

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไปผลิตภัณฑ์จากฝั่ง บริษัท บีโปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลและออกแบบพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบให้มีประโยชน์ให้มากที่สุด โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ

ส่วนที่ 2 ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาและการสร้างสรรค์ (Development and Design)

ส่วนที่ 4 ผลงานที่สร้างสรรค์ (Packaging Design)

ส่วนที่ 1 บทวิเคราะห์และสรุปเงื่อนไขการออกแบบ (Design Analysis and Design Brief)

1. ชื่อโครงการ (Project Title): โครงการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากฝั่งของ บริษัท บี โปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลลูกค้า (Client data)

ชื่อบริษัทหรือกลุ่มผู้ผลิต (Name of Product): บริษัท บีโปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด

ที่ตั้ง (Address): บริษัท บีโปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เบอร์โทรศัพท์ (Telephone): (053) 27 2541, 275644 Fax : (053) 275624

อีเมลของผู้ประกอบการ (E-mail/Inter Address)

<http://www.benicarethai.com> mark@benicarethai.com

ชื่อบุคคลที่ติดต่อประสานงานจากหน่วยงานของลูกค้า (Name/Title of Contact person):

คุณจิราภรณ์ ตันติพงษ์

รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิต (Brief description of product's company, manufacturing location(s), history etc.) :

นับจาก ภาสัชกรวิระพันธุ์ ตันติพงษ์ สำเร็จการศึกษา จากคณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สาขาสมุนไพรชั้นสูง (Advance - Pharmacognosy) เมื่อปี พ.ศ. 2511 และได้มีประสบการณ์ทางด้านแนะนำยา ที่ค้นคว้าวิจัยใหม่ จากบริษัทผลิตยาชั้นนำของโลกให้แก่แพทย์ตามคลินิก และโรงพยาบาลต่างๆ ในปี พ.ศ. 2516 - 2524 ตั้งร้านขายยาแนะนำการใช้ยา แก่

ประชาชนทั่วไปในฐานะเกษตรกรชุมชน ก็พบความจริงว่า ยาที่ใช้รักษาโรคภัยไข้เจ็บนั้น ไม่ใช่คำตอบสุดท้ายในเรื่องของสุขภาพ เพราะยาที่ใช้เป็นประจำอาจมีสารพิษตกค้างทั้งเฉียบพลันและเรื้อรัง ทำให้เจ็บไข้ได้ป่วยได้เหมือนกัน จึงมีความคิดเสาะแสวงหาแนวทางใหม่ อันเป็นหนทางที่จะป้องกัน หรือเสริมสุขภาพให้ร่างกายแข็งแรงอยู่เสมอ และในที่สุดก็พบคำตอบเรื่องสุขภาพที่ต้องการได้ คือ สารชีวภาพเพื่อชีวิตและแนวทางธรรมชาติบำบัดของ “บีนิแคร์”

ในปี พ.ศ. 2522 - 2530 ผมได้เลี้ยงผึ้งด้วยตนเองและทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผึ้ง พบว่า ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง เป็นทั้งอาหารและเภสัชสารที่วิเศษสุดสำหรับมนุษยชาติ เพราะมีแต่คุณประโยชน์ปราศจากพิษหรือโทษทั้งสิ้น ผมเลี้ยงผึ้งด้วยความสนใจในความอัศจรรย์ในวงจรชีวิต ของผึ้งนางพญาและผลิตภัณฑ์ที่ผึ้งเก็บและสร้างสรรค์ขึ้นมา เมื่อได้ทำการค้นคว้าวิจัยคุณประโยชน์ ทำให้เกิดความมั่นใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากผึ้งจึงก่อตั้งบริษัท บีโปรดัคส์ อินดัสตรี จำกัด ขึ้นในปี พ.ศ. 2530 เราสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผึ้งไปทั่วโลก และทำการศึกษา ค้นคว้า วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้พวกเราได้รับคุณประโยชน์สูงสุด จึงจัดตั้งบริษัท บีนิแคร์ จำกัด เพื่อเป็นบริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อันทรงคุณค่าในประเทศไทย ขึ้นในปี พ.ศ. 2542

ด้วยการใช้และแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัท บีนิแคร์ จำกัด ภายใต้ เครื่องหมายการค้า “ฟอร์เต้ - นาตูร่า” และยึดมั่นหลักปรัชญา “คุณธรรม จริยธรรม นำธุรกิจ”

3. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product data)

ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product name) : : ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง

- น้ำผึ้งเดือน 5
- บีพอลเลน(เกสรผึ้ง)
- รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง)
- โปรโพลิส(ไขผึ้ง)
- โพลิสผสมรอยัลเยลลี่(ไขผึ้งผสมนมผึ้ง)

ชื่อตราสินค้า (Brand name) : ฟอร์เต้ นาตูร่า

ส่วนวิเคราะห์ : นำความรู้ถึงธรรมชาติบริสุทธิ์และสุขภาพที่ดี จึงได้นำรูปผึ้งกับเถาไม้มาใช้ร่วมกับชื่อสินค้า เพื่อสื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพจากผึ้งธรรมชาติ

4. การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (New Product)

จากการสอบถาม และศึกษา ทำให้ทราบถึงปัญหาทั้งความต้องการของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง บริษัท บี โปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ในการที่จะสร้างภาพลักษณ์อาหารเสริมว่าไม่ใช่ยาแต่เป็น สารอาหารที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เพื่อเพิ่มยอดจำหน่ายให้สูงขึ้น ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางการ ออกแบบแก่ฝ่ายการตลาด บริษัท บี โปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด โดยร่วมปรึกษาร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังและแสดงความคิดเห็น โดยขอความร่วมมือ ได้ข้อสรุปร่วมกันว่า สมควรให้มีการ ดำเนินการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นมา เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความ โดดเด่น และดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ในการเพิ่มยอด จำหน่าย

5. เป็นการผลิตเพื่อตลาดในประเทศ (Domestic)

ทางบริษัทอยากเพิ่มยอดจำหน่ายในประเทศเป็นการเปิดหน้าร้าน เพราะส่วนใหญ่มีการจำหน่าย โดยผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท บีนิแคร์ จำกัด ศูนย์จำหน่าย หรือ บริษัท บีนิแคร์ จำกัด สำนักงาน ใหญ่ และสำนักงานสาขา ซึ่งปัจจุบันทางบริษัทยังไม่มีแบบจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า

6. Product Price (ราคาผลิตภัณฑ์) :

น้ำผึ้งเดือน 5 ขนาด 280 กรัม	ราคา	175	บาท
น้ำผึ้งเดือน 5 ขนาด 780 กรัม	ราคา	200	บาท
บีพอลเลน(เกสรผึ้ง) ขนาด 60 เม็ด	ราคา	300	บาท
รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง) ขนาด 30 เม็ด	ราคา	400	บาท
รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง) ขนาด 60 เม็ด	ราคา	750	บาท
โปรโพลิส(ไขผึ้ง) ขนาด 60 เม็ด	ราคา	400	บาท
โพลิสผสมรอยัลเยลลี่(ไขผึ้งผสมนมผึ้ง)ขนาด 60 เม็ด	ราคา	1000	บาท

7. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Use) : รับประทานเพื่อเป็นอาหารเสริม ซึ่งให้ได้รับ สารอาหารที่มีประโยชน์

ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง เหมาะสำหรับบุคคลที่รักสุขภาพ มีคุณค่าประโยชน์ทางด้านโภชนาการสูง อีกทั้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานได้สะดวก

8. How Used/Prepared (ใช้อย่างไร) : เก็บไว้ในอุณหภูมิปกติ ปราศจากความชื้นและแสงแดด

เกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สามารถซื้อไปฝากเป็นของขวัญแสดงถึงความรักความห่วงใย
เนื่องในโอกาสต่างๆได้ หรือ นำไปรับประทานภายในครอบครัวเพื่อสุขภาพที่ดี

10. ความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านการมองเห็น/ด้านความรู้สึก/ด้านกายภาพ

(Product visual/Physical/sensory attributes) : ความรู้สึกต่อบรรจุภัณฑ์ เมื่อพบเห็นจะสัมผัสได้
ถึง ความเป็นธรรมชาติ ความอบอุ่น ความมีสุขภาพดี ต่อผู้ที่ได้รับประทานและผู้พบเห็น ทั้งรูปแบบ
ของโครงสร้างและในด้านของกราฟิก

บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกของผู้พบเห็นโดยตัวบรรจุภัณฑ์เองที่ทำหน้าที่
สื่อสารจุดประสงค์ ความหมาย รวมทั้งความรู้สึกอารมณ์ที่ดูแล้วอบอุ่น สุขภาพดี และถ่ายทอด
ความรู้สึกระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค ที่ผู้วิจัยเองบรรจุสร้างให้เกิดขึ้นบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเมื่อพบ
เห็นหรือสัมผัสก็จะมองเห็นตรงกันจนกระตุ้นจิตสำนึกให้เกิดความรักสุขภาพและนึกถึงคนที่คุณรัก
มากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการที่จะซื้อ

11. ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution)

11.1 รายละเอียดช่องทางการจัดจำหน่าย (Details of distribution cycle) :

แนวทางการจัดจำหน่ายของบริษัท บี โปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ดำเนินการจัดจำหน่ายโดยการขาย
ทางอินเตอร์เน็ต การจำหน่ายโดยผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท บีนิแคร์ จำกัด ศูนย์จำหน่าย หรือ
บริษัท บีนิแคร์ จำกัด สำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา ส่วนการส่งจะมีรถตู้คอนเทนเนอร์เพื่อ
นำไปส่งยังคลังสินค้าตามรายละเอียดที่ลูกค้าได้สั่งทั้งในและต่างประเทศ ส่วนต่างประเทศนั้นทาง
บริษัท บี โปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ได้ขนส่งสินค้าด้วยขั้นตอนอย่างปลอดภัยและเหมาะสมที่สุด
เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะส่งไปถึงมือลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด แต่ใน
กรณีศึกษานี้เป็น การจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยการดำเนินการเปิดจำหน่ายแบบหน้า
ร้าน

11.2 ข้อควรระวังในด้านจุดอ่อนทางการภาพของผลิตภัณฑ์(Product fragility) :

ต้องเก็บไว้ในอุณหภูมิปกติปราศจากความชื้นและแสงแดด จะมีประสิทธิภาพในการเก็บรักษาได้ดี
ที่สุด

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีความต้องการในการเก็บรักษาอุณหภูมิที่เหมาะสม ซึ่งทำให้ต้องคำนึงถึง
สภาพแวดล้อม บรรจุภัณฑ์จึงต้องสามารถปกป้องและเก็บรักษาอุณหภูมิ ความชื้นและแสงได้ดี

11.3 ข้อมูลความต้องการลักษณะพื้นที่การเก็บรักษา (Area or cube utilization requirement) : ต้องเก็บไว้ในอุณหภูมิปกติ จะมีประสิทธิภาพในการเก็บรักษาได้ดีที่สุด ถ้าอุณหภูมิเพิ่มหรือลดอายุการเก็บรักษาก็จะลดลง และต้องไม่โดนแสงแดด เก็บรักษาในที่สะอาด ไม่อับชื้น ซึ่งสามารถสร้างความเสียหายให้แก่บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ได้ ถ้าเรามองข้ามการเก็บพื้นที่เก็บรักษา

11.4 ระยะเวลาในการคลังสินค้า (Stackduration): ระยะเวลาในการเก็บคลังสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์นี้ สามารถเก็บผลิตภัณฑ์ได้ประมาณ 2 ปี

12. สถานที่จัดวางจำหน่าย (Outlets) : Conner Shop คือ Conner shop คือ การเปิดหน้าร้านบริเวณห้างสรรพสินค้า ขยายตรงกับลูกค้า เพื่อเพิ่มยอดขายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ส่วนที่ทางอินเตอร์เน็ต ผู้จำหน่ายอิสระ ศูนย์จำหน่าย หรือ บริษัท บีบีแคร์ จำกัด สำนักงานใหญ่ และสำนักงานสาขา บริษัทจะจำหน่ายแบบขายส่ง

13. การบรรจุผลิตภัณฑ์ (Product Pack)

13.1 ข้อจำกัดหรือทางเลือกของบรรจุภัณฑ์ (Pack type preferences or restrictions): บรรจุภัณฑ์ที่สามารถอยู่ในอุณหภูมิปกติ ได้โดยไม่เกิดความเสียหายและสามารถปกป้องสินค้าได้เป็นอย่างดี

13.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ (No. of sizes)

น้ำผึ้งเดือน 5 ขนาด 280 กรัม	8*8.6*14.2*	cm/กระปุก
น้ำผึ้งเดือน 5 ขนาด 780 กรัม	8*8*10.2*	cm/กระปุก
บีพอลเลน(เกสรผึ้ง) ขนาด 30 เม็ด	3.5*2.5*5.5*	cm/กล่อง
บีพอลเลน(เกสรผึ้ง) ขนาด 60 เม็ด	6*6*10.2*	cm/กล่อง
รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง) ขนาด 30 เม็ด	3.5*2.5*5.5*	cm/กล่อง
รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง) ขนาด 60 เม็ด	6*6*10.2*	cm/กล่อง
โปรโพลิส(ไขผึ้ง) ขนาด 30 เม็ด	3.5*2.5*5.5*	cm/กล่อง
โปรโพลิส(ไขผึ้ง) ขนาด 60 เม็ด	6*6*10.2*	cm/กล่อง
โพลิสผสมรอยัลเยลลี่(ไขผึ้งผสมนมผึ้ง)ขนาด 30 เม็ด	3.5*2.5*5.5*	cm/กล่อง
โพลิสผสมรอยัลเยลลี่(ไขผึ้งผสมนมผึ้ง)ขนาด 60 เม็ด	6*6*10.2*	cm/กล่อง

13.4 น้ำหนัก ปริมาณการบรรจุ (Weight per unit)

น้ำผึ้งเดือน 5	280 กรัม/1
น้ำผึ้งเดือน 5	780 กรัม/1
บีพอลเลน(เกสรผึ้ง)	60 เม็ด/1
รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง)	30 เม็ด/1
รอยัลเยลลี่(นมผึ้ง)	60 เม็ด/1
โปรโพลิส(ไขผึ้ง)	60 เม็ด/1
โพลิสผสมรอยัลเยลลี่(ไขผึ้งผสมนมผึ้ง)	60 เม็ด/1

14. การจัดแสดงสินค้า (How displayed)

14.1 ลักษณะของการจัดแสดงสินค้า (Displayed) : เปิดบูธโดยการให้ข้อมูล และแจกแบบสอบถามในส่วนของการจัดแสดงสินค้า ก็จะมีการจัดแสดงสินค้าและเปิดหน้าร้านให้เห็นชัดเจน และมีการให้ข้อมูลสินค้า และให้บริการสอบถาม เมื่อลูกค้าเกิดข้อสงสัย

14.2 สถานที่ตั้งร้าน (Store location) : เขตกรุงเทพฯ อาทิ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ ส่วนต่างจังหวัด เช่น ห้างสรรพสินค้าที่เชียงใหม่

14.3 สถานที่ตั้งชั้นวางสินค้า ขนาดของพื้นที่วางสินค้าทั้งด้านหน้า สูง ลึก (Shelf location/No.of facing) : ตู้แช่สำหรับอาหารแช่แข็ง ขนาด 180*120*90 cm

15. ข้อมูลทางกฎหมาย (Legality)

Legality (ข้อมูลทางกฎหมาย)

Other legal requirements : barcose

- ชื่อสินค้า ชื่อผู้ผลิตและที่ตั้งกลุ่มผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ชื่อผู้จัดจำหน่าย ที่ตั้ง สำนักงาน น้ำหนักปริมาณการบรรจุ วิธีการใช้ ข้อควรระวัง และคำแนะนำในการเก็บรักษา บทบัญญัติด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ต้องปฏิบัติตามที่ปรากฏอย่างชัดเจน ในเรื่องของการฉลาก และระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ในด้านของกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับฉลาก(Label) คือส่วนที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

- ชื่อสินค้า ชื่อผู้ผลิตและที่ตั้งกลุ่มผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ชื่อผู้จำหน่าย และที่ตั้งสำนักงาน น้ำหนัก ปริมาณการบรรจุ วิธีการใช้ ข้อควรระวัง คำแนะนำในการเก็บรักษา เป็นต้น
- ปัจจุบัน ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า การใช้ฉลากเพื่อส่งเสริมการขาย มีการออกแบบ ลวดลายสวยงาม มีสีสันสดใสดูน่าใจ หรืออาจมีรูปภาพต่างๆ ที่เรียกร้องความสนใจ สร้าง

อารมณ์ จูงใจให้เกิดความต้องการเป็นอย่างมาก ควบคุมวัสดุอะไรในการบรรจุภัณฑ์นั้น หรือจะต้องบรรจุในปริมาณอย่างน้อยเท่าไร จึงจะจำหน่ายในราคาที่ได้กำไรระเบียบและ ข้อบังคับที่เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต ผลิตภัณฑ์หลายชนิดมีข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์หลายชนิด มีระบุเป็นข้อกำหนดไว้เช่นกันว่า จะต้อง ใช้ เครื่องหมายการค้า(Trademark) หมายถึงตราสินค้า หรือเครื่องหมายสินค้าที่ผู้ นำ การค้านำไปจดทะเบียนการค้า และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ (Copyright) หมายถึง สิทธิคุ้มครองตามกฎหมายที่รัฐมอบให้แก่ผู้ทำวรรณกรรม หรือศิลปกรรม รวมทั้ง สิทธิในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน “กรณีที่เราสร้างงานขึ้นมาโดยไม่มีผู้ว่าจ้าง”

16. ข้อมูลทางการตลาด (Marketing data)

Company (บริษัท)	Comment (ข้อสังเกต)
สุภาภรณ์ฟาร์มผึ้ง	ไม่มีการพัฒนาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ บรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์ร่วมกัน ราคาไม่แพง
บริษัทเชียงใหม่ เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด	สินค้ามีคุณภาพสูง บรรจุภัณฑ์ดูเหมือนยา และมี ราคาแพง
ไทยลานนาฟาร์มผึ้ง	สินค้ามีคุณภาพดี บรรจุภัณฑ์ที่ขัดกับสโลแกน ของทางฟาร์ม และดูกระจาย จดจ่ายยาก

Compared with the competition,our (การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง)

เปรียบเทียบการวางตลาดของผลิตภัณฑ์ (Product marketing is)



17. ข้อมูลผู้บริโภค (Target consumer data)

คุณลักษณะของผู้บริโภค คุณลักษณะทางกายภาพ และคุณลักษณะทางจิตใจ
(Demographic/Psychographic description)

- คุณลักษณะของผู้บริโภคทางกายภาพ
- ชาย-หญิง อายุระหว่าง 30- 45 ปี
 - มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย
 - อาศัยอยู่ตามตัวเมืองใหญ่
 - มีรายได้ 20000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
 - เป็นพนักงานบริษัท

คุณลักษณะของผู้บริโภคทางด้านจิตใจและอุปนิสัย

- ชอบดูแลเอาใจใส่และรักสุขภาพ
- มองโลกในแง่ดี ร่าเริง
- รักครอบครัว
- เปิดใจรับสินค้าใหม่ๆ

18. ข้อมูลบรรจุภัณฑ์/ฉลาก (Package/labal data)

18.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ (Type of pack) : กล่องกระดาษ , ถุงใช้พลาสติกPVC(โพลีไวนิลคลอไรด์) , ขวดแก้วใส, ขวดแก้วสีอำพัน

บรรจุภัณฑ์จากวัสดุข้างต้นมีคุณสมบัติครบถ้วนต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร คือสามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ที่ไวต่อความชื้น ก๊าซออกซิเจนและ

18.2 วัสดุที่นำมาใช้ (Raw materials) : กระดาษเคลือบพิมพ์พลาสติก ,พลาสติกPVC(โพลีไวนิลคลอไรด์), ขวดแก้วใส, ขวดแก้วNP สีอำพัน

18.3 กระบวนการพิมพ์ที่นำมาใช้ (Printing method for unit pack/labal): ระบบเฟล็กโซ

การพิมพ์ในระบบเฟล็กโซมีประสิทธิภาพการพิมพ์เท่ากับระบบการพิมพ์ออฟเซต แต่ราคาต่ำกว่าและเป็นที่ยอมรับกันมากขึ้นนิยมใช้ในวงการบรรจุภัณฑ์ในการพิมพ์กล่องกระดาษลูกฟูก กระจกกระดาษ บรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม และฉลาก เหมาะสำหรับการบรรจุอาหารเพราะด้วยการใช้หมึกที่ลดมลพิษ

18.4 จำนวนสีที่ใช้ (Number of printing colors) : 4 สี คือ CMYK

19 . เงื่อนไขและข้อสรุปด้านเรขาคณิต (Graphic design Brief Background) : .ในปัจจุบันทางบริษัทบีโพรดักส์ อินดัสทรี จำกัดยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ผลไม้แช่แข็ง เพื่อเปิดหน้าร้านและเพื่อสนับสนุนส่งเสริมผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักและเพื่อเปิดตลาดในประเทศไทย เพื่อให้คนไทยได้รับรู้ถึงของดีของประเทศไทย

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไอศกรีมผลไม้สด จากผลไม้แช่แข็ง นี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ทั้งด้านภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ และคุณประโยชน์ทางคุณค่าอาหาร และยังเป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ จึงเล็งเห็นที่จะเปิดตลาดในประเทศไทย แต่ยังมีขาดบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ขาดภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในการจัดวางสินค้าเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

หากมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ ก็จะเป็นตามจุดประสงค์ที่ต้องการเปิดตลาดใหม่และเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่ทางบริษัทได้อีกทางหนึ่ง และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่งอีกด้วย

จากเงื่อนไขดังกล่าว จึงทำให้เกิดโครงการออกแบบออกแบบบรรจุภัณฑ์ไอศกรีมผลไม้สด จากผลไม้แช่แข็ง ซึ่งจากการทำวิจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับผลไม้แช่แข็ง พบว่ามีผักและผลไม้หลายประเภทในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้ จึงทำการเลือกผลิตภัณฑ์โดยเลือกสินค้าที่เสียบไม้และแบบขึ้นที่มีรายการสั่งเข้ามามากที่สุด

19.1 Product/SWOT (strength,weakness,opportunity,threat)

จุดแข็ง (Strength) :

- ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัว เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการสูง
- กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างมีระบบ
- ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม สามารถรับรองคุณภาพได้

จุดอ่อน (Weakness) :

- ยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป
- บรรจุภัณฑ์ไม่สื่อว่าเป็นมิตรเท่าที่ควร ไม่น่าบริโภค

- โอกาสทางการตลาด (Opportunity):
- กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมีอุปนิสัย และรักสุขภาพ
 - ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
 - ตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง
 - มีคู่แข่งทางการตลาดไม่มากนัก

- อุปสรรคทางการตลาด (threat) :
- ผู้บริโภคยังขาดความรู้เรื่องคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์
 - ราคาค่อนข้างสูง (เพราะกรรมวิธีการผลิตสูงและพิถีพิถัน)

19.2 วัตถุประสงค์ (Objective): ต้องการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อว่าเป็นอาหารเสริมที่เป็นมิตรและดีต่อสุขภาพเหมาะกับชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่

19.3 กลุ่มเป้าหมาย (Main target): เพศหญิง-ชาย อายุ 30- 45 ปี

จากการวิจัยพบว่าหญิง ชาย ที่มีอายุ 30-45ปี ส่วนใหญ่เป็นวัยที่มีครอบครัวและสนใจที่จะดูแลรักษาสุขภาพ นิยมบริโภคอาหารเสริมมากที่สุด

19.4 แนวความคิดการออกแบบ (Design Concept) :

ใกล้ชิด : เนื่องจากครอบครัวในยุคปัจจุบันทั้งผู้หญิงและผู้ชายต้องออกไปทำงานนอกร้าน จึงไม่ค่อยมีเวลาดูแลเอาใจใส่สุขภาพ อาหารเสริมจากธรรมชาติที่บริสุทธิ์ พกพาสะดวกเหมือนธรรมชาติดูแลคุณและครอบครัวอยู่ใกล้ๆ

19.5 เหตุผลสนับสนุนแนวทางการออกแบบ (Support): เมื่อเรามีสุขภาพกายที่ดีสุขภาพใจก็จะดีตามไปด้วย ทำให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขและสมบูรณ์

19.6 อารมณ์ความรู้สึกของงานที่ออกแบบ (Mood&Tone/Personality) :

Concept	ใกล้ชิด			
Mood&Tone	NATURAL (ธรรมชาติ)	WARM (อบอุ่น)	VIGOROUS (กระฉับกระเฉง)	EASY (ง่าย)
Element	PICTURE (รูปภาพ)	COLOR (สี)	LINE/SPACE (เส้น/ที่ว่าง)	SHAPE/FOR (รูปร่าง/รูปทรง)

19.7 Design Respond : ทำให้กลุ่มเป้าหมายประทับใจ มีความสนใจกับสินค้าและชื่อมา
บริโภค

วิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการแก้ไข

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1.1 ปัญหาจากผลิตภัณฑ์

1.1.1 เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากผึ้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของ
ตัวเองอยู่แล้ว ในเมื่อต้องการเพิ่มยอดขายจึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เข้าถึงการใช้งาน
ของผู้บริโภค อีกทั้งยังไม่สร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์

1.2 แนวทางการแก้ปัญหา

1.2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่โดดเด่นเมื่อออกสู่ท้องตลาด เนื่องจากตัว
ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และมีความน่าสนใจในตัวเองอยู่แล้ว จึงเลือกโครงสร้างที่
สอดคล้องกับการใช้งาน คือการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมส่วนใหญ่จะพกพาได้
ไม่สะดวกหรือบรรจุด้วยปริมาณที่มากเกินไปทำให้มีราคาสูง จึงทำให้มีโอกาสที่จะทำให้
ตัวผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้ไม่แพร่หลายเท่าที่ควร อีกทั้งทำให้ตัวผลิตภัณฑ์สัมผัสกับ แสง
อากาศและความชื้นบ่อยเกินไปทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพได้ ได้จึงเล็งเห็น
แนวทางในการออกแบบที่สามารถทำให้บรรจุภัณฑ์ช่วยในด้านของการอำนวยความสะดวก
สะดวกผลิตภัณฑ์ไปสู่การใช้งานของผู้บริโภคได้ และเลือกวัสดุที่สามารถช่วยเก็บรักษา
คุณภาพได้และสร้างความเหมาะสมให้กับ บรรจุภัณฑ์ทั้งทางด้านประโยชน์ในการ
ปกป้องสินค้าและประโยชน์ในด้านการใช้งานอีกด้วยเป็นการเพิ่มช่องทางหรือทางเลือก
ในการจัดจำหน่าย

2. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.1 ปัญหากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.1.1 ตราสินค้าไม่ที่สื่อถึงองค์กรเท่าที่ควร

2.1.2 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์สื่อไปทางยามากกว่าที่จะเป็นอาหารเสริม

2.2 แนวทางการแก้ปัญหา

2.2.1 ออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงองค์กรอย่างชัดเจน โดยใช้รูปลักษณ์และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์มาเป็นแนวทางในการออกแบบ

2.2.2 ออกแบบกราฟิกให้สื่อถึงเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เพื่อสื่อให้ถึงความอาหารเสริมที่มาจากธรรมชาติและเพื่อสร้างจุดเด่นความเป็นเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์เองมากที่สุด

Title : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากผึ้งของบริษัท บี โปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Problem : เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของบริษัท บีโปรดัคส์ อินดัสทรี จำกัด ดูไม่เป็นมิตรต่อสุขภาพและสื่อว่าเป็นยามากกว่าอาหารเสริม ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ทางบริษัทต้องการสื่อกับผู้บริโภค

Product : ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง

Objective : ต้องการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อว่าเป็นอาหารเสริมที่เป็นมิตรและดีต่อสุขภาพเหมาะกับชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่

Target Group : คุณลักษณะของผู้บริโภคทางกายภาพ

- ชาย-หญิง อายุระหว่าง 30- 45 ปี
- มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย
- อาศัยอยู่ตามตัวเมืองใหญ่
- มีรายได้ 20000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
- เป็นพนักงานบริษัท

คุณลักษณะของผู้บริโภคทางด้านจิตใจและอุปนิสัย

- ชอบดูแลเอาใจใส่และรักสุขภาพ

- มองโลกในแง่ดี ร่าเริง
- รักครอบครัว
- เปิดใจรับสินค้าใหม่ๆ

Concept : ใกล้ชิด : เนื่องจากครอบครัวในยุคปัจจุบันทั้งผู้หญิงและผู้ชายต้องออกไปทำงานนอกบ้าน จึงไม่ค่อยมีเวลาดูแลเอาใจใส่สุขภาพ อาหารเสริมจากธรรมชาติที่บริสุทธิ์ พกพาสะดวกเหมือนธรรมชาติดูแลคุณและครอบครัว

Support : เมื่อเรามีสุขภาพกายที่ดี สุขภาพใจก็จะดีตามไปด้วย ทำให้สามารถดำรงชีวิตได้ อย่างมีความสุขและสมบูรณ์

Mood&tone : NATURAL(ธรรมชาติ) ,WARM(อบอุ่น) ,VIGOROU(กระฉับกระเฉง) , EASY(ง่าย)

Design Respond ทำให้กลุ่มเป้าหมายประทับใจ มีความสนใจกับสินค้าและซื้อมาบริโภค

Scope

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. ศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไข | - การทำ Design Brief |
| 2. ลักษณะงาน 2 มิติ | - การเขียนแบบโครงสร้าง |
| | - การเขียนลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ |
| | - Presentation board |
| 3. ลักษณะงาน 3 มิติ | - ผลงานต้นแบบ (Mock Up) |
| 4. การส่งรายงาน | - ข้อมูลและงานออกแบบรวมเล่ม |

DIAGRAM

PROBLEM

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของ บริษัท บีโปรดักส์ อินดัสทรี จำกัด ดูไม่เป็นมิตรต่อสุขภาพและสื่อว่าเป็นยามากกว่าอาหารเสริม ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ทางบริษัทต้องการสื่อกับผู้บริโภค



CONCEPT

ใกล้ขีด : เนื่องจากครอบครัวในยุคปัจจุบันทั้งผู้หญิงและผู้ชายต้องออกไปทำงาน นอกบ้าน จึงไม่ค่อยมีเวลาดูแลเอาใจใส่สุขภาพ อาหารเสริมจากธรรมชาติที่บริสุทธิ์ พกพาสะดวกเหมือนธรรมชาติดูแลคุณและครอบครัว



SUPPORT

เมื่อเรามีสุขภาพกายที่ดี สุขภาพใจก็จะดีตามไปด้วย ทำให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขและสมบูรณ์

MOOD&TONE	NATURAL (ธรรมชาติ)	WARM (อบอุ่น)	VIGOROUS (กระฉับกระเฉง)	EASY (ง่าย)
ELEMENT	PICTURE (รูปภาพ)	COLOR (สี)	LINE/SPACE (เส้นที่ว่าง)	SHAPE/FOR (รูปร่าง/รูปทรง)

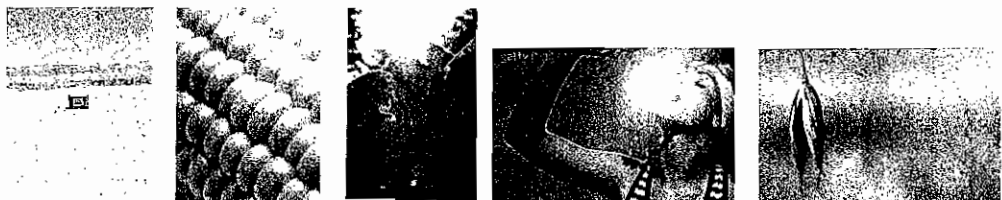
ตารางที่ 4-1 แสดง Diagram

Mood & Tone

Nature



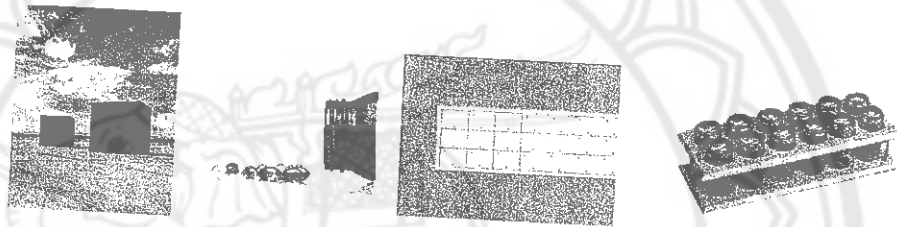
Warm



Vigorous



Eazy



ภาพที่ 4-

1 แสดงภาพอารมณ์และโทนของงาน (Mood&Tone)

ขั้นตอนแบบร่าง (Sketch)



ภาพที่ 4-2 แสดงโครงสร้างน้ำผึ้ง 280 กรัมและ 780 กรัม



ภาพที่ 4-3 แสดงโครงสร้างผลิตภัณฑ์อัดเม็ดชนิด 120 เม็ด



ภาพที่ 4-4 แสดงโครงสร้างผลิตภัณฑ์อัดเม็ด แบบพกพาชนิด 30 เม็ด

การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ (Logo Design)



ภาพที่ 4-5 แสดงการพัฒนาแบบตราสินค้า



ภาพที่ 4-6 ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จากผึ้ง บริษัท บีโปรดักส์ อินดัสทรี จำกัด

การออกแบบกราฟฟิก



Bos Pollen

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
จากธรรมชาติ 100%
ที่ช่วยเสริมภูมิคุ้มกัน
ร่างกาย
และช่วยเพิ่มพลังงาน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับผู้ที่
อ่อนแอ หรือ ผู้ที่
กำลังฟื้นตัวจาก
การเจ็บป่วย

ใช้ตาม
วิธีใช้

ขี้ผึ้งดอก

สรรพคุณ

ช่วยเสริมภูมิคุ้มกัน
ร่างกาย
และช่วยเพิ่มพลังงาน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สำหรับผู้ที่
อ่อนแอ หรือ ผู้ที่
กำลังฟื้นตัวจาก
การเจ็บป่วย

ใช้ตาม
วิธีใช้

Propolis

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
จากธรรมชาติ 100%
ที่ช่วยเสริมภูมิคุ้มกัน
ร่างกาย
และช่วยเพิ่มพลังงาน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับผู้ที่
อ่อนแอ หรือ ผู้ที่
กำลังฟื้นตัวจาก
การเจ็บป่วย

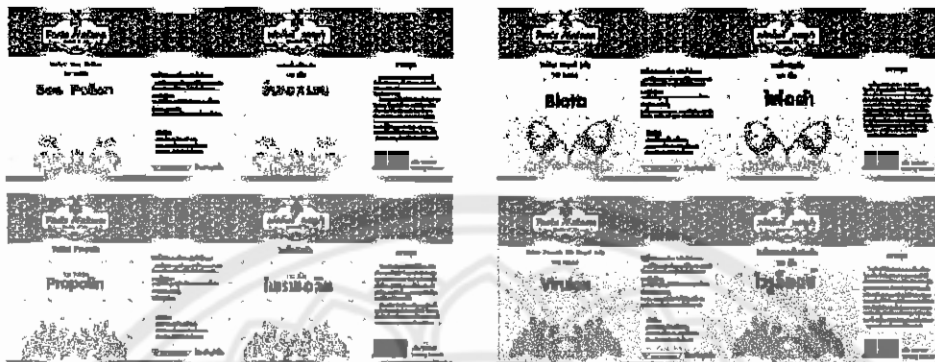
ใช้ตาม
วิธีใช้

ไม้ผึ้งอ่อน

สรรพคุณ

ช่วยเสริมภูมิคุ้มกัน
ร่างกาย
และช่วยเพิ่มพลังงาน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
สำหรับผู้ที่
อ่อนแอ หรือ ผู้ที่
กำลังฟื้นตัวจาก
การเจ็บป่วย

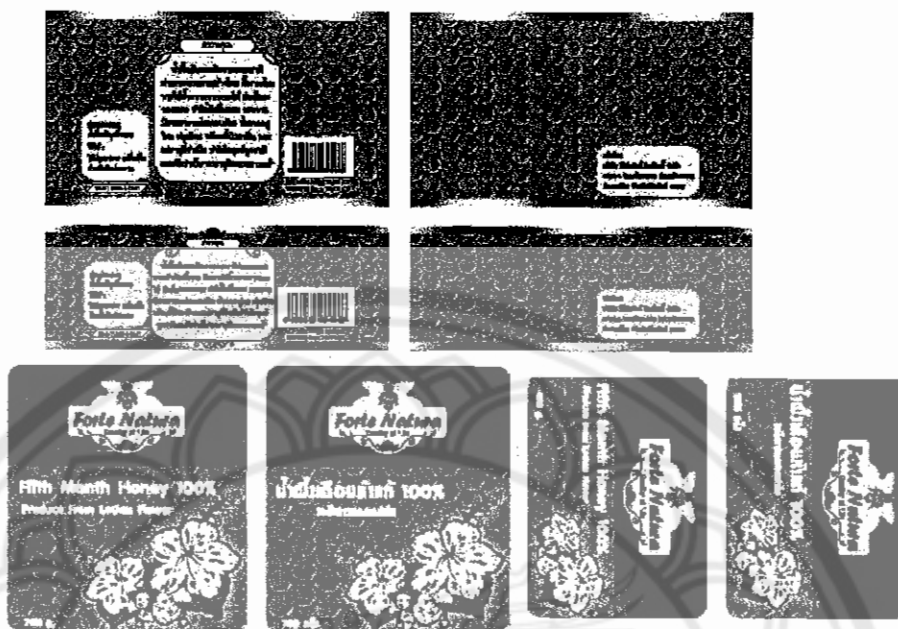
ใช้ตาม
วิธีใช้



ภาพที่ 4-7 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ชนิดเม็ด120มม (ปีพอลเลน เกสรผึ้ง รอยัลเจลลี่ โปรโปลิส โปลิสผสมรอยัลเจลลี่)



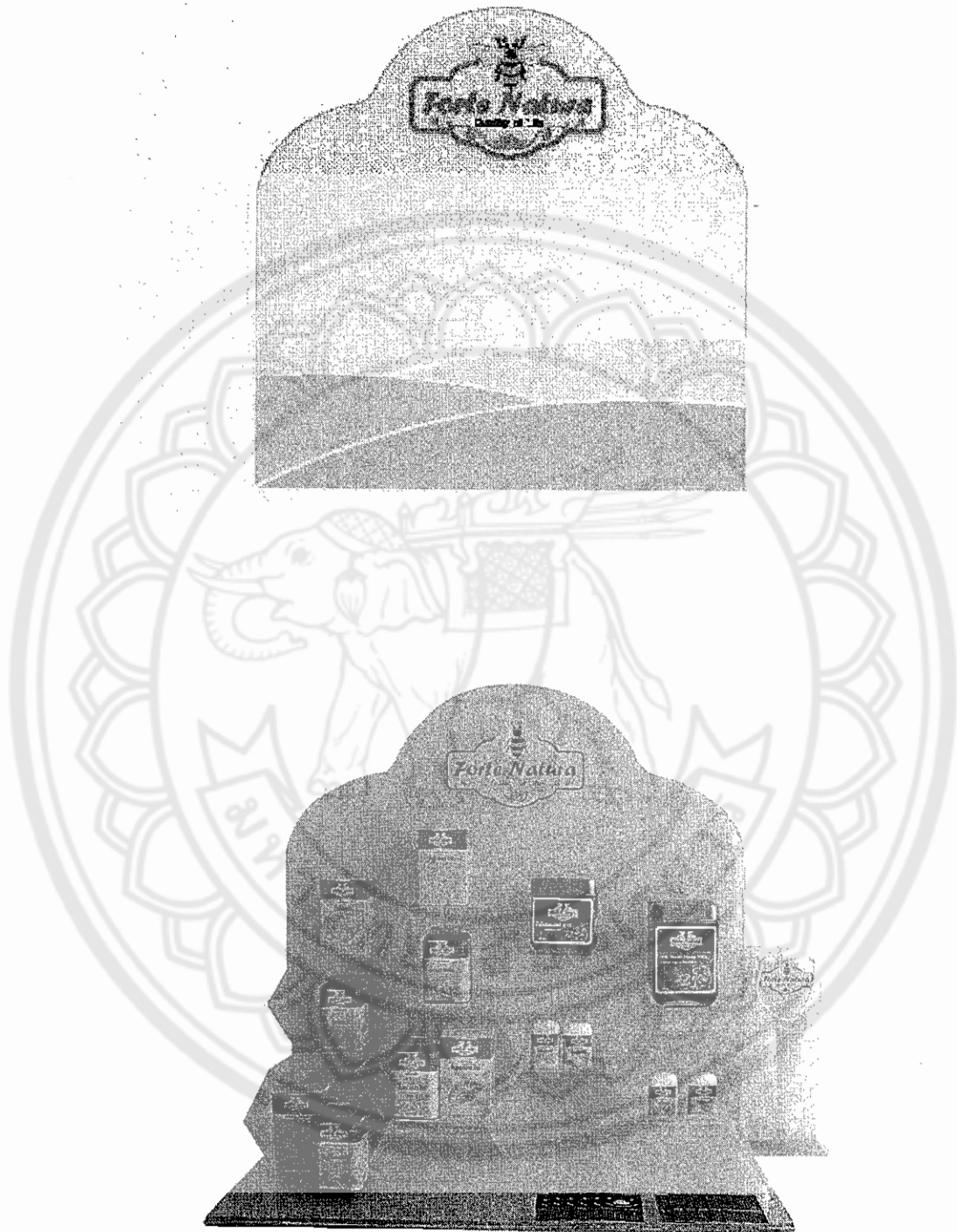
ภาพที่ 4-8 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ชนิดเม็ด30มม แบบพกพา (ปีพอลเลน เกสรผึ้ง รอยัลเจลลี่ โปรโปลิส โปลิสผสมรอยัลเจลลี่)



ภาพที่ 4-9 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้ง



ภาพที่ 4-10 แบบโครงสร้างและกราฟิกบรรจุภัณฑ์รวม



ภาพที่ 4-11 แบบโครงสร้างและกราฟิกชั้นแสดงสินค้า