วย

6.7 Process ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ ที่ช่วยในการจัดการ โดยจำเป็นต้องมีระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจน รวดเร็วตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นฤกฤต วันตะเมธ, 2561, 40-55)

7. เครื่องหมายการค้า อัย ตรารับรอง

เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์หรือตราที่ใช้กับสินค้าหรือบริการซึ่งเครื่องหมายที่ให้ความคุ้มครองตาม พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2543 มี 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

8.1 เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) คือเครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นเช่น บรีส มาม่า กระทิงแดง เป็นต้น



ภาพที่ 2.23. ภาพตัวอย่างเครื่องหมายการค้า

8.2 เครื่องหมายบริการ (Service Mark) คือ เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมาย บริการของบุคคลอื่น เช่น เครื่องหมายของสายการบิน ธนาคาร โรงแรม เป็นต้น



ภาพที่ 2.24. ภาพตัวอย่างเครื่องหมายบริการ

8.3 เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark) คือ เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้เป็นที่ยืนยันหรือเกี่ยวข้องกับ สินค้าและบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้า หรือบริการนั้น เช่น เซลล์ชวนชิม แม่ช้อยนางรำ ฮาลาล (Halal) เป็นต้น



ภาพที่ 2.25. ภาพตัวอย่างเครื่องหมายรับรอง

8.4 เครื่องหมายร่วม (Collective Mark) คือ เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้โดยบริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกันหรือโดยสมาชิกของสมาคม กลุ่มบุคคลหรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน เช่น ตราช้างของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด เป็นต้น (ยูนิสส์รชญา ยกชีว, 2561, หน้า 62-70)



ภาพที่ 2.26. ภาพตัวอย่างเครื่องหมายร่วม

8. ศึกษาหลักการใช้ฟอนต์

การออกแบบที่ดีนั้นไม่ใช่เพียงแค่การเลือกสีและการจัดองค์ประกอบภาพเท่านั้น การวางตัวอักษรให้สวยงามและอ่านง่ายเป็นอีกปัจจัยที่จะทำให้งานออกแบบออกมาสวยงาม ดังนั้นถ้าต้องการที่จะได้ออกแบบงานของคุณให้สวยต้องเรียนรู้กฎการจัดวางตัวอักษร ดังนี้

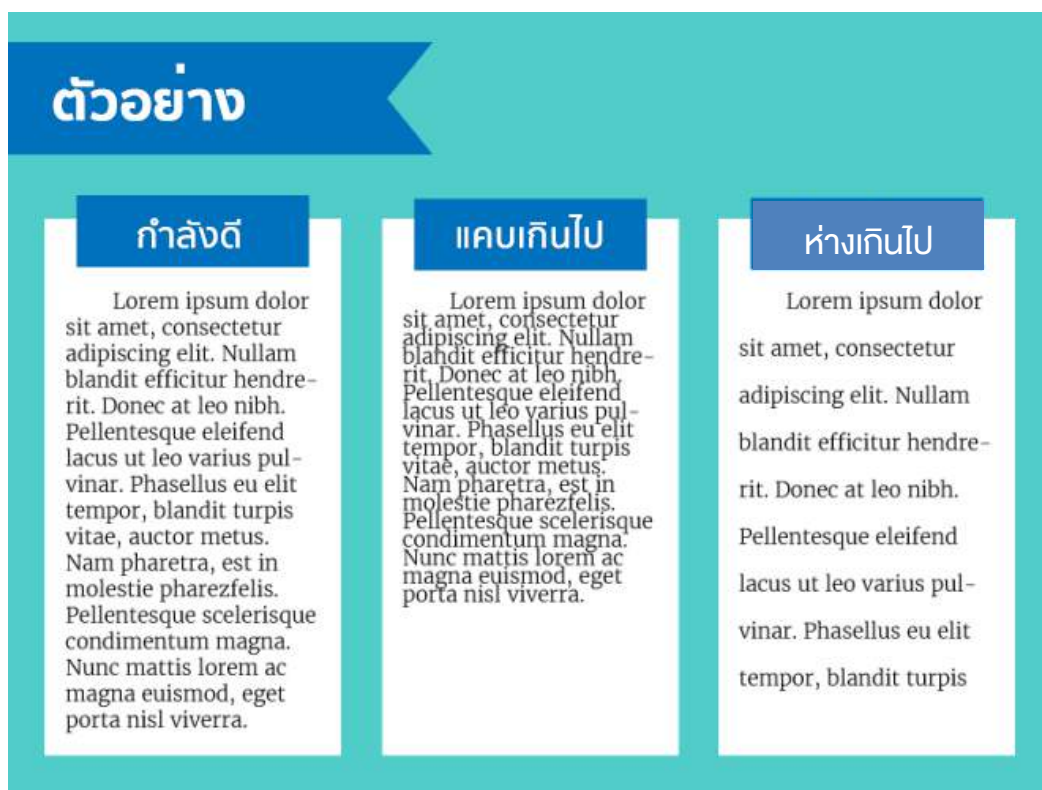
1. ให้พื้นที่ตัวอักษรกับตัวอักษรจะทำให้คนอ่านไม่รู้สึกรัดตัวหรืออึดอัดเกินไป



ภาพที่ 2.27. ภาพตัวอย่างการจัดวางตัวอักษร

2. เว้นบรรทัดให้พอเหมาะ

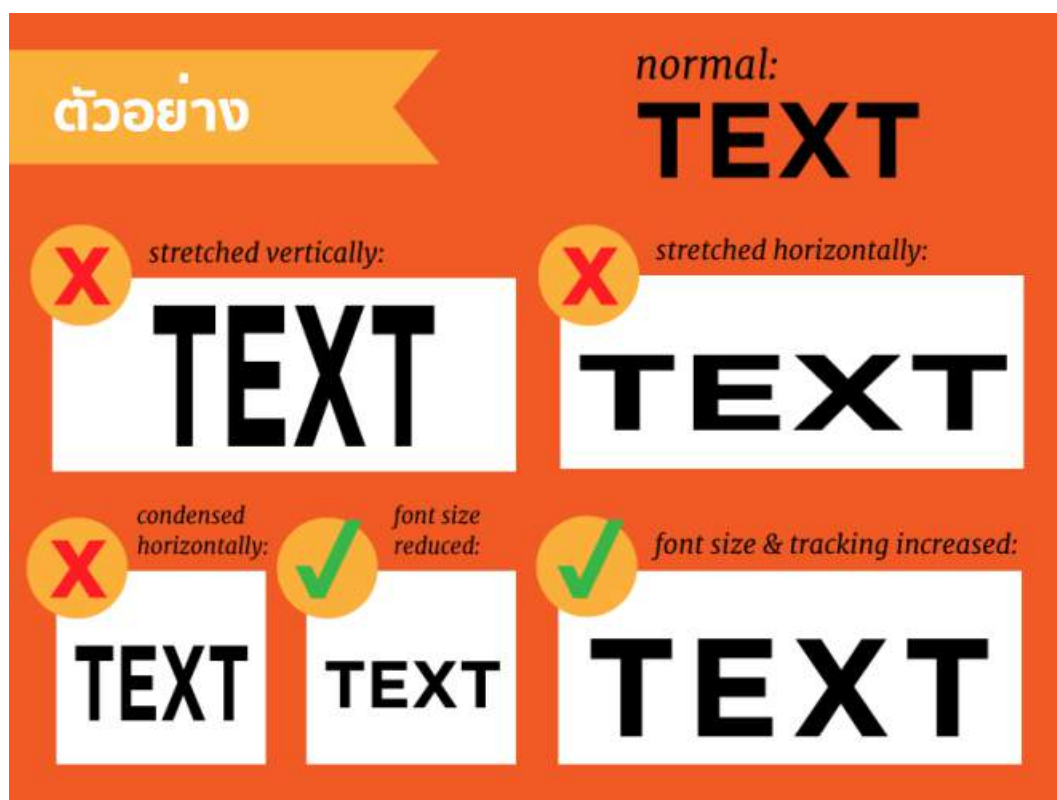
การเว้นบรรทัดให้พอเหมาะพอดี การเว้นระยะห่างระหว่างบรรทัดมีผลต่อการอ่านเพราะถ้าเว้นระยะบรรทัดมากเกินไปคนอ่านจะต้องกวาดสายตาให้มากขึ้น และจะเป็นที่มาของอาการปวดตา



ภาพที่ 2.28. ภาพตัวอย่างการจัดวางตัวอักษร

3. ย่อย่อจนเพี้ยน

อีกหนึ่งผิดพลาดที่ไม่สามารถให้อภัยได้ คือการที่ย่อหรือเพิ่มขนาดตัวอักษร แต่ย่อแบบไม่ดูสเกลของตัวอักษร ย่อจนตัวอักษรบิดเบี้ยวจนหมดรูป เวลาย่อทุกครั้งต้องกด Shift ไปด้วยทุกครั้ง



ภาพที่ 2.29 ภาพตัวอย่างการย่อ-ขยายตัวอักษร

4. ทำสีเส้นให้ดึงดูด

ถ้าอยากให้คนสนใจในงาน จะต้องออกแบบและจัดวางตัวอักษรให้สามารถอ่านได้ง่าย และหลักการง่าย ๆ ที่จะมาช่วยให้งานมีพลังดึงดูดมากขึ้นก็คือการเลือกสีเส้นให้คนอ่านสามารถอ่านได้ง่าย เลือกสีให้ตัดกัน จะสามารถทำให้อ่านได้ง่ายมากขึ้น



ภาพที่ 2.30. ภาพตัวอย่างการเลือกใช้สีตัวอักษร

5. การเลือกฟอนต์

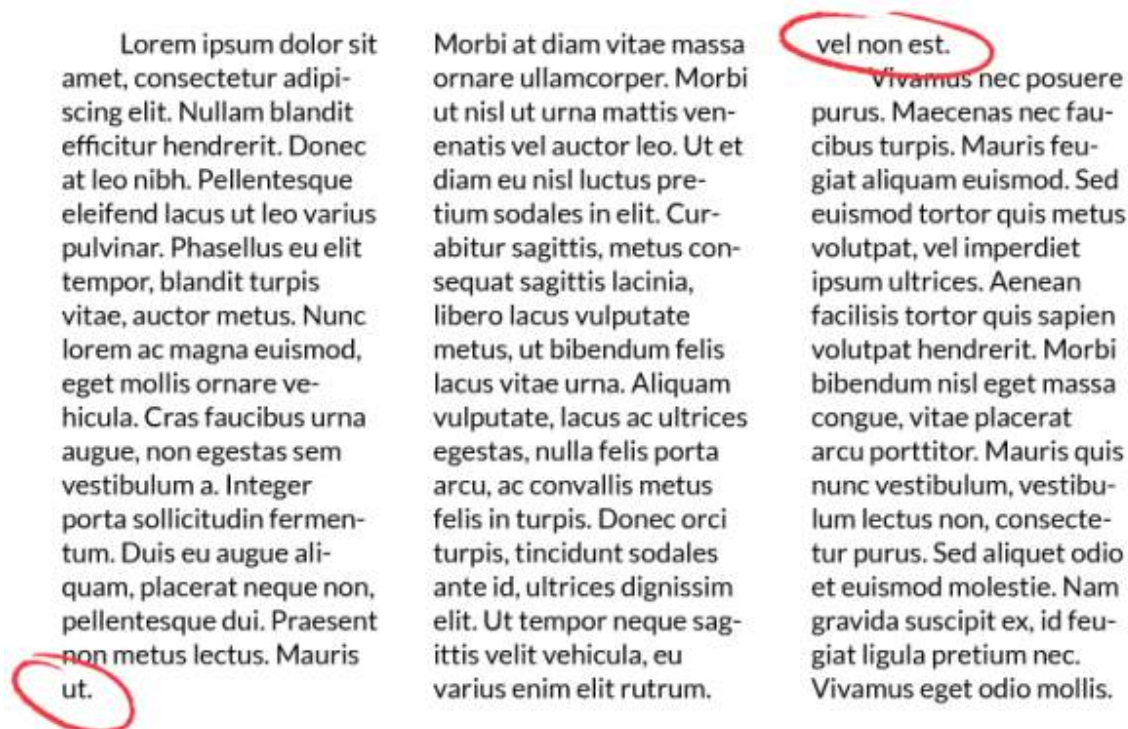
ฟอนต์บางฟอนต์ไม่เหมาะกับการอ่านที่เยอะๆ ฟอนต์แต่ละตัวจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เพราะฉะนั้นจะต้องเลือกฟอนต์ให้เหมาะสมกับงาน



ภาพที่ 2.31. ภาพตัวอย่างการเลือกใช้อักษร

6. จัดการดึงข้อความ

เนื้อหายาว ๆ ที่ต้องนำมาออกแบบและจัดวาง พยายามเว้นบรรทัดจัดหน้าให้ดูดี แต่ในการจัดทุก
ครั้งมักจะมี “ดึง” ข้อความหลุดออกมาเสมอ



ภาพที่ 2.32. ภาพตัวอย่างการจัดการตัวอักษร

7. อย่าใช้ฟอนต์หลายตระกูล

ควรมีฟอนต์ไม่เกิน 3 ตระกูล เพื่อที่จะทำให้ประโยคนั้นไม่รกจนเกินไป

Using too **MANY**
typefaces is
confusing *and* **LOOKS**
messy and **CLUTTERED.**



ภาพที่ 2.33. ภาพตัวอย่างเลือกใช้ตัวอักษร

8. เลือกฟอนต์ให้เข้ากับงาน

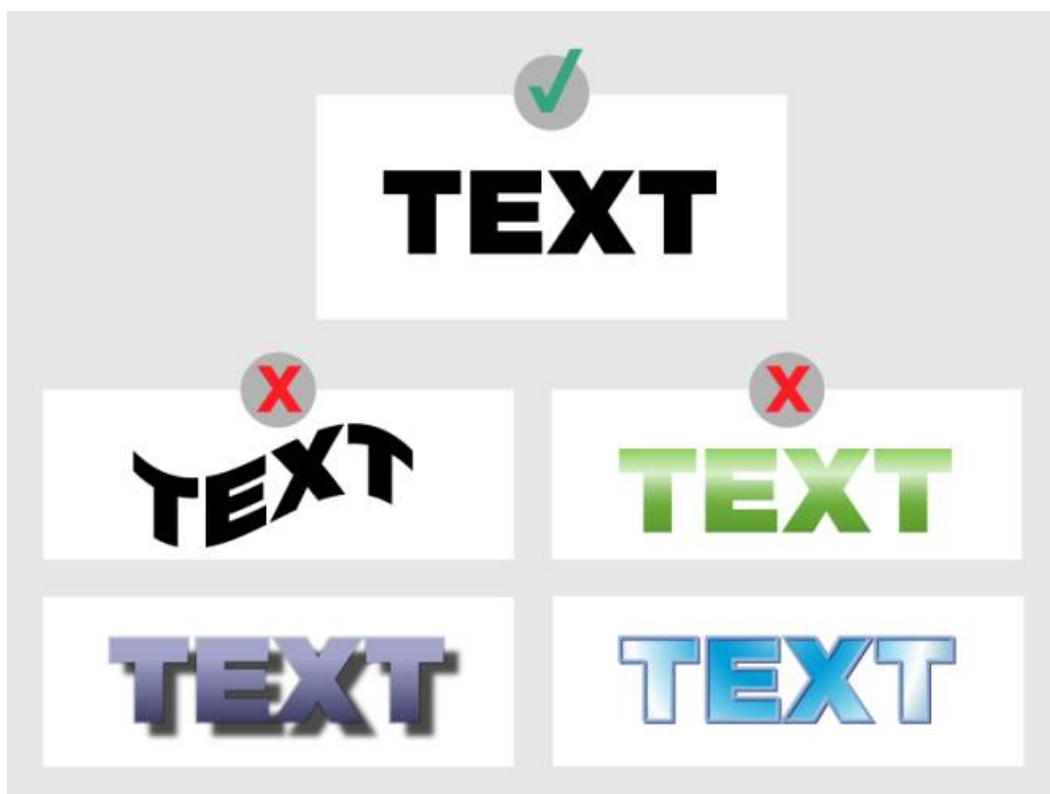
เลือกให้เหมาะสมกับงานเป็นเรื่องที่เราต้องใส่ใจให้มากที่สุด



ภาพที่ 2.34. ภาพตัวอย่างเลือกใช้อักษร

9. อย่าใช้เอฟเฟคตัวอักษร

เอฟเฟคของฟอนต์ที่มากับโปรแกรมต่าง ๆ ถ้าเสี่ยงไม่ได้ก็ใช้ให้น้อยที่สุด ลองเปลี่ยนมาเน้นความหนาให้ Font หรือ ใช้สีให้เด่น ๆ แทน



ภาพที่ 2.35. ภาพตัวอย่างเลือกใช้เอฟเฟคตัวอักษร

10. ใช้ตัวอักษรใหญ่บ้างเล็กบ้าง

ถ้าจะพาดหัวอะไรสักอย่างหนึ่ง จะมีคำที่ต้อง เน้น และ ไม่เน้น ถ้ามันขนาดเท่ากันหมดหรือหนาเท่ากันหมด มันจะถึงความสนใจไปหมด ลองปรับให้ใหญ่บ้างเล็กบ้างดู (อินทนนท์ ปัญหาโสภณ, 2558, หน้า 35-52)

GRAPPIK
DESIGN IS ALL AROUND US

GRAPPIK
DESIGN IS ALL
AROUND US

ภาพที่ 2.36. ภาพตัวอย่างใช้ขนาดตัวอักษร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ มีการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการดำเนินโครงการและพัฒนาโครงการ เพื่อจะนำมาประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์ในการดำเนินการดังต่อไปนี้

หัวข้อวิจัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับกลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี

ผู้ดำเนินการวิจัย นางสาวจิตติมา เสือทอง นางสาว มัทนา โมรากุล นางสาววรฤทัย หาญโชติพันธ์

หน่วยงาน กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี ปี พ.ศ. 2555

ขนมไทย มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยคือ มีความละเอียดอ่อนประณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน สีสันสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน ในสมัยโบราณคนไทยจะทำขนมเฉพาะวาระสำคัญเท่านั้น เป็นต้นว่างานทำบุญ เทศกาลสำคัญ หรือต้อนรับแขกสำคัญ นอกจากรสชาติที่อร่อยแล้วขนมไทยยังได้แฝงความหมายอันลึกซึ้งไว้ เป็นชื่อของขนมแต่ละชนิดด้วย เช่น ขนมทองหยิบ ทองหยอด ทองม้วน ทองพับ ทองแถม เป็นขนม มงคลเชื่อกันว่าจะมีเงินในใช้อย่างเหลือล้นไม่รู้จักหมดจักสิ้น เป็นต้น ขนมทองพับเป็นอีกขนมหนึ่งที่มีส่วนผสมหลัก ๆ คล้ายกับขนมทองม้วน คือ แป้ง มะพร้าว และน้ำตาล เป็นต้น ปัจจุบันได้มีการพัฒนาได้หลายหลายแบบ เช่น การม้วน การพับ การจีบ และยัง เพิ่มส่วนผสมอื่น ๆ เข้าไปอีกมากมายแล้วแต่วัตถุดิบในท้องถิ่น ที่กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี ตำบลบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ก็เป็นอีกที่หนึ่งที่ได้ผลิตขนมทองพับสมุนไพรเพื่อเป็นอาชีพเสริมและเหตุที่ขนมทองพับนี้เป็นกรณีศึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ก็คือ ขนมทองพับ เป็นขนมที่มีรสชาดี และเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปและยังสามารถนำมาประยุกต์นำผัก สมุนไพรมาเป็นส่วนผสมในการทำขนมทองพับน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น แต่ปัจจุบันเนื่องจากขนม ทองพับมีผู้ผลิตหลายราย หาซื้อได้ง่าย แต่บรรจุภัณฑ์มีลักษณะไม่โดดเด่น ไม่สามารถสร้างความดึงดูด ความน่าจดจำให้กับผู้บริโภคได้ จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วน สมุนไพรกลุ่มแม่บ้านตะกุดจั่น ตำบลท่าข้าม อำเภอนนทบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ดำเนินการโดย นางสาวจรรยา อุ้นแก้ว (พ.ศ. 2550) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้การ

วิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของม้วนสมุนไพรกลุ่ม แม่บ้านตะกุดจั่น ตำบลท่าข้าม อำเภอนาดูน จังหวัดขอนแก่น โดยเข้าทำการศึกษา ข้อมูล ผลิตภัณฑ์ ขนมหอมม้วนสมุนไพรกลุ่มแม่บ้านตะกุดจั่นและลักษณะรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม เพื่อนำมา พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจุบันมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมหอมม้วนสมุนไพรเป็นจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นทุกวันทำให้มีความคล้ายกันมากอาจเกิดความเหมือน ความเข้าใจผิดของผู้บริโภค ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงควรมีเอกลักษณ์ โดดเด่นและมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเกิดการจดจำผลิตภัณฑ์ได้ จึงสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.37 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมหอมพับ

หวัชชัย การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง จังหวัดลำพูน

ผู้ดำเนินการวิจัย นครศ ชัยแก้ว,อุดมศักดิ์ สาริบุตร,สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ,ผดุงชัย ภูพัฒน์
 หน่วยงานวารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 3 ฉบับที่ 2
 ปี พ.ศ. ตุลาคม 2555 – มีนาคม 2556

จังหวัดลำพูนยังได้ชื่อว่าเป็นเมืองอุตสาหกรรมที่สำคัญของภาคเหนือ อันส่งผลให้ประชาชนชาวจังหวัดลำพูนมีรายได้เฉลี่ยของประชากร ปี 2553 จำนวน 160,500 บาท ต่อคนต่อปี ผลิตภัณฑ์มวลรวม GPP มีมูลค่า 69,864 ล้านบาท ประเภท ผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่ง ได้แก่สาขาอุตสาหกรรม อันดับสอง ได้แก่สาขาเกษตรกรรมฯ อันดับสาม ได้แก่สาขาการขนส่ง ขยาย ปลีกฯ จังหวัดลำพูนมีเนื้อที่ถือครองเพื่อการเกษตร รวม 669,868 ไร่คิดเป็นร้อยละ 23.79 ของเนื้อที่จังหวัด มีเกษตรกร 71,221 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 45.47 ของครัวเรือนทั้งจังหวัด เนื้อที่ทางการเกษตรกรรมส่วนใหญ่เป็นเนื้อที่ปลูกไม้ผลไม้ยืน ต้น คิดเป็นร้อยละ 49.4 และมีแนวโน้มทรงตัวส่วนเนื้อที่การเกษตรโดยรวมมีแนวโน้มทรงตัว เนื่องจากการชะลอตัวตามสภาวะ เศรษฐกิจของประเทศ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดลำพูน ที่ทำรายได้หลักให้เกษตรกร คือ ลำไย หอมแดง และกระเทียม รองลงไปได้แก่ พืชผัก ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ สำหรับชาวนั้นส่วนใหญ่ปลูกเพื่อการบริโภคภายในจังหวัด ซึ่งยังต้องมีการนำเข้ามาจาก ต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นด้วยเนื่องจากมีประชากรแฝงที่เข้ามาทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ และเป็น สินค้าทางการเกษตรที่สร้างรายได้ให้กับจังหวัดลำพูน และประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปีมีเนื้อที่ปลูกทุกอำเภอ ในปี 2554 มีเนื้อที่ปลูกประมาณ 270,573 ไร่ ผลผลิตประมาณ 155,304 ตัน แหล่งผลิตที่สำคัญที่ให้ผลผลิตมากในปีนี้ได้แก่ อำเภอลี้อำเภอป่าซาง อำเภอเมืองลำพูน และอำเภอบ้านโฮ่ง จากข้อมูลการส่งออกลำไยของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ในปี 2545 ถึง 2553 ประเทศไทยมีการส่งออก ลำไยไปต่างประเทศคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 4 พันล้านบาท โดยผลผลิตลำไยที่ได้ส่วนใหญ่จะถูกแปรรูปเป็นลำไยอบแห้ง หรือลำไย กระป๋อง เพื่อการส่งออก ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 และ 10 ของผลผลิตรวมทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเป็นการบริโภค ลำไยสดในประเทศซึ่งมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และเนื่องจากลำไยเป็นผลไม้ที่มีอายุในการเก็บรักษาสั้น เกษตรกรจึงจำเป็นต้องเร่งระบายผลผลิตให้ได้มากที่สุดในเวลาอันรวดเร็วหรือไม่ก็ต้องแปรรูปผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ สามารถยืดอายุการเก็บรักษาและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่ถูกนำมาเพื่อเป็นสินค้าส่งออก

ของประเทศ และนำมาจำหน่ายในลักษณะเป็นสินค้าของฝากที่มีชื่อเสียง และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ตลอดจนเกษตรกรผู้ปลูกลำไย และผู้จัดจำหน่ายของจังหวัดลำพูนได้เป็นอย่างดี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2554)[online] จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งให้สำหรับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งน่าจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการส่งเสริมนอกเหนือจากประโยชน์ที่ได้จากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแล้ว ยังถือเป็นการยกระดับมาตรฐานงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากที่สอดคล้องกับโครงการ หนึ่ง ตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเอง ให้เป็น ที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทย ถือว่าเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่กับ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นำรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็ง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 2.38 การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

หัวข้อวิจัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้ดำเนินการวิจัย อนันตัย เพชรสุวรรณ

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

งานวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สามารถนำไปใช้จริงได้สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า และเพื่อศึกษาประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ได้แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริม การจำหน่าย ด้านความสะอาดและปลอดภัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประเภทบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์สำหรับการบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผู้วิจัยได้ทำการประเมินประสิทธิภาพจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 ประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 แบบ คือ แบบ A ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยมมีขนาดกว้าง 8.4 ซม. ยาว 8.4 ซม. สูง 11.5 ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงรูปทรงสี่เหลี่ยมขนาดกว้าง 8 ซม. ยาว 12 ซม. สูง 22.4 ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องมีรูปทรงกระบอกขนาดสูง 24 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 7.5 ซม. แบบ B ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยมมีขนาดกว้าง 7 ซม. ยาว 7 ซม. สูง 17.5 ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงรูปทรงสี่เหลี่ยมมีขนาดกว้าง 8 ซม. ยาว 8 ซม. สูง 20.5 ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋อง รูปทรงกระบอก ขนาดสูง 24 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 7.5 ซม. แบบ C ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยมขนาดกว้าง 5.5 ซม. ยาว 11.4 ซม. สูง 8.2 ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงรูปทรงสี่เหลี่ยมมีขนาดกว้าง 9.4 ซม. ยาว 11.8 ซม. สูง 17.5 ซม. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องรูปทรงสี่เหลี่ยมขนาดสูง 24 ซม. เส้นผ่าศูนย์กลาง 7.5 ซม. นำมาพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะหลังจากนั้นทำการประเมินประสิทธิภาพ ครั้งที่ 2 โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญคนละกลุ่มซึ่งแบ่งผู้เชี่ยวชาญออกเป็นครั้งที่ 1 กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 3 คน ครั้งที่ 2 กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการ

ประกอบการข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 5 คนและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติในการวิเคราะห์คือค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและ t-test

จากการวิเคราะห์ประสิทธิ ภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แบบ A ผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.3 ค่า t เท่ากับ 1.92 อยู่ในเกณฑ์ดีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 แบบ B ผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.2 ค่า t เท่ากับ 1.37 อยู่ในเกณฑ์ดีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 แบบ C ผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.9 ค่า t เท่ากับ -0.27 อยู่ในเกณฑ์ดีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05



ภาพที่ 2.39 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น

บทที่ 3

การออกแบบและพัฒนา

การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

การออกแบบเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตรา ม้าคอร์ วัตถุประสงค์คือสร้างเอกลักษณ์ให้กับข้าวสารตรา ม้าคอร์ และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีหลายขนาด มีเอกลักษณ์ ผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีทฤษฎีการใช้บรรจุภัณฑ์ด้านการอำนวยความสะดวกด้านการส่งเสริมการขาย ด้านความสะอาดและปลอดภัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้จัดทำได้ศึกษาและทำการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เดิมว่ามีข้อดีและข้อเสียอย่างไร
ข้อดี รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิมทำให้เห็นเมล็ดข้าวชัดเจน ชีลแน่น
ข้อเสีย บรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่มีเอกลักษณ์ จุดน่าสนใจ ความทันสมัย ยังไม่มีตราสัญลักษณ์ และจุดเด่นจากบรรจุภัณฑ์ที่วางขายตามท้องตลาด
2. สืบค้นบรรจุภัณฑ์ข้าวสารตามท้องตลาดและห้างสรรพสินค้า
จากการสำรวจ พบว่าส่วนใหญ่บรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่วางขายมีรูปแบบที่เหมือนกันหมด ต่างกันเพียงแค่ฉลากที่ใช้ติดบนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น
3. ศึกษาแบบบรรจุภัณฑ์ที่จะอำนวยความสะดวก และส่งเสริมการขาย
ศึกษารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ตรา ม้าคอร์ ได้ง่ายมากขึ้น

ออกแบบและพัฒนา

1. จากที่รวบรวมข้อมูลที่สำคัญครบถ้วนแล้ว จึงเริ่มออกแบบโดยต้องการให้มีรูปแบบที่แตกต่างจากของเดิม เข้าถึงคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ผลงานในการออกแบบเข้ากับยุคในปัจจุบัน จึงเริ่มออกแบบตัวโลโก้ บรรจุภัณฑ์ และชิ้นวางสินค้า

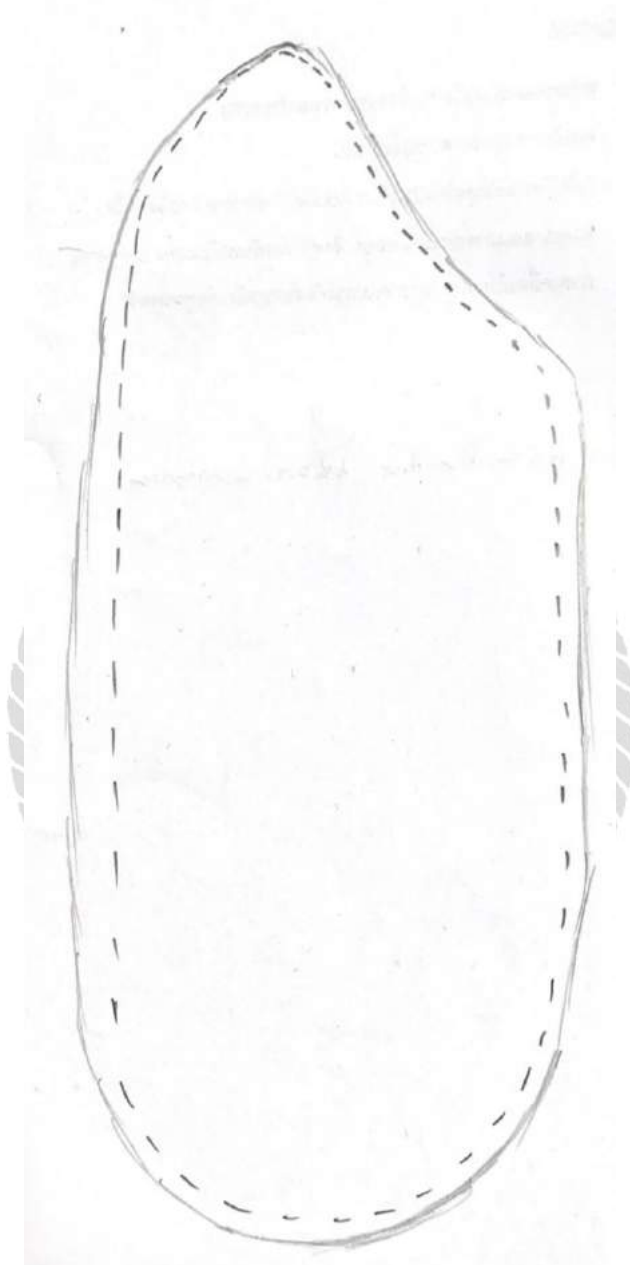


ภาพที่ 3.1 สเก็ตตัวอย่างโลโก้ แบบที่1



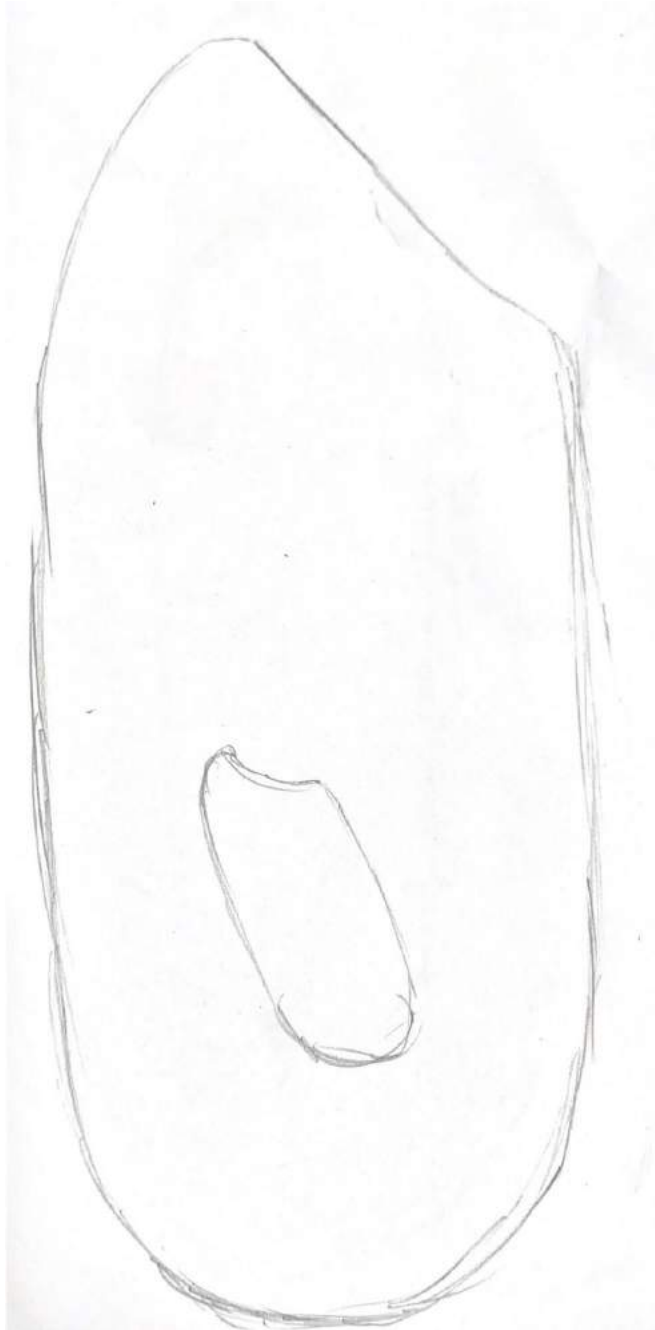
ภาพที่ 3.2 สเก็ตตัวอย่างโลโก้ แบบที่2

แนวคิดในการออกแบบโดยใช้ถุงผ้าตัดเย็บเป็นรูปทรงเมล็ดข้าว



ภาพที่ 3.3 สเก็ตตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ แบบที่1

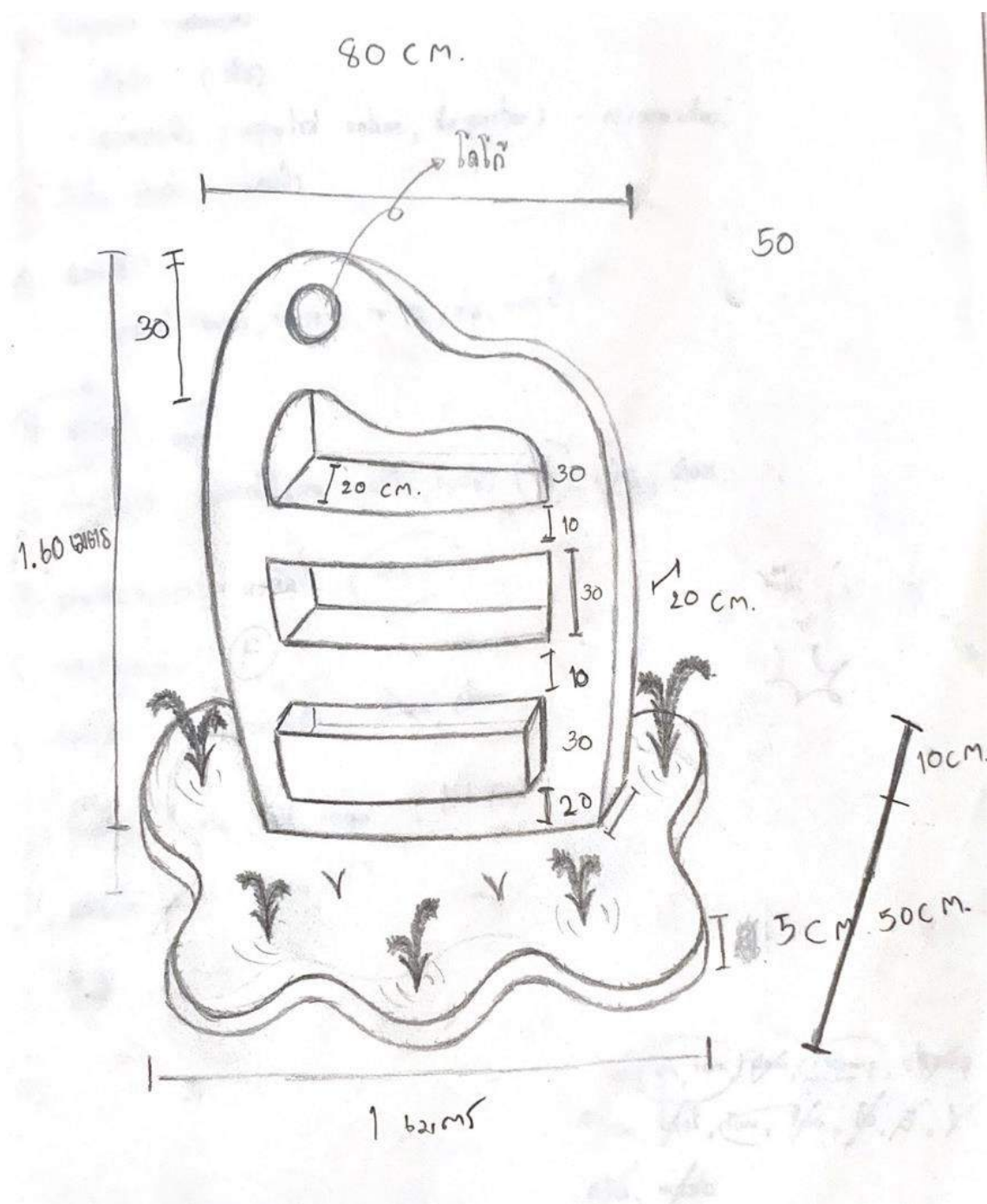
แนวคิดในการออกแบบ โดยการทำถุงแพ็คข้าวให้มีรูปทรงเมล็ดข้าว แล้วทำการเจาะด้านหน้าใส
ให้เห็นเมล็ดข้าวด้านใน



ภาพที่ 3.4 สเก็ตตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ แบบที่2

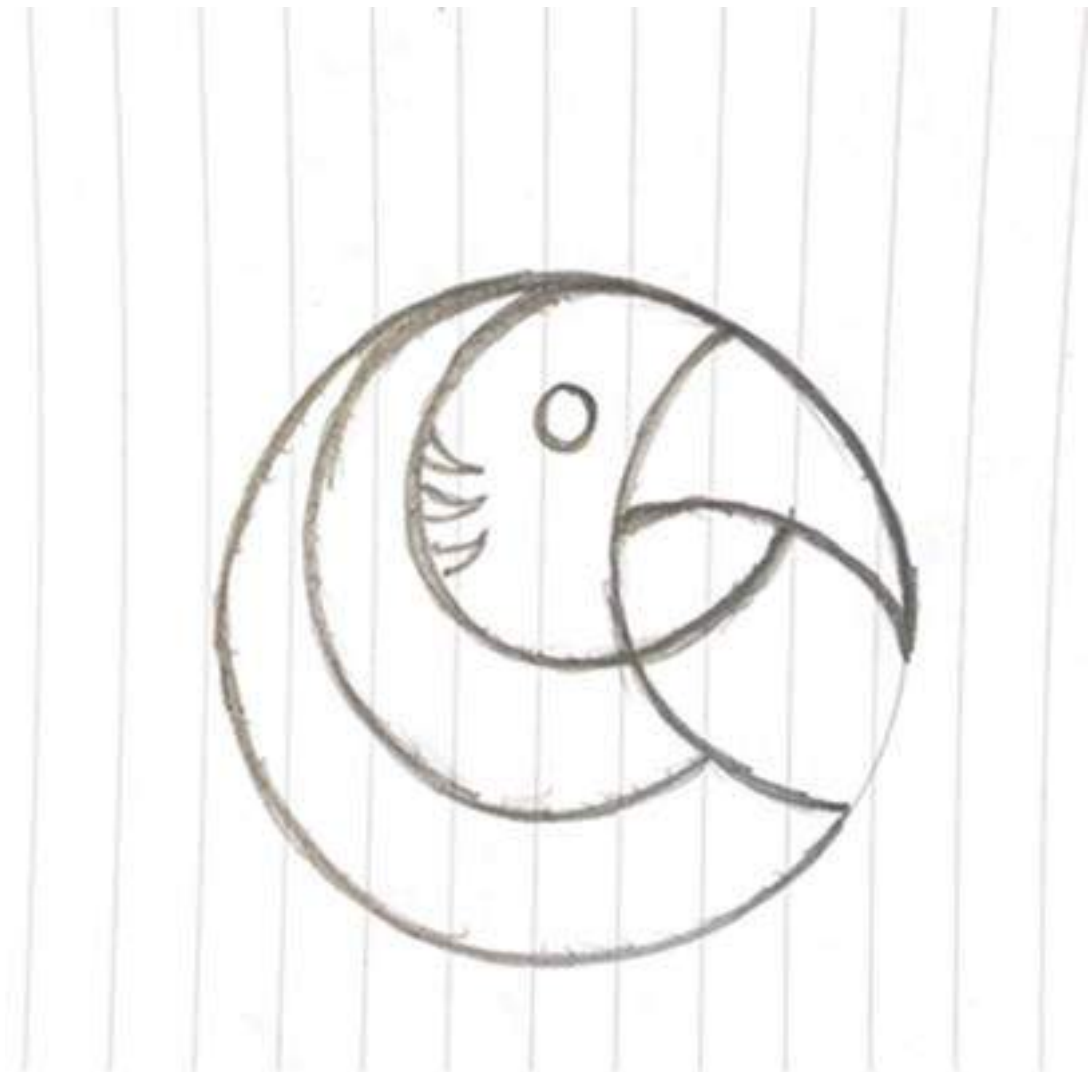


ภาพที่ 3.5 สเก็ตตัวอย่างชั้นวางสินค้า แบบที่1



ภาพที่ 3.6 สเก็ตตัวอย่างชั้นวางสินค้า แบบที่ 2

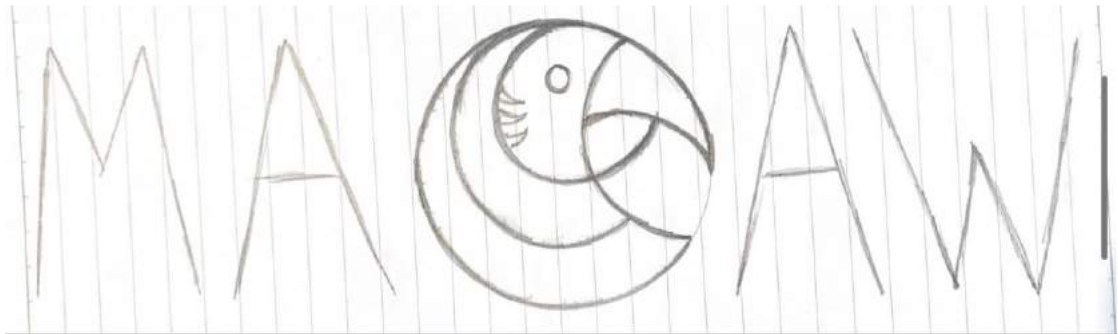
2. จากรูปแบบที่ได้สเก็ตไว้ยังไม่สามารถตอบโจทย์จุดประสงค์ที่เราต้องการ เนื่องจากรูปแบบยังไม่มีลักษณะเด่น จึงเริ่มศึกษาตัวนกแก้วมาคอว์ บรรจุภัณฑ์และข้าวสารเพื่อนำมาพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.7 สเก็ตตัวอย่างโลโก้จากการศึกษานกแก้วมาคอว์ แบบที่1

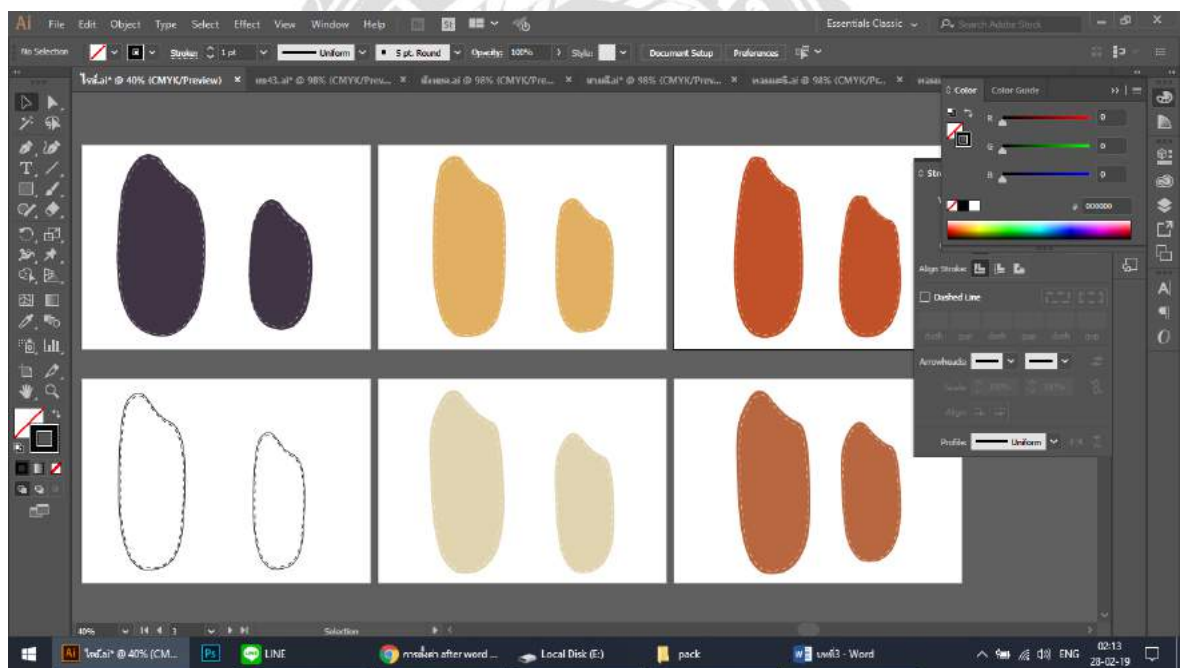


ภาพที่ 3.8 สเก็ตตัวอย่างโลโก้จากการศึกษนกแก้วมาคอร์ แบบที่2



ภาพที่ 3.9 สเก็ตตัวอย่างโลโก้จากการศึกษานกแก้วมาคอร์ แบบที่3

3. แนวคิดที่ได้คือ การใช้ รูปทรงและสีของเมล็ดข้าวในแต่ละชนิด มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เรากำหนด



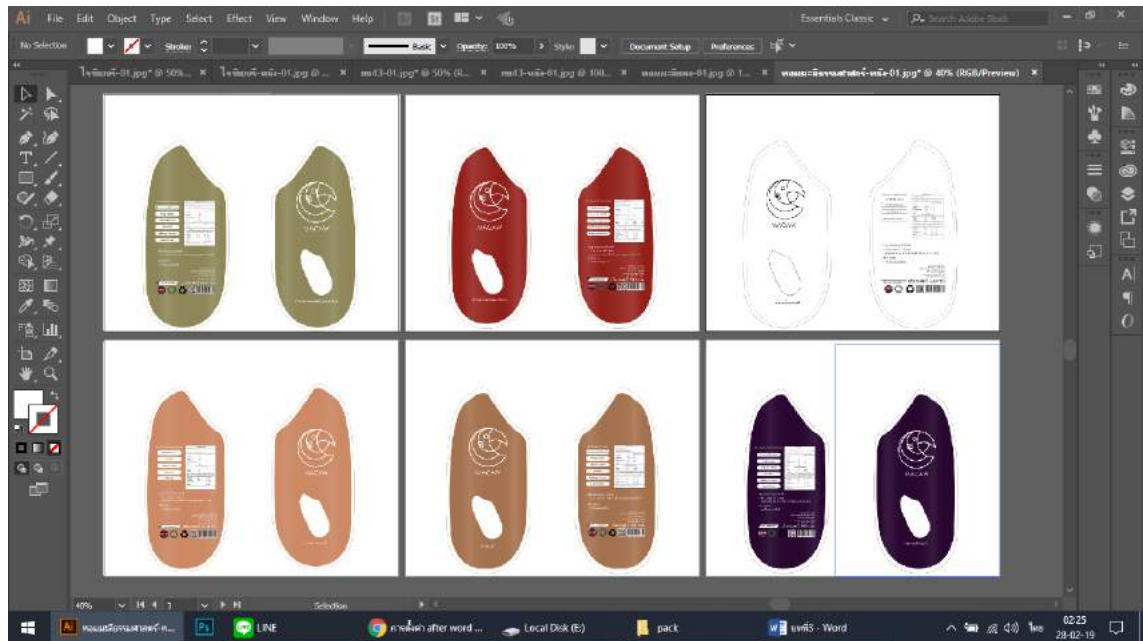
ภาพที่ 3.10 รูปแบบบรรจุภัณฑ์จากรูปทรงเมล็ดข้าว

4. นำแบบที่สเก็ตไว้ดราฟลงโปรแกรม illustrator เพื่อง่ายต่อการออกแบบ ในการปรับปรุงแก้ไขจากเดิมให้สมบูรณ์มากขึ้น



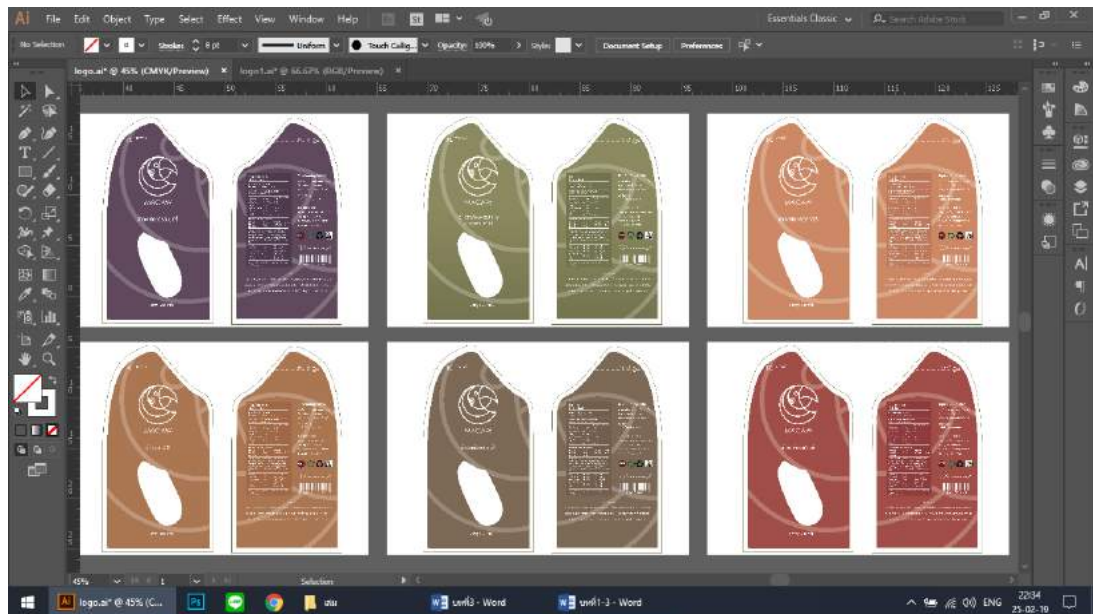
ภาพที่ 3.11 ดราฟโลโก้ที่เลือกใช้ลงโปรแกรม illustrator

แนวคิดในการออกแบบโดยการใช้รูปทรงของเมล็ดข้าวมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และใช้สีที่มีความใกล้เคียงกับสีของข้าวมาใช้ในการออกแบบ ครั้งที่ 1



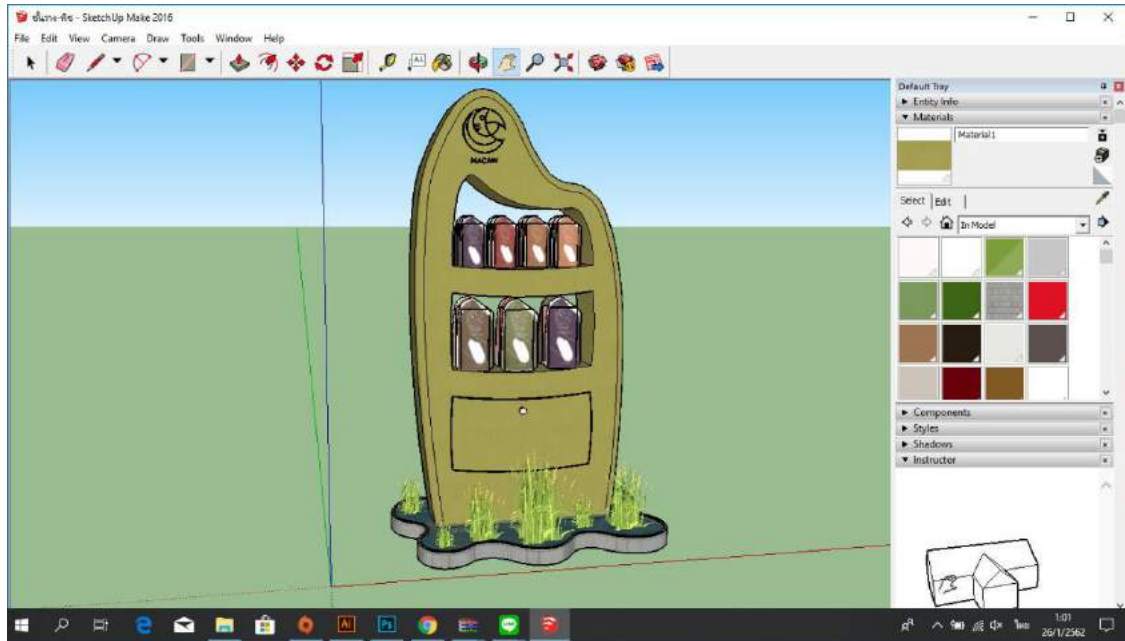
ภาพที่ 3.12 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ลงโปรแกรม illustrator ครั้งที่ 1

แนวคิดในการออกแบบโดยการนำรูปทรงของเมล็ดข้าวมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และใช้สีที่มีความใกล้เคียงกับสีของข้าวมาใช้ในการออกแบบ โดยมีการปรับแก้ไขสี และรูปแบบให้สามารถทำได้ครั้งที่ 2

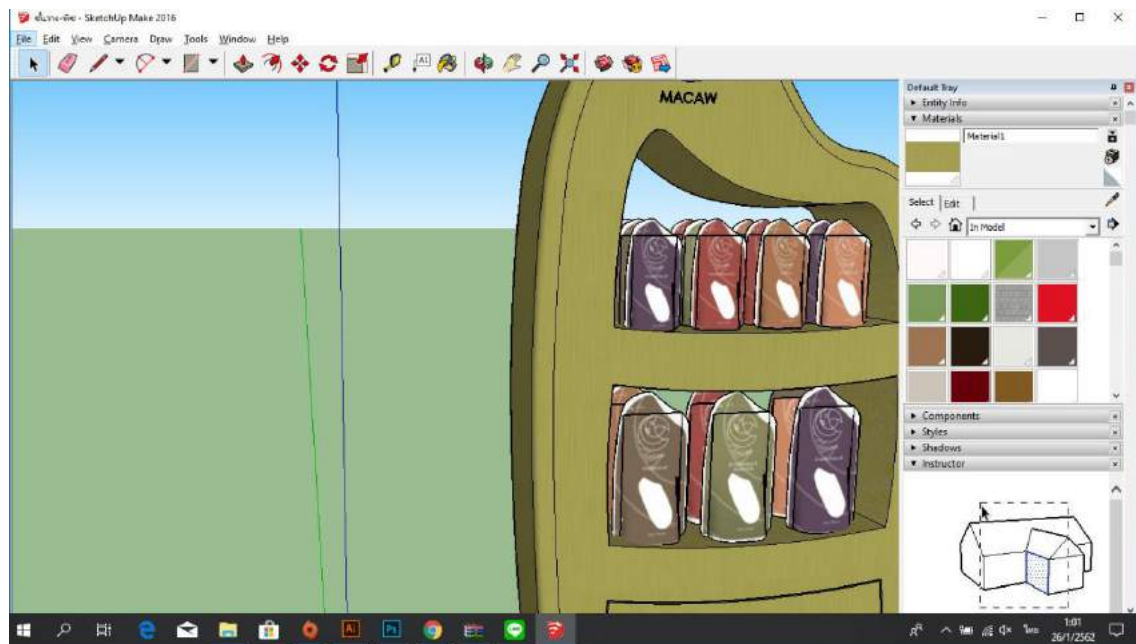


ภาพที่ 3.13 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ลงโปรแกรม illustrator ครั้งที่ 2

การออกแบบชั้นวางสินค้า ให้มีรูปแบบสอดคล้องกับบรรจภัณฑ์



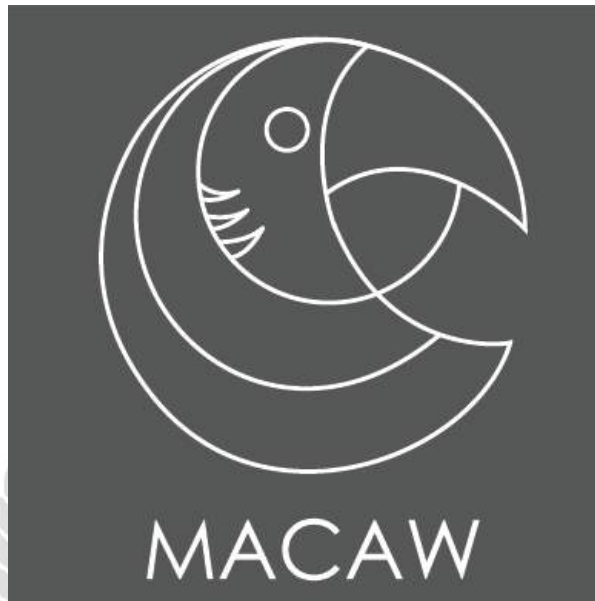
ภาพที่ 3.14 ออกแบบชั้นวางสินค้าในโปรแกรม Sketchup



ภาพที่ 3.15 ออกแบบชั้นวางสินค้าในโปรแกรม Sketchup

บทที่ 4
ผลการปฏิบัติงาน

ผลการปฏิบัติงาน



ภาพที่ 4.1 ดราฟโลโก้ที่เลือกใช้

1. การออกแบบโลโก้

ที่มาของชื่อแบรนด์ มาจากธุรกิจเดิมของครอบครัวที่ได้ทำฟาร์มเพาะนกแก้วมาคอร์ ด้วยความชอบนั้นเองจึงนำชื่อนกมาตั้งเป็นชื่อข้าวและนกแก้วมาคอร์กินฟางข้าวเป็นอาหาร/ขนมขบเคี้ยว

ฟอนต์ที่เลือกใช้ในโลโก้

ที่เลือกใช้ฟอนต์ Century Gothic เพราะมีความทันสมัยและเรียบง่าย

Century Gothic

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารทั้ง 6 ชนิด



ภาพที่ 4.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่



ภาพที่ 4.3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวอก 43



ภาพที่ 4.4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมราตรี



ภาพที่ 4.5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมมะลิธรรมศาสตร์



ภาพที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องสามสี



ภาพที่ 4.7 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องหอมมะลิ

3. การออกชั้นวางสินค้า



ภาพที่ 4.8 รูปแบบชั้นวางสินค้าด้านหน้า



ภาพที่ 4.9 รูปแบบชั้นวางสินค้าด้านข้าง



ภาพที่ 4.10 รูปแบบชั้นวางสินค้าด้านหลัง



ภาพที่ 4.11 รูปแบบช่องวางสินค้า





ภาพที่ 4.12 ภาพแผ่นพับด้านนอก



ภาพที่ 4.13 ภาพแผ่นพับด้านใน



ภาพที่ 4.14 ภาพนามบัตร

บทที่ 5

สรุปผลงานดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินงาน

จากการพัฒนางานเริ่มต้นจากการศึกษาสิ่งที่สนใจลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์กับโครงการ ศึกษาข้อมูลของข่าวสารและศึกษาโปรแกรมที่เราจะใช้ในการออกแบบทั้งหมดเพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงาน จากนั้นจึงวางแผนการดำเนินงาน จัดอันดับความสำคัญของงานและกำหนดระยะเวลาของการทำงานในแต่ละส่วน เพื่อให้โครงการเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และทันต่อการแก้ไขและพัฒนา

การวิเคราะห์รูปแบบของนกแก้วมาคอร์และรูปทรงของข่าวสารที่จะนำมาใช้ในการออกแบบโลโก้ บรรจุภัณฑ์ และชั้นวางสินค้าที่ เมื่อหาแนวทางของการออกแบบได้แล้ว จึงเริ่มสเก็ตช์งานเพื่อนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อหาชิ้นงานที่ดีที่สุดและตอบโจทย์ของแนวคิด วัตถุประสงค์ในการออกแบบให้มีลักษณะเด่น จุดน่าสนใจ เมื่อวางขายจริงและยังคงความสวยงาม เมื่อเลือกแบบได้แล้วจึงเริ่มปฏิบัติในโปรแกรม Adobe illustrator และ Sketchup จากนั้นก็เริ่มปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาตัวโลโก้ รูปแบบ และสีของบรรจุภัณฑ์ ชั้นวางสินค้าให้สมบูรณ์ที่สุด เมื่อได้รูปแบบตรงตามที่ต้องการแล้วจึงทำการแพ็คข้าวใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไว้ และเริ่มส่งผลิตชั้นวางสินค้าตามรูปแบบและขนาด สัดส่วนของชั้นตามที่ได้ทำการออกแบบลงในโปรแกรม Sketchup และสุดท้ายคือทำแผ่นพับและนามบัตรเพื่อเป็นข้อมูลในการซื้อขายสินค้า

เมื่อผลิตทุกอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ทำการตรวจสอบความเรียบร้อยตั้งแต่ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ความเรียบร้อยในการซีลข้าว ความเรียบร้อยของชั้นวางสินค้า ข้อมูลของข่าวสารที่ใส่ลงในแผ่นพับและข้อมูลช่องทางการติดต่อในนามบัตรให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์

ปัญหาและอุปสรรค

1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมีปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตเนื่องจากการสั่งผลิตมีต้นทุนสูง จึงต้องหาวิธีที่สามารถทำได้โดยให้รูปแบบออกมาเหมือนกับที่ออกแบบไว้
2. เครื่องมือที่ใช้ในการซีลบรรจุภัณฑ์ กับตัวรูปแบบมันสามารถดำเนินงานยาก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีความโค้ง แต่เครื่องที่ใช้ซีลนั้นเป็นแนวตรง ทำให้ยากต่อการดำเนินงาน
3. วัสดุที่ใช้ในการผลิตชั้นวางสินค้าและรูปแบบที่ทำการออกแบบ มีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง

ข้อเสนอแนะ

1. ปรับปรุงแก้ไขตัวบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดวกต่อการเก็บรักษา
2. ออกแบบรูปแบบของตัวแผ่นพับและนามบัตรให้สอดคล้องกับตัวบรรจุภัณฑ์



บรรณานุกรม

- กฤษณ์ ธีรธรรมย์. (2560). *การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก <https://gdbthai.com/brand-identity/>
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2557). *สินค้าและบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วาดศิลป์. เข้าถึงได้จาก <https://homegame9.wordpress.com>
- นชกฤต วันตะเมธ. (2561). *กลยุทธ์ทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/ployyamsanok/>
- นิตดา หงส์วิวัฒน์. (2552). *ข้าวกล้อง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก www.pobpad.com
- รัตนสุดา ปุณณะหิตานนท์. (2561). *การวิจัยการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก <http://webcache.googleusercontent.com>
- สมภพ จงจิตต์โพธา. (2560). *สีกับการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก <http://webcache.googleusercontent.com>
- อินทนนท์ ปัญหาโสภ. (2558). *หลักการใช้ฟอนต์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วาดศิลป์. เข้าถึงได้จาก <https://www.grappik.com/>

ประวัติผู้จัดทำ

รหัสนักศึกษา	5806400005
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวศรุตตา เอี่ยมจิตร
ที่อยู่	718 ซอย อนามัยงามเจริญ 25 ถนน พระราม 2 แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150
เบอร์โทรศัพท์	09-2901-2277
E-Mail	qtie-papa.cha_mooz@hotmail.com
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	เทคโนโลยีสยาม
ระดับปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยสยาม

