

โครงการออกแบบกราฟฟิคสำหรับร้านมนต์นมสด

GRAPHIC IDENTITY : MON NOM SOD



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต

ภาควิชาศิลปะศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2539-2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไปรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบกราฟฟิคสำหรับร้านมนต์นมสด
GRAPHIC IDENTITY : MON NOM SOD

ชื่อนักศึกษา นางสาวจิตติมา เสือทอง

หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อ.วิทยา หาญวารังศ์ศิลป์



(เอกพงษ์ จุลเส็นีย์)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

- | | |
|---------------------------------|---------------------|
| ผ.ศ.จิรพงศ์ ภูมิจิตร | กรรมการ |
| อาจารย์กิตติ อมรพัฒน์กุล | กรรมการ |
| อาจารย์เสาวภา ศรีทองนาค | กรรมการ |
| อาจารย์ภาวิตา ภาวิจิตร | กรรมการ |
| อาจารย์เสริมสุข เขียวสุนทร | กรรมการ |
| อาจารย์วิทยา หาญวารังศ์ศิลป์ | กรรมการและเลขานุการ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อหัวข้อวิทยานิพนธ์	โครงการออกแบบกราฟฟิคสำหรับร้านมนต์นมสด GRAPHIC IDENTITY : MON NOM SOD
ชื่อ	นางสาวจิตติมา เสือทอง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อ.วิทยา หาญวารินทร์ศิลป์
ระดับการศึกษา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสิ่งพิมพ์ สาขาออกแบบสิ่งพิมพ์ ภาควิชานิตยศิลป์
ปีการศึกษา	2539

บทคัดย่อ

ร้านมนต์นมสดเป็นร้านเก่าแก่ มีชื่อเสียงมานาน ปัจจุบันปรับเปลี่ยนร้านให้เป็นร้านประเภทที่เรียกกันทั่วไปว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เพื่อปรับให้เข้ากับแนวโน้มโลกยุคปัจจุบัน แต่ว่ากราฟฟิคของร้านไม่ได้ปรับปรุงให้รองรับในจุดนี้ด้วย ปัจจุบันเริ่มมีร้านแบบเดียวกันนี้มากขึ้น เอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้านหนึ่งๆเป็นเรื่องจำเป็น ดังนั้นจึงใช้กราฟฟิคเป็นตัวสื่อ โดยมีการออกแบบให้เป็นชุด เพื่อสนองความประสงค์ในรูปแบบต่างๆ อาทิ เครื่องหมายสัญลักษณ์ของร้าน สิ่งพิมพ์สนับสนุน รวมถึงกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ต่างๆ

วิธีวิจัย

1. ค้นหาข้อมูลของร้านมนต์นมสด
2. วิเคราะห์ข้อมูลของร้านที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ
3. ศึกษาการออกแบบโลโก้
4. ศึกษาการออกแบบโปสเตอร์
5. ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลาก

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูล สรุปได้ว่า กราฟฟิคของร้านควรจะใช้ความเก่าแก่ของร้านประยุกต์เข้ากับกราฟฟิคสมัยใหม่ เพื่อให้กราฟฟิคมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองต่างจากร้านอื่น โดยที่ความเก่าแก่ของร้านยังเป็นที่คุ้นเคยของลูกค้าเก่า และการปรับปรุงกราฟฟิคใหม่ยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. กราฟฟิคของร้านอาหารต้องเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับร้านด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

จากการที่ได้คิดหัวข้อโครงการออกแบบกราฟฟิคสำหรับร้านมนต์มสด เนื่องจากเห็นว่าการที่ร้านปรับเปลี่ยนมาเป็นร้านแบบฟาสต์ฟู้ดที่ทันสมัย แต่กราฟฟิคของร้านยังไม่ได้ปรับให้รองรับในจุดนี้ด้วย จึงต้องการเสนอแนวทางของการปรับปรุงกราฟฟิคให้เข้ากับร้านในปัจจุบัน ดังนั้น จากหัวข้อวิทยานิพนธ์จึงจำเป็นต้องศึกษาการออกแบบกราฟฟิคในด้านต่างๆเป็นหลัก และหวังว่าโครงการพิเศษนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจอีกด้วย

นางสาวจิตติมา เสือทอง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก.
วิธีวิจัย	ก.
สรุปผลการวิจัย	ก.
ข้อเสนอแนะ	ก.
กิตติกรรมประกาศ	ข.
คำนำ	ค.
สารบัญ	ง.
สารบัญภาพ	จ.
บทนำ	
-ความเป็นมา	1
-เป้าหมายหลัก	1
-ขอบเขตโครงการ	1
-แนวทางบรรลุเป้าหมาย	2
บทที่1 ข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ในการออกแบบ	3
บทที่2 ร้านพลาสติกฟู้ด	
-ข้อมูลของร้านมนต์นมสดโดยสังเขป	18
-ข้อมูลด้านการตลาด	19
-ประเภทของตลาดพลาสติกฟู้ดในเมืองไทย	19
-POSITIONINGของร้าน	21
-กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภค	21
-แนวทางการขยายตลาด	21
บทที่3 การวิเคราะห์	
-ทางด้านการตลาด	22
-ทางด้านการออกแบบ	22
บทที่4 การสร้างสรรค์ผลงาน	24
บทที่5 แบบร่าง	25
บทที่6 ผลงานจริง	28
บรรณานุกรม	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

	หน้า
ตัวอย่างเครื่องหมายการค้าต่างๆ	6
ตัวอย่างตารางแม่แบบ(กริด)	10
แบบร่างโปสเตอร์	25
แบบร่างฉลาก	27
งานจริงโลโก้	28
งานจริงโปสเตอร์	30
งานจริงบรรจุภัณฑ์และฉลาก	32



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

โครงการออกแบบกราฟฟิคและประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านมนต์นมสด

ความเป็นมา

อาหารประเภทขนมปังสังขยา นมสดเป็นที่นิยมเป็นเวลานาน ปัจจุบันเริ่มมีความนิยมในการจำหน่ายในร้านที่จัดแบบฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น ร้านมนต์นมสดเป็นร้านแรกที่ได้เริ่มตั้งร้านขึ้น แต่เดิมร้านมนต์ก็มีชื่อเสียงที่สั่งสมมานาน ได้ปรับเปลี่ยนร้านมาเป็นแบบฟาสต์ฟู้ดเพื่อต้องการให้ร้านทันสมัย แต่ด้านกราฟฟิคของร้านยังไม่ได้รองรับในส่วนนี้ ข้าพเจ้าจึงมีความคิดที่จะนำเสนอการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของร้านให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้มีความร่วมสมัย เป็นสากลมากขึ้น โดยเน้นทางด้านกราฟฟิคของร้านให้มีเอกลักษณ์ของตนเองและสอดคล้องกันทั้งร้าน นอกจากนี้จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับร้านแล้ว ยังเป็นการเปิดตลาดสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ อีกด้วย และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดการซื้อมากขึ้น

เป้าหมายหลัก

- ศึกษาการออกแบบกราฟฟิคของร้านอาหารและฟาสต์ฟู้ด
- สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับร้าน

ขอบเขตโครงการ

1. โลโก้
2. ไปสเตอร์ประดับร้าน
3. บรรจภัณฑ์
 - 3.1 ขวดแยม
 - แยมส้ม
 - แยมสตอเบอรี่
 - แยมสับปะรด
 - แยมผลไม้รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ขวดสังขยา

- สังขยาไข่
- สังขยาใบเตย

แนวทางบรรลุเป้าหมาย

- รวบรวมข้อมูล
เกี่ยวกับร้านมนต์มสดี ร้านฟ้าสต์ฟู้ด, ชนิดของอาหารที่ขายในร้าน, กราฟฟิกของร้านที่ใช้อยู่
- วิเคราะห์ข้อมูล
เป็นการสรุปข้อมูลทั้งหมดที่ได้มา นำปัญหาด้านกราฟฟิกที่มีอยู่มาปรับปรุงแก้ไข
ปัญหาเหล่านั้น
- สรุปเพื่อให้ทราบขอบเขตของโครงการ และลักษณะของงานโดยรวม
- วางแนวคิด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบให้งานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- ออกแบบโดยทำตามแนวคิด หลักที่วางไว้

บทที่ 1

ข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ประกอบการออกแบบ

1.เครื่องหมายการค้า¹

ความหมายของเครื่องหมายการค้า

มาตรา 3 ตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้(ถ้าตัวบทมิได้แสดงให้เห็นเป็นตัวอย่างอื่น) คำว่า “เครื่องหมาย” ให้กินความถึงภาพอันคิดขึ้นตรา คำจำหน้า ไบสลาก ตัวนามลายมือชื่อ คำ ตัวหนังสือ ตัวเลข หรือชุมชนแห่งสิ่งเหล่านี้

คำว่า “เครื่องหมายการค้า” หมายความว่า เครื่องหมายซึ่งใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อลำแดงว่าสินค้านั้นๆ เป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยได้ทำขึ้นโดยการเลือก โดยทำคำรับรอง โดยทำการค้าขายสินค้านั้น หรือโดยเป็นผู้เสนอขาย

มาตรา 4 ท่านว่าสิ่งอันกล่าวต่อไปนี้เป็นสาระสำคัญ ต้องมีสิ่งหนึ่งเป็นอย่างน้อยอยู่ในเครื่องหมายการค้าพึงรับจดทะเบียนได้

1. ชื่อบริษัท ชื่อเอกชนหรือชื่อห้าง แสดงโดยลักษณะพิเศษ หรือเฉพาะ
2. ลายชื่อของผู้จดทะเบียน หรือขออยู่ในตำแหน่งของผู้นั้นมาก่อนในกิจการค้าขายนั้น
3. คำที่ประดิษฐ์ขึ้นคำหนึ่งหรือหลายคำ
4. คำเดียวหรือหลายคำอันไม่ได้ถึงถึงลักษณะ หรือคุณสมบัติแห่งสินค้าโดยตรงและตามความหมายอันเข้าใจกันโดยธรรมดา ไม่เป็นชื่อภูมิศาสตร์ หรือนามสกุล
5. เครื่องหมายอื่นๆ อันมีลักษณะบ่งเฉพาะ แต่ท่านว่า ชื่อลายมือชื่อ คำๆหนึ่งหรือหลายคำอันมิได้อยู่ภายในวรรค1,2,3 และ 4 นั้น ถ้ามิได้มีหลักฐานมาแสดงว่ามีลักษณะบ่งเฉพาะ ก็มิได้รับจดทะเบียน

ตามความหมายแห่งมาตรานี้ คำว่า “ลักษณะบ่งเฉพาะ “ หมายความว่า นำมาทำให้เหมาะเพื่อจะใช้ให้เห็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นติดกับสินค้าของผู้อื่น

มาตรา 5 ในเครื่องหมายการค้าหรือส่วนแห่งเครื่องหมายการค้า นั้น ท่านห้ามมิให้ใช้

1. ตราหลวง หรือตราราชการ ธงหลวง ธงราชการ หรือธงชาติ
2. พระบรมราชาภิเษและตัวอักษรย่อ พระบรมราชาภิเษ

¹ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พุทธศักราช 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า(ฉบับที่3) พ.ศ.2504 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. พระรูปพระเจ้าแผ่นดิน พระมเหสี พระบรมวงศานุวงศ์ฝ่ายหน้า ฝ่ายในในพระราชวงศ์ปัจจุบัน
4. พระราชลัญจกรในราชการ
5. ตราเครื่องหมายราชอิสริยาภรณ์
6. เครื่องหมายกาชาด หรือชื่อกาชาด หรือ กาเยเนวา
7. เครื่องหมายอย่างใดๆ อันขัดต่อรัฐประศาสนโนบาย หรือศีลธรรม
8. ภาพอันคิดขึ้นให้เป็นอย่างเดียวกับ หรือคล้ายคลึงกับเหรียญ ใบสำคัญ คู่่มือ หรือประกาศนียบัตร อันได้ให้เป็นรางวัลในการแสดงพิพริภัตน์ ซึ่งรัฐบาลสยาม หรือรัฐบาลต่างประเทศ หรือประชาบาลได้จัดตั้งขึ้น นอกจากจะได้รับเหรียญ ใบสำคัญคู่่มือ หรือประกาศนียบัตรเช่นนั้นเป็นรางวัลสำหรับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้น
9. รูปคนที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยเขาไม่ได้ให้อนุญาต หรือรูปคนตาย โดยไม่ได้รับความยินยอมของบุพพการี ผู้สืบสันดาน สามี และ ภรรยา

เครื่องหมายชนิดต่างๆ

เครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ซิมโบล (Symbols) เป็นเครื่องหมายที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับกิจการของบริษัทหน่วยงานต่างๆ สามารถให้ความหมายด้วยตัวเองโดยไม่มีตัวหนังสือเลย เช่น เครื่องหมายบริษัทเชลล์ หรือ เครื่องหมายของธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น
2. พิกโทกราฟ (Pictographs) เป็น เครื่องหมายที่มีเฉพาะรูปภาพ ใช้กับการสาธารณะ โดยไม่มีตัวหนังสือประกอบเป็นการใช้ภาพแทนคำพูด เช่น เครื่องหมาย หน้าห้องน้ำ เป็นภาพชาย-หญิง หรือเครื่องหมายบอกทางไป
3. เลตเตอร์มาร์ค (Lettermarks) เป็นเครื่องหมายที่แต่ตัวหนังสือ ใช้กับกิจการของบริษัทและหน่วยงานต่างๆ โดยจะต้องเป็นตัวย่ออ่านเรียงเป็นคำไม่ได้ เช่น เครื่องหมายของบริษัทสามเอ็ม เป็นต้น
4. โลโก้ (Logos) เป็นเครื่องหมายที่มีแต่ตัวหนังสือ อ่านเป็นคำได้ หรือเป็นชื่อเฉพาะ เช่น เครื่องหมาย บริษัทบาจ่า เป็นต้น
5. คอมบิเนชันมาร์ค (Combination marks) เป็นเครื่องหมายที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือผสมกันใช้ในกิจการของบริษัท สโมสร สมาคมต่างๆ เช่น เครื่องหมายของรองเท้าไนกี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. **เครื่องหมาย (Trademarks)** คือเครื่องหมายทั้ง 5 ชนิด ที่กล่าวมาและได้รับการจดทะเบียน ข้อดีและข้อเสียของเครื่องหมายแต่ละชนิด

1. ชิมไบล

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ง่ายและสะดวกตา

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนได้(ซ้ำกัน) และสิ้นเปลืองมากในการพัฒนารูปแบบที่ดี

2. พิกโทกราฟ

ข้อดี เป็นสากลนำไปใช้ที่ไหนก็ได้(อธิบายด้วยภาพ)

ข้อเสีย อาจเกิดการสับสนเมื่อนำไปใช้ในที่ชนบธรรมเนียมต่างกันมากๆ

3. เลตเตอร์มาร์ค

ข้อดี เป็นชื่อย่อของบริษัทซึ่งง่ายแก่การจดจำ

ข้อเสีย ต้องใช้ทุนสูงในการออกแบบ และมีการแข่งขันมาก

4. โลโก้

ข้อดี เป็นรูปแบบที่ไม่ซ้ำใครและทำได้ง่าย

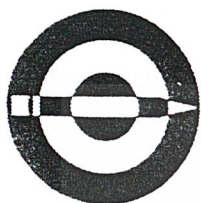
ข้อเสีย มีการซ้ำซ้อนในการมอง และจำได้ยาก

5. คอมบิเนชันมาร์ค

ข้อดี ใช้เป็นเครื่องหมายที่สื่อความหมายที่ดี

ข้อเสีย ซับซ้อนมากในการออกแบบ

ตัวอย่างเครื่องหมายการค้าต่าง ๆ



1. ซิมไบล

ConAgra

2. โลโก้



3. พิกโตกราฟ



4. เลตเตอร์มาร์ค



5. คอมบิเนชันมาร์ค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า

โดยทั่วไป เครื่องหมายการค้าทั้งหลาย ทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ

1. มุ่งรักษาประโยชน์ของเจ้าของกิจการ
2. ทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าและบริการได้

ประโยชน์ในทางอ้อมของเครื่องหมายการค้า ยังมีอีกหลายประการ เช่น ทำหน้าที่เป็นตัวเตือนความจำทำให้สินค้านั้นดูน่าเชื่อถือ เพราะคนไทยหลายคนชอบสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ นอกจากนี้ก็เป็นตัวช่วยสื่อความหมายให้ลูกค้าได้รู้ว่าสินค้า หรือกิจการนั้นเป็นอะไร เช่น เครื่องหมายของบริษัทการบิน ซึ่งมักจะเอารูปนกมาเป็นเครื่องหมายทางการค้า เพราะรูปนกมีความหมายว่าเป็นการบินบางบริษัทยังออกแบบเครื่องหมายรูปนกกับความรวดเร็วเข้าไปอีกด้วย

เพื่อให้เครื่องหมายการค้าทำประโยชน์ให้กับกิจการค้าได้มากที่สุด ผู้ออกแบบควรจะศึกษาเสียก่อนว่าสินค้านั้น หรือกิจการค้านั้นเป็นอะไร ผู้ซื้อหรือใช้บริการเป็นบุคคลประเภทใด ผู้ซื้อหรือใช้บริการนี้ เป็นภาษาการตลาดจะเรียกว่ากลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายจะเป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาก่อนจะทำการออกแบบ เราจะต้องศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายของเรา จะอยู่ในวัยไหน มีอาชีพอะไร เป็นส่วนใหญ่ การศึกษาอยู่ในระดับเฉลี่ยชั้นใด สถานการณ์เป็นอยู่เป็นเช่นไรสินค้านั้นจะจำหน่ายคนในเมืองใหญ่ หรือเมืองเล็กขายให้แก่ต่างชาติ หรือคนในประเทศ ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศด้วยหรือไม่ และรสนิยมของผู้ซื้อสินค้าเป็นอย่างไร

วิธีการออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการที่นักออกแบบจะทำการออกแบบสิ่งใดก็ตาม เขาจะต้องมีขั้นตอนในการออกแบบ ซึ่งบางครั้งอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่โดยรวม ๆ แล้ว เราสามารถแบ่งขั้นตอนในการออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การออกแบบเบื้องต้น เป็นการออกแบบโดยการร่างภาพขนาดเล็กๆ มากๆ เพื่อแสดงแนวความคิดของผู้ออกแบบออกมา วิธีนี้เรียกว่า Preliminary หรือ Thumbnails
2. ขั้นกลั่นกรอง เป็นการพัฒนาแบบจากการออกแบบเบื้องต้น โดยนำมาคัดเลือก, ออกแบบใหม่ , ตรวจสอบ, ขยาย หรือทำให้ดีขึ้น วิธีนี้เรียกว่า Refinement หรือ Rough

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ขั้นวิเคราะห์ เป็นการเลือกแบบ เปรียบเทียบเพื่อหาแบบที่ดีที่สุดเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า ขั้นตอนที่ 3 นี้เรียกว่า Analyze หรือ Comps

4.ขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นสุดท้ายของการออกแบบ คือการนำแบบนั้นไปใช้จริง(โดยได้รับการตัดสินใจจากลูกค้าผู้ให้ออกแบบ) ขั้นนี้เรียกว่า Decide หรือ Print

เทคนิคในการเขียนแบบร่างสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า

สำหรับเครื่องมือเครื่องใช้ในการออกแบบสัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายการค้า นั้น นักออกแบบพบว่า ปากกาหัวสักหลาด (Felt) หรือ Markerpen จะใช้ได้ดีกว่าดินสอในการร่างรูปร่าง ปากกานั้นเราสามารถเลือกขนาดความหนาของเส้นได้ และในที่กว้างของ Solid Tone จะถูกต่อเติมอย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะได้สัญลักษณ์ที่แน่นอนตามที่เขียนขึ้น การทำแบบอีกวิธีหนึ่งที่ได้ผลคือการตัดกระดาษมาทดลองกับพื้นขาว แบบนี้เราสามารถจัดหรือเลื่อนกระดาษได้ ซึ่งจะมองเห็นชัดเจนกว่าการนี้คมในภาพ เทคนิคในการทำสัญลักษณ์มีอีกหลายวิธี แต่ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความถนัดของนักออกแบบเองว่าจะใช้วิธีใดในการออกแบบไม่ควรออกแบบอย่างเลื่อนลอย ควรหาข้อกำหนดให้กับงานออกแบบ เช่น การออกแบบอยู่ในทรงเรขาคณิต คือมีตัวขอบเขตเป็นตัวกำหนด

ตารางแม่แบบ(Grids)

ตารางแม่แบบ หรือเรียกว่า ฎ ว่า กริด มีความจำเป็นต่อการออกแบบสัญลักษณ์มาก กระดาษตารางกราฟที่สร้างขึ้นมาเป็นพิเศษเหล่านี้เห็นได้ชัดเหมือนกับโครงไม้แบบในการสร้างตึก การเลือกความหนาของเส้น ตำแหน่งและทิศทางถูกกำหนดโดยชนิดของตาราง และจะช่วยทำให้เรามีทางเลือกมากมายในการออกแบบผลงานของเราออกมา วิธีใช้กริดนี้จะจำกัดขอบเขตการออกแบบของเราเกินไป ถ้าเราไม่ทำแบบร่างขึ้นมาก่อน ฉะนั้น การใช้กริดควรใช้เมื่อได้แบบร่างแล้ว และนำแบบนั้นมาเข้าระบบกริด มันจะทำให้แบบนั้นเปลี่ยนไปตามที่จำเป็นเพื่อความเหมาะสมในการออกแบบ

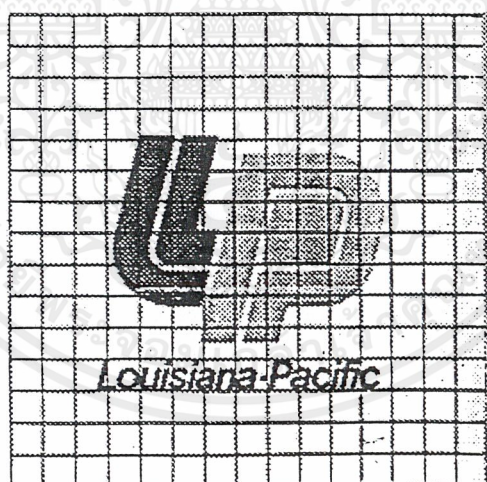
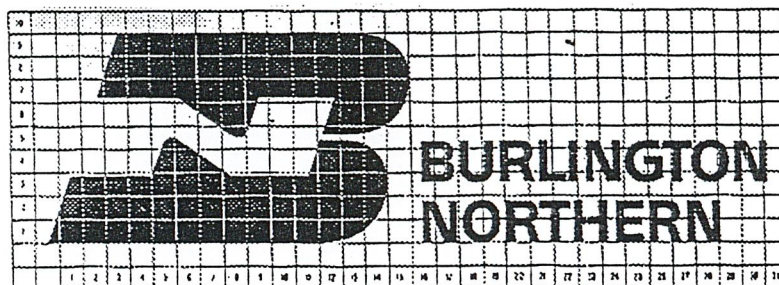
ความหมายของกริด ในแง่ของศิลปะและการออกแบบ หมายถึงตารางซึ่งสร้างขึ้นมาให้เป็นตัวโครงสร้างหรือเป็นแม่แบบ(Pattern) เพื่อช่วยให้งานที่ออกแบบนั้นสมบูรณ์ มีหลักการง่ายและสะดวกเรียบร้อยยิ่งขึ้น กริดสามารถสร้างขึ้นมาได้หลายแบบอยู่กับงานที่จะออกแบบ อาจจะเป็นตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตารางสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตารางที่เกิดจากเส้นทแยงมุม

หรือเป็นตารางที่เกิดจากเส้นวงกลมก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะเกิดจากเส้นตรงมากกว่า จะมีรูปแบบซ้ำๆ กันหรือเหมือนกันหลายรูปในพื้นที่เดียวกันที่เดียวที่เรากำหนดขึ้นก็ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างตารางแม่แบบ (กริด)



ภาพตัวอย่างการออกแบบสัญลักษณ์โดยใช้ระบบกริด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีในการออกแบบสัญลักษณ์

การเลือกใช้สีในการออกแบบสัญลักษณ์และเครื่องหมายการค้า ต้องทราบถึงกลุ่มเป้าหมายเสียก่อน เพราะบุคคลในวัยต่างกันย่อมมีความรู้สึกในเรื่องสีต่างกัน เช่น เด็กๆ ชอบสีที่เป็นสีเข้ม สีเปรี๊ต จะเห็นว่าของเล่นเด็ก ของเล่นอนุบาลมีสีเข้มๆ พวกแมสสีเป็นส่วนใหญ่ เช่น เขียว แดง น้ำเงิน เหลือง สีเข้มๆทั้งนั้น แต่เด็กก็ชอบสีเหล่านี้ เมื่อเป็นวัยหนุ่มสาวขึ้นมาก็ชอบสีสดใส เช่น ชมพู ฟ้า ส้ม เมื่อล่วงเข้ามาวัยมีอายุก็มักเปลี่ยนมาชอบสีที่บๆ ทึมๆ เช่น สีน้ำตาล เทา ดังเกิดจากการเลือกสีเครื่องแต่งกายของสุภาพสตรีวัยต่างกันออกไป

นอกจากจะเลือกสีให้เหมาะสมกับวัยผู้บริโภคแล้วการเลือกสีให้เกิดความรู้สึกดีๆ ให้เข้ากับกิจการและบริการก็จะสามารถสร้างความรู้สึกที่ดีได้อีก ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างความรู้สึกของสีที่ให้ปฏิกิริยาต่อความรู้สึกมนุษย์โดยตรงมีดังนี้

สีเทา	ให้ความรู้สึก เศร้า ซึม สุกภาพ เป็นผู้ดี เรียบร้อย
สีดำ	ให้ความรู้สึก ลึกลับ มีด ทุกข์โศก บาป
สีขาว	ให้ความรู้สึก สะอาด บริสุทธิ์ ปราศจากมลทิน
สีแดง	ให้ความรู้สึก ตื่นเต้น เร้าใจ สนุก อันตราย อบอุ่น
สีเหลือง	ให้ความรู้สึก เบรียว ร่าเริง ดีใจ อ้าใจ ความมั่งคั่ง
สีแสด	ให้ความรู้สึก มั่งคั่งสมบูรณ์ ความสวย ความสุข ความหวาน อบอุ่น
สีน้ำเงิน	ให้ความรู้สึก สุกภาพ ถ่อมตน หนักแน่น เยือกเย็น
สีม่วง	ให้ความรู้สึก เศร้า ความรัก สุภาพ นุ่มนวล
สีเขียว	ให้ความรู้สึก ร่าเริง สดชื่น กระชุ่มกระชวย

การพิจารณา เลือกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการออกแบบเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ มักจะมีผลงานเกิดขึ้นมากกว่า 1 แบบจำเป็นต้องนำผลงานเหล่านั้นมาพิจารณาคัดเลือก เพื่อนำแบบที่เหมาะสมที่สุดไปพัฒนาแก้ไขให้ดีขึ้นไปอีก หรือพิจารณานำไปใช้ต่อไป การพิจารณาเลือกแบบเครื่องหมาย อาจพิจารณาจากตารางตัดสินเครื่องหมาย CHECKPOINTS IN DECIDING UPON A MARK ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 9 ข้อคือ

1. Suitability of the mark's content

คือความเหมาะสมของเครื่องหมาย ความหมายของเครื่องหมาย เข้ากับจุดประสงค์ของ บริษัทหรือไม่

2. Suitability to the media to be used

คือความเหมาะสมกับสิ่งที่เรานำเอาไปใช้เช่น ในการพิมพ์ ในการทำป้ายนิออน ใช้ใน โทรศัพท์ และอื่นๆ สามารถใช้ได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ และแผนงานของบริษัท และ กรรมวิธีการผลิต เช่น เครื่องหมายนั้นต้องนำไปหล่อเป็นตัวการนำไปขยาย จะมีผล เปลี่ยนไปหรือไม่

3. Distinctiveness

ความมีลักษณะพิเศษ เครื่องหมายมีความพิเศษดึงดูดความสนใจเป็นงานสร้างสรรค์หรือไม่ มองแล้วสะดุดตา และจดจำได้ในขณะมองในเวลาสั้นๆ หรือไม่

4. Contemporarity

ความอยู่ได้เหมือนเดิม เครื่องหมายนั้นจะมีความรู้สึกว่ายั่งยืนโดยไม่ล้าสมัยในระยะ เวลาอย่างน้อย 5-10 ปี และต้องไม่เป็นการออกแบบที่แสดงถึงความนิยมในปัจจุบันในการออกแบบ

5. Memorability

ความสามารถที่จะอยู่ในความทรงจำ ก่อให้เกิดความทรงจำได้นาน และชัดเจนหรือไม่ สามารถจดจำได้เมื่อเห็นเพียงครั้งเดียวหรือไม่ ง่ายแก่การบอกเล่าและถ่ายทอดการนำไปวาดไปเขียน ต่อ

6. Reliability

น่าไว้วางใจได้ คือเครื่องหมายนั้นบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นบริษัทที่น่าไว้วางใจ และไม่มีภัยต่อ สังคม เช่น ธนาคาร ในกรณีนี้ตัดสินได้ยากถ้าเป็น Abstract

7. Utility

สามารถนำไปใช้ได้โดยไม่เกิดความสับสน เมื่อมองมูมผิดไปจากเดิม และรวมได้ดีกับ

Logotype ของบริษัท

8. Rehiionalality

สามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทในความเป็นสากลนิยมได้ถ้าเป็น Mark นโยบายของบริษัท สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะประจำท้องถิ่น นั้น อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. Color individuality

มีสีเฉพาะจะตั้งใจให้สีแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันของบริษัทหรือไม่ความแตกต่างนั้นมีความหมายหรือไม่จะดีหรือไม่ดีเมื่อใช้หลายสี

2 โปสเตอร์

การออกแบบโปสเตอร์

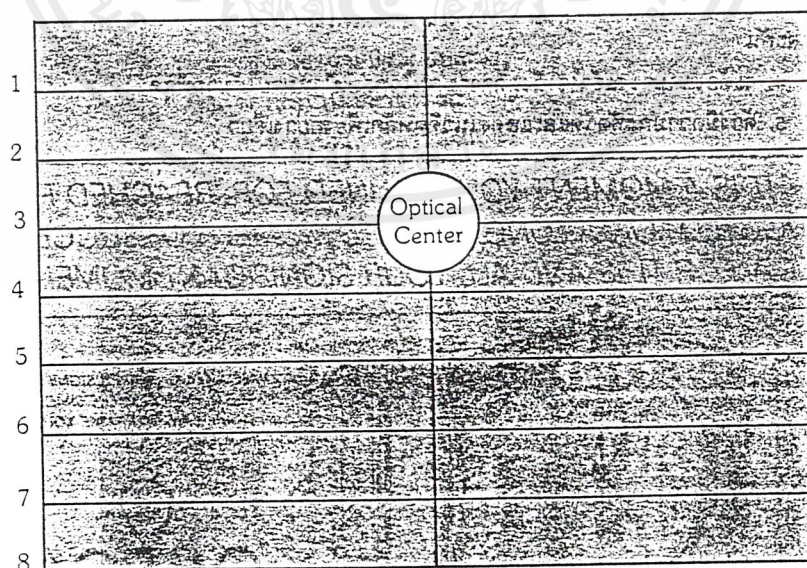
การกำหนดขนาด¹

ผู้ออกแบบโปสเตอร์จะมีแนวทางการกำหนดเรื่องของขนาดได้หลายวิธี หลายขนาด ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ โดยทั่วไปการกำหนดขนาดว่าเป็นเท่าใดมักจะกำหนดจากขนาดกระดาษที่มีจำหน่ายในท้องตลาด นอกจากนี้ก็ต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้ด้วย เช่น ขนาดพื้นที่โดยทั่วไปสำหรับการติดเผยแพร่ ความสวยงามในการออกแบบที่เหมาะสม

การกำหนดรูปภาพประกอบ

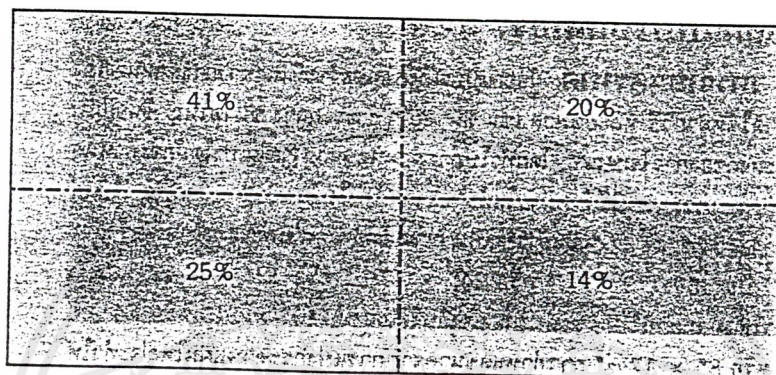
รูปภาพประกอบที่ใช้ในสื่อ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ลวดลายต่างๆที่ใช้ในการออกแบบงานกราฟิก แนวคิดในการออกแบบก็คือการกำหนดขนาดของภาพ เรื่องราวของภาพ รูปแบบของภาพ เทคนิคในการสร้างสรรค์ภาพ โครงสีในภาพ ความสวยงาม ความคมชัด การกำหนดตำแหน่งของภาพที่เหมาะสม เด่นชัด เนื้อหาของภาพต้องสอดคล้องกับข้อความ การวางตำแหน่งภาพที่ดีจะทำให้ชวนมอง เน้นการสร้างจุดสนใจได้ดี นักออกแบบอาจกำหนดจุดสนใจในภาพได้หลายลักษณะวิธีที่ง่ายที่สุดคือไว้ตรงกลางภาพ หรือที่เรียกว่าบริเวณจุดศูนย์กลางความสนใจการมอง(Optical Center)

แสดงการกำหนดจุดสนใจของภาพ



¹ วรพงศ์ วรชาติอุดม บทความเรื่องการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ "ออกแบบกราฟิก" ศิลปกรรมศาสตร์ 2535

Herman F.Brandt ได้ศึกษาถึงจุดสนใจของตำแหน่งที่เด่นที่สุดในภาพจากการมองในภาพสี่เหลี่ยมของหน้ากระดาษ ได้ผลสรุปดังนี้



การกำหนดตัวอักษร

ตัวอักษรข้อความหรือตัวอักษรหัวเรื่องที่จะต้องกำหนดลงในงานออกแบบกราฟฟิก จะทำหน้าที่บรรยายข้อมูลสาระให้รับรู้ การกำหนดตัวอักษรจึงต้องเน้นหนักที่ขนาดตัวอักษร รูปแบบ และการกำหนดโครงสร้างตัวอักษรทั้งหมด

1ขนาดของตัวอักษร

ตัวอักษรที่ปรากฏในงานออกแบบโปสเตอร์โดยทั่วไปจะมี3ขนาด คือ ขนาดใหญ่ สำหรับข้อความพาดหัว(Heading) ขนาดกลาง สำหรับข้อความรองพาดหัว(Sub Heading) และขนาดเล็กสำหรับข้อความรายละเอียดที่เสนอสาระข้อมูล(Copy) การกำหนดขนาดในส่วนโดยย่อไม่สามารถกำหนดขนาดแน่นอนได้ เพราะขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานแต่ละชิ้น หลักการง่ายก็คือไม่ว่าขนาดเท่าใดก็ต้องสามารถอ่านได้ชัดเจน ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาสัดส่วนของตัวอักษรที่สัมพันธ์กันกับระยะห่างระหว่างสายตากับสิ่งที่มองเห็น ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างตัวอักษรและอายุของผู้ดูด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงขนาดตัวพิมพ์ที่เหมาะสมกับวัยของผู้อ่าน

อายุ	ขนาดอักษรโรมัน (พอยท์)	ขนาดอักษรไทย (พอยท์)
5-7	18	24-30
7-8-10	12-14	18-30
10-12	11-12	16-18
12ปีขึ้นไป	11-12	16-18
ผู้ใหญ่ปกติ	10-11-12	14-16
คนสูงอายุ60ปีขึ้นไป	11-12	16-18

2 รูปแบบตัวอักษร

การสร้างสรรค์รูปแบบตัวอักษรให้สวยงาม แปลกตา และสอดคล้องกับลักษณะข้อความ มีความชัดเจน ทำให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เทคนิคการออกแบบและการตกแต่งตัวอักษรให้สวยงามจะเป็นแรงบันดาลใจให้อาจารย์ อาจารย์ อาจารย์เห็นมากกว่ารูปแบบธรรมดา การสร้างรูปแบบตัวอักษรทำได้สองทางคือ การสร้างรูปแบบขึ้นใหม่เป็นการเฉพาะสำหรับงานนั้นๆ กับการเลือกใช้แบบอักษรสำเร็จ การใช้อย่างไรต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับการออกแบบนั้นๆด้วย

3 สีของตัวอักษร

การกำหนดเกี่ยวกับสีเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเน้นข้อความให้เด่นชัดมากขึ้น สวยงามมากขึ้น ในการกำหนดสี ควรคำนึงถึง

3.1 ค่าน้ำหนักของสี สีของตัวอักษรควรมีค่าน้ำหนักที่ตัดกันกับสีพื้นและควรเป็นสีที่แย้งกับสีพื้นให้มากที่สุดการ ตัดกันมากทำให้มีความเด่นชัดของตัวอักษรมาก

3.2 สีของตัวอักษรไม่ควรใช้หลายสีเกินไป

3.3 ควรใช้สีให้เหมาะกับข้อความนั้นๆ เช่นข้อความที่เน้นความเร่งด่วน ตื่นเต้น อาจใช้สีแดง ข้อความที่กล่าวถึงความสงบ นิ่ง อาจใช้สีฟ้า

3 บรรจุภัณฑ์

งานกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

มีหน้าที่หลักคือเป็นภาชนะบรรจุสินค้า มีหลายรูปแบบแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า เช่น เป็นห่อ กล่อง ขวด กระป๋องฯ การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆได้3กลุ่มตามลักษณะหน้าที่ได้ดังนี้

1 บรรจุกฎบัตรสำหรับการค้าปลีก

บรรจุกฎบัตรสำหรับค้าปลีกต้องออกแบบให้สวยงาม สะดวกสบายในการใช้สอย นำใช้ลักษณะของการออกแบบกราฟฟิกประเภทนี้จะบอกรายละเอียดของตัวสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน มีข้อกำหนดโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

2 บรรจุกฎบัตรเพื่อการค้าส่ง

ได้แก่บรรจุกฎบัตรที่ออกแบบขึ้นสำหรับสินค้าจำนวนมากๆ เช่นเป็นโหล กล่อง หีบ การกำหนดรายละเอียดบนบรรจุกฎบัตรจะมีความแตกต่างกันออกไป ข้อมูลต่างๆอาจเป็นตัวอักษร ข้อความ หรืออาจเป็นตัวอักษรสัญลักษณ์ก็ได้

3 บรรจุกฎบัตรเพื่อการขนส่ง

เป็นบรรจุกฎบัตรที่ออกแบบขึ้นเพื่อใช้สำหรับขนส่งโดยเฉพาะ เน้นเรื่องความสะดวกในการขนส่ง ความประหยัดในการขนส่ง

บรรจุกฎบัตรมิได้เป็นเพียงภาชนะบรรจุสินค้าเท่านั้น แต่จะต้องทำหน้าที่ทั้งความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยในด้านอื่นอีกด้วย

การออกแบบกราฟฟิคบนภาชนะบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟฟิค หมายถึง การกำหนดลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนรายละเอียดทางกราฟฟิคของภาชนะบรรจุและฉลาก ในอันที่จะส่งผลเชิงจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เกิดการตอบสนองซึ่งได้แก่ความสนใจ ความนิยม และการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นต้น นักออกแบบอาศัยการจัดองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพเขียน ลวดลาย สัญลักษณ์ และสี ฯลฯ เพื่อให้เกิดผลสามารถสื่อความหมายตามที่ต้องการให้ผู้บริโภครับรู้

การออกแบบกราฟฟิคนั้น ควรดำเนินไปพร้อมๆกัน และให้สัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์และรูปลักษณะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ก่อนเริ่มต้นออกแบบ จำเป็นต้องศึกษา ค้นคว้าทำการสำรวจให้เข้าถึงปัจจัยและสภาพการผลิต การจำหน่าย ว่ามีวัตถุประสงค์ตามหลัก 5W 2H คือ WHY? WHO? WHEN? WHERE? HOW? HOW MUCH?

การออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้ง 2 มิติ บนพื้นผิวราบของวัสดุ เช่น กระดาษ แผ่นพลาสติก โฟม ฯลฯ ก่อนนำวัสดุต่างๆนี้ประกอบกันเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติก็อาจกระทำได้ 2 กรณีคือ ทำเป็นแผ่นฉลาก ไปติดบนบรรจุภัณฑ์ที่ขึ้นรูปเป็นภาชนะบรรจุมาแล้ว หรืออาจสร้างสรรค์บนผิวภาชนะบรรจุ 3 มิติโดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว เป็นต้น ซึ่งลักษณะการออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์นี้ ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4 ฉลากอาหาร

การออกแบบฉลากสินค้า(Label Design)

ฉลากสินค้าจะติดมากับสินค้าที่บรรจุมาในรูปขวด กล่อง ห่อ กระป๋อง ฉลากสินค้าจะช่วยให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับสินค้าอย่างมาก บางครั้งฉลากจะช่วยในการตัดสินใจซื้อเป็นอย่างมาก

รายละเอียดที่สำคัญและจำเป็นซึ่งผู้บริโภคควรทราบ

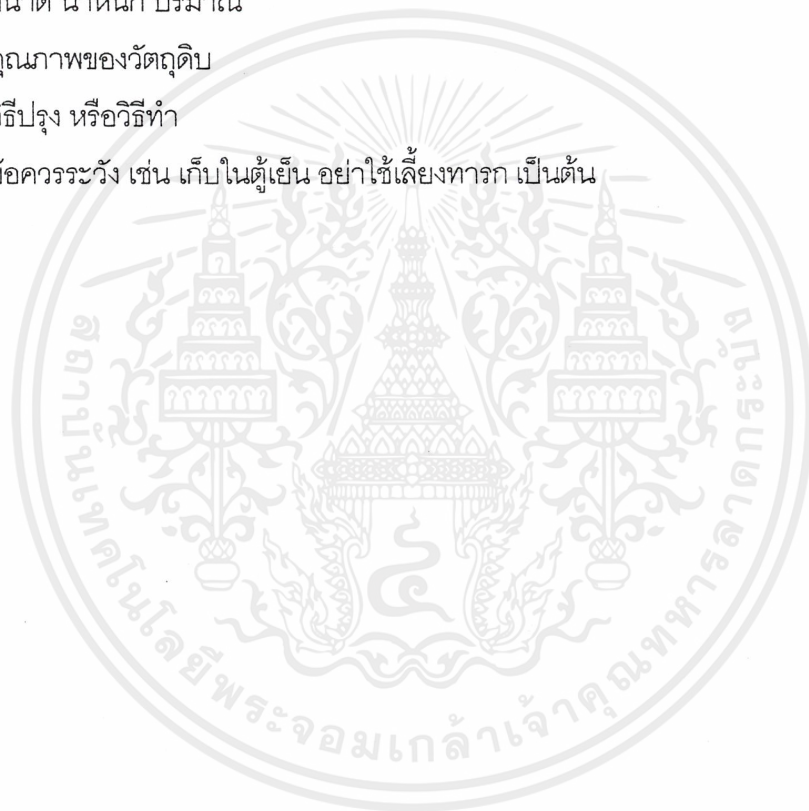
1ประเภทของอาหารนั้นว่าเป็นอะไร ของเชื่อม ต้ม ทอด ส่วนผสมมีอะไรบ้าง

2ขนาด น้ำหนัก ปริมาณ

3คุณภาพของวัตถุดิบ

4วิธีปรุง หรือวิธีทำ

5ข้อควรระวัง เช่น เก็บในตู้เย็น อย่าใช้เล็งทารก เป็นต้น



บทที่ 2

ร้านฟาสต์ฟู้ด

ข้อมูลของร้านมนต์นมสดโดยสังเขป

ร้านมนต์นมสดเปิดกิจการครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2505 ขายรวมกับร้านอาหารชนิดอื่นด้วย เพิ่งจะปรับเปลี่ยนร้านเป็นแบบฟาสต์ฟู้ด เมื่อปี พ.ศ. 2538 เพราะต้องการปรับร้านให้ทันสมัยไปกับแนวโน้มโลกยุคใหม่ ลักษณะการดำเนินงานเป็นแบบกิจการในครอบครัว ปัจจุบันร้าน มีสาขา 3 สาขา คือ สาขาใหญ่ที่ถนนดินสอ, ดิโอล์ดสยาม พลาซ่า และโรบินสันบางรัก ทางร้านเน้นคุณภาพอาหาร สด อร่อย บรรยากาศเป็นกันเอง และราคายุติธรรม

เป็นร้านเวลา 14.00 - 24.00 น. เพราะเห็นว่าอาหารเป็นอาหารทานเล่นหลังจากอิมมีเอ็น และรองท้องก่อนนอน การเปิดร้านตอนบ่ายทำให้สินค้าสดทุกวันด้วย

ประเภทของอาหาร

1. ประเภทขนมปัง
 - 1.1 ขนมปังปิ้ง
 - 1.2 ขนมปังนึ่ง
 - 1.3 ขนมปังปอนด์
 - 1.4 ขนมเค้กกระป๋อง
 - 1.5 ขนมขาไก่
 - 1.6 คุกกี้
2. ประเภทเครื่องดื่ม
 - 2.1 นมสด
 - 2.2 โยเกิร์ต
 - 2.3 ชาดำเย็น ชา กาแฟ
 - 2.4 โกโก้
 - 2.5 น้ำมะนาว
3. แยม สังขยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ฟาสต์ฟู้ดประเภทอาหารไทย - อีสาน เป็นร้านที่เพิ่งเปิดมาไม่นานนัก ได้แก่ ไร่จ้อย ฟรายดริคเก็ต, แซ่บอีสาน, จุ่มแซบฮัท นอกจากนี้ยังมีอาหารไทยกึ่งจีน ได้แก่ แคนตัน, MK สุกี้

4. ร้านอาหารประเภทกึ่งฟาสต์ฟู้ด คือ ตกแต่งร้านสไตล์ฟาสต์ฟู้ด (เรียบง่าย ทันสมัย ตอบสนองความรีบเร่ง) แต่ใช้ระบบแบบร้านอาหารทั่วไป คือ ไม่ต้องบริการตนเอง ได้แก่ Pizza Hut, Noodle Garden ฯลฯ

5. ร้านอาหารประเภท ขนม ไอศกรีม ได้แก่ TCBY, Swensen, Mister Donut ฯลฯ

ในปัจจุบันนี้มีฟาสต์ฟู้ดเกิดขึ้นมากมาย การโฆษณาและการส่งเสริมการขายมีความสำคัญมาก เนื่องจากผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกใช้บริการที่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น และลักษณะของกลุ่มผู้ซื้อที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงไปหลายอย่างเช่น

1. สถานที่หรือทำเลที่ตั้ง การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ การตกแต่งและจัดสถานที่ให้มีความสะอาดและสะดวกสบายให้ความรู้สึกเป็นกันเอง
2. คุณภาพของอาหาร ต้องได้มาตรฐานทุกสาขาทั้งในเรื่องของรสชาติและความสะอาด
3. การบริการ ผู้บริโภคควรได้รับบริการที่น่าพึงพอใจ สะดวกและทันใจโดยไม่ถูกเร่งรัด
4. การให้คุณค่าทางอาหาร นี่คือนวัตกรรมที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน เนื่องจากมีการรณรงค์ให้ผู้คนหันมาทานอาหารที่มีคุณค่ามากขึ้น ทำให้นิสัยในการบริโภคเปลี่ยนไป
5. ราคา ต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมกับอาหารและกลุ่มเป้าหมาย
6. ความหลากหลายในการบริการ เช่น ให้อุปกรณ์ร่วมกับกิจกรรมที่มีจัดในแต่ละช่วง และมีเมนูพิเศษในบางฤดูกาล

ทั้งหมดนี้คือเหตุผลที่ทำให้ผู้ผลิตและนักการตลาดต้องคิดหาวิธีการใหม่ ๆ ทำให้การโฆษณาและส่งเสริมการขายมีรูปแบบแปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น

- สร้างทางเลือกใหม่ ๆ ให้ผู้บริโภค
- วางแนวทางการแข่งขัน
- หาจังหวะการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมแก่โอกาสและกลุ่มเป้าหมาย
- ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างร้านกับผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Positioning ของร้าน

สำหรับร้านมนต์นมสด เป็นร้านเก่าแก่ มีชื่อเสียงมานาน ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเจ้าประจำ ทางร้านเน้นคุณภาพและความสดของสินค้า ราคาไม่แพงนัก เจาะกลุ่มตลาดระดับกลาง

กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมซื้อ

ลูกค้าส่วนมากเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา จะมาเป็นกลุ่มนั่งรับประทานในร้านและมักจะซื้อกลับบ้านหลังจากนั่งรับประทานในร้านแล้ว พฤติกรรมซื้อจะเฉลี่ยคนละประมาณ 30 - 40 บาท (รับประทานในร้าน) และคนละประมาณ 100-200 บาท (ซื้อกลับบ้าน)

แนวทางการขยายตลาด

- ส่งออกขายตามแถบชานเมือง และต่างจังหวัด โดยให้ร้านค้าย่อย รับไปขายต่อ แต่มีข้อเสียคือการควบคุมคุณภาพสินค้าทำได้ยาก และอาจเกิดการเสียหายขณะขนส่ง

- โดยการลงห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีความเป็นไปได้ เพราะ ผลิตรภัณฑ์ของร้านเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีและขายในราคาไม่แพงอยู่แล้ว หากลงไปขายในห้าง ก็สามารถที่จะปรับราคาให้สูงขึ้นได้ และยังได้ลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่ม

บทที่ 3

การวิเคราะห์

ทางด้านการตลาด

ร้านมนต์มสด เป็นร้านที่เก่าแก่อมีชื่อเสียงมานาน มีลูกค้าประจำให้ความเชื่อถือในเรื่องคุณภาพและรสชาติ สามารถอาศัยชื่อเสียงที่สั่งสมมานานเป็นข้อได้เปรียบในการขยายตลาด

แนวทางการขยายตลาดไปสู่ตลาดระดับบนสำหรับร้านมนต์มสด สามารถทำได้โดยการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูทันสมัย เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่มากขึ้น การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับร้าน ควรจะเน้นที่คุณภาพ ความสะอาด และความสะอาด เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว

ทางด้านกรออกแบบ

เปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ของกราฟฟิคแบบเก่าและแบบใหม่ จะพบว่า
กราฟฟิคแบบเก่า

มีข้อดีคือ

1. ต้นทุนการผลิตต่ำ ไม่ได้เน้นในการออกแบบ
2. ลักษณะการออกแบบ แบบดั้งเดิม ทำให้เป็นที่จดจำเชื่อถือของลูกค้าเก่า ๆ

ข้อเสีย คือ

1. ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่มีความแตกต่างจากร้านอื่นที่เปิดกิจการในลักษณะเดียวกัน
2. ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ได้

กราฟฟิคแบบใหม่

มีข้อดี คือ

1. มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างภาพลักษณ์ใหม่แก่ร้าน
2. สามารถเข้ากับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่มากขึ้น และเป็นารขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่

ข้อเสีย คือ

1. ต้นทุนการผลิตแพงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยสรุปการปรับปรุงกราฟฟิคของร้านควรมีลักษณะดังนี้

1. ยังคงแสดงถึงเอกลักษณ์ของร้าน แต่ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยเป็นสากลมากขึ้น
2. มีความเป็นcoporateและแสดงถึงลักษณะเด่นเฉพาะตัวของร้าน สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ร้านด้วย
3. สามารถสร้างจุดขายใหม่ให้กับร้าน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การสร้างสรรค์ผลงาน

ร้านมนต์นมสดมีชื่อเสียง เป็นที่นิยมมานาน จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลาเกือบ 40 ปี จึงใช้ลักษณะลายเส้นในงานพิมพ์สมัยก่อน เกือบ 40 ปีที่แล้ว ที่ลายเส้นไม่ค่อยสมบูรณ์นัก และให้น้ำหนักแสงเงาของภาพโดยใช้ความถี่ของเส้น มาประยุกต์ใช้กับเจดีย์ที่สดใสเป็นแนวทางการออกแบบงานโดยรวม เพื่อให้กราฟิกมีความร่วมสมัย และมีร่องรอยของอดีตอยู่ด้วย

1. โลโก้

แนวทางการออกแบบ

- โลโก้เดิมไม่บอกถึงภาพพจน์ของร้าน เป็นภาพเหมือนจริง ไม่มีการตัดทอนแนวความคิด

- มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กราฟฟิกให้ความรู้สึกเป็นกันเอง มีความร่วมสมัย คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้และบ่งบอกถึงกิจการของร้าน สื่อความหมายชัดเจนตามแนวคิดที่วางไว้

- ควรเป็นโลโก้ที่ติดตามและสามารถจดจำได้ง่าย

- สีที่ใช้ไม่ควรเกิน 2 สี

- นำภาพลักษณะเป็นลายเส้นมาใช้ในการออกแบบ เพื่อให้ดูสบาย เป็นกันเอง

โปสเตอร์ประดับร้าน

แนวทางการออกแบบ

- บอกถึงความสด อร่อยของอาหารในร้าน

- ใช้ภาพวัตถุดิบในการประกอบอาหารเป็นภาพประกอบ

- ง่ายแก่การจดจำ

บรรจุภัณฑ์

แนวทางการออกแบบ

- ใช้ภาพประกอบเช่นเดียวกับโปสเตอร์

- มีเอกลักษณ์เฉพาะของร้าน

- สะดวกในการบรรจุและจำหน่าย

บทที่ 5
แบบร่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ
 ไม่ว่าการณ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้

โยชน์ด้านการค้า
 การนำไปใช้

บทที่ 6
ผลงานจริง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอมควัดัม
ทำจากส่วนผสมที่เลือกสรรอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติเป็นตุรซึบเฉพาะตัว อร่อย ด้วยส่วนผสมของควัดัมที่คัดสรรมาไว้ปรุงรสด้วยน้ำคอกเนื้อจนได้กลิ่นหอมอ่อนๆ ไร้ไขมันแข็ง หรือคอเลสเตอรอลใดๆ

สิงขยาลิ้นแดง

ส่วนประกอบโดยประมาณ
ควัดัม 48% น้ตาล 15%

ข้อควรระวัง
หลังเปิดใช้แล้ว ควรปิดฝาให้สนิท และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

บริษัทเนบเทค
ตรงข้ามศาลาว่าการกทม. ถนนดินสอ
เขตพระนคร กทม.

ผลิตภัณฑ์
น้ำหนักสุทธิ 235กรัม
NET.WT. 235g.



แอมสวาปะระก
ทำจากส่วนผสมที่เลือกสรรอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติเป็นตุรซึบเฉพาะตัว อร่อย ด้วยส่วนผสมของสวาปะระกที่คัดสรรมาไว้ปรุงรสด้วยน้ำคอกเนื้อจนได้กลิ่นหอมอ่อนๆ ไร้ไขมันแข็ง หรือคอเลสเตอรอลใดๆ

แอมสวาปะระก

ส่วนประกอบโดยประมาณ
ควัดัม 48% น้ตาล 15%

ข้อควรระวัง
หลังเปิดใช้แล้ว ควรปิดฝาให้สนิท และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

บริษัทเนบเทค
ตรงข้ามศาลาว่าการกทม. ถนนดินสอ
เขตพระนคร กทม.

ผลิตภัณฑ์
น้ำหนักสุทธิ 235กรัม
NET.WT. 235g.



สังขยาไข่
ทำจากส่วนผสมที่เลือกสรรอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติเป็นตุรซึบเฉพาะตัว อร่อย ด้วยส่วนผสมของสังขยาไข่ที่คัดสรรมาไว้ปรุงรสด้วยน้ำคอกเนื้อจนได้กลิ่นหอมอ่อนๆ ไร้ไขมันแข็ง หรือคอเลสเตอรอลใดๆ

สังขยาไข่

ส่วนประกอบโดยประมาณ
น้ตาล 48% ไข่ไก่ 9%

ข้อควรระวัง
หลังเปิดใช้แล้ว ควรปิดฝาให้สนิท และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

บริษัทเนบเทค
ตรงข้ามศาลาว่าการกทม. ถนนดินสอ
เขตพระนคร กทม.

ผลิตภัณฑ์
น้ำหนักสุทธิ 235กรัม
NET.WT. 235g.



แอมสตรอเบอร์รี่
ทำจากส่วนผสมที่เลือกสรรอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติเป็นตุรซึบเฉพาะตัว อร่อย ด้วยส่วนผสมของสตรอเบอร์รี่ที่คัดสรรมาไว้ปรุงรสด้วยน้ำคอกเนื้อจนได้กลิ่นหอมอ่อนๆ ไร้ไขมันแข็ง หรือคอเลสเตอรอลใดๆ

แอมสตรอเบอร์รี่

ส่วนประกอบโดยประมาณ
สตรอเบอร์รี่ 48% น้ตาล 15%

ข้อควรระวัง
หลังเปิดใช้แล้ว ควรปิดฝาให้สนิท และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

บริษัทเนบเทค
ตรงข้ามศาลาว่าการกทม. ถนนดินสอ
เขตพระนคร กทม.

ผลิตภัณฑ์
น้ำหนักสุทธิ 235กรัม
NET.WT. 235g.

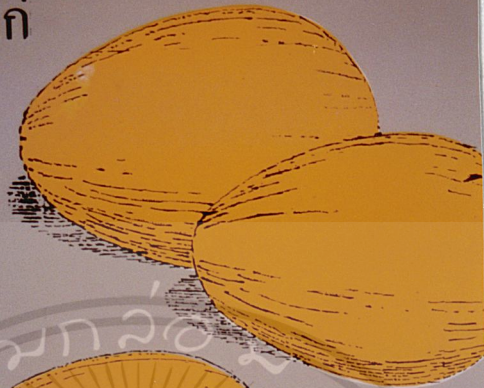


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไข่ไก่



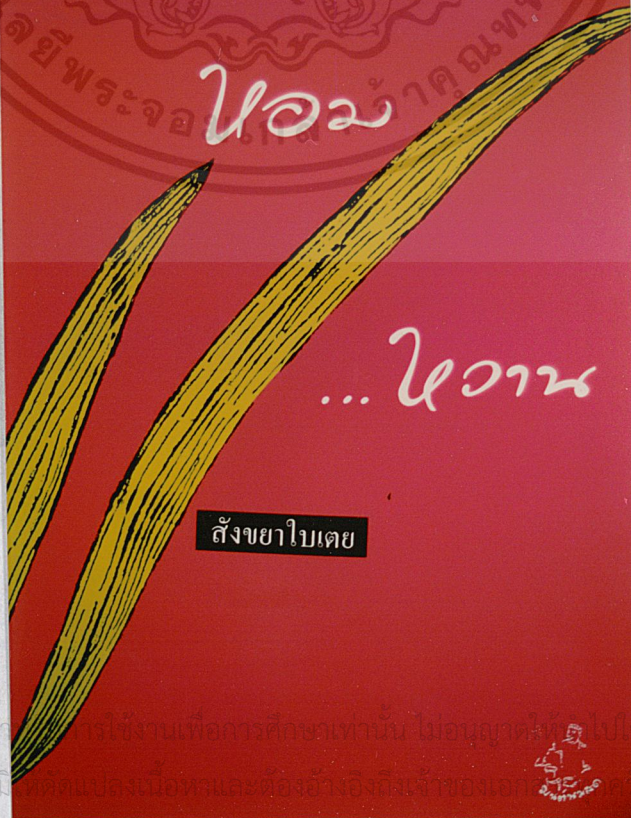
กลมกล่อม



สังขยาไข่

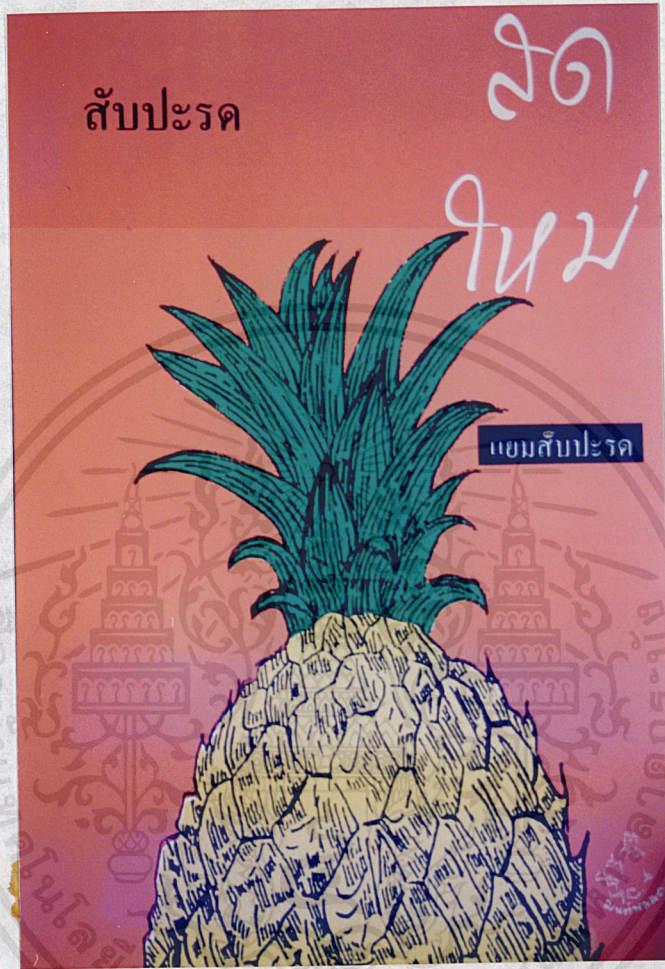
ใบเตย

ใบอว

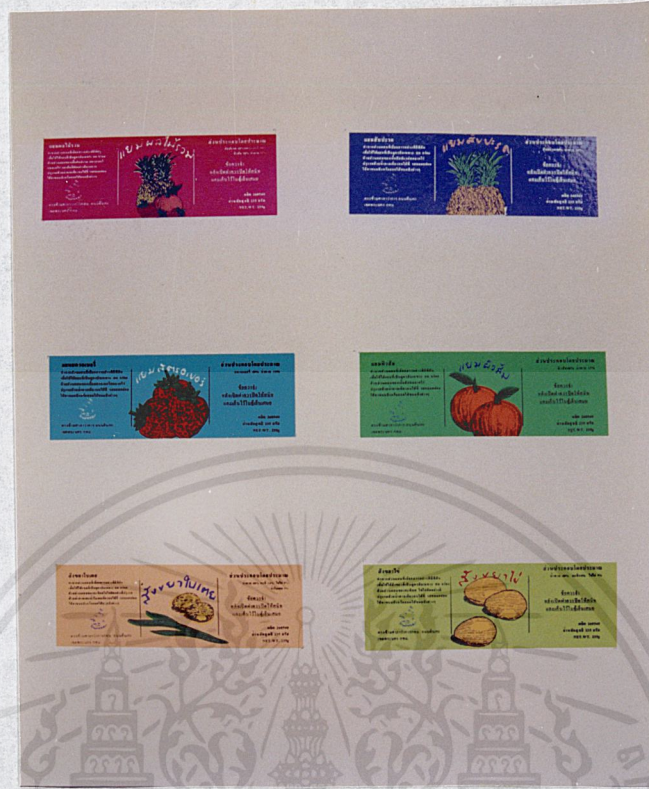


...ใบอาน

สังขยาใบเตย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ขนมผลไม้รวม

ขนมผลไม้รวมที่มีรสชาติอร่อยและอร่อย
 เป็นผลไม้รวมที่มีรสชาติอร่อยและอร่อย
 มีส่วนผสมของผลไม้สดและผลไม้รวม
 หวานอร่อย และยังมีรสชาติอร่อยและอร่อย
 มีส่วนผสมของผลไม้สดและผลไม้รวม
 หวานอร่อย และยังมีรสชาติอร่อยและอร่อย

ส่วนผสมผลไม้รวม
 ผลไม้รวม 48% (รวมผลไม้สด 15%)
 น้ำเชื่อม 25% น้ำมันพืช 15%

ชื่อทวริ่ง
ห้างเจแปนเทรดดิ้งโคมพานี
และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

ผลิต 260540
 น้ำหนักสุทธิ 235 กรัม
 NET.WT. 235g

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สังขยาไข่
 ทำจากส่วนผสมที่คัดสรรอย่างพิถีพิถัน
 เพื่อให้ได้รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สด อรอม
 สัมผัสส่วนหน่อกะทิสด ไข่ไก่สดขยำดี
 ปรุงรสด้วยน้ำตาลเคี้ยวจนได้ที่ รสกลมกล่อม
 ใช้ภาชนะที่สะอาดได้จนหมดสิ่งต่างๆ

รวมไข่

ส่วนประกอบโดยประมาณ
 น้ำตาล 40% ไข่ไก่ 14% ไข่ 5%

ชื่อควรรู้
 หลังเปิดฝาควรวีลให้สนิท
 และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

ผลิต 260540
 น้ำหนักสุทธิ 235 กรัม
 NET.WT. 235g

ตราเครื่องหมายการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



แอนดิวซ์ประด
 ทำจากส่วนผสมที่คัดสรรอย่างพิถีพิถัน
 เพื่อให้ได้รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สด อรอม
 สัมผัสส่วนหน่อกะทิสด ไข่ไก่สดขยำดี
 ปรุงรสด้วยน้ำตาลเคี้ยวจนได้ที่ รสกลมกล่อม
 ใช้ภาชนะที่สะอาดได้จนหมดสิ่งต่างๆ

แอนดิวซ์ประด

ส่วนประกอบโดยประมาณ
 ไข่ประด 90% น้ำตาล 10%

ชื่อควรรู้
 หลังเปิดฝาควรวีลให้สนิท
 และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

ผลิต 260540
 น้ำหนักสุทธิ 235 กรัม
 NET.WT. 235g

ตราเครื่องหมายการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอมพิวส้ม
 ผลิตจากส่วนผสมที่มีคุณภาพสูงและดีต่อสุขภาพ
 เพื่อได้รสชาติที่เป็นธรรมชาติเฉพาะ ๑๓ รส
 ด้วยส่วนผสมของเมล็ดส้มเขียวหวาน
 ซึ่งอุดมด้วยวิตามินซีและไฟเบอร์ ช่วยลดคอเลสเตอรอล
 ใช้รับประทานหรือดื่มน้ำส้มปั่นต่างๆ

แอมพิวส้ม

ส่วนผสมโดยประมาณ
 มีรส ๕๕% น้ำตาล ๑๕%

ข้อควรระวัง
 หลังเปิดฝาควรวินาทีสนิท
 และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

ผลิต ๒๕๖๕๔๐
 น้ำหนักสุทธิ ๒๓๕ กรัม
 NET.WT. 235g

ตราเจ้าในศาลาเวียงกร ออมสินศก
 เขตพระนคร กทม.

แอมพิวสตรองเบอร์รี่
 ผลิตจากส่วนผสมที่มีคุณภาพสูงและดีต่อสุขภาพ
 เพื่อได้รสชาติที่เป็นธรรมชาติเฉพาะ ๑๓ รส
 ด้วยส่วนผสมของเมล็ดสตรองเบอร์รี่
 ซึ่งอุดมด้วยวิตามินซีและไฟเบอร์ ช่วยลดคอเลสเตอรอล
 ใช้รับประทานหรือดื่มน้ำสตรองเบอร์รี่ปั่นต่างๆ

แอมพิวสตรองเบอร์รี่

ส่วนผสมโดยประมาณ
 สตรองเบอร์รี่ ๕๕% น้ำตาล ๑๕%

ข้อควรระวัง
 หลังเปิดฝาควรวินาทีสนิท
 และเก็บไว้ในตู้เย็นเสมอ

ผลิต ๒๕๖๕๔๐
 น้ำหนักสุทธิ ๒๓๕ กรัม
 NET.WT. 235g

ตราเจ้าในศาลาเวียงกร ออมสินศก
 เขตพระนคร กทม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น. อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

สุชา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. การออกแบบกราฟฟิกสำหรับร้านอาหารDIM SUM .

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชานีเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาด

กระบัง,2536

กำพล ลักษณะจินดา. การออกแบบ CORPORATE IDENTITY สำหรับงาน

ประกวด ASIA PACIFIC DESIGN AWARDS. วิทยานิพนธ์ปริญญา

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชานีเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง,2537

กรพินธุ์ ทังวงศ์. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่แสดงถึงเอกลักษณ์จีน.

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชานีเทศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง,

2538

ประณีปดา ทองมาลา,บทความวิเคราะห์กระแส “จับตาอาหารไทยเข้าตลาดฟาสต์ฟู้ด”

นิตยสารคู่แข่ง ตุลาคม ,2536

มติชน ธุรกิจแฟรนไชส์วัฒนธรรม”กินด่วน” จากตะวันตก, 26มิถุนายน 2535

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พุทธศักราช 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราช

บัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่3) พ.ศ.2504

วรวงศ์ วรชาติอุดม. “บทความรู้เรื่องการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ “ออกแบบกราฟฟิก”

กรุงเทพฯ:ศิลปาบรรณาคาร,2535