

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

วิทยานิพนธ์ทางการออกแบบเรื่อง  
โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของสปริงรสอาหาร “ภูเขาทอง”  
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR PRODUCT OF GOLDEN MOUNTAIN



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2538

เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน.....  
วัน, เดือน, ปี.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
โดยไม่ได้รับอนุญาตจากสำนักหอสมุดฯ หากต้องการนำเอกสารไปใช้ให้ติดต่อขอสงวนสิทธิ์ในเอกสารฉบับนี้  
ให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ซอสปรุงรสอาหาร "ภูเขาทอง"  
PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR PRODUCT OF GOLDEN MOUNTAIN  
ชื่อ นส.อัฉนา ตันมุขยกุล  
ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม  
ปีการศึกษา 2538

ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรส "ภูเขาทอง" เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและมีส่วนแบ่งทางการตลาด อยู่ในระดับกลุ่มนำของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เนื่องจาก เป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานโดยสม่ำเสมอมาตลอด แต่ในตลาดที่มีการเติบโตและมีภาวะการแข่งขันสูงเช่นในปัจจุบัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสเป็นที่สนใจของผู้ผลิตหลายราย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันแต่ละชนิดมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความแตกต่าง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ที่สื่อถึงคุณภาพและรสชาติ เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งโดยสื่อผ่านทางารโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายและทางการบรรจุภัณฑ์ซึ่งในส่วนของบรรจุภัณฑ์นี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์ "ภูเขาทอง" เกิดความเสียเปรียบคู่แข่งอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากชื่อเสียงที่มีมานาน และรสชาติที่คุ้นเคยเป็นหลัก แทนการเลือกซื้อจากบรรจุภัณฑ์ที่สามารถแสดงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าที่บ่งบอกถึงคุณภาพและรสชาติของผลิตภัณฑ์หรืออีกนัยหนึ่งคือบรรจุภัณฑ์ของ "ภูเขาทอง" ยังมีได้ทำหน้าที่เป็น "SILENT SALESMAN" ให้กับผลิตภัณฑ์มากเท่าที่ควร

### ปัญหาสำคัญของบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากผู้ผลิตเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปในด้านคุณภาพ ความหลากหลาย และการสร้าง BRAND LOYALTY มากกว่าการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการตลาดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้เกิดปัญหาหลายประการติดตามมา ตัวอย่างเช่น

1. ขวดแก้วมีน้ำหนักมากทำให้เกิดปัญหาด้านความเสียหายในระหว่างการขนส่ง และถูกตำหนิจากผู้บริโภคในด้านการใช้งาน
2. ฝาปิดไม่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ก่อนการใช้งานทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือ
3. ขวดมีจำนวนมากและมีรูปแบบที่หลากหลายเกินไป ทำให้เกิดความยุ่งยากในขั้นตอนการผลิตและการเลือกซื้อ
4. ฝาของผลิตภัณฑ์ซอสชั้นที่มีลักษณะไม่เหมาะสมกับการใช้งาน ทำให้สิ้นเปลืองและสกปรก
5. ไม่มีการ RECYCLE บรรจุภัณฑ์ ทำให้เกิดความสิ้นเปลืองและปัญหาล้างขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบรรจุภัณฑ์ ทำให้ขาดพลังในการขายและบางชนิดเกิดความสับสนกับคู่แข่ง
7. ขาดการจัดระบบการแยกชนิดที่ดีทำให้ผู้บริโภคสับสนในการจดจำและเลือกซื้อ

### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์

จากปัญหาดังกล่าว การแก้ไขจึงควรเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในด้านต่างๆ อย่างมีระบบและสอดคล้องกันทั้งในด้านเทคโนโลยีการผลิตและการตลาด โดยยังไม่ทิ้งข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ คือ ความมีคุณภาพ ความหลากหลาย และ BRAND LOYALTY ของผู้บริโภค ซึ่งมีแนวทางพอสรุปได้ดังนี้

1. เลือกใช้ PET ซึ่งเป็นวัสดุใหม่ เป็นวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ขวด เนื่องจากมีข้อได้เปรียบ คือ มีน้ำหนักเบา ไม่แตกเสียหาย สามารถนำไป RECYCLE ได้และมีอิสระในด้านการผลิตสูงกว่าแก้วที่เป็นวัสดุเดิม โดยเพิ่มเติมฝา BREAK AWAY เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ก่อนการใช้งานอีกด้วย
2. ออกแบบขวดโดยแบ่งเป็น 2 รูปทรง คือ ขวดกลมและแบน เพื่อรองรับข้อสรุปที่มีการแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ซอสเหลวและซอสข้น โดยคำนึงถึงข้อจำกัดในการผลิตของ PET และการใช้งานของผู้บริโภคเป็นหลัก
3. เพิ่มบรรจุภัณฑ์ REFILL เข้าไปในสายการผลิต เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคให้ได้รับประโยชน์ในความสะดวกกว่า ประหยัดกว่า และรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อเป็นจุดสนใจและสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์
4. สร้าง CORPORATE IDENTITY ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการเน้น LOGO สีหลักและการจัดวางเพื่อสร้างเอกลักษณ์ใหม่ภายใต้ BRAND NAME เดิม เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและจดจำ
5. สร้างระบบการแบ่งแยกประเภทโดยการใช้สีและรูปภาพที่แตกต่างกันภายใต้ CORPORATE IDENTITY ที่กำหนดไว้ โดยคำนึงถึงการจัดแบ่งเดิมและจิตวิทยาการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นหลัก

## คำนำ

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต การประกอบอาหาร จึงเป็น พฤติกรรมในชีวิตประจำวันอันจะขาดเสียมิได้ นอกเหนือจากการทำอาหารให้สุกด้วยกรรมวิธีต่างๆ แล้ว การเติมแต่งรสชาติของอาหารก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้อาหารนั้นเป็นที่ถูกปากยิ่งขึ้น และยังเป็น ส่วนเสริมค่านโภชนาการแก่ผู้บริโภค วัตถุประสงค์ของรสชาติอาหารมีหลายประเภท เช่น น้ำตาล น้ำ ปลา น้ำส้ม พริกป่น พริกไทย ซอสต่างๆ ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ประเภทซอสปรุงรสอาหาร จำพวก ซอสถั่วเหลือง ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซอสหอยนางรม และซอสพริกผสมมะเขือเทศ

ซอสปรุงรสอาหารมีขั้นตอนการผลิตที่ง่าย และยังเป็นตลาดที่สามารถทำการผลิตแบบลูกโซ่ เพราะการผลิตจะมีความคล้ายคลึงกัน ต่างกันแค่เพียงวัตถุดิบเท่านั้นเช่น ถั่วเหลือง พริก มะเขือเทศ และอื่นๆ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้จึงอาศัยคุณภาพและรสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ แต่ เนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่มีการเติบโตสูง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงมีส่วนช่วยทั้งในด้านการ ขายและการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในการเพิ่มทางเลือกการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ กว่าจะเสร็จสมบูรณ์ ได้ อาศัยทั้งเวลา กำลังกาย กำลังใจ ความพากเพียร พยายาม อุตุน ที่จะเอาชนะตัวเองให้ทำงานลุล่วงไปได้ ทั้งหมดนี้อาศัยบุคคลมากมายร่วมด้วย

ขอบคุณ

แม่ พ่อ และพี่จำ แม่แบบของชีวิต ผู้อบรมสั่งสอน ปลุกฝังความดีงาม อุตุนและออก  
ทุนทรัพย์ให้ลูก

อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำ สั่งสอน ชี้แนวทางในการเรียนรู้

กรรมการวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่เห็นความพยายาม

ครูและอาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ความดีงาม

คุณชิตพงศ์ วงศ์วิทยวิโชติ และคุณปริยพันธ์ สนาวิ บริษัท ไทยเทพรสอุตสาหกรรม

จำกัด (มหาชน) ให้ข้อมูลและอนุญาตให้ทำโครงการนี้

คุณปราโมทย์ สนวนสน บริษัท ไทยเอเชียอินดัสเตรียล จำกัด ผู้ให้ความรู้เรื่องขวด PET  
อย่างเต็มใจที่สุด

พี่แฉม ไพทยะ พี่ชายที่แสนดี และครอบครัว อุปการะทั้งคน ที่อยู่ สอนทั้งเรื่องชีวิต  
และการทำงาน ร่วมฝ่าฟันความเหนื่อยยาก

เพื่อนสนิท คึกดา ชิน เขียว ช่วยเหลือ ให้กำลังใจ หักกันชีวิตมาด้วยกัน

มือปืนหลายรอบ นุ่น ช้าง นิค คุณแรร ฤทธิ จอม คุณ พฤกษ์ บอย โอเลี้ยง ท้อป เล็ม  
พี่บอมบ์ ฯ

เพื่อนๆประสานมิตร เวอร์ ตั้ง เต็มใจช่วยเหลือและเป็นห่วงเป็นใย

เพื่อนร่วมห้องและร่วมรุ่น ที่เอื้อเฟื้อ ตีต่อกันเสมอมา

คอมพิวเตอร์ พรินเตอร์ เทคโนโลยีทั้งหลาย และ คอนโดมิเนียม ความทันสมัยที่ได้  
พึงพิง

หากวิทยานิพนธ์นี้มีความดีอยู่บ้างขอมอบทั้งหมดนั้นให้กับแม่ ผู้ให้เสมอมา

หากวิทยานิพนธ์นี้มีข้อบกพร่อง ความผิดทั้งปวงขอรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ัจฉนา ตักมุกขกุล

26/03/39

## อนุมัติผล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติ  
ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ชาลิน ยมาภัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดตทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
อเนกัตติผล	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นไปได้ของโครงการ	2
ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา	3
ขอบเขตของโครงการ	15
แนวทางการศึกษาวิจัย	16
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	16
บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	17
ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ภูเขาทอง	17
ข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	
คู่แข่งในแต่ละผลิตภัณฑ์	26
คู่แข่งในสายการผลิตเดียวกัน	50
ข้อมูลด้านผู้บริโภค	
พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้งาน	53
วิเคราะห์การตลาดแยกประเภทของผลิตภัณฑ์	53
กำหนดสีของฉลากและกราฟฟิค	54
ข้อมูลเกี่ยวกับกฎข้อบังคับและกฎหมายของฉลากและบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทซอส	
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม น้ำซอสปรุงรส มอก. 8-2513	56
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม น้ำซีอิ๊ว มอก. 252-2521	57
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เคตซ์ปมะเขือเทศ มอก. 392-2529	58
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซอสพริก มอก. 242-2533	59
มาตรฐานคำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.31	60
แนวทางการแสดงฉลากอาหาร ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 ผลงานในขั้นตอนแบบร่าง	
เงื่อนไขในการออกแบบ	
ความต้องการของสินค้าต่อบรรจุภัณฑ์ ประเภทขวด	69
ความต้องการของสินค้าต่อบรรจุภัณฑ์ ประเภท REFILL	69
ความต้องการของสินค้าต่อฉลาก	70
แนวทางในการออกแบบ	
ขวด	70
ฉลาก	71
การพัฒนาแบบ	72
สรุปผลการออกแบบ	74
บทที่ 4 การเสนองานการออกแบบ	
ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการในขั้นตอนแบบร่าง	76
การออกแบบโครงสร้าง	77
การออกแบบฉลาก	78
ผลงานในขั้นตอนสุดท้าย	80
บทที่ 5 บทสรุป	
สรุปผลการออกแบบ	86
ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา	87
ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	87
ภาคผนวก	88
ประวัติการศึกษา	90

# บทที่ 1

## บทนำ

บริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ดำเนินการผลิตซอสปรุงรสอาหาร ภายใต้ชื่อ "ภูเขาทอง" อันประกอบด้วย น้ำซอสถั่วเหลือง ซีอิ๊วขาว น้ำส้มสายชู ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซอสพริกผสมมะเขือเทศ ซอสหอยนางรม โดยคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสม่ำเสมอ ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ "ภูเขาทอง" ได้รับความนิยมเป็นที่ต้องการของตลาด และมี ส่วนแบ่งทางการตลาด สูง

ตลาดเครื่องปรุงรสอาหารในประเทศไทยมีมูลค่ารวมสูงถึง 8,000 ล้านบาทต่อปี มีการเติบโตสูง (20% ต่อปี) เนื่องจากมีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ผลิตภายในและภายนอกประเทศ การพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความโดดเด่นจึงมีความสำคัญที่จะครองใจผู้บริโภคและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสอาหาร มีลักษณะทางกายภาพที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาศัย BRAND LOYALTY ดังนั้นการสร้างความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นตัวแสดงภาพลักษณ์ของสินค้าที่สื่อถึงคุณภาพและรสชาติ จึงเป็นการสร้างความได้เปรียบต่อคู่แข่ง จากการกำหนดลักษณะเฉพาะ เอกลักษณ์และจุดยืนของ BRAND ให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

## ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. **ด้านนโยบาย** ทางบริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด ยินดีให้คำปรึกษาและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเห็นความสำคัญว่าผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหารมีการแข่งขันทางด้านการตลาดที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย โดดเด่น มีเอกลักษณ์ของตนเองจึงมีส่วนช่วยในการจดจำสินค้าและส่วนเสริมการขาย สร้างภาพพจน์ของสินค้าที่ดีมีคุณภาพ
2. **ด้านเศรษฐกิจ** เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ที่ผลิตภายในประเทศ ที่มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภค และสร้างช่องทางทางการส่งออก นอกประเทศ
3. **ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม** การออกแบบ เลือกใช้วัสดุที่สามารถหมุนเวียน นำไปใช้ใหม่ได้ (RE-USE, RECYCLE) เพิ่มบรรจุภัณฑ์แบบเติม (REFILL) เพื่อลดปริมาณขยะตามบ้านเรือน
4. **ด้านการออกแบบ** เป็นโครงการที่ได้มีก่ฝนทางด้านโครงสร้าง,กราฟฟิค,การสร้าง CORPORATE IDENTITY ประกอบกับการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ มาทำการออกแบบโดยคำนึงถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่ เป็นไปได้จริง สามารถทำได้ด้วยระบบอุตสาหกรรมภายในประเทศ และตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคได้สูงสุด

สรุป : วิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ซอสปรุงรสอาหาร "ภูเขาทอง" มีความสอดคล้องต่อความเป็นไปได้ของโครงการ ทั้งในด้านนโยบาย, เศรษฐกิจ, สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนทางการออกแบบ

## ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา

### ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ออกวางตลาดต่างกันในแต่ละประเภท โดยไม่ได้คำนึงถึงภาพลักษณ์โดยรวมของ BRAND ทำให้ขาดพลังในการขาย ยากแก่การจดจำ



### แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีการ CORPORATE กันในแต่ละ SEGMENT เพื่อสร้างความโดดเด่น และภาพพจน์ที่ดีต่อตัวสินค้า

2. บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้วซึ่งมีน้ำหนักมาก แดกหักเสียหายง่าย
  - เกิดปัญหาด้านน้ำหนักในการขนส่ง
  - เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายเมื่อกระทบหรือโยน
  - มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน สร้างความเมื่อยล้า ไม่นัดมือ

### แนวทางการแก้ปัญหา

เปลี่ยนวัสดุเป็นพลาสติกที่มีความทนทานแข็งแรงน้ำหนักเบา เช่น ขวดPET ออกแบบให้มีโครงสร้างที่แข็งแรง รับน้ำหนักแรงกดกระแทก มีรูปทรงที่จับถนัดมือ โดยการใช้ส่วนโค้ง พื้นผิวเข้าช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ<sup>3</sup>ไปใช้

3. บรรจุภัณฑ์เป็นรูปทรงกลม ทำให้น้ำจืดของฉลากมีความโค้ง แคบ เมื่อจัดวางบนชั้นจำหน่าย โอกาสที่ผลิตภัณฑ์จะหมุนบิดตัวหันด้านข้างออกมามีมาก ภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์บนชั้นขาดความโดดเด่นและความงาม

#### แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบโครงสร้างขวดให้มีความเหมาะสมกับการจัดวางบนชั้นวางจำหน่าย โดยคำนึงถึงความโดดเด่นของขวดต่อคู่แข่ง เช่น การเปลี่ยนรูปร่างพื้นที่หน้าตัดก้นขวดเป็นรูปเหลี่ยม รูปรี เพื่อขยายหน้าจอกว้างขึ้น

4. บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายของรูปแบบ รูปทรงเกินไป

- สร้างความยุ่งยากในการบรรจุ
- สร้างความยุ่งยากในการขนส่ง จัดจำหน่าย
- สิ้นเปลืองต้นทุนการผลิต
- เกิดความสับสนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

#### แนวทางการแก้ปัญหา

จัดแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าออกเป็นของเหลวและของหนัก เพื่อแยกการออกแบบขวดให้สามารถใช้งานร่วมกันได้และมีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เป็นการลดความยุ่งยากในการบรรจุ ขนส่ง จำหน่ายและลดต้นทุนการผลิต สร้างพลังในการขาย

5. ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เมื่อใช้หมดแล้วไม่สามารถนำขวดมาใช้ประโยชน์ได้อีก

- เพิ่มปริมาณขยะภายในบ้าน
- ใช้ประโยชน์ของทรัพยากรอย่างไม่คุ้มค่า

#### แนวทางการแก้ปัญหา

เพิ่มบรรจุภัณฑ์ประเภทเติม (REFILL) เพื่อเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภคในการหมุนเวียนบรรจุภัณฑ์เดิมมาใช้ประโยชน์ได้อีก โดยบรรจุภัณฑ์ประเภทเติมนี้ ออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานของเหลวและของหนัก

6. เนื่องจากการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ทำให้ขนาดสัดส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำการออกแบบปรับปรุงใหม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้ SECONDARY PACKAGE (TRANSPORTATION PACKAGE) เดิมที่มีอยู่ ไม่สามารถรองรับการใช้งานได้

#### แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบ TRANSPORTATION PACKAGE ให้มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ สามารถรองรับการใช้งานได้กว้างที่สุดที่จะทำได้ และมีขนาดที่เหมาะสมในด้านการขนส่ง อันจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งและการจัดเก็บในคลังสินค้า



ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีลักษณะเป็นของเหลว

ชนิด/ปริมาณบรรจุ	1,000 CC	740 CC.	200 CC.	100 CC.
1. น้ำซอสถั่วเหลืองปรุงรสผาเหลือง		✓	✓	✓
2. น้ำซอสถั่วเหลืองปรุงรสผาเขียว	✓	✓	✓	
3. ซีอิ๊วขาว		✓	✓	✓

1. บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้วซึ่งมีน้ำหนักมาก และแตกหักเสียหายง่าย



- เกิดปัญหาด้านน้ำหนักในการขนส่ง
- ไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีเมื่อได้รับแรงกระแทก ถูกโยน ตก
- มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเมื่อปรุงอาหาร จากน้ำหนักที่มาก ก่อให้เกิดปัญหาในการหยิบยก และสร้างความเมื่อยล้าขณะใช้งาน

แนวทางการแก้ปัญหา

เปลี่ยนวัสดุเป็นพลาสติกที่มีคุณสมบัติทนแรงกดกระแทก น้ำหนักเบาเช่นขวด PET ออกแบบให้มีรูปร่าง พื้นผิวที่ทำให้จับถนัดมือ ตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานอย่างเหมาะสม มีโครงสร้างที่แข็งแรง

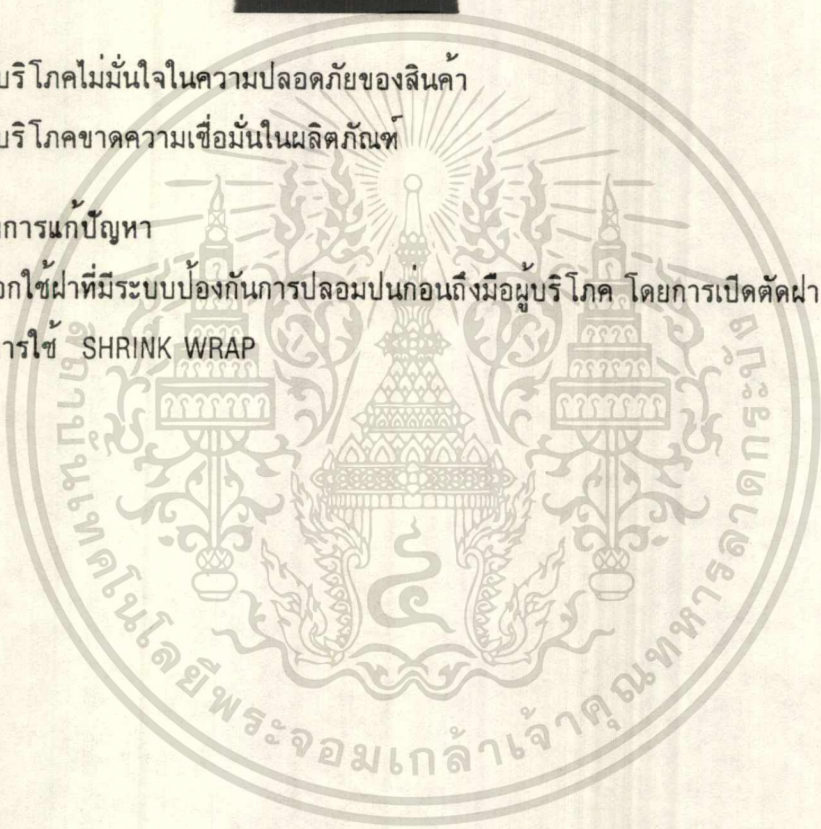
2. ฝาของบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดออกได้ก่อนถึงมือผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาจมีการปลอมปน สกปรก



- ผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยของสินค้า
- ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์

แนวทางการแก้ปัญหา

เลือกใช้ฝาที่มีระบบป้องกันการปลอมปนก่อนถึงมือผู้บริโภค โดยการเปิดตัดฝา การดึงจุกเปิดฝาหรือการใช้ SHRINK WRAP



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขวดของน้ำซอสถั่วเหลืองปรุงรสฝาเหลือง ขนาด 200 CC. เป็นทรงเหลี่ยม แต่ขวดขนาดเดียวกันของน้ำซอสถั่วเหลืองปรุงรสฝาเขียวเป็นทรงกลม เป็นการใช้รูปทรงของขวดที่ต่างกันขนาดบรรจุเดียวกันและมีพฤติกรรมการใช้งานเหมือนกัน (บนโต๊ะอาหาร)

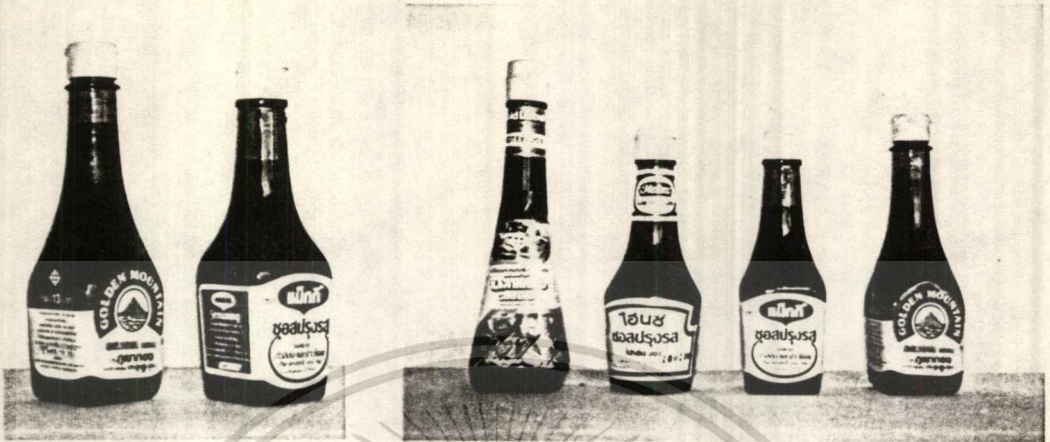


- สร้างความยุ่งยากทางด้านกรบรรจุ ขนส่ง ฯลฯ
- เกิดความสิ้นเปลืองต้นทุนการผลิต

#### แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบให้สามารถใช้ขวดเดียวกันได้ มีรูปแบบกราฟฟิคเข้าชุดกัน โดยสามารถแยกประเภทได้ เพื่อลดต้นทุนการผลิต ลดความยุ่งยากในการบรรจุ และยังมีความเป็นพวกเดียวกันในการจัดวางร่วมกัน

4. ผลิตภัณฑ์น้ำซอสถั่วเหลืองปรุงรสฝาเหลือง ขนาด 200 CC. และขนาด 100 CC. ใช้ขวดทรงเหลี่ยม ฉลากสีเหลือง-แดง มีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง



- ขาดเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์
- สร้างความเข้าใจผิดในการเลือกซื้อ
- มีรูปร่างแตกต่างจากขวดขนาด 740 CC. ซึ่งเป็นขวดทรงกลม ทำให้ขาดพลังในการขาย

#### แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบขวดและฉลากให้มีเอกลักษณ์ของตนเองสร้างความโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และมีความเป็นพวกเดียวกันในแต่ละขนาด เพื่อสร้างพลังในการขาย

5. ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เมื่อใช้หมดแล้วไม่สามารถนำขวดกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีก

- เป็นการเพิ่มปริมาณขยะภายในบ้าน
- ใช้ประโยชน์ของทรัพยากรอย่างไม่คุ้มค่า

#### แนวทางการแก้ปัญหา

เพิ่มบรรจุภัณฑ์ประเภทเติม (REFILL) ขนาด 700 cc. เพื่อเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภค ในการหมุนเวียนบรรจุภัณฑ์เดิมมาใช้ประโยชน์ได้อีก โดยออกแบบและเลือกใช้วัสดุ ที่มีความเหมาะสมกับของเหลว โดยอาจจะเป็นกล่องกระดาษ หรือถุง ฯ

ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีลักษณะเป็นของหนืด

ชนิด/ปริมาณบรรจุ	860 g.	840 g.	320 g.	230 g.
1. ซอสพริกเผ็ดกลาง		✓	✓	✓
2. ซอสพริกเผ็ดน้อย	✓			✓
3. ซอสมะเขือเทศ		✓	✓	✓
4. ซอสพริกผสมมะเขือเทศ				✓
5. ซอสหอยนางรม		✓	✓	✓

1. บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้วซึ่งมีน้ำหนักมาก และแตกหักเสียหายง่าย



- เกิดปัญหาด้านน้ำหนักในการขนส่งมเกล้าเจ้าคุณ
- ไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีเมื่อได้รับแรงกระแทก ถูกโยน ตก
- มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานของซอสซึ่งมีความหนืดตัวสูง ทำให้มีปัญหาคารกค้างบริเวณปากขวด และไม่สามารถบังคับให้ซอสไหลออกมาในปริมาณที่ต้องการได้

แนวทางการแก้ปัญหา

เปลี่ยนวัสดุเป็นพลาสติกที่มีคุณสมบัติน้ำหนักเบา ทนแรงกดกระแทกได้ดี และยังสามารถควบคุมการไหลของซอสให้เป็นไปตามต้องการ มีระบบการถ่ายเทของหนืดบริเวณปากขวด โดยอาจเลือกใช้ขวด-นํ้า หลอดลามิเนต ฯลฯ ออกแบบรูปทรงให้มีรูปทรงและมีพื้นผิวที่จับถนัดมือ ใช้สะดวก ออกแบบ โครงสร้างที่เหมาะสมกับการถ่ายเทของหนืด เช่น มีช่องให้อากาศเข้าไปดันของ

เหลวภายใน และเลือกใช้ฝามาตรฐานที่มีความเหมาะสมกับขวดและของหนืด ฯลฯ

ไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ซอสพริกชนิดเผ็ดกลางและเผ็ดน้อยมีความแตกต่างกันในด้านพื้นที่หน้าจอกของฉลาก, กราฟฟิคสีส้มมากจนขาดเอกลักษณ์ร่วมกัน และยังสื่อความเผ็ดได้ไม่ชัดเจน ซอสพริกเผ็ดน้อยใช้สีเหลือง แต่ซอสพริกเผ็ดกลางซึ่งเผ็ดมากกว่า ใช้สีเขียว-ขาว การแยกสินค้าจึงอาศัยความคุ้นเคยของผู้บริโภคเท่านั้น



- สร้างความสับสนในการแยกประเภทผลิตภัณฑ์
- ขาดภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อเพิ่มพลังในการขาย

แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบให้ฉลากสามารถสื่อรสชาติโดยการใช้อยู่ที่มีน้ำหนักต่างกัน สีตรงข้ามกัน สีโทนเดียวกัน สร้างเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เด่นชัด จัดแบ่งประเภทให้ชัดเจน แต่ยังคงความเข้าชุดกัน และเน้นชื่อและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคแยกสินค้าได้ง่าย

3. บรรจุภัณฑ์ขนาด 840 g. ของซอสพริกเผ็ดกลาง,ซอสมะเขือเทศและซอสหอยนางรม และขนาด 860 g. ของซอสพริกเผ็ดน้อย ใช้ขวด 2 ประเภท โดยที่มีปริมาตรใกล้เคียงกัน

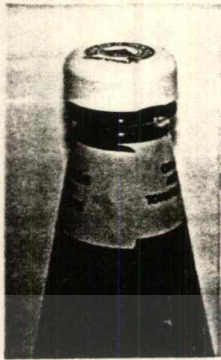


- เป็นการสิ้นเปลืองต้นทุนการผลิต
- สร้างความยุ่งยากในการบรรจุ

#### แนวทางการแก้ปัญหา

ออกแบบให้สามารถใช้ขวดเดียวกันได้ และมีรูปแบบกราฟฟิคเข้าชุดกัน โดยให้สามารถแยกประเภทได้ เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต ลดความยุ่งยากทางการบรรจุ และยังคงความเป็นพวกเดียวกัน เมื่อจัดวางรวมกัน สร้างพลังในการขาย

4. ฝาที่ใช้กับซอสพริกเผ็ดน้อยขนาด 860 g. แตกต่างไปจากฝาของผลิตภัณฑ์ตัวอื่น ซึ่งใช้เป็นฝา WHITE CAP



- สร้างปัญหาการดกค้ำของซอสบริเวณฝา และออกมาเลอะที่ปากขวด ดูสกปรก ไม่น่า รับประทาน
- สิ้นเปลืองต้นทุนการผลิต

#### แนวทางการแก้ปัญหา

เลือกใช้ฝาเดียวกันได้ทั้งสายของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นของชนิด มีการใช้งานที่คล่องตัว เปิดปิดสะดวก ลดขอกมูมที่จะทำให้มีการดกค้ำของผลิตภัณฑ์ลง และสามารถควบคุมการไหลของซอสได้ดี



5. ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เมื่อใช้หมดแล้วไม่สามารถนำขวดกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีก

- เป็นการเพิ่มปริมาณขยะภายในบ้าน
- ใช้ประโยชน์ของทรัพยากรอย่างไม่คุ้มค่า

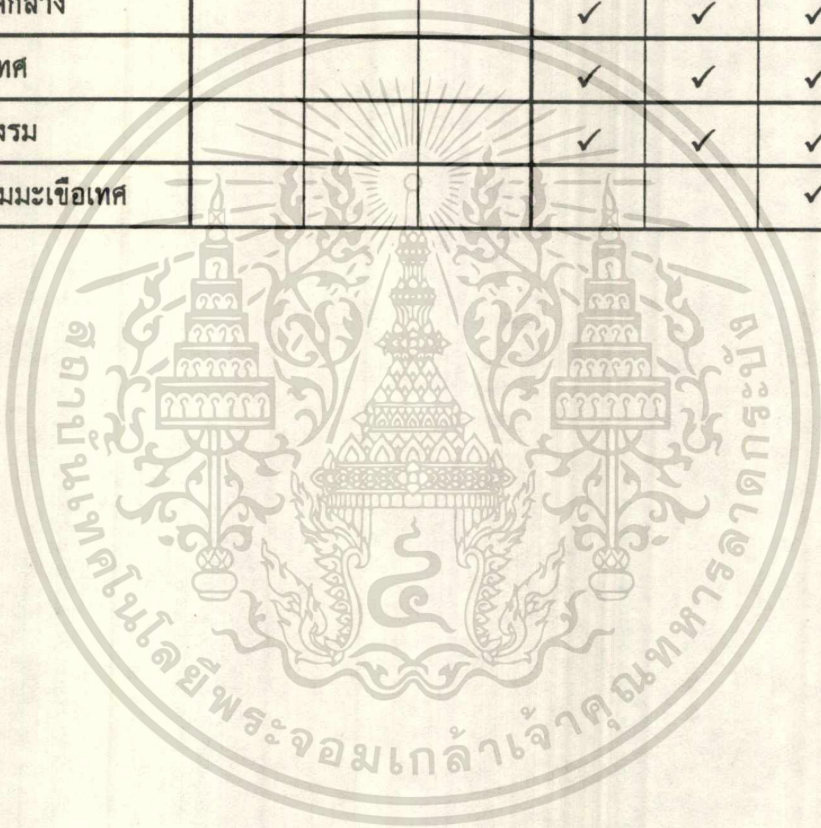
**แนวทางการแก้ปัญหา**

เพิ่มบรรจุภัณฑ์ประเภทเติม (REFILL) ขนาด 800 g. เพื่อเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภคในการหมุนเวียนบรรจุภัณฑ์เดิมมาใช้ประโยชน์ได้อีก โดยออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่มีความเหมาะสมกับชนิด โดยอาจจะเป็นกล่องกระดาษที่มีฝา หรือถุงแบบตั้งได้ ฯ



ขอบเขตของโครงการ

ผลิตภัณฑ์	ขวดกลม			ขวดบีบ			กล่องเดิม
	740 cc.	200 cc.	100 cc.	840 g.	320 g.	230 g	700 cc.
ซอสปรุงรสฝาเหลือง	✓	✓	✓				✓
ซอสปรุงรสฝาเขียว	✓	✓					✓
ซอสพริกเผ็ดน้อย				✓		✓	✓
ซอสพริกเผ็ดกลาง				✓	✓	✓	✓
ซอสมะเขือเทศ				✓	✓	✓	✓
ซอสหอยนางรม				✓	✓	✓	✓
ซอสพริกผสมมะเขือเทศ						✓	



## แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาเกี่ยวกับนโยบายในการจัดจำหน่ายของบริษัท ไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด
2. ศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของเครื่องปรุงรสแต่ละชนิด ตลอดจนกรรมวิธีการบรรจุ การขนส่งและการจำหน่าย
3. ศึกษากรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ตลอดจนข้อจำกัดทางการผลิต ในด้าน
  - วัสดุ
  - การผลิตขวด
  - การพิมพ์ฉลาก
4. ศึกษาเกี่ยวกับ โครงสร้าง การรับแรง มิติรูปร่าง รูปทรง ขนาดสัดส่วน ที่มีผลต่อการบรรจุ ขนส่ง การจำหน่าย และตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ศึกษาเกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์
6. ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
7. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและครองใจผู้บริโภค
2. ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการได้รับความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยบรรจุภัณฑ์
3. ปกป้องผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพที่ดีสู่ผู้บริโภค
4. สร้างความเป็น CORPORATE แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง BRAND AWARENESS ต่อผู้บริโภค
5. กระตุ้นให้ภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมการขายของผู้ผลิตภายในประเทศ
6. บรรจุภัณฑ์สื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพและรสชาติ เพื่อช่วยในการแยกแยะประเภท ชนิดของผลิตภัณฑ์

บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

ข้อมูลของสินค้า "ภูเขาทอง"

1. ซอสปรุงรสถั่วเหลือง

ซอสปรุงรสถั่วเหลือง ผลิตจากถั่วเหลืองซึ่งผ่านกรรมวิธีการหมัก เพื่อให้มีความหอมปรุงแต่งรสชาติของอาหารโดยแบ่งประเภทออกตามความเข้มข้นของโปรตีนถั่วเหลืองได้ดังนี้

1.1 ซอสปรุงรสฝาเหลือง (โปรตีน 20%)



ขนาดบรรจุ	100 CC., 200 CC., 750 CC.
โครงสร้างขวด	เป็นขวดแก้ว ฝาพลาสติก
100 CC.	เป็นขวดแก้วทรงเหลี่ยม คอกกลม
200 CC.	เป็นขวดแก้วทรงเหลี่ยม คอกกลม
750 CC.	เป็นขวดแก้วทรงกลม มีส่วนคอดกลางเพื่อการจับกระชับ
กราฟฟิค	โดยรวมเน้นโลโก้ และสีเหลือง - แดง ฝาสีเหลือง
100 CC.	เน้นการใช้สีเหลือง - แดง โลโก้มีขนาดใหญ่
200 CC.	เน้นการใช้สีเหลือง - แดง โลโก้มีขนาดใหญ่
750 CC.	มีภาพอาหารประกอบ เพิ่มความน่ารับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การตลาดและประชาสัมพันธ์

เป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความเป็น PREMIUM สูงสุด เนื่องจากให้คุณค่าสูง คุณภาพดี ราคา  
ค่อนข้างสูง ผู้บริโภคมักจะใช้ในการปรุงแต่งรสชาติมากกว่านำไปประกอบอาหาร

แนวทางในการตลาดจึงมุ่งเน้นไปในทางการเพิ่มรสชาติอาหารและปรุงแต่งอาหารบนโต๊ะ  
รับประทานอาหาร จึงทำให้ เน้นการขายขวด 100 CC.และ 200 CC. มีการโฆษณาโดยใช้  
PRESENTER คือ มรว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กับสโลแกน "ข้าวสวยร้อนๆกับกากหมู เหงาๆชอสกุ  
เขาทอง เอาสเต็มมาแลกก็ไม่ยอม" กลุ่มผู้บริโภคเป็นครอบครัวระดับกลางขึ้นไป, แม่บ้าน ตั้ง  
บนโต๊ะอาหาร หรือร้านอาหาร ภัตตาคาร



## 1.2 ซอสปรุงรสฝาเขียว (โปรตีน 15%)



ขนาดบรรจุ 200 CC., 750 CC., 1000 CC.

โครงสร้างขวด เป็นขวดแก้ว ฝาพลาสติก

200 CC. เป็นขวดแก้วทรงกลม

750 CC. เป็นขวดแก้วทรงกลม มีส่วนคอคดกลางเพื่อการจับกระชับ

1000 CC. เป็นขวด PET ทรงกลม มีส่วนคอคดกลาง คอขวดโค้งกลม

กราฟฟิค โดยรวมเน้นชื่อ "กุเขาทอง" สีเหลือง - เขียว ฝาสีเขียว มีภาพการ์ตูนพ่อครัวประกอบ ให้ความรู้สึกชวนชิม ภาพอาหารประกอบบนพื้นสีขาวด้านหลัง เน้นความเป็นซอสปรุงรสอาหาร

การตลาดและประชาสัมพันธ์

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการจำหน่ายสูง เป็นที่นิยม เนื่องจากมีคุณภาพและราคาที่สมคูลกัน ให้การปรุงอาหารที่ดี ผู้บริโภคใช้ในการประกอบอาหาร แนวทางการตลาดจึงเน้นหนักที่ VOLUME มาก โดยเพิ่มขวด PET ขนาด 1000 CC. กลุ่มผู้บริโภคเป็น แม่ครัว, ร้านอาหาร ใช้ในครัวเป็นส่วนใหญ่

## 2. ซีอิ๊วขาว สูตร 1



ขนาดบรรจุ 100 CC., 200 CC., 750 CC.

โครงสร้างขวด เป็นขวดแก้ว ฝาพลาสติก

200 CC. เป็นขวดแก้วเหลี่ยม คอกกลม

750 CC. เป็นขวดแก้วทรงกลม

1000 CC. เป็นขวดแก้วทรงกลม มีส่วนคอคกลางเพื่อการจับกระชับ

กราฟฟิค โดยรวมเน้นชื่อผลิตภัณฑ์ "ซีอิ๊วขาว สูตร 1" สีเขียว - ขาวและเหลือง ฝา สีเขียว มีภาพวัดดุคิบ ถั่วเหลืองแสดงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การตลาดและประชาสัมพันธ์

เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ที่สุดของบริษัท เน้นการขายคุณภาพ ความทันสมัย คุณค่าของถั่วเหลือง ความสะอาด

การโฆษณา มี PRESENTER เป็น มรว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ กับ สโลแกน "ซีอิ๊วขาวตราภูเขาทอง ซีอิ๊วขาวยุคโลกาภิวัตน์"

ผู้บริโภคใช้ประกอบอาหารและเป็นซอสใช้จิ้มกับอาหารต่างๆ กลุ่มผู้บริโภค เป็นแม่บ้านระดับกลางขึ้นไป

### 3. ซอสมะเขือเทศ



ขนาดบรรจุ

230 g., 320 g., 840 g.

โครงสร้างขวด

เป็นขวดแก้วทรงกลม ฝา WHITE CAP

กราฟฟิค

เน้นภาพวัดดุติบ มะเขือเทศ แสดงความสด มีคุณภาพของวัดดุติบ ชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเน้นรองลงมา ใช้สีเหลือง-แดงและขาว ฟ้าขาว

การตลาดและประชาสัมพันธ์

เน้นการขายความสด มีคุณภาพของวัดดุติบที่นำมาใช้ในการผลิต ใช้ซอสนี้ทั้งในการปรุงและประกอบอาหาร จึงทำให้มี 3 ขนาด เพื่อให้ครอบคลุมการใช้งาน

#### 4. ซอสพริก

##### 4.1 ซอสพริกเผ็ดน้อย



ขนาดบรรจุ 230 g., 840 g.

โครงสร้างขวด เป็นขวดแก้วทรงกลม ฝาพลาสติก

กราฟฟิค เน้นภาพวัดดุจิบ พริก 2 เม็ด แสดงความเผ็ดน้อย ความสด มีคุณภาพของ  
วัดดุจิบ ชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเน้นรองลงมา ใช้สีเหลือง-เขียว ฝา  
ขาว

การตลาดและประชาสัมพันธ์

เน้นความสด คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต มีความเผ็ดน้อย มักจะใช้ในการจิ้ม  
หรือเติมแต่งอาหารในจานเป็นส่วนใหญ่ จึงออกขวดเล็ก 230 g. มาเพื่อใช้ตั้งบนโต๊ะอาหาร และ  
ขวดใหญ่ เพื่อเทลงภาชนะ ก่อนเสิร์ฟพร้อมอาหาร

#### 4.2 ซอสพริกเผ็ดกลาง



ขนาดบรรจุ 230 g., 320 g., 840 g.

โครงสร้างขวด เป็นขวดแก้วทรงกลม ฝา WHITE CAP

กราฟฟิค เน้นภาพวัตถุดิบ พริก 3 เม็ด มากกว่า ซอสพริกเผ็ดน้อย แสดงคุณภาพของวัตถุดิบ ชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเน้นรองลงมา ใช้สีเขียว-ขาว ฝาขาว

การตลาดและประชาสัมพันธ์

เนื่องจากมีปริมาณส่วนผสมของพริกมาก จึงใช้คำ "ซอสพริกล้วน" เพิ่มเติมเข้าไปเพื่อเน้นคุณภาพของซอส ว่ามิได้ทำการผสมแป้งหรือวัตถุดิบอื่นที่นอกเหนือจากการปรุงรส ให้ความเผ็ดของพริกแท้ๆ

ผู้บริโภคมักจะใช้ทั้งในการประกอบอาหาร และปรุงรส จึงทำการผลิต 3 ขนาด ใช้ตั้งบนโต๊ะอาหารและในครัว

5. ซอสหอยนางรม



ขนาดบรรจุ 230 g., 320 g., 840 g.

โครงสร้างขวด เป็นขวดแก้วทรงกลม ฝา WHITE CAP

กราฟฟิค เน้นภาพวัตถุดิบ หอยนางรม แสดงความสด มีคุณภาพของวัตถุดิบ ชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเน้นรองลงมา ใช้กราฟฟิคเป็นลายเส้นสีทองให้อารมณ์เงิน สีแดง-ขาวและน้ำตาล ฝาขาว

การตลาดและประชาสัมพันธ์

เน้นการขายความสด สะอาด มีคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต

ผู้บริโภคใช้ในการประกอบอาหาร ทำการผลิต 3 ขนาด เพื่อรองรับการใช้งานทั้งในครัวขนาดเล็ก กลาง และใหญ่

6. ซอสพริกผสมมะเขือเทศ



ขนาดบรรจุ 230 g.  
โครงสร้างขวด เป็นขวดแก้วทรงกลม ฝา WHITE CAP  
กราฟฟิค เน้นภาพวัดกุฏิบ มะเขือเทศและพริก แสดงความสด มีคุณภาพของวัดกุฏิบ  
ชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเน้นรองลงมา ใช้สีเขียว-ขาวและแดง ฝาขาว  
การตลาดและประชาสัมพันธ์  
เนื่องจากเป็นสินค้าตัวเดียวในท้องตลาด จึงเน้นความแตกต่างของซอสผสม ที่ให้รสชาติที่  
กลมกล่อมของซอสมะเขือเทศ และความเผ็ดของซอสพริก เข้ากับอาหารจำพวก FAST FOOD และ  
อาหารฝรั่ง

## ข้อมูลของสินค้าคู่แข่ง

เนื่องจากตลาดของสินค้าประเภทซอสปรุงรสนี้ สามารถแบ่งการตลาดได้ออกเป็น 2 แขนงหลัก คือ ภาพพจน์ของสินค้าในตราเดียวกันที่ส่งเสริมพลังในการขาย กับ สินค้าแต่ละประเภทที่มีการบริโภค เลือกซื้อแตกต่างกัน การจัดวางบน SHELF และผู้นำทางการตลาดที่แตกต่างกัน จึงทำให้ต้องแบ่งกลุ่มข้อมูลออกเป็น

1. สินค้าคู่แข่งในแต่ละผลิตภัณฑ์
2. สินค้าคู่แข่งในสายการผลิตเดียวกัน

### 1. สินค้าคู่แข่งในแต่ละผลิตภัณฑ์

#### 1. ซอสปรุงรสถ้วยเหลือง

1. ซอสปรุงรส แม็กกี้ ผลิตจากถั่วลิสงและข้าวโพด



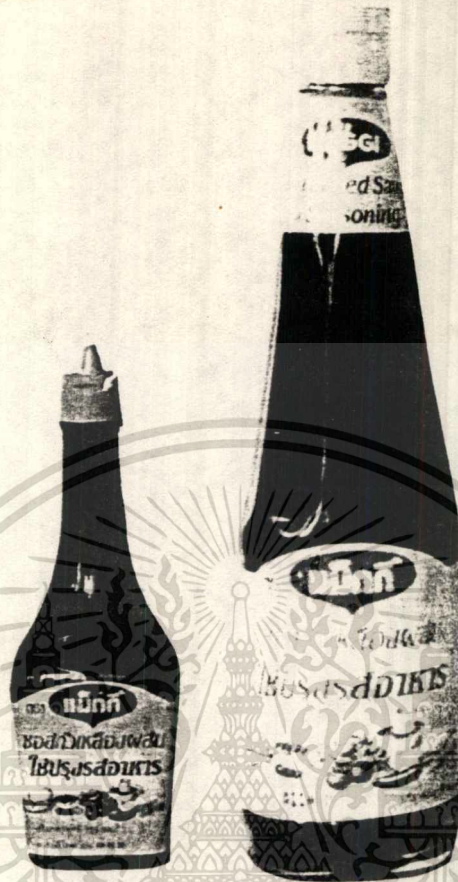
ขนาดบรรจุ 100 CC.

โครงสร้าง ขวดแก้วสีชาทรงเหลี่ยม คอก  
ลม

กราฟฟิค เนนตราสินค้า และ สีเหลือง-  
แดง ฝาสีเหลือง ไม่มีภาพ  
อาหารหรือวัตถุติด

การตลาด เป็นผู้นำทางการตลาดในด้าน  
ซอสปรุงรสที่ไร้เหยาะ บนโต๊ะ  
อาหาร มีความเป็น PREMIUM  
สูง เนื่องจากสินค้ามีราคาสูง

## 2. ซอสถั่วเหลืองผสม แม็กกี้



ขนาดบรรจุ 200 CC., 750 CC.

โครงสร้าง ขวดแก้ว ฝาพลาสติก

ขวด 200 CC. เป็นขวดแก้วสีขาทรงเหลี่ยม คอกกลม

ขวด 750 CC. เป็นขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ติดฉลากบนและล่าง

กราฟฟิค เน้นตราสินค้า สีเหลือง-แดงเป็นหลัก มีภาพประกอบเป็นภาพ

ILLUSTRATE บนโต๊ะอาหาร

การตลาด มีราคาที่ถูกกว่าซอสจากถั่วลิสงและข้าวโพด มุ่งเน้นผู้บริโภคกลุ่มรองลงมา

ที่ยึดตราสินค้าเป็นหลักในการซื้อ

### 3. ซอสปรุงรส ฉลากทอง ฝาเหลือง โปรตีน 15%



ขนาดบรรจุ 100 CC., 300 CC., 750 CC.

โครงสร้าง เป็นขวดแก้วทรงสูง ฝาพลาสติก

ขวด 100 CC. และ 200 CC. เป็นขวดเหลี่ยม สูง คอกลม

ขวด 750 CC. เป็นขวดทรงกลม

กราฟฟิค เน้นตราสินค้า "ฉลากทอง" ใช้สีเหลือง-ทอง ส่วนบนของฉลากเป็นภาพ  
วัตถุดิบที่จะนำมาประกอบอาหาร ส่วนด้านล่างเป็นภาพอาหาร

4. ซอสปรุงรส ฉลากทอง ฝาเขียว โปรตีน 10%



- ขนาดบรรจุ 750 CC.  
โครงสร้าง ขวดแก้วทรงกลม สูง ฝาพลาสติก  
กราฟฟิค เน้นตราสินค้า "ฉลากทอง" ใช้สีเขียว-ทอง ส่วนบนของฉลากเป็นภาพวัดถ  
ดับที่จะนำมาประกอบอาหาร ส่วนด้านล่างเป็นภาพอาหาร

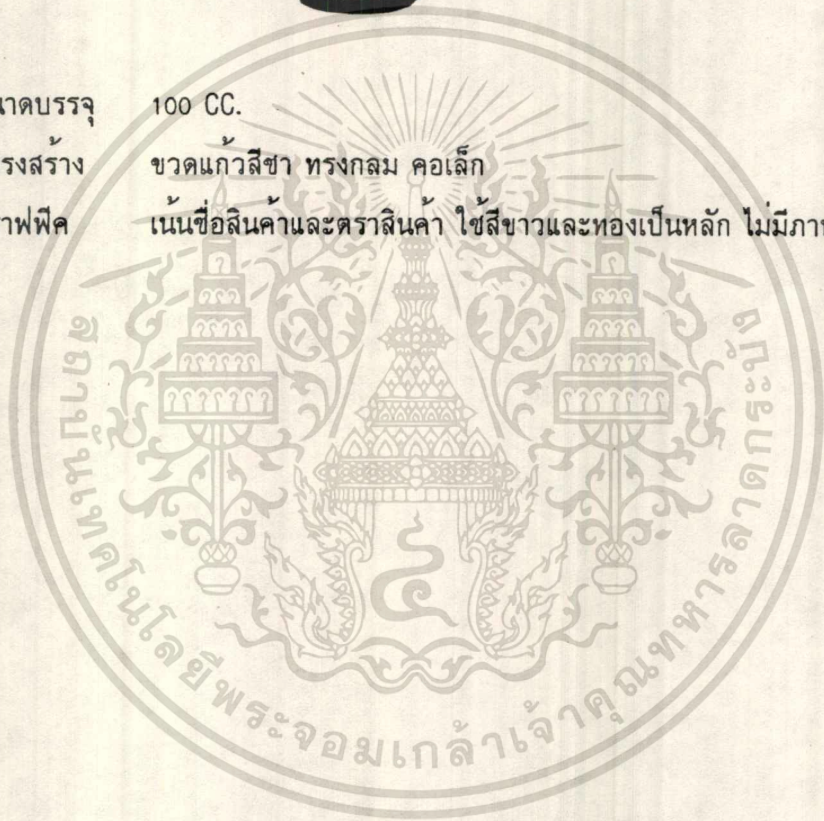
5. ซอลปรุงรล โปรตีน 20% ไฮเนล



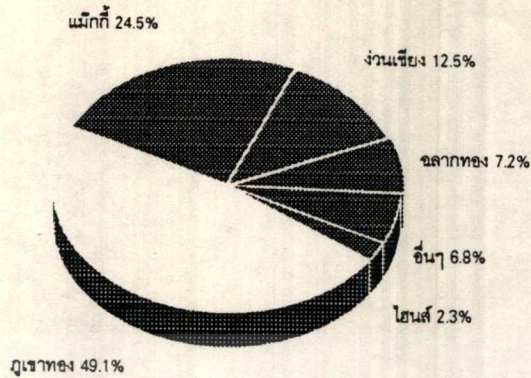
ขนาดบรรจุ 100 CC.

โครงสร้าง ขวดแก้วสีชา ทรงกลม คอเล็ก

กราฟฟิค เน้นชื่อสินค้าและตราสินค้า ใช้สีขาวและทองเป็นหลัก ไม่มีภาพประกอบ



## ภาพแสดงส่วนแบ่งของตลาดซอสถั่วเหลืองปรุงรส\*



สำหรับผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรสภูเขาทองนั้น เข้าสู่ตลาดเมื่อประมาณ ปี 2503 จากธุรกิจที่เป็นแบบครอบครัวสู่ธุรกิจมหาชนในระยะเวลาเพียง 30 ปี ปัจจุบันนอกจากจะได้รับความไว้วางใจจากมหาชนแล้ว ซอสปรุงรสภูเขาทองยังได้รับเครื่องหมายมาตรฐานอุตสาหกรรม เป็นเครื่องชี้บอกถึงความได้มาตรฐานของสินค้า ปัจจุบันภาวะการแข่งขันของตลาดซอสปรุงรสเข้มข้นขึ้นเป็นเงาตามตัว แม้ว่าจะมีการปรับราคาไปตามสภาพเศรษฐกิจ แต่คู่แข่งที่เกิดอยู่ในตลาดก็มีการปรับตัวสู้ ไม่ว่าจะเป็นง่วนเซียง หรือหยั่นหัวหยุ่น ที่แจ้งเกิดผลิตภัณฑ์น้องใหม่ออกสู่ตลาดตลอดเวลา แต่ซอสปรุงรสภูเขาทองก็ยังคงรักษาส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 50%

\* ข้อมูลจากหนังสือมีเดีย ปีที่ 10 ฉบับที่ 120 เดือนมิถุนายน 2537

## 2. ซิวขาว

### 1. ซิวขาวตราเด็กสมบูรณ



ขนาดบรรจุ 750 CC.  
โครงสร้าง ขวดแก้วใส มีส่วนคอตรงกลาง ฝาพลาสติก  
กราฟฟิค เน้นโลโก้ของตราเด็กสมบูรณ เป็นรูปเด็กอ้วน ไข่สีเหลือง  
การตลาด เป็นผู้นำด้านการตลาดของซิ้วขาว โดยอาศัย BRAND LOYALTY ที่มีต่อ  
ตราสินค้าของผู้บริโภคร ซึ่งเชื่อถือสืบต่อกันมา

2. ซีอิ้วขาว ง่วนเซียง

ขนาดบรรจุ 300 CC., 700 CC.

โครงสร้าง ขวดแก้วทรงกลม ฝาพลาสติก

กราฟฟิก เน้นโลโก้และตราสินค้า มีขนาดใหญ่ เด่นชัด โทนมสีฟ้า-ขาว

3. ซีอิ้วขาว เซิง โชว หวัง



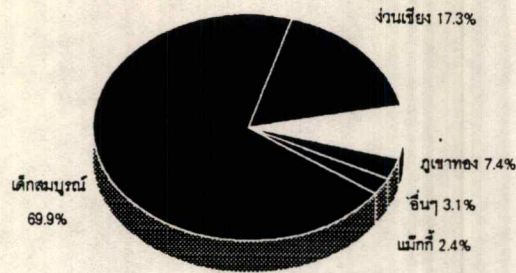
ขนาดบรรจุ 200 CC., 740 CC.

โครงสร้าง ขวดแก้วทรงกลม ขวดเล็กเป็นทรงสูง ฝาขวดให้อารมณ์เป็นจีน

กราฟฟิก เน้นโลโก้สินค้าและตราสินค้า ภาพรวมให้ความรู้สึกเป็นจีน สีเขียว-ขาว เป็นหลัก

การตลาด มุ่งขายความเป็นจีน ไขกับอาหารจีน

## ภาพแสดงส่วนแบ่งของตลาดซีอิ๊ว \*



หยั้न्हว้อหยั้न्ह ในนามของโลก "ตราเด็กสมบูรณ์" นำซีอิ๊วเข้าตลาดเป็นครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2493 และซีอิ๊วก็เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทตัวแรกเช่นกัน การทำงานด้านตลาดเป็นรูปแบบธุรกิจครอบครัว มีการกระจายสินค้าภายใต้ชื่อการค้าหยั้न्हว้อหยั้न्ह และโลกตราเด็กสมบูรณ์ในหลายๆผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในไลน์ของซอสปรุงรสและซีอิ๊ว กลยุทธ์ที่ทำให้หยั้न्हว้อหยั้न्हประสบความสำเร็จในตลาดก็คือรสชาติที่คุ้นเคยกับผู้บริโภคมากกว่า 40 ปี รวมทั้งการกระจายสินค้าแบบเข้าถึงทุกพื้นที่ ทำให้สินค้าซึ่งเป็นสิ่งบริโภคนี้เข้าไปถึงทุกครัวเรือน

\* ข้อมูลจากหนังสือมีเดีย ปีที่ 10 ฉบับที่ 120 เดือนมิถุนายน 2537

### 3. ซอสมะเขือเทศ

#### 1. ซอสมะเขือเทศ โรซ่า



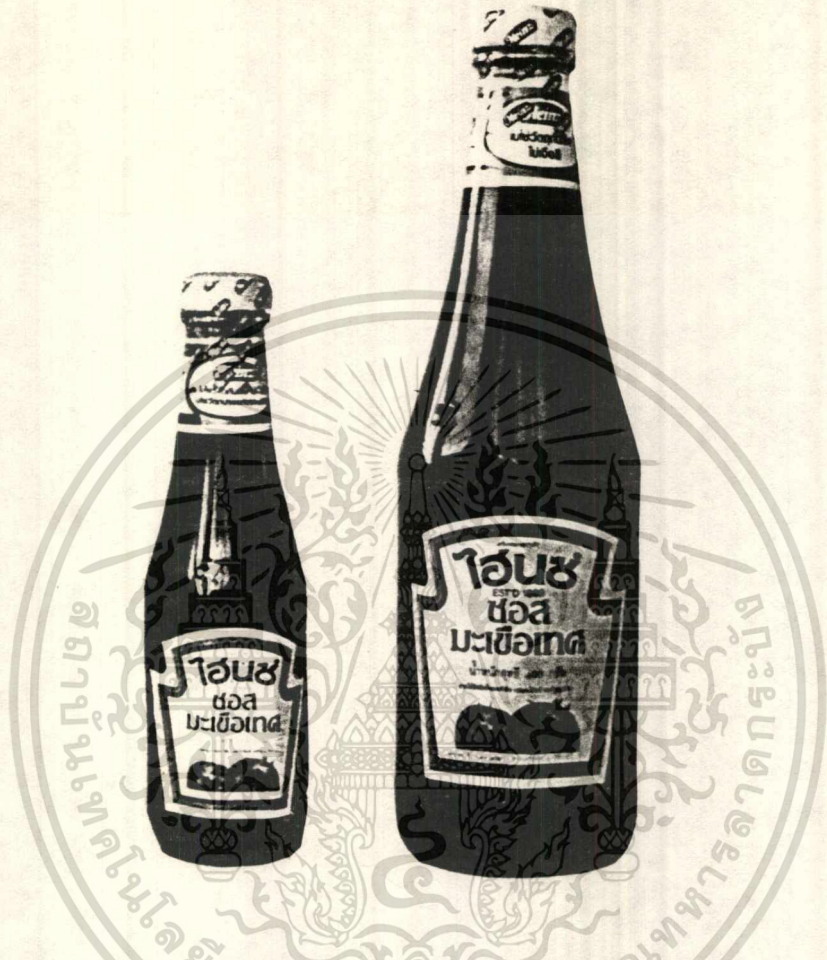
ขนาดบรรจุ	320 g., 650 g.
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกลม มีส่วนบนเป็นเส้นแนวตั้ง ฝา WHITE CAP
กราฟฟิค	เน้นมะเขือเทศและตราสินค้า ใช้สีตัดกัน เขียว-แดงและเขียวอ่อน ฝาเล่น ลายทางขาว-แดง มีความโดดเด่นสูง จัดจำง่าย
การตลาด	เป็นเจ้าตลาดในกลุ่มของมะเขือเทศ มี BRAND LOYALTY สูง ผู้บริโภคจด จำได้

## 2. ซอสมะเขือเทศ แม็กกี้



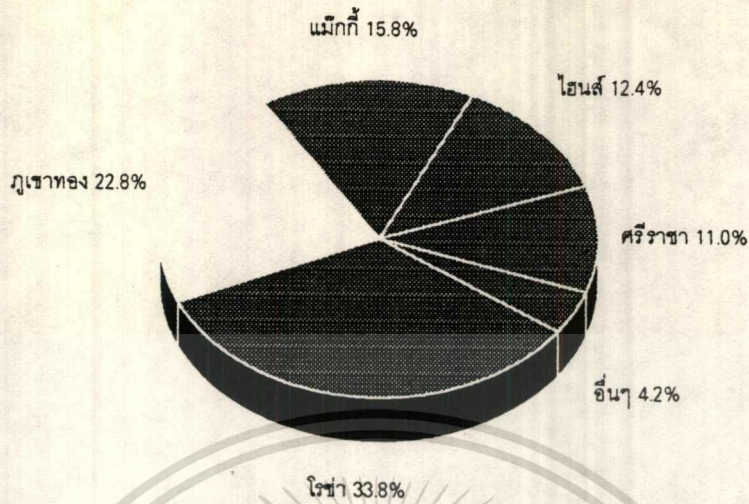
ขนาดบรรจุ	315 g., 630 g.
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา WHITE CAP
กราฟฟิค	เน้นชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและ ภาพวัตถุบิ เท่าๆกัน ใช้สีหลักเป็นแดง-เหลือง ซึ่งผู้บริโภคจดจำได้ว่าเป็นแม็กกี้ มีความโดดเด่นจากคู่แข่งอื่นๆ ฝา สีเหลือง
การตลาด	มุ่งขายผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป เน้นความสด ความเข้มข้นของวัตถุบิ

### 3. ซอสมะเขือเทศ ไฮเนส



ขนาดบรรจุ	300 g., 600 g., 860 g.
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกลม มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ฝา WHITE CAP
กราฟฟิค	ใช้สีขาวเป็นหลัก ดูสะอาด เน้นภาพอาหาร ซอสผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ใน น้ำหนักใกล้เคียงกัน กรอบสีเขียว-ทอง แยกประเภทของผลิตภัณฑ์
การตลาด	เน้นผู้บริโภครุ่นแม่บ้านที่มีการศึกษา ภาพพจน์สินค้าต่างประเทศ เนื่อง จากเป็น BRAND ที่นำเข้าประเทศ

ภาพแสดงส่วนแบ่งของตลาดขอสมะเขือเทศ \*



บริษัท โอสดสภา (เด็กเฮงหมู) จำกัด ได้ซื้อกิจการผลิตภัณฑ์โรซ่า มาจากบริษัท โรซ่าผลิตภัณฑ์อาหาร (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้เริ่มนำผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ "โรซ่า" เข้าสู่ตลาดในปี พ.ศ. 2525 จนเมื่อ พ.ศ.2530 ทางโอสดสภาจึงได้มอบหมายให้บริษัท พรีเมียร์มาร์เก็ตติ้ง เป็นตัวแทนจำหน่ายจนถึงปัจจุบัน ในช่วงเริ่มแรกได้มีการ RELAUNCH ขอสมะเขือเทศโรซ่า และผลิตภัณฑ์โรซ่า ออกสู่ตลาด พร้อมกับมีแคมเปญสนับสนุนการขายอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันขอสมะเขือเทศโรซ่าสามารถครองความเป็นเลิศเคอร์ในตลาดขอสมะเขือเทศได้ ด้วยคุณภาพและรสชาติที่ถูกปากคนไทย รวมทั้งการสนองรับต่อตัวโปรดักท์จนสามารถสร้างแบรนด์รอยัลดีของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์โรซ่าได้เป็นผลสำเร็จ ปัจจุบันขอสมะเขือเทศโรซ่าครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่ 45% แม้ว่าอุตสาหกรรมแข่งขันจะร้อนระอุขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากคู่แข่งต่างๆในตลาดมีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นขึ้นทุกขณะ แต่โรซ่าก็สามารถครองความเป็นผู้นำมานานเกือบ 10 ปี

\* ข้อมูลจากหนังสือมีเดีย ปีที่ 10 ฉบับที่ 120 เดือนมิถุนายน 2537

#### 4. ซอสพริก

##### 1. ซอสพริก ศรีราชา



ขนาดบรรจุ 220 CC., 220 CC.  
โครงสร้าง ขวดแก้วทรงสูง คอยาว ฝาพลาสติก  
กราฟฟิค เน้นตราสินค้า สีน้ำเงิน - ขาว ใช้สีในการบ่งบอกระดับความเผ็ด  
การตลาด เป็นสินค้าเจ้าตลาด เนื่องจากเป็นผู้บุกเบิกการทำซอสพริก สำหรับใช้กับ  
อาหารไทย จึงทำให้มี BRAND LOYALTY สูง จึงยังคงรูปแบบขวดและ  
กราฟฟิคเดิมไว้เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

## 2. ซอสพริกโรซ่า



ขนาดบรรจุ

320 g., 650 g.

โครงสร้าง

เป็นขวดแก้วทรงกลม เป็นขวดร่วมกับซอสมะเขือเทศ ฝา WHITE CAP

กราฟฟิค

โทนสีเหลือง-แดงและเขียว ข้อตราสินค้า และภาพประกอบเด่นชัด

### 3. ซอสพริกไฮเนส



ขนาดบรรจุ  
โครงสร้าง  
กราฟฟิก

เผ็ดมาก-เผ็ดน้อย 300 g., 600 g.

ขวดแก้วทรงกลม ฝา WHITE CAP

ใช้สีขาวเป็นหลัก แสดงชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและภาพวัตถุดิบ (พริก)

ชัดเจน

#### 4. ซอสพริก แม็กกี้



ขนาดบรรจุ  
โครงสร้าง  
กราฟฟิค

ซอสพริกศรีราชา, ซอสพริก 315 g., 630 g.

ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา WHITE CAP

ใช้สีหลัก เหลือง-แดง ภาพประกอบแสดงวัตถุดิบ และเน้นตราสินค้า

5. ซอสพริกฉลากทอง



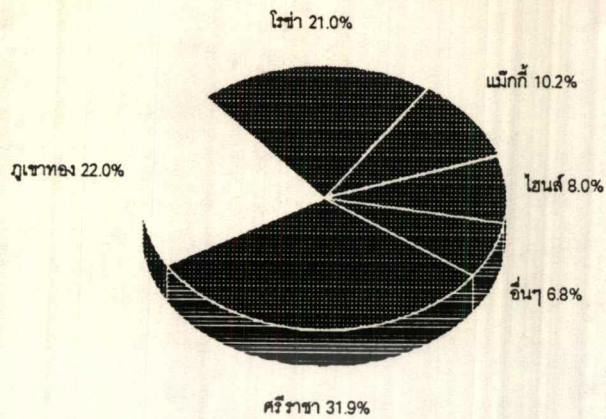
ขนาดบรรจุ  
โครงสร้าง  
กราฟฟิค

100 g., 300 g., 750 g.

ขวดแก้วทรงกลม สูง ฝาพลาสติก

เนตตราสินค้า "ฉลากทอง" ใช้สีเขียว-ทอง ส่วนบนของฉลากเป็นภาพวัดฤดู  
ดิบ พริกเหลืองและแดง ส่วนด้านล่างเป็นภาพอาหาร

### ภาพแสดงส่วนแบ่งของตลาดซอสพริก \*



ต้นตำรับของซอสพริกศรีราชาพานิช ถือกำเนิดขึ้นเมื่อ 80 กว่าปีที่ผ่านมา เพราะการผลิตในช่วงแรกเป็นการผลิตเพื่อแจกจ่ายเพื่อนบ้านและรับประทานเองเท่านั้น ต่อมาซอสพริกศรีราชาพานิช รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น จนกระทั่งมีการผลิตถึงวันละ 1 ตัน พบว่าความต้องการในการบริโภคซอสพริกทวีสูงขึ้นเรื่อยๆ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ.2526 จึงได้มีการจดทะเบียนเป็นรูปนิติบุคคล ในนามบริษัท ศรีราชาพานิช จำกัด หลังจากนั้นการแข่งขันทางการตลาดเริ่มมีมากขึ้น ทางศรีราชาพานิชจึงเริ่มทำการตลาดอย่างจริงจัง นอกจากรสชาติ คุณภาพ และความสะอาดที่เป็นจุดมุ่งหมายของผู้บริโภคมาเป็นเวลานาน จึงทำให้ซอสพริกศรีราชาพานิช เริ่มเป็นที่ยอมรับของตลาด โดยในปัจจุบันสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากกว่า 45%

\* ข้อมูลจากหนังสือมีเดีย ปีที่ 10 ฉบับที่ 120 เดือนมิถุนายน 2537

5. ซอสหอยนางรม

1. ซอสหอยนางรมตราแม่ครัว



ขนาดบรรจุ	150 g., 300 g., 600 g.
โครงสร้าง	ขวดแก้วสีขาวทรงกลม ฝาพลาสติก
กราฟฟิค	เน้นโลโก้ ตราแม่ครัว ประกอบด้วยภาพวัตถุดิบหอยนางรม ใช้สีแดง-ขาว
การตลาด	เป็นผลิตภัณฑ์เจ้าตลาดเนื่องจากมีรสชาติกลมกล่อม ช่วยชูรสอาหารได้ดี ผลิตภัณฑ์มี BRAND LOYALTY สูง

## 2. ซอสหอยนางรมตราแมงกิ้ง



ขนาดบรรจุ	320 g., 640 g.
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา WHITE CAP
กราฟฟิค	ใช้สีเหลือง-แดงเป็นหลัก น้ำหนักของตราสินค้า ชื่อผลิตภัณฑ์และภาพวัตถุ ดิบ มีความใกล้เคียงกัน ฉลากหลังของขวดใหญ่ เป็นตัวหนังสือจีน
การตลาด	ทำการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นความสด และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมความอร่อยของอาหาร

### 3. ซอสหอยนางรมตรา ไฮเนส



ขนาดบรรจุ

300 g., 600 g.

โครงสร้าง

ขวดแก้วทรงกลม ฝา WHITE CAP

กราฟฟิค

ใช้สีขาวเป็นหลัก ให้น้ำหนักตราสินค้า ชื่อมล็ดภัณฑ์ ภาพประกอบ ใกล้เคียงกัน เน้นการจัดวางกราฟฟิคที่เรียบง่าย สะอาดตา ดูมีระดับ

#### 4. ซอสหอยนางรมตรา ซ้อยส์



ขนาดบรรจุ

190 CC., 710 CC.

โครงสร้าง

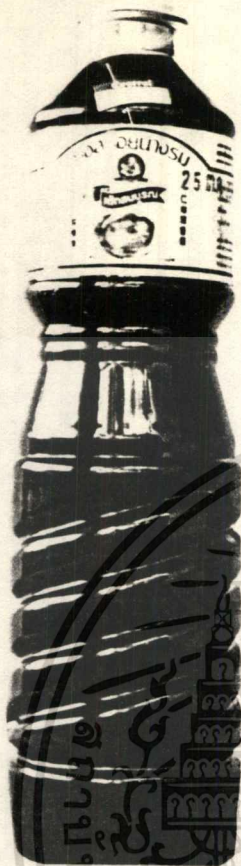
ขวดแก้วทรงสูง กลม ข้ายกขึ้น ฝาพลาสติก

กราฟฟิค

เน้นชื่อตราสินค้าและภาพอาหาร มีการใช้การ์ตูนเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

ชวนรับประทาน ใช้สีหลักเป็นสีเหลือง น้ำตาลและขาว

5. ซอสหอยนางรม หยั่นหัวอ่อน ตราเด็กสมบูรณ



ขนาดบรรจุ	800 g.
โครงสร้าง	ขวด PET มีลาย โครงสร้าง เหมือนขวดน้ำมันพืช ฝา พลาสติก
กราฟฟิค	โลโก้สินค้าขนาดใหญ่ เน้นตรา สินค้า ฉลาดติดส่วนบนขวด

6. ซอสหอยนางรม ดีเอส



ขนาดบรรจุ	750 g.
โครงสร้าง	ขวดแก้วสีชา ทรงกลม
กราฟฟิค	เน้นภาพวัดฤดูติบ มีปริมาณมาก และตราสินค้าในตำแหน่งที่เห็นได้ ชัด สีแดง-ขาวเป็นสีหลัก

## 2. สินค้าคู่แข่งในสายการผลิตเดียวกัน

### 1. ฉลากทอง



- โครงสร้าง ใช้โครงสร้างร่วม และ PROFILE เดียวกันในแต่ละชนิด เน้นเรื่องความสูงของขวด เพื่อสร้างความแตกต่างบน SHELF
- กราฟฟิค สร้างภาพพจน์ของสินค้า โดยการใช้ PATTERN เดียวกัน เน้นตราสินค้า สร้างความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์โดยการใช้สีและภาพประกอบ แบ่งส่วนของ PATTERN เป็นด้านบนเป็นภาพวัตถุดิบ ด้านล่างเป็นภาพอาหาร ใช้สีทอง-ขาว เป็นหลัก
- การตลาด แสดงความอร่อยให้ผู้บริโภคสื่อถึงเมื่อนำไปบริโภค ผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป ตั้งแต่แม่ครัว ร้านอาหาร แม่บ้าน ครอบครัว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ มิใช่เพื่อเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ไฮเนส



โครงสร้าง

ใช้โครงสร้างร่วม และ PROFILE เดียวกันในแต่ละขนาด

กราฟฟิค

สร้างภาพพจน์ของสินค้าโดยใช้ PATTERN เดียวกัน เน้นชื่อสินค้า ใช้สีขาวเป็นหลัก สร้างความน่าเชื่อถือ สะอาด มีคุณภาพ ทันสมัย แยกประเภทของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยภาพวัตถุและเส้นสีกรอบ

การตลาด

เน้นกลุ่มผู้บริโภคระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้า BRAND ต่างประเทศ จึงมีภาพพจน์ของสินค้าที่มีระดับ ผู้บริโภคตระหนักในการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาด

3. แม็กกี้



โครงสร้าง ใช้โครงสร้างรวม PROFILE เดียวกัน  
 กราฟฟิค เน้นการใช้สีเหลือง-แดง เป็นการใช้สีที่โดดเด่นออกจากสินค้าอื่นๆบน SHELF ใช้ภาพประกอบที่มีขนาดใหญ่ เห็นชัดเจน แยกประเภทสินค้าด้วยสีของตัวอักษรชื่อผลิตภัณฑ์และภาพประกอบ  
 การตลาด วางตำแหน่งของตราสินค้าไว้ที่ผู้บริโภคกลุ่มกลางค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นสินค้า BRAND ต่างประเทศทำให้สามารถสร้างภาพพจน์ของความทันสมัยได้ดี

ลักษณะทั่วไปของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

ตรา	โครงสร้าง	สี	กราฟฟิค	วิเคราะห์
ฉลากทอง	ขวด	ทอง, ขาว	อาหารวัตถุ ดิบ	PATTERN ชัดเจน ใช้กราฟฟิคแยกประเภท
ไฮนส์	กลม	ขาว	วัตถุดิบ	PATTERN ชัดเจน สะอาด แสดงคุณภาพ ใช้รูปภาพแยกประเภท
แม็กกี้	คอเหลี่ยม	เหลือง, แดง	วัตถุดิบ	LOGO เด่น สีสดชัดเจน ใช้รูปภาพแยกประเภท

## ข้อมูลด้านผู้บริโภค

### พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อและใช้งาน

โดยส่วนใหญ่ ผู้บริโภคเป็นผู้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ผลิตภัณฑ์จำพวกนี้จะมีลักษณะของตลาดแตกต่างกันไป โดยรวมแล้วสินค้าเหล่านี้อาศัย BRAND LOYALTY สูง การพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาจมีผลเพียงส่วนน้อยต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มเดิม แต่จะได้ผลสำหรับกลุ่มผู้บริโภคสมัยใหม่ ที่มีหลักการเลือกซื้อเป็นของตนเอง อาศัยข้อมูลการเปรียบเทียบบนชั้นวางสินค้าในขณะนั้น สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าจำเป็น ที่วางขายอยู่ตามร้านขายของชำ ตลาด SUPERMARKET CONVENIENCE STORE ฯลฯ สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามขนาดบรรจุได้ดังนี้

ขวดใหญ่ : แม่ครัว, ร้านอาหาร, ครอบครัวใหญ่ที่ประกอบอาหารเอง

ขวดกลาง : ครอบครัวขนาดกลาง-เล็ก ใช้ประกอบอาหารและแต่งรสอาหาร

ขวดเล็ก : ครอบครัวขนาดเล็ก, อยู่คนเดียว, หอพัก, คอนโดมีเนียม ไม่ได้ประกอบอาหาร แต่ใช้แต่งรสอาหารหรือใช้บนโต๊ะอาหาร

### วิเคราะห์การตลาดแยกประเภทของผลิตภัณฑ์

ชนิด	กราฟฟิค-ภาพ	วิเคราะห์	สรุป
ซอสปรุงรสถ้วยเกลือ	อาหาร - ถ้วยเกลือ	แสดงการปรุงรสอาหาร	ซอสปรุงรส ช่วยปรุงรสชาติของอาหาร กราฟฟิคสื่อความอร่อยของอาหาร
ซีอิ๊วขาว	ถ้วยเกลือ	แสดงการปรุงรสอาหารและคุณภาพของวัตถุดิบ	ซีอิ๊วขาวปรุงรสชาติ แต่งรสอาหาร กราฟฟิคเน้นความอร่อยของคุณภาพ
ซอสพริก	พริก - อาหาร	แสดงความสดของวัตถุดิบ	ซอสพริก ชูรสอาหาร แต่งเติมรสชาติ เน้นความเผ็ดและคุณภาพของวัตถุดิบ
ซอสมะเขือเทศ	มะเขือเทศ	แสดงความสด คุณภาพของวัตถุดิบ	ซอสมะเขือเทศ ชูรสอาหาร แต่งเติมรสชาติ เน้นความสดและคุณภาพของวัตถุดิบ
ซอสหอยนางรม	หอย - อาหาร	แสดงความสด เข้มข้นของวัตถุดิบ	ซอสหอยนางรม ใช้ปรุงรสอาหาร ด้วยคุณค่าของวัตถุดิบ

## กำหนดสีของฉลากและกราฟฟิค

การเลือกใช้สี เน้นการใช้โครงสีเดิมเป็นหลักเนื่องจากต้องการให้เป็นที่ยอมรับได้ และพิจารณาความเหมาะสมจากอารมณ์ของผลิตภัณฑ์ให้รสชาติแตกต่างกัน

- ซอสปรุงรส - ยึดสีเดิมเนื่องจากใช้เน้นชื่อเรียกของผลิตภัณฑ์เดิมอยู่แล้ว
- ซีอิ๊วขาว - ยึดสีเดิมเนื่องจากคู่สีเขียว-ขาว เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
- ซอสหอยนางรม - ยึดสีเดิมเนื่องจากสามารถแสดงความโดดเด่นจากคู่แข่งได้ดี
- ซอสมะเขือเทศ - ปรับเปลี่ยนโครงสี เนื่องจากเดิมแสดงถึงรสชาติที่เข้มข้น ร้อนแรงเกินไป เปลี่ยนใหม่มีความกลมกล่อมมากขึ้น
- ซอสพริกเผ็ดมาก - ปรับเปลี่ยนโครงสีเนื่องจากเดิมไม่สื่อถึงรสชาติความเผ็ดของซอสได้ดีพอ เมื่อเทียบกับซอสพริกเผ็ดน้อย
- ซอสพริกเผ็ดน้อย - ใช้โครงสีเดิมเนื่องจากสามารถสื่อถึงรสชาติของซอสได้ดีพอ

## สีแยกประเภทของผลิตภัณฑ์

- ซอสปรุงรสฝาเหลือง เหลือง - ขาว
- ซอสปรุงรสฝาเขียว เขียว - เหลือง
- ซีอิ๊วขาว เขียวเข้ม - ขาว
- ซอสมะเขือเทศ เขียวอ่อน - เขียวแก่
- ซอสพริกเผ็ดน้อย เหลือง - เขียวอ่อน
- ซอสพริกเผ็ดมาก ส้ม - แดง
- ซอสหอยนางรม น้ำตาล - ขาว
- ซอสพริกผสมมะเขือเทศ เขียว - เขียวอ่อน

สีกลางสีแดง → LOGO ชื่อตรา “ภูเขาทอง”

## การเลือกใช้กราฟฟิคภาพอาหาร

- ซอสปรุงรสตัวเหลือง - เน้นความอร่อยของรสชาติอาหาร จึงเน้นภาพอาหารเป็นหลัก ภาพวัตถุคิบเป็นรอง
- ซีอิ๊วขาว - เน้นการปรุงแต่งรสอาหาร เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงใช้วัตถุคิบเป็นหลัก ภาพอาหารเป็นรอง
- ซอสมะเขือเทศ - อาศัยคุณภาพความสดของวัตถุดิบเป็นจุดขาย ดังนั้นจึงใช้ภาพวัตถุดิบเป็นหลัก ภาพอาหารเป็นรอง

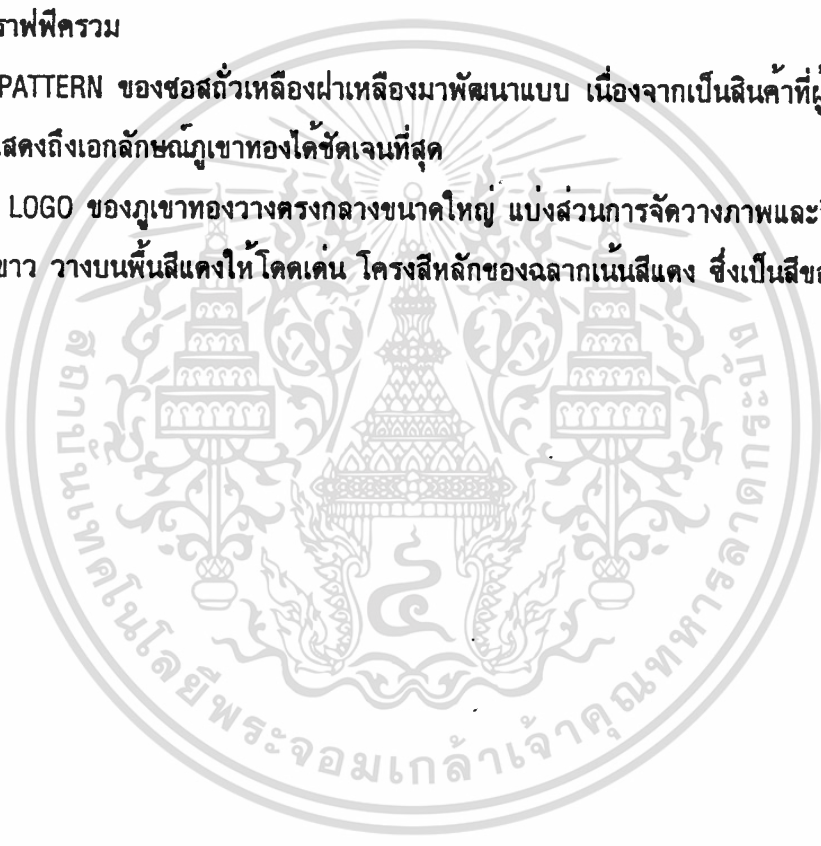
- ซอสพริก – อาศัยคุณภาพความสดของวัตถุดิบเป็นจุดขาย ดังนั้นจึงใช้ภาพวัตถุดิบเป็นหลัก ภาพอาหารเป็นรอง
- ซอสหอยนางรม – อาศัยคุณภาพความสดของวัตถุดิบเป็นจุดขาย ดังนั้นจึงใช้ภาพวัตถุดิบเป็นหลัก ภาพอาหารเป็นรอง
- ซอสพริกผสมมะเขือเทศ – อาศัยคุณภาพความสดของวัตถุดิบเป็นจุดขาย ดังนั้นจึงใช้ภาพวัตถุดิบเป็นหลัก ภาพอาหารเป็นรอง

การจัดวางภาพกราฟฟิคหลักและรอง อาศัยพื้นที่ของฉลากเป็นตัวกำหนด โดยใช้ฉลากอววงกราฟฟิครอง และวางกราฟฟิคหลักบนฉลากกลาง

#### การจัดวางกราฟฟิครวม

ใช้ PATTERN ของซอสถั่วเหลืองฝาเหลืองมาพัฒนาแบบ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจดจำได้ สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ภูเขาทองได้ชัดเจนที่สุด

เน้น LOGO ของภูเขาทองวางตรงกลางขนาดใหญ่ แบ่งส่วนการจัดวางภาพและสีพื้น ชื่อผลิตภัณฑ์เป็นตัวขาว วางบนพื้นสีแดงให้โดดเด่น โครงสีหลักของฉลากเน้นสีแดง ซึ่งเป็นสีของภูเขาทอง



ข้อมูลเกี่ยวกับกฎข้อบังคับและกฎหมายของฉลากและบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทของส  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม น้ำซอสปรุงรส มอก.8-2513

ภาชนะการบรรจุและการบรรจุ

ภาชนะที่ใช้บรรจุต้องสะอาด การบรรจุต้องปฏิบัติได้ถูกสุขลักษณะ มีจุกหรือฝาปิดสนิท

การทำเครื่องหมายและฉลาก

1. ภาชนะบรรจุต้องมีข้อความภาษาไทยที่มีขนาดตัวอักษรเห็นได้แจ่มชัด เข้าใจง่าย และอย่างน้อยต้องมีข้อความต่อไปนี้ ให้ชัดเจน
  - (1) คำว่า “น้ำซอสปรุงรส”
  - (2) ชื่อและตราเครื่องหมายของโรงงานผู้ผลิต
  - (3) สถานที่ผลิตและตำบลที่ตั้ง
  - (4) ปริมาณน้ำซอสปรุงรส
2. ถ้ามีข้อความตามข้อ 1 เป็นภาษาต่างประเทศรวมอยู่ด้วย ความหมายจะต้องไม่ขัดกับข้อความในภาษาไทย
3. ในฉลากต้องไม่มีถ้อยคำโอ้อวดจนเกินควร อันอาจทำให้ประชาชนหลงเข้าใจผิดในคุณภาพของน้ำซอสปรุงรสนั้น
4. การแสดงข้อความที่กล่าวในข้อ 1 นั้น ให้พิมพ์บนกระดาษปิดติดแน่นอยู่กับภาชนะบรรจุในที่ที่มองเห็นได้ง่าย

ภาชนะบรรจุ

1. ภาชนะบรรจุต้องปิดสนิท สะอาด และไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำซีอิ๊ว

การชั่ง ตวง วัด

1. ปริมาณที่ระบุต้องเป็นปริมาตรสุทธิ ในหน่วยเอสไอ ( International System of Unit )
2. ปริมาตรโดยเฉลี่ยทั้งหมดต้องตรงตามที่ระบุไว้ที่ฉลาก และปริมาตรน้ำซีอิ๊วในแต่ละขวดต้องไม่น้อยกว่าปริมาตรที่ระบุไว้ที่ฉลาก

การทำเครื่องหมายและฉลาก

1. ฉลากให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมคำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาตรฐานเลขที่ มอก.31
2. ที่ภาชนะบรรจุน้ำซีอิ๊วอย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือ เครื่องหมายแสดงข้อความต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่ายและชัดเจน
  - (1) ชนิด
  - (2) ชั้นคุณภาพ (ถ้ามี)
  - (3) ชนิดและปริมาณของวัตถุกันเสีย (ถ้ามี) โดยระบุ
    - (ก) คำว่า “วัตถุกันเสีย”
    - (ข) ชื่อทางเคมีของวัตถุกันเสียที่ใช้
    - (ค) ปริมาณที่ใช้
  - (4) ปริมาตรสุทธิ
  - (5) เลขหรืออักษร หรือรหัสแสดงครั้งที่ทำ หรือวันเดือนปีที่ทำ
  - (6) ชื่อโรงงานผู้ทำหรือเครื่องหมายการค้า หรือชื่อผู้บรรจุ หรือผู้จำหน่าย
  - (7) ชื่อประเทศผู้ทำ

ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้

3. ที่หีบบรรจุน้ำซีอิ๊ว (Carton) ทุกหีบอย่างน้อยต้องมีเลข อักษรหรือเครื่องหมาย แสดงให้เห็นได้ง่าย และชัดเจน ระบุข้อความเช่นเดียวกับที่กำหนดไว้ในข้อ 2 ยกเว้นข้อ (3) แต่ให้เพิ่มการระบุจำนวนภาษาที่บรรจุอยู่ในหีบ
4. ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

ภาชนะบรรจุและการบรรจุ

1. ถ้าภาชนะบรรจุเป็นกระป๋อง ให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาชนะทำด้วยแผ่นเหล็กเคลือบตะกั่ว สำหรับการบรรจุอาหาร กระป๋องกลม มาตรฐานเลขที่ มอก.90
2. ถ้าเป็นภาชนะอื่นที่ไม่ได้ระบุในข้อ 1 ต้องสะอาดและสามารถผนึกแน่นได้ และไม่รั่วซึม ผิวภายในที่สัมผัสกับอาหารต้องไม่เป็นพิษหรือทำให้เกิดสารที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และถ้าเป็นภาชนะพลาสติกหรือแก้วให้เป็นไปตามมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบรรจุอาหารทำด้วยพลาสติกหรือแก้ว ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม

การทำเครื่องหมายและฉลาก

1. ฉลากให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาตรฐานเลขที่ มอก.31
2. ที่ภาชนะบรรจุเคตซ์ปมะเชื้อเทศทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแสดงข้อความต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน
  - (1) ชื่อผลิตภัณฑ์คำว่า “เคตซ์ปมะเชื้อเทศ”
  - (2) ส่วนประกอบและวัตถุเจือปนในอาหาร
  - (3) ปริมาตรสุทธิหรือน้ำหนักสุทธิ
  - (4) เลข หรือ อักษร หรือ รหัส แสดงครั้งที่ทำ หรือวันเดือนปีที่ทำ
  - (5) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือเครื่องหมายการค้า หรือชื่อผู้บรรจุ หรือชื่อผู้จัดจำหน่าย
  - (6) สถานที่ที่ทำ และชื่อประเทศที่ทำในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้
3. ที่หีบ (Carton) บรรจุเคตซ์ปมะเชื้อเทศทุกหีบต้องระบุข้อความเช่นเดียวกับที่กำหนดไว้ในข้อ 2. ยกเว้นข้อ (2) และให้เพิ่มการระบุจำนวนภาชนะบรรจุที่อยู่ในหีบนั้นด้วย
4. ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซอสพริก มอก. 242-2533

ภาชนะบรรจุและการบรรจุ

1. ภาชนะที่ใช้บรรจุรวมทั้งฝา ต้องสะอาด ปิดได้สนิทและไม่ทำปฏิกิริยากับซอสพริก
2. ปริมาตรที่บรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของความจุของภาชนะ
3. ภาชนะที่บรรจุซอสพริกแล้วต้องปิดสนิท

การทำเครื่องหมายและฉลาก

1. ที่ภาชนะบรรจุซอสพริกทุกหน่วยอย่างน้อยต้องมีเลขอักษรหรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ ให้เห็นได้ง่ายชัดเจน

(1) คำว่า “ซอสพริกล้วน” หรือ “ซอสพริกผสม” แล้วแต่กรณี

(2) ส่วนประกอบ

(3) วัตถุเจือปนอาหาร (ถ้ามี)

(4) ปริมาตรสุทธิ หรือน้ำหนักสุทธิ

(5) วัน เดือน ปี ที่ทำ หรือ วัน เดือน ปี ที่หมดอายุ

(6) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือชื่อผู้บรรจุ หรือชื่อผู้จำหน่าย พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้า

ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

2. หีบบรรจุซอสพริก (Carton) ทุกหีบจะต้องระบุข้อความเช่นเดียวกับที่กำหนดไว้ในข้อ 1. ยกเว้น ข้อ

(2) และให้เพิ่มการระบุจำนวนภาชนะบรรจุที่อยู่ในหีบนั้นด้วย

3. ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ก็ต่อเมื่อ ได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว

## มาตรฐานคำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก.31

### บทนิยาม

1. ฉลาก (Label) หมายความว่ารวมถึง ตรา เครื่องหมาย รูป รอยประดิษฐ์ หรือข้อความใดๆซึ่งได้แสดงไว้ที่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาษาบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุ
2. การแสดงฉลาก (Labelling) หมายความว่า การให้มีฉลากปรากฏที่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาษาบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุ โดยการปิดหรือติด หรือโดยวิธีอื่น เพื่อให้ปรากฏแก่ผู้ใช้
3. ภาษาบรรจุ (Container) หมายความว่า สิ่งที่หุ้มห่อผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือใช้ใส่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมโดยตรง และที่เป็นวัสดุหุ้มห่อภายนอกของภาษานั้น ทั้งนี้หมายความว่ารวมถึงหีบห่อหรือภาษาที่ใช้ใส่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เพื่อจำหน่ายเฉพาะอย่าง ภาษานี้นี้อาจหุ้มห่อผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเป็นบางส่วนหรือทั้งหมดก็ได้

### การแสดงฉลาก

1. ฉลากต้องชัดเจน มีความคงทน ไม่เลอะเลือน และแสดงไว้ในที่ซึ่งเห็นได้ง่าย
2. ฉลากที่แสดงไว้ที่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาษาบรรจุหรือหีบห่อบรรจุ ซึ่งจำหน่ายภายในประเทศควรมีข้อความเป็นภาษาไทย ถ้าจะมีภาษาต่างประเทศด้วย ข้อความนั้นต้องมีความหมายอย่างเดียวกันกับภาษาไทย
3. ฉลากที่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาษาบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุ ต้องไม่เป็นเท็จ หรือโอ้อวดเกินความจริง อันเป็นเหตุให้ผู้ซื้อ หรือผู้เกี่ยวข้องเกิดการสับสนหรือเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้มีคุณภาพ ส่วนประกอบ ปริมาณ หรือลักษณะพิเศษ เป็นอย่างอื่น หรือมีส่วนคล้ายคลึง หรือเหมือนกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอื่น

### การระบุข้อความในฉลาก

1. ในฉลากอย่างน้อยต้องมี
  - 1.1 ชื่อของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ถ้าจำเป็น
  - 1.2 มิติ หรือปริมาณ หรือน้ำหนักสุทธิของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมในระบบเมตริก
  - 1.3 ชื่อสารเคมีเติมลงไป (กรณีเป็นฉลากของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร)
  - 1.4 เลข หรืออักษร หรือรหัสแสดงครั้งที่ทำ วันเดือนปี ที่ทำ วันเดือนปี ที่หมดอายุการใช้
  - 1.5 ชื่อผู้ทำ ชื่อประเทศผู้ทำ ชื่อของผู้บรรจุ หรือผู้จัดจำหน่าย
  - 1.6 ข้อควรระวังและวิธีการใช้โดยเฉพาะ  
ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นผ่านการอาบรังสีมาแล้ว ต้องมีข้อความที่อธิบายถึงข้อควรระวังเกี่ยวกับวิธีการใช้ไว้อย่างละเอียดตามความจำเป็นของประเภทผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้น
  - 1.7 ชั้นของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่จัดแบ่งตามคุณภาพ

## 1.8 วิธีการเก็บรักษามลพิษที่อุตสาหกรรม เพื่อรักษาคุณภาพของมลพิษที่อุตสาหกรรมนั้น ถ้ามี



แนวทางการแสดงฉลากอาหาร ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) และประกาศ กระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528)

อาหารที่ต้องมีฉลาก และต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอนุมัติก่อนนำไปใช้ มีดังนี้

- 1.อาหารควบคุมเฉพาะหรืออาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
- 2.อาหารที่นำเข้าเพื่อจำหน่าย
- 3.อาหารอื่นที่จำหน่ายนอกจากที่กำหนดไว้ใน 1 และ 2 ซึ่งรัฐมนตรีมีประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก

ฉลากของอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค หรือมิได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหาร

ต้องมีข้อความภาษาไทยและอาจจะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ แต่ต้องมีความหมายเช่นเดียวกับภาษาไทย ข้อความในฉลากต้องมีลักษณะอย่างเห็นได้ชัด และอ่านได้ง่าย สีข้อความต้องติดกับสีพื้นฉลาก ต้องแสดงรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. ชื่ออาหาร

1.1 การตั้งชื่ออาหารจะใช้อย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้ ดังนี้

1.1.1 ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ เช่น ขนมปัง ข้าวเกรียบกุ้ง น้ำดื่ม หมูยอ เต้าเจี้ยว

1.1.2 ชื่อที่แสดงประเภท หรือชนิดของอาหาร เช่น น้ำมันปาล์มโอเลอิน จากเนื้อปาล์ม น้ำปลาแท้ ไอศกรีม หวานเย็น น้ำเกลือปรุงอาหาร ซอสถั่วเหลือง

1.1.3 ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้จะต้องมีข้อความแสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่ออาหารด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวกันหรือคนละบรรทัดกับชื่อทางการค้าก็ได้ ขนาดของตัวอักษรของประเภทหรือชนิดจะไม่เท่ากับกับชื่อทางการค้าก็ได้ ขนาดตัวอักษรของประเภทหรือชนิด ต้องสามารถเห็นได้ชัด และเหมาะสมกับขนาดของฉลาก เช่น ขนาดประมาณ 5 มม. เป็นต้น

1.2 ชื่ออาหารต้องไม่โอ้อวดเป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อทำให้เข้าใจผิด หรือขัดต่อวัฒนธรรมอันดีงามของคนไทย หรือสื่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย

1.3 มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ในกรณีที่อาจแสดงได้หมด ในบรรทัดเดียวกัน อาจแยกเป็นสองบรรทัดก็ได้

1.4 ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน (ให้รวมถึงความสูง และความหนาของตัวอักษรด้วย) และให้ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน

1.5 ในกรณีที่ชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศด้วย ขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาไทย ต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศ ทั้ง ความสูงและความหนาของตัวอักษร

2. ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก

2.1 อาหารที่เป็นผงหรือแห้ง หรือก้อน ให้แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิ

2.2 อาหารที่เป็นของเหลว ให้แสดงเป็นปริมาตรสุทธิ

2.3 อาหารที่มีลักษณะครึ่งแข็ง ครึ่งเหลว ให้แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิก็ได้

2.4 อื่นๆ แสดงเป็นน้ำหนักสุทธิ

อาหารที่บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิทให้แจ้งน้ำหนักเนื้อด้วย กรณีที่สามารถแยกเนื้อและน้ำได้

3. วัน เดือน และปีที่ผลิต หรือ วัน เดือน และปีที่หมดอายุการใช้ หรือวัน เดือน ปีที่อาหารยังมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า “ผลิต” และ/หรือ “แบ่งบรรจุ”หรือ “หมดอายุ” หรือ “ควรบริโภคก่อน” แล้วแต่กรณี ดังต่อไปนี้

ก. วัน เดือน และปีที่ผลิต และ/หรือ วัน เดือน ปีที่แบ่งบรรจุ หรือวัน เดือนและปีที่หมดอายุการใช้ หรือ วัน เดือน และปีที่อาหารยังมีคุณภาพ หรือมาตรฐานดี สำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 90 วัน

ข. เดือน และปีที่ผลิต และ/หรือ ปีที่แบ่งบรรจุ หรือ วัน เดือน ปีที่หมดอายุการใช้ หรือวัน เดือน และปีที่อาหารยังมีคุณภาพมาตรฐานดี สำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้เกิน 90 วัน

ค. วัน เดือน และปีที่หมดอายุการใช้ สำหรับอาหารที่สำนักคณะกรรมการอาหารและยาประกาศ กำหนด เช่น นมคัด-แปลงสำหรับทารก อาหารทารก อาหารเสริมสำหรับเด็ก เป็นต้น หรืออาหารซึ่งผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า แจ้งความจำนงจะแสดง วัน เดือน และปีที่หมดอายุการใช้

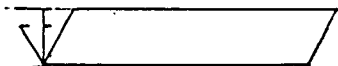
การแสดงฉลากอาหารตามข้อ 1 และ 2 ให้แสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก Principle Display Panel และข้อ 3 จะแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก หรือด้านบนหรือด้านล่างของภาชนะบรรจุก็ได้ แต่ถ้าแสดงไว้ที่ด้านล่างของภาชนะบรรจุต้องมีข้อความที่ฉลากนั้นว่าจะดูวัน เดือน และปีที่ผลิต และ/หรือ วัน เดือน ปีที่แบ่งบรรจุ หรือ วัน เดือน และปีที่หมดอายุ หรือ วัน เดือน และปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดีที่ใด

4. เลขทะเบียนคำรับอาหาร หรือ เลขที่อนุญาตใช้ฉลากอาหาร แล้วแต่กรณี

4.1 จะแสดงเลขทะเบียนคำรับอาหารได้ต่อเมื่อได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนคำรับอาหารแล้ว สำหรับอาหารที่ต้องขึ้นทะเบียนคำรับอาหาร

4.2 จะแสดงเลขที่อนุญาตใช้ฉลากอาหารได้ต่อเมื่อได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารแล้ว สำหรับอาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร

#### 4.3 ต้องใช้รูปลักษณะที่สำนักคณะกรรมการอาหารและยา กำหนด ดังตัวอย่างต่อไปนี้



สีของกรอบต้องตัดกับสีพื้นฉลาก สีพื้นภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่แสดงเลขทะเบียน หรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหารภายในกรอบขนาดไม่เล็กกว่า 2 มม. เช่น ผด. 123/2524 ผก. 881/2524 ธผด.32/27 ฉสข. 12/28 เป็นต้น

5. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต หรือ ของผู้แบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย หรือสำนักงานแห่งใหญ่ของผู้ผลิต หรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้ อาหารที่นำเข้าให้แสดงชื่อประเทศผู้ผลิตด้วย

6. ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนัก เรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย

กรณีที่เป็นอาหารที่ต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบของอาหารเมื่อเจือจางแล้ว ตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนด เช่น เครื่องดื่มที่ทำจากน้ำผลไม้ เครื่องดื่มเข้มข้น เครื่องดื่มชนิดแห้ง เป็นต้น

7. ฉลากต้องมีเครื่องหมายการค้าแสดงไว้ ต้องมีคำว่า “เครื่องหมายการค้า” หรือคำว่า “ตรา” กำกับไว้ด้วย ขนาดตัวอักษรของ “เครื่องหมายการค้า” ต้องเห็นได้ชัด สำหรับตราต้องมีขนาดอย่างน้อยครึ่งหนึ่งของชื่อตรานั้นๆ

8. คำแนะนำในการเก็บรักษา เช่น กรณีที่อาหารที่ต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิที่ต่ำกว่าภาวะปกติ

9. วิธีปรุงเพื่อรับประทาน เช่น น้ำหวานเข้มข้น หรือเครื่องดื่มผงที่ต้องแจ้งวิธีเจือจางก่อนบริโภค เป็นต้น

10. ข้อความ “ใช้วัตถุกันเสีย” ถ้ามีการใช้

11. ข้อความว่า “แต่งกลิ่นธรรมชาติ” หรือ “แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ” หรือ “แต่งกลิ่นสังเคราะห์” หรือ “แต่งธรรมชาติ” หรือ “แต่งเลียนแบบธรรมชาติ” แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

12. ข้อความว่า “เจือสีธรรมชาติ” หรือ “เจือสีสังเคราะห์” แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

13. ข้อความว่า “ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (.....)” ให้ระบุชนิดวัตถุปรุงแต่งรสอาหารตามประกาศ กระทรวงสาธารณสุขว่าด้วย เรื่องวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร สำหรับการบริโภค โขเสียมกอุตสาหกรรม ให้ระบุ ว่า “ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (ผงชูรส).....” (ให้แจ้งปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก)

14. ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดให้ต้องมี ได้แก่

14.1 คำว่า “อย่าใช้เลี้ยงทารก” ด้วยตัวอักษรเส้นทึบสีแดงขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยม พื้นสีขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก สำหรับอาหารประเภทนมข้นหวาน นมข้นขาดมันเนยไม่หวาน นมคินรูปหวาน นมแปลงไขมัน นมผงขาดมันเนย นม

พร้อมมันเนย เนยชั้นขาดมันเนยคินรูปไม่หวาน เนยชั้นขาดมันเนยคินรูปหวาน เนยชั้นขาดมันเนยหวาน

- 14.2 คำว่า “อย่าใช้เลี้ยงทารกแทนนมแม่” ด้วยอักษรเส้นทึบสีแดงขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบ สีเหลี่ยมพื้นสีขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก สำหรับอาหารประเภทอาหารเสริมสำหรับเด็ก
- 14.3 คำว่า “เด็กและสตรีไม่ควรรับประทาน ผู้ป่วยควรปรึกษาแพทย์ก่อนรับประทาน” ด้วยตัวอักษรเส้นสีแดงทึบขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร ในกรอบสีเหลี่ยมพื้นขาว สีของกรอบสีเหลี่ยมตัดกับพื้นของฉลาก สำหรับเครื่องดื่มที่ใช้น้ำตาลและคาเฟอีนเป็นส่วนประกอบหลัก
- 14.4 คำว่า “เด็กและทารกไม่ควรรับประทาน” ด้วยตัวอักษรเส้นทึบสีแดง ความสูงไม่น้อยกว่า 3 มิลลิเมตร ในกรอบสีเหลี่ยมพื้นสีขาวกรอบตัดกับสีของพื้นฉลาก สำหรับอาหารประเภทเครื่องดื่มเกลือแร่
- 14.5 คำว่า “ห้ามใช้รับประทาน” ด้วยตัวอักษรเส้นทึบสีแดงขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 1 เซนติเมตร ในกรอบ สีเหลี่ยมพื้นสีขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก สำหรับอาหารประเภทน้ำมัน และไขมันที่ได้จากพืช หรือสัตว์ทุกชนิดซึ่งใช้เป็นอาหาร แต่มีวัตถุประสงค์นำมาใช้เพื่อประโยชน์อย่างอื่นนอกจากรับประทาน หรือใช้ปรุงแต่งในอาหาร
15. วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อน หรือบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น ตารางเลี้ยงทารก เป็นต้น
16. ฉลากที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้า ต้องไม่เป็นไปในทำนองโอ้อวด และต้องไม่มีความหมายทำให้เข้าใจว่า เป็นชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรืออาจทำให้เข้าใจผิดว่า มีวัตถุประสงค์ตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ ผลมอยู่ในอาหาร โดยไม่มีวัตถุประสงค์นั้นผลมอยู่ หรือมีผลมในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณ
17. ฉลากของอาหารต้องไม่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือ เครื่องหมายการค้า ที่แนะนำ ผลิตภัณฑ์อื่นไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

ฉลากของอาหารที่มีได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค

ต้องมีข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารนำเข้า แสดงข้อความเป็นภาษาอังกฤษก็ได้ อย่างน้อยต้องมีข้อความ

1. ชื่อ และประเภท หรือชนิดของอาหาร

2. เลขทะเบียนตำรับอาหาร สำหรับอาหารที่ต้องขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขที่อนุญาตใช้ฉลากอาหารสำหรับอาหารที่ต้องขึ้นตำรับอาหารอนุญาตใช้ฉลากอาหาร

3. ปริมาณสุทธิ

4. ข้อความ “ผลิตในประเทศไทย”

บัญชีรายชื่ออาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร

1. อาหารควบคุมเฉพาะ 35 ชนิด ซึ่งผลิตโดยสถานที่ผลิตไม่เข้าข่ายเป็นโรงงาน ได้แก่

- |                                 |                                            |
|---------------------------------|--------------------------------------------|
| 1.1 น้ำแร่                      | 1.19 น้ำส้มสายชู                           |
| 1.2 สีสผสมอาหาร                 | 1.20 คริม                                  |
| 1.3 น้ำมันและไขมัน              | 1.21 น้ำมันปาล์ม                           |
| 1.4 น้ำมันถั่วลิสง              | 1.22 น้ำมันมะพร้าว                         |
| 1.5 เนยโค                       | 1.23 ชา                                    |
| 1.6 เนย                         | 1.24 น้ำบริโภคน้ำในภาชนะที่ปิดสนิท         |
| 1.7 เนยแข็ง                     | 1.25 เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท     |
| 1.8 กี้                         | 1.26 เครื่องดื่มเกลือแร่                   |
| 1.9 ไอศกรีม                     | 1.27 อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท           |
| 1.10 เนยปรุงแต่ง                | 1.28 น้ำนมถั่วเหลืองในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท |
| 1.11 ผลิตภัณฑ์ของนม             | 1.29 กาแฟ                                  |
| 1.12 เนยเทียม                   | 1.30 น้ำแข็ง                               |
| 1.13 วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร | 1.31 วัตถุเจือปนในอาหาร                    |
| 1.14 อาหารกึ่งสำเร็จรูป         | 1.32 เม็ดดัดแปลงสำหรับทารก                 |
| 1.15 ซอสบางชนิด                 | 1.33 อาหารทารก                             |
| 1.16 น้ำมันเนย                  | 1.34 อาหารเสริมสำหรับทารก                  |
| 1.17 เนยเปรี้ยว                 | 1.35 แยม เยลลี่ มาร์มาเลดในภาชนะที่ปิดสนิท |

## คำจำกัดความอาหาร

อาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่คนกิน ต้ม อม หรือ นำเข้าสู่ร่างกายแต่ไม่รวมถึงยา วัตถุประสงค์คือจุดประสงค์และประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ อาหารจะรวมถึงวัสดุที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร วัตถุประสงค์เพื่อปรุงแต่งกลิ่นรส ด้วย

อาหารตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 แบ่งตามลักษณะการควบคุมเป็น 3 ประเภท คือ

- 1.อาหารควบคุมเฉพาะ ได้แก่ อาหารที่กระทรวงสาธารณสุขมีการกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานไว้ และจะต้องนำมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร หรือขออนุญาตใช้ฉลากอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา อาหารควบคุมเฉพาะขณะนี้ทั้งสิ้น 35 ประเภท
- 2.อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน หมายถึง อาหารที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน ไม่ต้องมาขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แต่จะต้องนำมาขออนุญาตใช้ฉลากอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- 3.อาหารทั่วไป เป็นอาหารที่กระทรวงสาธารณสุขยังไม่ได้กำหนดคุณภาพมาตรฐานไว้โดยเฉพาะ เพียงแต่ผู้ผลิตต้องผลิตให้ได้คุณภาพและปลอดภัย เช่น ไม่มีเชื้อจุลินทรีย์ หรือสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ แบ่งออกเป็น
  - 3.1 อาหารที่ต้องมีฉลาก เป็นอาหารที่จำเป็นต้องกำหนดให้มีฉลาก เพื่อแสดงรายละเอียดของอาหาร มิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค หรืออาหารบางชนิดจำเป็นต้องกำหนดให้มีคำเตือนในการบริโภคมีทั้งสิ้น 10 ชนิด
  - 3.2 อาหารอื่นๆ นอกเหนือจากอาหารต่างๆ ที่มีระบุไว้ข้างต้น อาหารอื่นๆ จะจัดเป็นอาหาร ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขไม่ได้มีข้อกำหนดใดๆ เกี่ยวกับการแสดงฉลากไว้ ดังนั้น บนฉลากของอาหารประเภทนี้จึงไม่มีเครื่องหมายอนึ่ง สิ่งที่ใช้ควรวางก็คือ อาหารควบคุมเฉพาะ อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน อาหารที่ต้องมีฉลาก จะต้องแสดงฉลาก และบนฉลากจะต้องแสดงเครื่องหมาย โดยภายในจะแสดงเลขทะเบียนตำรับ หรือเลขขออนุญาตใช้ฉลากอาหารตามแต่กรณี

รายชื่ออาหารที่จะต้องแสดง “

“ ที่ฉลาก

1.อาหารควบคุมเฉพาะ 35 ชนิด

ก. ผลิตภัณฑ์ของนมและอาหารทารก

- 1.1 นมโค
- 1.2 นมปรุงแต่ง
- 1.3 ผลิตภัณฑ์ของนม
- 1.4 นมเปรี้ยว
- 1.5 เนย
- 1.6 เนยแข็ง
- 1.7 น้ำมันเนย
- 1.8 ครีม
- 1.9 ไอศกรีม
- 1.10 กี้
- 1.11 นมดัดแปลงสำหรับทารก
- 1.12 อาหารทารก
- 1.13 อาหารเสริมสำหรับเด็ก

ข. น้ำบริโภคน้ำ เครื่องดื่ม ชา กาแฟ

- 1.14 น้ำบริโภคน้ำในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 1.15 เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 1.16 น้ำนมถั่วเหลืองในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 1.17 เครื่องดื่มเกลือแร่
- 1.18 น้ำแร่
- 1.19 ชา
- 1.20 กาแฟ
- 1.21 น้ำแข็ง

ค. น้ำมันปรุงอาหาร เนยเทียม

- 1.22 น้ำมันและไขมัน
- 1.23 น้ำมันถั่วลิสง

1.24 น้ำมันปาล์ม

1.25 น้ำมันมะพร้าว

1.26 เนยเทียม (มาการ์ริน)

ง. เครื่องปรุงรส

1.27 น้ำปลา

1.28 น้ำส้มสายชู

1.29 ซอสบางชนิด ซอสแป้ง มะเขือเทศ

พริก มะละกอ

1.30 วัตถุที่ใช่ปรุงแต่งรสอาหาร เช่น ผงชูรส

จ. อื่นๆ

1.31 อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท เช่น

อาหารกระป๋อง

1.32 อาหารกึ่งสำเร็จรูป เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

1.33 แยม เยลลี่ มาร์มาเลด ในภาชนะที่ปิดสนิท

1.34 สีมผสมอาหาร

1.35 วัตถุเจือปนในอาหารเช่น กรดอะซิติก

2. อาหารกำหนดคุณภาพมาตรฐาน เช่น
  - 2.1 ซ็อคโกแลต
  - 2.2 ไข่เยี่ยวม้า
  - 2.3 น้ำที่เหลือจากการผลิตโมโนโซเดียมกลูตาเมต
3. อาหารที่ประกาศกำหนดให้แสดงฉลาก 10 ชนิด
  - 3.1 น้ำเกลือปรุงอาหาร
  - 3.2 ซอสในภาชนะบรรจุปิดสนิท น้ำจิ้ม น้ำซีอิ๊ว ฯลฯ
  - 3.3 หมากฝรั่งและลูกอม
  - 3.4 คุกกี้สำเร็จรูป และขนมเยลลี่
  - 3.5 แป้งข้าวกล้อง
  - 3.6 ขนมปังปอนด์ (ชนิดที่ไม่มีไส้)
  - 3.7 ผลิตภัณฑ์กระเทียม (สำเร็จรูป)
  - 3.8 อาหารที่วัตถุประสงค์พิเศษ
  - 3.9 อาหารซึ่งมีการใช้กรรมวิธีการฉายรังสี
  - 3.10 อาหารที่มีวัตถุกันขึ้นรวมอยู่ในภาชนะบรรจุ
4. อาหารทุกชนิดที่นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร



### บทที่ 3

#### ผลงานในขั้นตอนแบบร่าง

เงื่อนไขในการออกแบบ

#### 1. ความต้องการของสินค้าต่อบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

##### REQUIREMENT

โดดเด่น

รูปทรงเข้าพวกกัน

พื้นที่ฉลาก

##### LIMITATION

การปกป้องผลิตภัณฑ์ด้านการบรรจุ ขนส่ง และขายปลีก

ปริมาณ

ฝาที่เลือกใช้

การถ่ายเทของเหลว

โครงสร้างขวด PET

ERGONOMIC ของมือ

การกำหนดมิติของขวดจะต้องคำนึงถึง

ปริมาณ

ERGONOMIC

ขนาด

ตำแหน่งการจับ

ความสูงของขวดที่สัมพันธ์กับพื้นที่ฐาน

ฝาที่เลือกใช้

#### 2. ความต้องการของสินค้าต่อบรรจุภัณฑ์ประเภท REFILL

##### REQUIREMENT

แสดงตราสินค้าชัดเจน

สามารถแยกประเภทได้

เป็นพวกเดียวกันกับฉลากขวด

## LIMITATION

การไหล, เทของเหลว

การพิมพ์

ปริมาตร

การเปิดใช้งาน

พื้นที่ฉลาก

### 3. ความต้องการของสินค้าต่อฉลาก

## REQUIREMENT

แสดงตราสินค้าชัดเจน

สามารถแยกประเภทได้

แสดงรสชาติ การปรุงรส ชูรส

สื่อความสด สะอาด

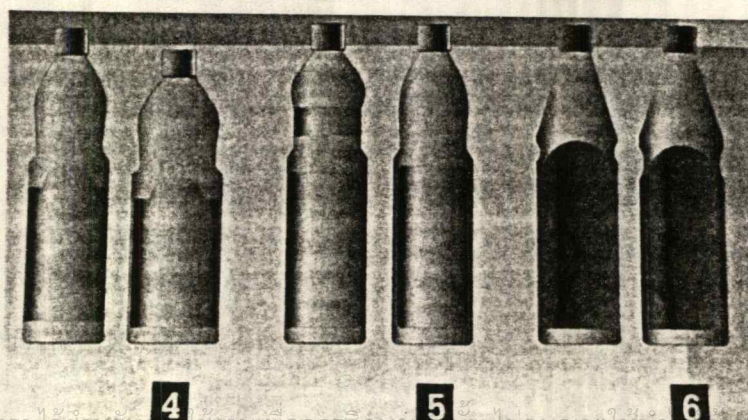
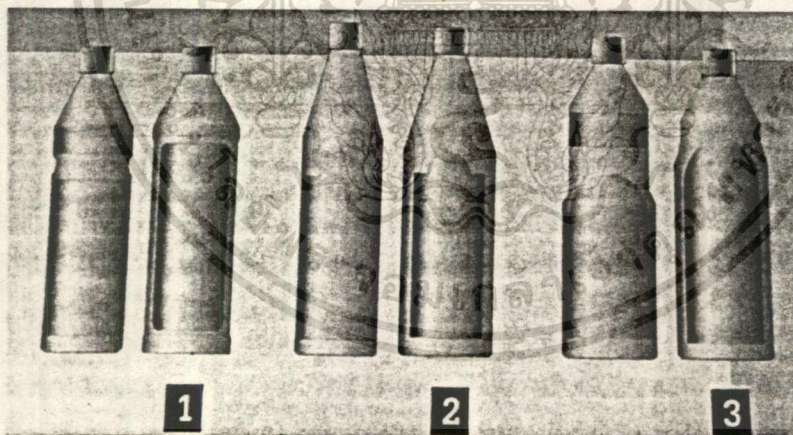
PREMIUM ทันสมัย

เข้าชุด เป็นพวกเดียวกัน

สรุป : สร้างพลังในการขาย โดยการใส่ PATTERN ซ้ำ LOGO ใหญ่ชัดเจน ใช้โครงสร้างร่วมกัน

### 3.2 แนวทางในการออกแบบ

#### 1. ขนาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... ใช้งานเพื่อการศึกษา... ไม่อนุญาตให้... โยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ฉลาก



APPETIZING

APPETIZING เน้นการปรุงรส ชูรส LOGO ใหญ่  
ใช้การไล่สีแสดงถึงความกลมกล่อมของรสชาติอาหาร



PREMIUM

PREMIUM เน้นความมีคุณค่าโดยใช้รูปแบบที่เรียบง่าย สะอาด  
สื่อถึงความถูกต้องก่อนนำมัย เน้นตราภูเขาทอง



QUALITY

QUALITY เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยใช้รูปแบบที่เป็นระเบียบ  
สื่อคุณภาพของวัตถุดิบ ความสด สะอาด เน้นตราภูเขาทอง

MODERN



MODERN เน้นความทันสมัยโดยสื่อผ่านสีลื่นที่สดใส และรูปแบบที่เรียบง่ายแต่มีความน่าสนใจ ประกอบกับภาพวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่เน้น LOGO มากนัก

STAND OUT



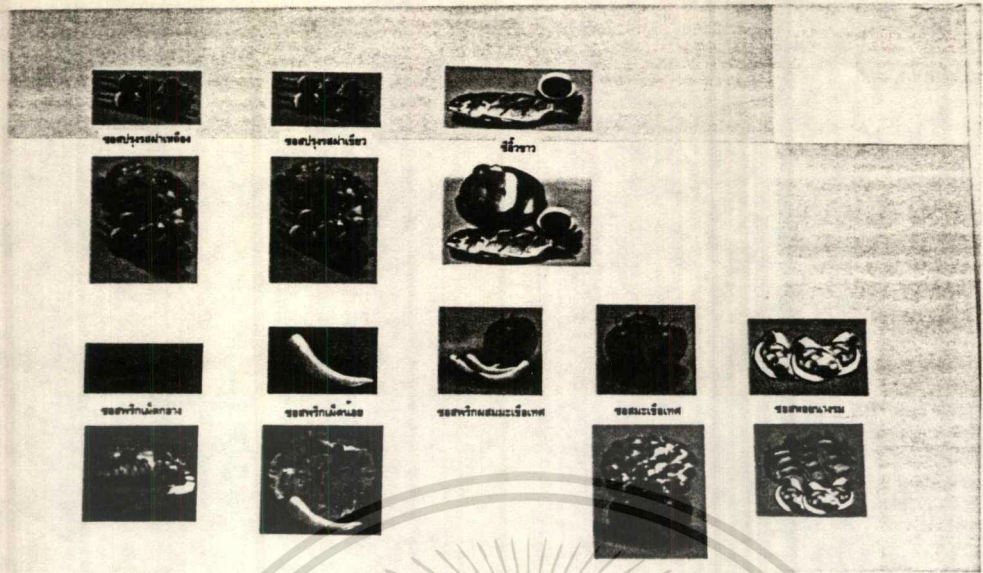
STAND OUT เน้นความแปลกใหม่ โดยสื่อด้วยรูปแบบที่แตกต่างและสะดุดตา มีความโดดเด่น ประกอบกับภาพอาหารที่น่ารับประทาน ไม่เน้น LOGO มากนัก

### 3.3 การพัฒนาแบบ



การพัฒนาแบบของขวดจากใหญ่ไปเล็ก และ REFILL

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการออกแบบ

งานสำเร็จในขั้นตอนแบบร่าง

รูปด้านของผลงานทั้งหมด



ขวดกลม

ขวดรูปไข่เหลือง

ขวดรูปไข่สีขาว

ซีริกา



ขวดแบน

ขวดปากแคบ

ขวดปากกว้าง

ขวดปากแคบเหลี่ยม

ขวดรูปไข่

ขวดรูปไข่



REFILL

ขวดรูปไข่เหลือง

ขวดรูปไข่สีขาว

ซีริกา

ขวดปากแคบ

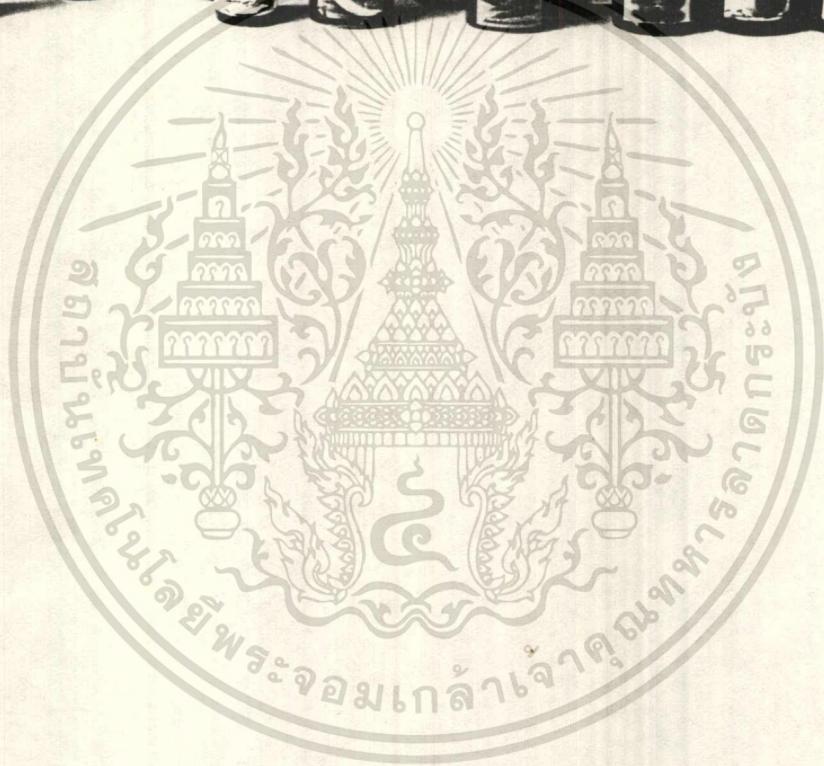
ขวดปากกว้าง

ขวดรูปไข่

ขวดรูปไข่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หุ่นจำลองต้นแบบทั้งหมด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 4

## ผลงานในขั้นตอนสุดท้าย

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการในขั้นตอนแบบร่าง

### ด้านภาพพจน์

1. ภาพพจน์โดยรวมเพื่อสร้างพลังในการขาย ไม่สามารถทำให้ทัดเทียมกับคู่แข่งในสายการผลิตเดียวกันได้ ในขณะที่เดียวกันด้านการแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ก็ยังไม่ชัดเจนและยังมีปัญหาด้านความเป็นพวกเดียวกันในแต่ละขนาดบรรจุอีกด้วย

### ด้านโครงสร้าง

1. มิติของขวดยังไม่สัมพันธ์กับ การผลิต, ERGONOMIC, การใช้งานและเก็บรักษา
2. รูปทรงขวดควรรักษาเอกลักษณ์ของเดิมไว้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย
3. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ชนิดเติม ไม่เหมาะสมกับการใช้งาน

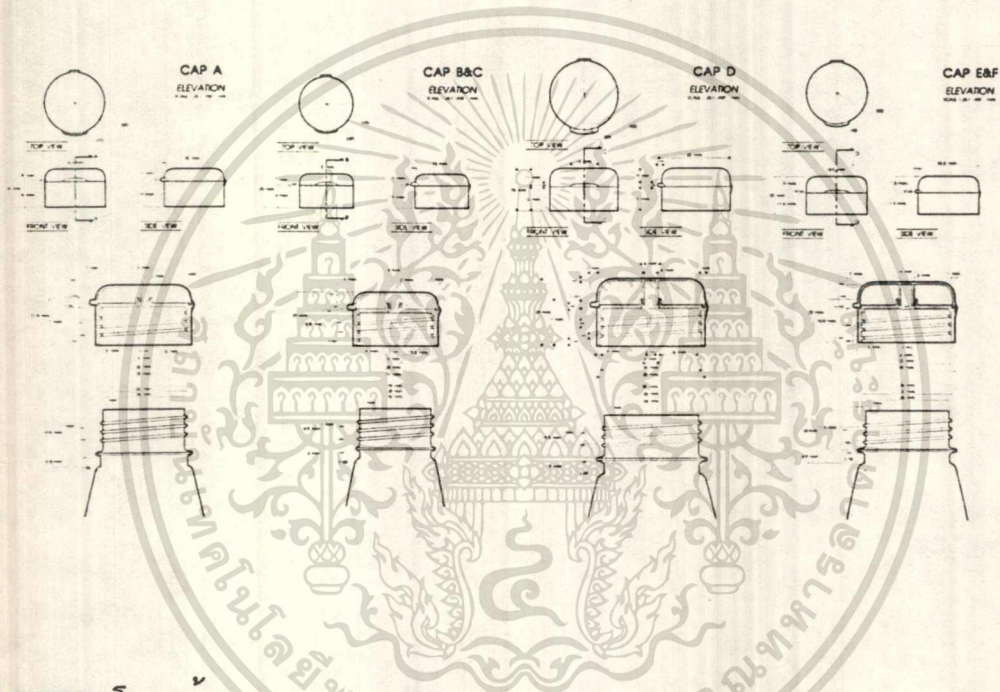
### ด้านกราฟฟิค

1. ฉลากไม่ส่งเสริมให้บรรจุภัณฑ์เกิดความโดดเด่นจากคู่แข่ง เมื่อวางบนชั้นวางจำหน่าย
2. ภาพประกอบคลุมเครือ ไม่สามารถแบ่งแยกประเภทสินค้าได้ชัดเจน
3. ภาพประกอบไม่น่าสนใจ และไม่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ด้านความน่ารับประทาน



## การออกแบบโครงสร้าง

ในการออกแบบโครงสร้างนั้น ข้อจำกัดในการออกแบบขวดนี้ คือ กรรมวิธีการผลิตขวด PET ซึ่งเป็นการขึ้นรูปส่วนของเกลียวคอขวดก่อน หลังจากนั้นจึงนำไปเป่า (BLOW MOULD) ให้เป็นรูปตามแม่พิมพ์ การออกแบบโครงสร้างจึงต้องสัมพันธ์กับความหนาของผนังขวดด้วย ในบรรจุภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนี้ ต้องการให้สามารถนำขวดกลับมาใช้ได้อีก เนื่องจากได้เพิ่มเติมบรรจุภัณฑ์ชนิดเพิ่มความหนาของผนังขวดจึงค่อนข้างมาก ดังนั้นโครงสร้างขวดจึงไม่จำเป็นต้องมีลาย เพื่อรับแรงกดและบีบ ที่กระทำต่อขวด และอีกข้อจำกัดหนึ่งก็คือ ฝาที่นำมาใช้ เนื่องจากต้องทำการออกแบบฝาด้วยจึงกำหนดขนาดของฝาดังนี้



## การ SKETCH โครงสร้างของขวด

ใช้ PROFILE จากขวดแก้วของบรรจุภัณฑ์ซอสปรุงรสมาเป็นต้นแบบ นำมาปรับให้สามารถผลิตเป็น PET ได้ เนื่องจากต้องการสร้างภาพพจน์ของขวดที่เป็นขวดซอสสำหรับปรุงอาหาร



จากภาพ SKETCH จะเห็นว่า ขวดที่ใช้ PROFILE เดิมของภูเขาทอง สามารถทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายและมีความเป็นเอกลักษณ์ของ ภูเขาทอง สูงจึงเลือกนำมาพัฒนาแบบเป็นขวดกลมและแบน อย่างละ 3 ขนาด คือ ใหญ่ กลาง เล็ก



#### การ SKETCH ฉลาก

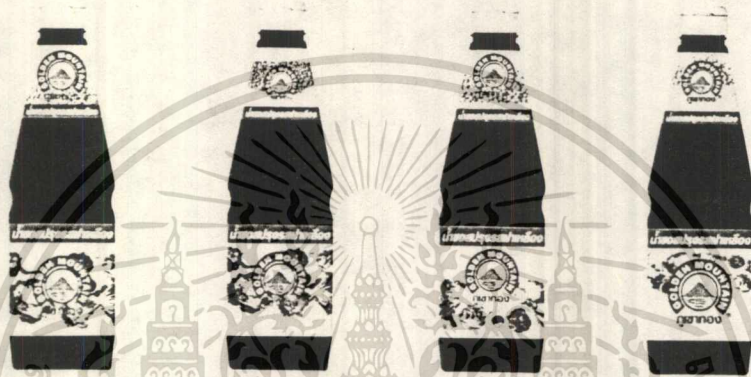
จากข้อมูลหลักที่ต้องแสดงลงบนฉลากในทางการตลาด คือ ตราสินค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ และภาพประกอบ ได้ทำการทดลองวางตำแหน่งต่างๆ ให้น้ำหนักต่างกัน เพื่อสร้างความหลากหลายและทำให้สามารถเห็นข้อดี-ข้อด้อย ต่างๆแล้วนำมาปรับให้เหมาะสมอีกครั้ง



1. เน้นความสะอาด ลดทอนกราฟฟิกภาพ ไซส์อ่อน
2. เพิ่มน้ำหนักชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าขึ้น
3. ใช้รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบ เส้น เข้ามาช่วยให้ดูแปลก
4. เพิ่มเติมตัวการ์ตูน เพื่อสร้างภาพของการปรุงแต่งรสชาติที่กลมกล่อม
5. เปลี่ยนไซส์น้ำตาล เพื่อสร้างภาพความกลมกล่อมของอาหาร ให้ความรู้สึกได้รสชาติ
6. และ 7. ให้น้ำหนักของตราสินค้า มากที่สุด แสดงภาพอาหารและชื่อผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนที่สุด

จากแบบ SKETCH สามารถรวบรวมข้อสรุป เพื่อนำไปพัฒนาแบบได้ดังนี้ คือ

- ควรให้ LOGO สินค้ามีความเด่นที่สุด เนื่องจากต้องการภาพพจน์ของสินค้าทั้งสายการผลิต ว่ามีรสชาดีดี คุณภาพดี
  - ควรใช้ PATTERN เดิมในทุกๆผลิตภัณฑ์ เพื่อให้จดจำง่ายและสร้างพลังในการขาย
  - ยึดสีกลางเป็นสีแดง ซึ่งเป็นสีหลักของภูเขาทอง และใช้สีที่แตกต่างกัน แยกประเภทผลิตภัณฑ์
- จากนั้นจึงนำมาปรับแบบให้ได้สัดส่วนของ ตราสินค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบ การแบ่งประเภท

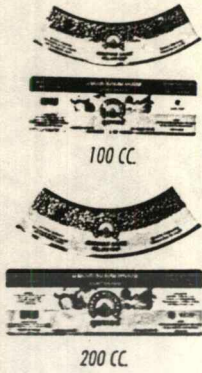


จะเห็นว่าแบบที่ 4 เป็นแบบที่สร้างความชัดเจนให้กับผลิตภัณฑ์ที่สุด เนื่องจากมีการให้นำหนักในส่วนข้อมูลต่างๆได้อย่างเหมาะสม

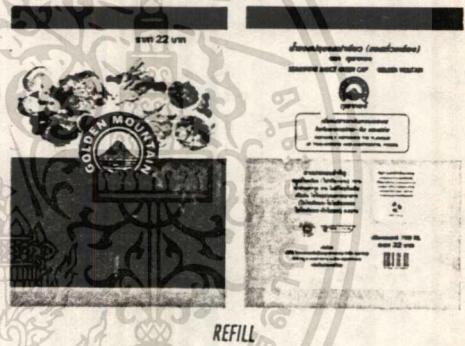
ดังนั้นจึงสามารถสรุปการจัดวาง PATTERN และโครงสร้างของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ดังนี้



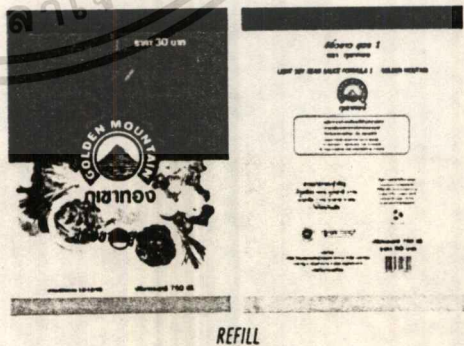
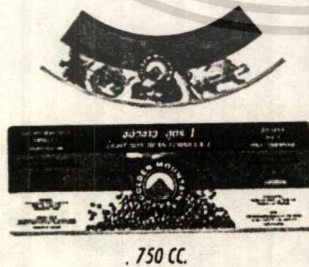
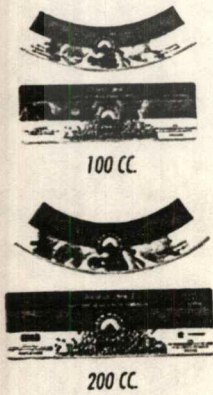
ผลงานในขั้นตอนสุดท้าย  
ภาพคลี่ของฉลาก



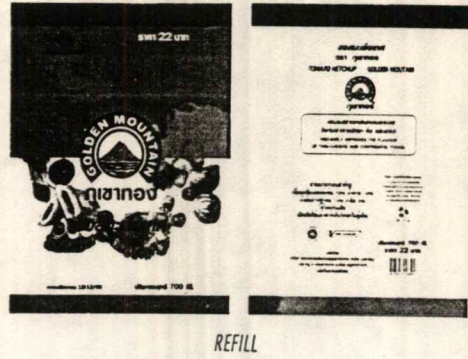
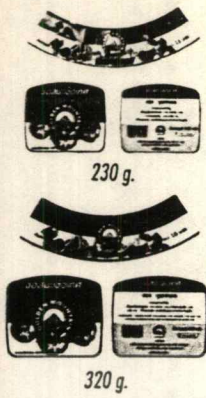
ขอปรับปรุงรสถั่วเหลือง ผ่าเหลือง



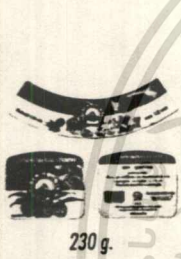
ขอปรับปรุงรสถั่วเหลือง ผ่าเขียว



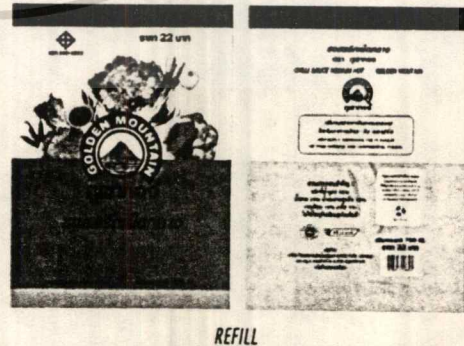
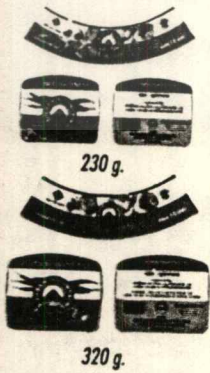
ชื่อวิชา สูตร 1



ซอสมะเขือเทศ



ซอสพริกผสมมะเขือเทศ และซอสพริกเผ็ดน้อย



ซอสพริกเผ็ดกลาง



ซอสหอยนางรม

รูปด้านของขวดพร้อมฉลาก



ซอสปรุงรสถ้วยเหลือง ผ้าเหลืองและผ้าเขียว



ซีอิ๊วขาว สูตร 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



230 g.



230 g.



320 g.



850 g.



REFILL

### ซอสพริกผสมมะเขือเทศ และซอสมะเขือเทศ



230 g.



850 g.



REFILL



230 g.



320 g.



850 g.



REFILL

### ซอสพริกเผ็ดน้อย และซอสพริกเผ็ดกลาง



230 g.



320 g.



850 g.



REFILL

### ซอสหอยนางรม

หุ่นจำลองทั้งหมด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพแสดงการจัดวางสินค้าบนชั้นวางจำหน่าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### บทสรุป

สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการออกแบบงานในขั้นตอนสุดท้าย ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ให้  
ดำเนินงานตามขอบเขตที่ได้กำหนดไว้

ผลงานมี 7 โครงสร้าง 8 กราฟฟิค รวม 20 ขวด และ 7 ซอง REFILL

ผลิตภัณฑ์	ขวดกลม			ขวดบีบ			กล่องเติม
	740 CC.	200 CC.	100 CC.	840 g.	320 g.	230 g	
ซอสปรุงรสฝาเหลือง	✓	✓	✓				✓
ซอสปรุงรสฝาเขียว	✓	✓					✓
ซอสพริกเผ็ดน้อย				✓		✓	✓
ซอสพริกเผ็ดกลาง				✓	✓	✓	✓
ซอสมะเขือเทศ				✓	✓	✓	✓
ซอสหอยนางรม				✓	✓	✓	✓
ซอสพริกผสมมะเขือเทศ						✓	

งานที่สำเร็จ มีข้อสรุปและข้อผิดพลาด ดังนี้

- สามารถสร้างภาพรวมที่ดีของภูเขาทองได้ แต่ในด้านการแยกประเภทผลิตภัณฑ์ ยังมีความสับสนอยู่บ้าง
- แนวทางที่นำมาใช้ในการออกแบบ ยังสามารถนำมาพัฒนารูปแบบซึ่งสร้างความแตกต่างออกไปได้อีก
- ยังขาดส่วนที่เป็นการสร้างภาพพจน์บนชั้นวางจำหน่าย ซึ่งแยกประเภทของสินค้า แต่ละชนิดออกไปเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งมีความต้องการด้านการตลาดแตกต่างกัน ส่งผลให้การจัด DISPLAY ในการวางจำหน่ายไม่สมบูรณ์

## ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา



## ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

งานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ ถือได้ว่ายังไม่สมบูรณ์นัก เนื่องจากมีข้อบกพร่องหลายๆ ด้าน  
ในการทำงานวิทยานิพนธ์ ตั้งแต่เริ่มค้นหาข้อมูล เสนอหัวข้อ วิเคราะห์ ทำการออกแบบ  
เสนอแบบร่าง สรุปผลงานสุดท้าย ล้วนต้องใช้ความพยายาม อุตุน และฝึกหัดคนในทุกๆ ด้าน ถือ  
เป็นการพัฒนาตนเองที่จะออกไปสู่โลกภายนอก การทำงานจริง หรือแม้แต่การศึกษาต่อ ดังนั้นจึงควร  
ให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอน และเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหา

## ภาคผนวก

### บรรจุกัณฑ์

สินค้าประเภทต่างๆที่จำหน่ายอยู่ตามท้องตลาดทุกวันนี้ ล้วนแล้วแต่ห่อหุ้มด้วยสิ่งๆที่เรียกว่า บรรจุกัณฑ์ ซึ่งเปรียบเสมือนองครักษ์ผู้พิทักษ์สวัสดิภาพสินค้า โดยเริ่มตั้งแต่การรักษาคุณภาพของตัวสินค้าให้สดใหม่คงทน ไปจนถึงการปกป้องสินค้าจากการประทุษร้ายจากภายนอก อีกทั้งยังช่วยเสริมเติมแต่งให้รูปลักษณ์ภายนอกของตัวสินค้านั้นดูดี ทำให้เป็นตัวดึงดูดใจผู้บริโภคอีกด้วย

อุตสาหกรรมบรรจุกัณฑ์ได้รับความนิยมมากขึ้นตามความเจริญเติบโตของดัชนีผู้บริโภค โดยในปี 2533 ภาพรวมของอุตสาหกรรมบรรจุกัณฑ์มีมูลค่าในตลาดราว 557 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.59 ของภาคอุตสาหกรรม แต่ให้หลังอีกเพียง 3 ปี คือ ในปี 2535 อุตสาหกรรมบรรจุกัณฑ์ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนเพิ่มมูลค่าถึงเกือบแสนล้านบาท เนื่องจากสินค้าจากอุตสาหกรรมทุกด้านล้วนต้องใช้บรรจุกัณฑ์ทั้งสิ้น

ในปัจจุบัน บทบาททางการตลาดของบรรจุกัณฑ์มิได้มีหน้าที่เพียง ห่อหุ้ม ปกป้องสินค้าเพื่อให้สะดวกต่อการขนย้ายเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญคือหน้าที่ขายตัวสินค้าซึ่งแสดงถึงภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตอีกด้วย

### บรรจุกัณฑ์พลาสติก

พลาสติกมีบทบาทอย่างมากในวงการอุตสาหกรรมบรรจุกัณฑ์เนื่องจากคุณสมบัติที่โดดเด่น คือ ความทนทานต่อสารเคมี กรด ด่าง ไขมัน และระดับอุณหภูมิต่างๆ มีน้ำหนักเบา กันน้ำได้ มีความสะดวกในการพิมพ์และการเน็กปิดเชื่อม ออกแบบเป็นรูปร่างต่างๆได้หลายแบบ

พลาสติกเป็นสารอนินทรีย์ที่มีชื่อทางเคมีว่า โพลีเมอร์ ประกอบด้วยธาตุคาร์บอน ออกซิเจน ไนโตรเจน และคลอรีน พลาสติกเป็นผลพลอยได้จากกรกลั่นน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ

### การเลือกบรรจุกัณฑ์ให้เหมาะสมกับตัวสินค้า

การที่จะทำให้สินค้ามีคุณภาพคงเดิมจนถึงมือผู้บริโภคนั้นจะต้องมีกรรมวิธีต่างๆมากมาย และหากเป็นสินค้าประเภทอาหาร หรือเครื่องดื่มชนิดต่างๆด้วยแล้ว ก็จะต้องใช้กรรมวิธีถนอมอาหารโดยการทำลายหรือควบคุมตัวจุลินทรีย์ แบคทีเรีย ยีสต์ และรา ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้อาหารเกิดการเน่าเสียก่อนที่จะบรรจุกัณฑ์ ซึ่งจะช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าอีกทางหนึ่ง และสามารถป้องกันการแตกหักหรือความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับสินค้านั้นได้เป็นอย่างดี

ส่วนการเลือกใช้วัสดุเพื่อมาผลิตเป็นบรรจุกัณฑ์ จำเป็นจะต้องเลือกวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องตลาด มีราคาไม่แพง หากขาดแคลนก็ต้องหาวัสดุอื่นเพื่อมาใช้ทดแทนก่อนได้ และมีขั้นตอนการผลิตที่

ไม่ยุ่งยาก และเมื่อผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ต้องมีความสะดวกในการขนส่ง และสามารถกำจัดซากได้ง่าย และไม่เป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้าที่อยู่ภายในโดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์ ข้อนี้ควรพิจารณาเป็นอันดับแรก เนื่องจากสินค้าแต่ละอย่างจะต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เช่น นม ควรใช้กับบรรจุภัณฑ์กระดาษ น้ำอัดลมใช้กับบรรจุภัณฑ์แก้วที่มีความใส และมีรูปของผลิตภัณฑ์ปรากฏอยู่อย่างชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์นั้น หรือ สี สารเคมีต่างๆใช้กับบรรจุภัณฑ์โลหะ เป็นต้น
2. รูปทรงและน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ผู้ผลิตควรเลือกรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับรูปทรงของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าประเภทไข่ และยารักษาโรค ควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทโฟมที่มีรูปทรงแบบถาดเป็นบ้น้าหลุม หรือ ถ้าเป็นปูนซิเมนต์ ปู่ย อาหารสัตว์ ควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทถุงกระดาษหลายชั้น
3. อายุของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีอายุการเก็บรักษาที่แตกต่างกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจะมีอายุการเก็บรักษาสั้นกว่าผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ผู้ผลิตจึงควรเลือกชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าได้นาน
4. วิธีการและระยะทางการขนส่ง การขนส่งโดยพาหนะแต่ละประเภทจะสร้างความกระทบกระเทือนต่อสินค้ามากน้อยแตกต่างกัน นอกจากนั้นในกรณีที่ต้องส่งสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศจะต้องคำนึงถึงสภาพภูมิอากาศระหว่างการเดินทางด้วย หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน่าเสียได้ง่ายก็จะต้องเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการเน่าเสียได้ และผู้ผลิตก็ควรทราบถึงกฎข้อบังคับเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของประเทศที่ส่งสินค้าไปด้วย
5. ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้ผลิตควรศึกษาวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีรสนิยมในการเลือกสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบใด เพื่อที่จะได้เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

## ประวัติการศึกษา

ชื่อ น.ส.อัจฉนา ตัญมขยกุล

เกิด 22 กันยายน 2515

ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา

สถานศึกษา โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปีการศึกษา 2529

ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา

สถานศึกษา โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา พญาไท

ปีการศึกษา 2532

