โครงการออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาหารสุนัข"บิ๊กบอส"

นางสาวเบญจวรรณ อนันต์มานะ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต
ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2535_2536

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
(นายพิศิษฐ์ วิริยวัฒน์)
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
..... กรรมการ
..... กรรมการ
..... กรรมการ
..... กรรมการ
..... กรรมการและเลขานุการ

.....
อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
คำนำ	ง
บทที่ 1 บททั่วไป	1
–ความสำคัญของโครงการ	1
–วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
–ขอบเขตของโครงการ	2
บทที่ 2 การศึกษาข้อมูล	3
–การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสุนัขทั่วไป	4
–ประวัติความเป็นมาของบริษัทโภคภัณฑ์อาหารสัตว์	6
–ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าบิกบอส	7
–วิเคราะห์สินค้า	10
–วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย	12
–ข้อมูลทางการตลาด	13
–วิเคราะห์ตลาด	16
–ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณา	18
บทที่ 3 การออกแบบ	19
–ที่มาของการออกแบบ	19
–แผนงานการออกแบบ	19
–กลยุทธ์ในการกำหนดสื่อ	20
–แนวความคิดของงาน	21
–ศิลปการออกแบบ	22
–การพัฒนาแบบ	24
–การผลิตงาน	59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้า

บทที่ 4 ผลสรุปและข้อเสนอแนะ 60
-ผลสรุปจากการออกแบบ 60
-สรุปปัญหาในการผลิตงาน 60
-ผลงานสรุปที่เสร็จสมบูรณ์ 62
-ข้อเสนอแนะ 73

บรรณานุกรม 74

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อาหารสุนัขบิ๊กบอส

ชื่อ นางสาวเบญจวรรณ อนันต์มานะ ภาควิชานิเทศศิลป์

ปีการศึกษา 2535

บทคัดย่อ

ข้อปัญหา

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในวิทยานิพนธ์นี้ คือ สร้างสรรค์แนวทางการออกแบบเพื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์อาหารสุนัขบิ๊กบอส เพื่อช่วยส่งเสริมการขายให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพราะสภาพการเพิ่มยอดขายที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีคู่แข่งที่เป็นสินค้าต่างประเทศ มาคอยแบ่งส่วนการครองตลาดไป จึงทำให้เปอร์เซ็นต์ในการครองตลาดของบิ๊กบอสนั้นค่อนข้างทรงตัว โตช้ากว่าที่ควรจะเป็น และบิ๊กบอสเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย ซึ่งค่านิยมของผู้บริโภคมักคิดว่า "ของไทยสู้ของนอกไม่ได้" ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้าไทย และลบค่านิยมในสินค้าต่างประเทศ จึงเห็นสมควรที่จะต้องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าตัวนี้อย่างจริงจังมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

การวิเคราะห์

การกำหนดแนวทางการออกแบบที่จะสามารถบรรลุจุดมุ่งหมาย และประสบผลสำเร็จทางการตลาด จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด โดยได้ทำการศึกษาดังนี้ คือ

1. ศึกษาลักษณะทั่วไปของพฤติกรรมการเลี้ยงและการให้อาหารสุนัข
2. ศึกษาลักษณะของสินค้าบิ๊กบอสในแง่ต่าง ๆ เช่น รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะอาหาร คุณสมบัติเด่นและด้อยของอาหาร ฯลฯ
3. ศึกษาลักษณะของสินค้าคู่แข่งในแง่ต่าง ๆ เช่นเดียวกัน
4. ศึกษาสภาพของตลาดในปัจจุบัน
5. ศึกษาวิจัยผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง
6. ศึกษาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบิ๊กบอสและคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ปรากฏผลดังนี้

1. การเลี้ยงและให้อาหารสุนัขของคนไทยในปัจจุบัน ยังนิยมการให้อาหารที่ปรุงเองมากกว่าอาหารสำเร็จรูป แต่เปอร์เซ็นต์ของการให้อาหารสำเร็จรูปก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นกัน
2. ลักษณะรายละเอียดของสินค้าบิ๊กบอสและคู่แข่งจะกล่าวต่อไปในบทวิเคราะห์
3. สภาพของตลาดอาหารสุนัขในปัจจุบัน มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันค่อนข้างสูง
4. กลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงจะเป็นผู้บริโภคในตลาดบน มีกำลังซื้อมาก
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบิ๊กบอสมีมากกว่าคู่แข่ง แต่ไม่ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรออกแบบโลโก้ใหม่ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่สะดุดตา จดจำง่าย และสร้างภาพพจน์ใหม่ให้เป็นสินค้าระดับสูง
2. ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ให้เป็นสินค้าระดับสูง และเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า
3. ปรับปรุงการโฆษณาให้ตรงจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของสินค้า คือ เป็นสินค้าระดับสูง ราคาค่อนข้างแพง การโฆษณาจึงควรสร้างอิมเมจที่ดูมีรสนิยมและมีระดับ
4. ปรับปรุงสื่อแผ่นพับให้ดูสวยงาม น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ซื้ออยากจะหยิบอ่าน เพราะแผ่นพับเป็นสื่อช่วยเสริมให้ผู้บริโภคได้ศึกษารายละเอียดของสินค้าเพิ่มเติม และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อาหาร สุนัขบิ๊กบอส ผ่านขั้นตอนหลากหลาย อุปสรรคที่มากมาย กว่าจะมาเป็นงานที่เสร็จสมบูรณ์ได้ ไม่ใช่จะสามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยเจ้าของผลงานแต่เพียงคนเดียว ยังต้องอาศัยพึ่งพาน้ำจิตน้ำใจที่ดีงามจากบุคคลมากมาย

ขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่าน ที่กรุณาให้ความรู้ความช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทางอันเป็นหนทางไปสู่ความสำเร็จของงานชิ้นนี้

ขอขอบคุณ เพื่อนที่แสนดี ผู้ให้ทั้งกำลังใจและกำลังกาย จนงานชิ้นนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี

และสุดท้าย ขอกราบขอบพระคุณบุพการี ผู้ทุ่มเทให้ข้าพเจ้าทั้งชีวิต จิตใจ และความรัก พ่อและแม่ คือ สิ่งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในชีวิตของข้าพเจ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

การทำวิทยานิพนธ์นี้ เป็นโครงการที่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง จะต้องทำทุกคนก่อนที่จะจบการศึกษา โดยที่จะต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ตามที่หลักสูตรได้กำหนดไว้ จึงจะสามารถสำเร็จการศึกษาอย่างสมบูรณ์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูล และขั้นตอนในการทำงานทั้งหมด ตลอดจนผลงานที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษานิเทศศิลป์รุ่นต่อ ๆ ไปและผู้ที่สนใจค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมได้อย่างถูกต้อง

เบญจวรรณ อนันต์มานะ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บททั่วไป

ความสำคัญของโครงการ

ในปัจจุบัน ตลาดอาหารสุนัขมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วและแผ่ขยายออกไปในวงกว้าง เนื่องจากพฤติกรรมการเลี้ยงสุนัขของคนไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว คนไทยหันมาให้ความสนใจที่จะเลี้ยงสุนัขเพิ่มขึ้น และจะต้องเป็นสุนัขต่างประเทศที่มีสายพันธุ์ที่แน่นอนและจะมีราคาแพง ผู้เลี้ยงจึงให้ความเอาใจใส่ในสุขภาพอาหารการกินและความเป็นอยู่ของสุนัขเป็นพิเศษ

อาหารสุนัขสำเร็จรูปจึงมีความสำคัญต่อผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวข้างต้น และ"บิ๊กบอส"ก็เป็นแบรนด์ที่มีผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ทั้งยังผลิตในประเทศไทยและเป็นกิจการของคนไทยอีกด้วย ที่สำคัญ"บิ๊กบอส" มีผลิตภัณฑ์คู่แข่งเป็นแบรนด์อินเตอร์สั่งเข้ามาจำหน่ายจากต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนสินค้าของไทยจึงควรจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำสินค้ามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักดียิ่งขึ้น รวมทั้งมีการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด
2. เพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายสนใจในสินค้าเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ
3. เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีและเหนือกว่าสินค้าของคู่แข่ง
4. เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าของคนไทยและสนับสนุนนโยบายการบริโภคสินค้าไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

1. สัญญลักษณ์ Logo
   เพื่อใช้เป็นตัวแทนในการสร้างความจดจำในยี่ห้อของสินค้า
2. บรรจุภัณฑ์ Packaging จำนวน 2 ถุง
   เพื่อใช้บรรจุอาหารชนิดแห้งและช่วยให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น
3. ฉลากกระป๋อง Label จำนวน 2 ชิ้น
   เพื่อใช้ปิดบนกระป๋องสำหรับอาหารชนิดเปียกและช่วยให้สินค้าน่าสนใจมากขึ้น
4. โฆษณาในนิตยสาร Magazine Advertising จำนวน 3 ชุด
   เพื่อสร้างความจดจำและความน่าสนใจอันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ
5. โปสเตอร์ Poster
   เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีให้กับสินค้าและสร้างความภาคภูมิใจในตัวสินค้า
6. แผ่นพับ Brochure
   เพื่อแนะนำให้ข้อมูลรายละเอียดแก่ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
การศึกษาข้อมูล

การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสุนัขทั่วไป

ลักษณะการให้อาหารสุนัขในปัจจุบัน

1. อาหารสุนัขที่ปรุงขึ้นเอง อาจเป็นเศษอาหารหรืออาหารที่ปรุงขึ้นโดยใช้ข้าวและเนื้อสัตว์ ไข่หรือเศษเนื้อสัตว์
2. อาหารสุนัขสำเร็จรูปทั่วไป ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด

อาหารสุนัขที่ปรุงขึ้นเอง

อาหารสุนัขที่ปรุงขึ้นเองในครัวเรือน เช่น ข้าวสุก เนื้อสัตว์ และไข่ สุนัขจะกินได้แต่ปริมาณ แต่ไม่ได้คุณภาพ เพราะอาหารที่ปรุงลักษณะนี้จะมีน้ำเป็นองค์ประกอบถึง 71% และได้รับโปรตีนน้อยเกินไป เมื่อเทียบกับปริมาณที่กินและจะขาดสารอาหารประเภทวิตามิน แร่ธาตุ โดยเฉพาะแคลเซี่ยมและฟอสฟอรัสซึ่งถ้าได้รับไม่เพียงพอ อาจก่อให้เกิดปัญหากระดูกอ่อนกระดูกเปราะตามมาได้ นอกจากนั้นการย่อยก็จะไม่ดี เพราะมีข้าวเป็นองค์ประกอบมากซึ่งจะทำให้มีกากมาก สุนัขจะนำอาหารไปใช้ประโยชน์ได้น้อย และเนื้อสดเองก็มีราคาแพง คุณภาพก็ไม่สม่ำเสมอ อาจมีเชื้อโรคของสัตว์บางชนิดได้ การเก็บรักษาก็เก็บได้ไม่นานวิตามินเกลือแร่ก็จะหายไปเวลาต้มและนอกจากนั้น ยังเสียเวลาในการเตรียมอาหารไม่สะดวกและสิ้นเปลืองเพราะให้มากเกินไป

อาหารสุนัขสำเร็จรูปทั่วไป แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. อาหารเม็ดแบบแห้ง Commercial Pet Food ความชื้นประมาณ 6 – 12% พลังงานแระมาณ 3,080 – 3,740 กิโลแคลอรี่/กก. อาหารชนิดนี้จะเป็นอาหารที่ราคาประหยัดที่สุด ควบคุมคุณค่าของอาหารได้ดี ช่วยลดปัญหาหินปูนที่เกาะตามฟันช่วยขัดฟันได้ คุณค่าของอาหารขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ เครื่องจักรที่มีคุณภาพ การเก็บรักษาที่ดี ภาชนะบรรจุและอายุของสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อาหารสุนัขกึ่งแห้ง Semimoist Food ความชื้นประมาณ 15 – 30% พลังงานประมาณ 3,080 กิโลแคลอรี่/กก. อาหารชนิดนี้มีความน่ากินสูงมาก เพราะใช้สารอาหารบางตัวเพื่อเพิ่มรสชาติ แต่อาหารชนิดนี้อาจเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคอ้วนได้และทำให้สัตว์บางตัวมีปัญหาเกี่ยวกับระบบการย่อยอาหารและระบบผิวหนังได้ เพราะระดับวิตามินต่ำกว่าชนิดอื่น

3. อาหารกระป๋อง Canned Pet Food ประกอบด้วยน้ำ 70 – 80% พลังงานประมาณ 1.100 – 1,320 กิโลแคลอรี่/กก. มีความน่ากินสูง แต่ไม่ช่วยในการรักษาเหงือกและฟันให้อยู่ในสภาพที่ดี สุนัขที่กินอาหารประเภทนี้บ่อยจะมีหินปูนง่าย

<u>วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต</u>

1. ประเภทโปรตีนต่ำ เป็นตัวที่ให้พลังงานเป็นหลัก เช่น ปลายข้าว ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ข้าวสาลี รำ แป้งต่าง ๆ มันสำปะหลัง ข้าวบาร์เล่ย์ ข้าวโอ๊ต

2. ประเภทโปรตีนสูง จากพืช เช่น ถั่วเหลือง ถั่วเขียว ถั่วลิสง กากมะพร้าว จากสัตว์ เช่น ปลาป่น เนื้อป่น ไก่ป่น เลือดป่น

3. ประเภทพลังงานสูง น้ำตาล ไขมันจากพืชและสัตว์

4. ประเภทวิตามินและแร่ธาตุบริสุทธิ์ ใช้เสริมเพื่อให้ได้ครบและพอเพียงกับความต้องการของสุนัข

<u>คุณสมบัติของอาหารสุนัขสำเร็จรูป</u>

1. มีโปรตีนครบถ้วนตามความต้องการของสุนัขและความร้อนในระหว่างการผลิตจะช่วยทำให้โปรตีนย่อยดูดซึมได้ดีขึ้น
2. มีปริมาณแคลเซี่ยม ฟอสฟอรัส วิตามิน และกรดไขมันเพียงพอและมากกว่ากำหนดมาตรฐานถึง 2 – 3 เท่า
3. การย่อยจะสมบูรณ์กว่า ทำให้กากน้อย สุนัขสามารถนำอาหารไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด
4. เสียค่าใช้จ่ายเท่า ๆ กันกับอาหารสุนัขที่ปรุงขึ้นเอง แต่สะดวกรวดเร็วและได้สารอาหารครบถ้วนทุกอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของสุนัข แบ่งตามภาวะความต้องการสารอาหาร

1. ลูกสุนัขตั้งแต่หย่านม – 8 เดือน ช่วงนี้สุนัขจะมีการเจริญเติบโตสูงมาก และต้องการพลังงานจากอาหารสูง จึงควรให้อาหารที่มีโปรตีนค่อนข้างสูง มีปริมาณแคลเซี่ยม ฟอสฟอรัส และธาตุอาหารอื่น ๆ พอเพียง เพราะในระยะนี้ถ้าอาหารคุณภาพต่ำจะทำให้แคระแกรน

2. สุนัขตั้งแต่ 8 เดือนขึ้นไป หรือสุนัขโตเต็มที่ ช่วงนี้สุนัขจะไม่มีการเจริญเติบโตอีก จึงไม่ต้องการพลังงานมาก ควรให้อาหารที่มีโปรตีนน้อยลงกว่าเดิม แต่มาเน้นในเรื่องการคุมน้ำหนักของสุนัขให้คงที่มากกว่า

3. สุนัขตั้งครรภ์หรือสุนัขให้นมลูก ควรจะใช้อาหารแบบเดียวกับลูกสุนัข หรืออาหารโปรตีนสูงเฉพาะสุนัขตั้งครรภ์

4. สุนัขป่วยและสุนัขทำงานหนัก ควรจะใช้อาหารแบบเดียวกับลูกสุนัข หรือสุนัขตั้งครรภ์เช่นกัน เพราะต้องบำรุงร่างกายมากกว่าสุนัขปกติหลายเท่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติความเป็นมาของ บริษัทโภคภัณฑ์อาหารสัตว์

เครือเจริญโภคภัณฑ์ หรือที่รู้จักกันในนาม ซีพี เริ่มดำเนินธุรกิจทางด้านการเกษตรมากว่า 70 ปี ได้พัฒนาและขยายธุรกิจมาโดยลำดับ ปัจจุบันประกอบด้วย 8 กลุ่มธุรกิจหลัก กล่าวคือ ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม ธุรกิจเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ธุรกิจเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเคมีเกษตร ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ธุรกิจยานยนต์และอุตสาหกรรม ธุรกิจพัฒนาที่ดิน ธุรกิจปิโตรเคมี และธุรกิจการตลาดและการจัดจำหน่าย ซึ่งทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า เครือเจริญโภคภัณฑ์

บริษัทโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พศ. 2522 เป็นบริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม ซึ่งทำการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ ซึ่งนอกจากจะมีการควบคุมคุณภาพและกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนแล้ว ยังได้ทำการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนคิดค้นสูตรอาหารใหม่ ๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

บริษัทโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ จัดจำหน่ายอาหารสุนัขสำเร็จรูป อาหารแมวสำเร็จรูป และอาหารปลาสำเร็จรูป สำหรับอาหารสุนัขสำเร็จรูปนั้น เมื่อแรกเริ่มที่ก่อตั้งบริษัท จะจัดจำหน่ายเพียง 2 ยี่ห้อ คือ ซีพี. และเอโปร เป็นระดับมาตรฐาน Standard Grade ราคาไม่สูง

ต่อมาเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว ได้เริ่มมีอาหารสุนัขจากต่างประเทศเข้ามาตีตลาดของไทยมากกว่า 10 ยี่ห้อ โดยเป็นสินค้าระดับสูง Premium Grade ราคาแพง ซึ่งเป็นการเข้าจับช่องว่างของตลาดอาหารสุนัขในเมืองไทย บริษัทโภคภัณฑ์อาหารสัตว์ไม่ต้องการจะเสียตลาดส่วนนี้ให้กับแบรนด์ต่างประเทศ จึงได้ผลิตอาหารสุนัขในระดับสูง Premium Grade ออกมาจำหน่าย โดยใช้แบรนด์เนมว่า "บิ๊กบอส" BIG BOSS โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะครองตลาดส่วนบน และเพื่อส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าบิกบอส

ลักษณะสินค้า

แบ่งตามลักษณะกายภาพ

1. อาหารแห้งชนิดเม็ด บรรจุ 3 ขนาด คือ

แบบกล่อง 1 กก.

แบบถุงหิ้ว 5 กก.

แบบถุงใหญ่ 15 กก.

2. อาหารสดชนิดกระป๋อง บรรจุ 400 กรัม

แบ่งตามลักษณะของส่วนผสม

1. อาหารสำหรับสุนัขเล็ก บรรจุภัณฑ์สีส้ม

ส่วนผสม

โปรตีน	32%	แคลเซี่ยม	2%
ไขมัน	21%	ฟอสฟอรัส	1.6%
เถ้า	10%	โปตัสเซี่ยม	1%
เส้นใย	3.5%	แม็กเนเซี่ยม	0.2%
ความชื้นไม่เกิน	10%	เกลือแร่	1%

2. อาหารสำหรับสุนัขโต บรรจุภัณฑ์สีม่วง

ส่วนผสม

โปรตีน	30%	แคลเซี่ยม	1.25%
ไขมัน	20%	ฟอสฟอรัส	1%
เถ้า	10%	โปตัสเซี่ยม	1%
เส้นใย	4%	แม็กเนเซี่ยม	0.2%
ความชื้นไม่เกิน	10%	เกลือแร่	1%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนการผลิต

1. ศึกษาข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวกับ
   - พฤติกรรมการกินอาหารของสุนัข
   - มาตรฐานระดับสารอาหารแต่ละระยะของการเจริญเติบโตที่สุนัขต้องการในการดำรงชีพ
2. สร้างสูตรทดลองและทำการทดลองกับสุนัขเพื่อวัดผล
   - การเจริญเติบโต สุขภาพอนามัย โครงสร้างภายนอก
   - การสืบพันธุ์
   - คุณภาพ
3. ทดลองซ้ำ เพื่อตรวจนำ คุณภาพ และแก้จุดอ่อน
4. ผลิตอาหาร
5. ศึกษาและปรับปรุงคุณภาพอาหารตลอดเวลา

คุณสมบัติเด่นของ บิกบอส

1. สารอาหารแน่น Superior Nutrition หมายถึง เป็นสูตรที่มีสารอาหารสูงกว่าอาหารปกติ ได้แก่ โปรตีน พลังงาน(ไขมัน) วิตามินแร่ธาตุที่สูงและครบถ้วน รวมทั้งเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพและย่อยง่าย

2. ความชอบกินสูง High Palatability ความชอบกินสูงกว่าอาหารเด็มและคู่แข่งในระดับเดียวกัน เพราะมีการเคลือบโปรตีนอีกชั้นหนึ่งในเม็ดอาหาร สุนัขจะไม่ลังเลในการตัดสินใจกินอาหาร

3. ปริมาณอาหารที่ใช้น้อยลง Less Food Required เนื่องจากสารอาหารที่สูงกว่าอาหารปกติ สุนัขจึงกินอาหารได้ในปริมาณที่น้อยลง(เนื่องจากกินนิดเดียวก็พอกับความต้องการของร่างกายแล้ว การให้จึงให้ในปริมาณที่น้อยกว่าเก่า ต้นทุนการเลี้ยงจะไม่สูงขึ้นถ้าพิจารณาในแง่นี้ด้วย)

4. มูลกองเล็กลงและเก็บง่าย Lower Stool Volume มูลกองเล็กลง เนื่องจากปริมาณอาหารที่กินน้อยลง และเสริมด้วยการย่อยได้สูงขึ้น ทำให้กากหรือมูลที่ขับออกมากองเล็กลงด้วย ลักษณะมูลไม่เละเป็นกองโต ๆ สะดวกในการเก็บกวาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. บำรุงขนและโครงสร้างให้สวยงาม Improve Haircoat And General Appearance เนื่องจากไขมันในอาหาร รวมทั้งโปรตีน ไวตามิน แร่ธาตุที่มีเพียงพอ จะทำให้โครงสร้างสุนัขดี สวยงาม ได้สัดส่วน ลักษณะขนเข้มมัน

6. ให้พลังงานสูง For Extra Energy Dog สารอาหารและพลังงานสูง ยังเหมาะกับสุนัขใช้งานหรือสุนัขที่ออกกำลังมากอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์สินค้า

ด้านกายภาพ

1. จัดได้ว่าเป็นสินค้าที่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อในระดับหนึ่ง
2. คุณสมบัติเด่นของบิ๊กบอส คือ
   - ความสดใหม่ เพราะผลิตในประเทศ ทำให้วิตามิน แร่ธาตุไม่เสื่อมสลายไปกับการขนส่ง
   - มีกลิ่นหอมและมีการเคลือบโปรตีนอีกชั้น ทำให้สุนัขชอบ
   - ใช้วัตถุดิบที่คุณภาพสูง
3. คุณสมบัติด้อยของบิ๊กบอส คือ
   - มีสูตรเดียว ไม่สามารถเลือกได้หลากหลายเหมือนกับคู่แข่งซึ่งมีหลายสูตร หลายแบบ เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเลือกได้มากกว่า
4. ความได้เปรียบคู่แข่งขัน คือ ความสดใหม่และรสชาติ

ด้านรูปพรรณ

บิ๊กบอส มีบรรจุภัณฑ์ 2 แบบ คือ ลูกสุนัข(บรรจุภัณฑ์สีส้ม) และสุนัขโต (บรรจุภัณฑ์สีม่วง)

ข้อดีของบรรจุภัณฑ์

- แต่ละแบบมีสีไม่เหมือนกัน ทำให้สะดวกในการเลือกซื้อ
- รูปสุนัขบนบรรจุภัณฑ์แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่าเป็นสินค้าสำหรับสุนัข

ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์

- ใช้รูปสุนัขแบ่งลักษณะอาหารไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น อาหารลูกสุนัขกลับใช้รูปของสุนัขพันธุ์เล็กที่โตแล้ว แทนที่จะเป็นรูปของลูกสุนัขพันธุ์ต่าง ๆ และอาหารสุนัขโต ก็ใช้รูปของสุนัขพันธุ์ใหญ่ อาจทำให้สับสนได้ว่า อาหารลูกสุนัข คือ อาหารสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก และอาหารสุนัขโต คือ อาหารสำหรับสุนัขพันธุ์ใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านจินตภาพ

1. ผู้บริโภคเริ่มรู้จักสินค้าดีพอสมควรแล้ว
2. สินค้ามีเครดิตที่ค่อนข้างดี เพราะเป็นสินค้าในเครือเดียวกับซีพี. และเอโปร ที่มีชื่อเสียงมานานกว่า 10 ปี
3. ภาพพจน์ของสินค้าต่อผู้บริโภค ค่อนข้างเป็นไปในทางบวก

สรุป

ข้อดี

- สะดวกรวดเร็ว
- สดใหม่กว่า
- รสชาติดี

ข้อเสีย

- บรรจุภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการ
- มีให้เลือกน้อยกว่าคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป

1. ฟาร์มสุนัข
2. ผู้เลี้ยงตามบ้านทั่วไป

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

หลังจากวิเคราะห์แล้ว

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ ฟาร์มสุนัขต่าง ๆ
2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มที่มีลักษณะ ดังนี้
   - ครอบครัวสมัยใหม่ ที่ไม่มีเวลา ต้องการความรวดเร็ว ชอบความสะดวกสบาย
   - รักสุนัข และมีสุนัขในบ้าน
   - รสนิยมดี
   - รายได้อยู่ในระดับดี จึงดีมาก
   - แรงจูงใจที่จะกระตุ้นให้อยากใช้สินค้า คือ ความสะดวก คุณภาพ และความมีรสนิยม

คู่แข่ง

ทางตรง คือ ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจำหน่ายจากต่างประเทศในระดับสูง Premium Grade เช่น อูกานูบา ไซเอนไดเอท นูโทร โปรแพลน ฯลฯ

ทางอ้อม คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศและส่งออกต่างประเทศด้วย ในระดับสูง Premium Grade เช่น ดอกเมท ทิฟฟานี่ ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลทางการตลาด

ตำแหน่งของสินค้า

- อยู่ในระดับสูง ตลาดบน
- เป็นสินค้าเกรดเอ
- ราคาสูง

วัฏจักรของสินค้า

- อยู่ในช่วงเจริญเติบโต

จุดขายของสินค้า

- คุณภาพของอาหารทัดเทียมกับสินค้าต่างประเทศ
- ความสดใหม่มากกว่าสินค้าต่างประเทศ
- รสชาติดีกว่า

ประเภทตลาด

1. ตลาดอาหารแห้ง ตลาดนี้ถือได้ว่าเป็นตลาดใหญ่สุดของอาหารสุนัขที่แทบทุกค่ายจะเข้ามาทำตลาดกัน รวมทั้งแบรนด์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศด้วย
2. ตลาดอาหารแช่แข็ง ตลาดนี้เป็นตลาดที่เล็กที่สุดในจำนวน 3 ตลาด ซึ่งมีแบรนด์ลายไทยและอื่น ๆ ทำตลาดอยู่
3. ตลาดอาหารกระป๋อง ตลาดนี้เป็นตลาดที่มีเทรนด์การเติบโตค่อนข้างสูง ทั้งนี้ เนื่องจากการที่จะเลี้ยงสุนัข ถ้าไม่ให้อาหารสดอาหารกระป๋องที่ทำสำเร็จรูปแล้วจะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อให้สุนัขทานในช่วงแรก และถ้าว่าเป็นตลาดที่รองรับการเติบโตของตลาดอาหารแห้งโดยถ้าเริ่มชินแล้วก็สามารถจะเปลี่ยนเป็นอาหารแห้งในอนาคตได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลค่าตลาดอาหารสุนัข

ตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปในปัจจุบัน มีมูลค่าตลาดประมาณ 100 ล้านบาท แบ่งเป็น

ตลาดระดับล่าง	Standard Grade	80%
ตลาดระดับบน	Premium Grade	20%

ส่วนแบ่งตลาดระดับบน

บิกบอส	ครองตลาดอยู่ด้วยแชร์	60%
ยี่ห้ออื่น	ครองตลาดอยู่ด้วยแชร์	40%

แนวโน้มการเติบโต

การเติบโตของตลาดอาหารสุนัขสำเร็จรูปอยู่ในอัตรา 20 – 25% ต่อปี

และ

การเติบโตของบิกบอสในตลาดอยู่ในอัตรา 10 – 15% ต่อปี

องค์ประกอบตลาดของบิกบอส

บิกบอสมีส่วนการครองตลาดในกรุงเทพฯ	60%
และในต่างจังหวัด	40%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่ส่งเสริมตลาด

1. พฤติกรรมของคนมีความกระตือรือร้นในการรักสัตว์ และปกป้องดูแลชีวิตสัตว์มากขึ้นเห็นได้จากการรณรงค์ดูแลรักษาสัตว์ป่า เป็นต้น

2. คุณภาพของสุนัขที่เลี้ยง ปัจจุบันค่อนข้างจะเป็นสุนัขพันธุ์แท้ที่มีราคาสูง เมื่อซื้อในราคาที่สูงจึงจำเป็นที่จะต้องดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของอาหารอย่างเต็มที่

3. ระดับการศึกษาและรายได้ กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัขส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และมีความรู้การศึกษา การที่จะซื้ออาหารสดมาปรุงให้สุนัขเองนั้น ทำให้ความสะดวกสบายลดลง ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้อาหารสุนัขสำเร็จรูปมีโอกาสโตสูงขึ้น

การจัดจำหน่ายสินค้าบิกบอส

1. จำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและซุปเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
2. จำหน่ายโดยคลีนิคสัตว์แพทย์
3. จำหน่ายตามฟาร์มสุนัข
4. จำหน่ายโดยมีเอเยนต์ตามภาคต่าง ๆ
5. จำหน่ายตามร้านอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงต่าง ๆ

การส่งเสริมการขายของบิกบอส

1. ให้เครดิตกับฟาร์มสุนัขต่าง ๆ
2. รับเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดสุนัขเพื่อโปรโมทสินค้า
3. เปิดศูนย์เพ็ทสแควร์ รับปรึกษาปัญหาสัตว์ และเป็นศูนย์กลางซื้อขายสุนัข
4. ทุ่มงบประมาณการโฆษณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ตลาด

การแข่งขัน

บิ๊กบอสมีคู่แข่งมากมายกว่าสิบยี่ห้อ แต่คู่แข่งที่สำคัญและถือว่าเป็นสินค้าสเป็คเดียวกัน คือ อูกานูบ้า และไซเอนไคเอท ซึ่งเป็นของต่างประเทศทั้งคู่ โดยเฉพาะอูกานูบ้านั้น ใช้สูตรในการผลิตใกล้เคียงกับบิ๊กบอสมากที่สุด

การครองตลาด

บิ๊กบอส	ครอง	60%
อื่น ๆ	ครอง	40%

สภาพการแข่งขัน

ตลาดอาหารสุนัขในประเทศไทย เป็นตลาดที่ยังค่อนข้างเล็ก คู่แข่งขันยังนับว่าไม่มากก็จริง แต่ก็มีการแข่งขันกันค่อนข้างจะรุนแรงพอสมควร

แนวโน้มตลาด

การเติบโตของตลาดอาหารสุนัขเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและรวดเร็ว และมีแนวโน้มว่า จะเติบโตได้มากต่อไปในอนาคต

การส่งเสริมการขาย

บิ๊กบอส

- เน้นไปที่การให้เครดิตกับฟาร์มสุนัข และการเป็นสปอนเซอร์ต่าง ๆ
- มุ่งไปที่ซุปเปอร์มาร์เก็ตเป็นหลักใหญ่ และวางตามคลีนิคสัตว์, ร้านอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงเป็นส่วนเสริม
- ทุ่มงบโฆษณามากกว่าคู่แข่ง มีทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ แผ่นพับ และโปรโมชั่นต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่แข่ง

- เน้นขายให้ฟาร์มสุนัข
- วางจำหน่ายตามร้านอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง และคลีนิคสัตว์เท่านั้น
- โฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยกว่า มีแค่ หนังสือ โปสเตอร์ แผ่นพับ และโปรโมชั่นเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณา

กลยุทธทางสื่อโฆษณาที่บิ๊กบอสเคยทำ

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ 1 เรื่อง
2. สปอตโฆษณาทางวิทยุ 1 เรื่อง
3. โฆษณาในหน้านิตยสาร 2 ชุด
4. ร่ม, ธงราว, ป้ายผ้า, เสื้อยืด
5. แผ่นพับ

เปรียบเทียบโฆษณาของบิ๊กบอสและคู่แข่ง

ข้อเหมือน

1. วางแนวความคิดหลักคล้ายกัน คือ เน้นการนำเสนอคุณสมบัติเด่นของอาหาร, คุณประโยชน์ในอาหาร ฯลฯ
2. ใช้วิธีโชว์บรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเป็นหลัก

ข้อแตกต่าง

1. ภาพประกอบ ในงานโฆษณาของบิ๊กบอสยังขาดความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือ ไม่มีความดึงดูดสายตา ต่างกับของคู่แข่ง ที่จะเน้นภาพประกอบเป็นภาพถ่ายที่สวยงาม ดูน่าเชื่อถือและสะดุดตากว่า
2. การจัดวางองค์ประกอบ ในงานโฆษณาของบิ๊กบอสจะไม่มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน ไม่สร้างเอกลักษณ์ที่แน่นอนจึงไม่ส่งเสริมต่อการจดจำงาน ในขณะที่คู่แข่งจะใช้การจัดวางเป็นเอกลักษณ์ที่แน่นอนเป็นแบบเดียวกันอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถจดจำได้ง่ายกว่า

สรุปปัญหาในงานโฆษณาของบิ๊กบอส

1. แนวความคิดหลัก ไม่สร้างความแตกต่างไปจากคู่แข่ง
2. ภาพประกอบ ขาดความน่าสนใจที่จะอ่านต่อในรายละเอียด
3. การจัดวางองค์ประกอบ ไม่แน่นอน ไม่ส่งเสริมการจดจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การออกแบบ

ที่มาของการออกแบบ

กล่าวโดยรวม อุปสรรคทางการตลาดของบิ๊กบอส คือ การเพิ่มยอดจำหน่ายเป็นไปอย่างไม่สะดวกนัก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก ปัญหาในด้านของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ กล่าวคือ บิ๊กบอสมีการวางตำแหน่งของสินค้าในลักษณะของผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมเกรด ราคาค่อนข้างสูง มีจุดมุ่งหมายเพื่อแข่งขันกับสินค้าของต่างประเทศที่เป็นผลิตภัณฑ์ระดับเดียวกันโดยตรง แต่รูปลักษณ์ของบิ๊กบอสที่แสดงออกมา ยังไม่สามารถบ่งบอกภาพพจน์ที่ชัดเจนว่าเป็นสินค้าระดับสูงได้ทัดเทียมกับสินค้าของคู่แข่ง

ดังนั้น การแก้ปัญหาให้ตรงจุดจึงต้องอาศัยการออกแบบเข้ามาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ใหม่ นำเสนอภาพพจน์ที่ถูกต้องตามจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนกว่าเดิม และสร้างภาพพจน์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

แผนงานการออกแบบ

อาจสรุปปัญหาของบิ๊กบอสได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ปัญหาในด้านของรูปแบบกราฟฟิค และปัญหาในด้านของการโฆษณา

การออกแบบจึงแบ่งลักษณะของงานออกเป็น 2 ส่วนเช่นกัน คือ

1. ส่วนของงานออกแบบกราฟฟิค บิ๊กบอสมีปัญหาอยู่ในส่วนของบรรจุภัณฑ์
2. ส่วนของงานออกแบบโฆษณา บิ๊กบอสมีปัญหาอยู่ในส่วนของโฆษณาในหน้านิตยสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์ในการกำหนดสื่อ

การใช้สื่อมีจุดประสงค์ที่จะสร้างภาพพจน์ให้อยู่ในระดับสูง ให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้า และย้ำเตือนความทรงจำของผู้บริโภคให้เกิดการจดจำในสินค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดอย่างสมบูรณ์ จึงกำหนดสื่อ ดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ Logo เพื่อใช้เป็นตัวแทนสินค้า สร้างความเป็นเอกลักษณ์ ง่ายต่อการจดจำ นำไปใช้ติดต่อธุรกิจ และใช้กับสื่อสิ่งพิมพ์
2. บรรจุภัณฑ์ Packaging เพื่อใช้บรรจุสินค้าชนิดแห้งและสร้างรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ และมีรสนิยมที่ดี
3. ฉลากกระป๋อง Label เพื่อใช้ปิดกระป๋องบรรจุสินค้าชนิดสด และสร้างรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ และมีรสนิยมที่ดี
4. โฆษณาในนิตยสาร Magazine Advertising เพื่อสร้างความประทับใจในตัวสินค้า และให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า โดยจะลงโฆษณาเป็นหน้าเดี่ยว 4 สี เต็มหน้า จำนวน 3 ชุด สำหรับระยะเวลาในการลงโฆษณา ชุดที่ 1 จะลงเป็นเวลา 2 เดือน และจะตามด้วยชุดที่ 2 และชุดที่ 3 เป็นเวลาชุดละ 2 เดือนเช่นกันจนครบ จากนั้นจะลงสลับกันไปทุกชิ้นในแต่ละฉบับตลอดปี เพื่อให้จดจำและเกิดความสนใจเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

   โดยจะลงในนิตยสารประเภทสัตว์เลี้ยงและนิตยสารที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

   นิตยสารประเภทสัตว์เลี้ยง ได้แก่

   สุนัขและสัตว์เลี้ยง, ธรรมชาติและสัตว์เลี้ยง, สวนจตุจักร, THE DOGS, DOG SHOW, DOG PURRI

   นิตยสารที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

   บ้านและสวน, บ้านและตกแต่ง, DECOR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. โปสเตอร์ Poster เพื่อสร้างความน่าสนใจต่อสินค้า และให้ผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจในการใช้สินค้า โดยนำไปติดไว้ยังสถานที่ซึ่งจำหน่ายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า คลีนิคสัตวแพทย์ และร้านอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงทั่วไป ขนาดของโปสเตอร์ 16" 20" พิมพ์ 4 สี

6. แผ่นพับ Brochure เพื่อแนะนำข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าแก่ผู้บริโภค โดยจัดวางไว้ตามชั้นวางของในห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต ตามเคาน์เตอร์ของคลีนิคสัตวแพทย์ และร้านอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงทั่วไป ขนาด 3 พับ พิมพ์ 4 สี

แนวความคิดของงาน

จากการสรุปปัญหา คือ ยังไม่แสดงออกถึงภาพพจน์ที่ต้องการ และการนำเสนอยังซ้ำ ๆ กันกับคู่แข่ง จึงต้องการการนำเสนอและโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นในจุดที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง คือ เน้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคให้เกิดความประทับใจ ชื่นชอบในตัวงาน เพื่อโยงไปสู่ความสนใจในตัวสินค้า แทนที่จะเป็นการขายตรงเหมือน ๆ กับยี่ห้ออื่นที่จะนำเสนอแต่เรื่องคุณประโยชน์ในอาหาร และคุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียว

ในการสร้างสรรค์ จะดึงเอาลักษณะเด่นของสุนัข, สีของอาหาร, สีของบรรจุภัณฑ์, ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย มาเป็นตัวกำหนดแนวทางในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบ

การออกแบบในขั้นนี้ต้องคำนึงถึงหลักการ และขั้นตอนในการทำงานโฆษณา และการออกแบบสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ได้ความเหมาะสมของงาน ตลอดจนความเป็นไปได้ในการผลิตเป็นงานจริง ซึ่งจะต้องมีข้อจำกัดในการผลิตหลายอย่าง

ศิลปการออกแบบ

1. ภาพประกอบ Illustration ใช้ภาพถ่าย เพื่อให้รู้สึกน่าเชื่อถือ โดยแสดงถึงบรรยากาศที่อบอุ่น ให้อารมณ์ที่นุ่มนวลและเน้นความน่ารัก บริสุทธิ์ของสุนัข
2. การจัดภาพและการจัดข้อความตัวอักษร Composition
   - บรรจุภัณฑ์และฉลาก จัดให้อยู่ในลักษณะกึ่งกลางทั้งภาพและข้อความตัวอักษร
   - โฆษณาในนิตยสาร จัดให้อยู่ในลักษณะกึ่งกลางทั้งภาพและข้อความตัวอักษร
   - โปสเตอร์ จัดภาพให้อยู่ในลักษณะเด่นหน้า จัดข้อความตัวอักษรให้อยู่ในลักษณะชิดหน้า
3. ขนาด Size พิจารณาตามความเหมาะสมของงาน
   - บรรจุภัณฑ์ Packaging ขนาดความสูง 13" ขนาดบรรจุ 5 ปอนด์ ลักษณะเป็นถุงกระดาษ
   - ฉลากกระป๋อง Label ขนาด 4" 9"
   - โฆษณาในนิตยสาร Magazine Advertising ลงเต็มหน้า ขนาด 8.5" 11.5"
   - โปสเตอร์ Poster ขนาด 16" 20"
   - แผ่นพับ Brochure 3 พับ ตามแนวนอน ขนาด 8" 4"
4. สี Color เลือกใช้สีที่เหมาะสมกับแนวความคิดที่วางไว้
   - ส้ม เป็นสีหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์แต่เดิมของสินค้า ซึ่งผู้บริโภคสามารถจดจำได้แล้ว ใช้เป็นตัวแทนของอาหารสำหรับลูกสุนัข ให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง และแทนความน่ารักของลูกสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ม่วง เป็นสีหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์แต่เดิมของสินค้า ซึ่งผู้บริโภคสามารถจดจำได้แล้วเช่นกัน ใช้เป็นตัวแทนของอาหารสำหรับสุนัขโต ให้ความรู้สึกอบอุ่น แต่เคร่งขรึมกว่าสีส้มแทนความสง่างามของสุนัขโต
- น้ำตาล แทนสีของอาหารสุนัขซึ่งมีลักษณะโดยรวมเป็นสีน้ำตาลเข้ม โทนสีน้ำตาลจะให้ความรู้สึกอบอุ่น และดูมีคุณค่า
- แดง เป็นสีที่ให้อำนาจในการดึงดูดสายตา และให้ความรู้สึกสดใหม่
- น้ำเงิน บอกถึงความสะอาด มีอนามัย เหมาะสำหรับสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค

5. ตัวอักษร Typography
- สัญลักษณ์โลโก้ ใช้แบบตัวอักษร Futura Light ให้ความรู้สึกเรียบร้อย สะอาด
- บรรจุภัณฑ์และฉลาก ใช้แบบตัวอักษร Goudy เป็นแบบที่อ่านง่าย แม้จะย่อจนขนาดเล็กมาก
- โฆษณาในนิตยสาร พาดหัวใช้แบบตัวอักษร Futura Medium ในคำภาษาอังกฤษ เพราะเป็นการตัดคำว่า BIG จากโลโก้มาใช้ จึงยังใช้แบบตัวอักษร Futura แต่เป็นตัวหนาขึ้น เพื่อผลทางสายตาช่วยเสริมความหมายของคำว่า BIG และใช้แบบตัวอักษรบารมีดำในคำภาษาไทย เพราะเป็นแบบที่มีลักษณะรูปร่างเข้ากันได้กับแบบข้อความ ใช้แบบตัวอักษรบารมี เพราะเป็นแบบที่อ่านง่าย แต่ให้ความรู้สึกมั่นคง น่าเชื่อถือ
- โปสเตอร์ พาดหัวใช้แบบตัวอักษร Futura Light เพราะเป็นการตัดคำมาจากโลโก้ ข้อความใช้แบบตัวอักษรบารมีดำ เพราะเป็นแบบที่ตัวหนาเข้มกว่าปกติ เหมาะสำหรับโปสเตอร์ที่ต้องอ่านในระยะไกล
- แผ่นพับ หน้าปกใช้แบบตัวอักษร Futura Bold และ Goudy เพื่อให้มีความต่อเนื่องกับบรรจุภัณฑ์และฉลาก ด้านในใช้แบบตัวอักษรการวิกเพราะอ่านง่าย สบายตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาแบบ

หลังจากได้วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปแนวทางการออกแบบแล้ว ก็ได้เสนอการออกแบบร่าง เพื่อค้นหารูปแบบที่แน่นอนก่อนจะนำไปสร้างสรรค์เป็นผลงานจริงในขั้นต่อไป

แบบร่างครั้งที่ 1 สัญลักษณ์

เป็นการสเก็ตช์ไอเดีย เพื่อค้นหาแนวความคิดที่จะนำไปพัฒนาสู่แบบร่างครั้งต่อไป ในขั้นตอนแรกนี้จะมีหลายแนวทาง คือ นำสุนัขมาเป็นเมนไอเดีย โดยตัดทอนรายละเอียดให้น้อยลง นำรอยเท้าของสุนัขมาใช้สื่อสาร และนำตัวอักษรนำของชื่อบิ๊กบอสเป็นภาษาอังกฤษ คือ B มาใช้ในการออกแบบ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2 สัญลักษณ์

จากแบบร่างครั้งที่ 1 ได้เลือกมา 1 แบบ เพื่อนำมาพัฒนาต่อไปโดยเลือกเอาแบบที่เป็นลักษณะของสุนัขยืนหันด้านข้างและตัดทอนรายละเอียดอื่น ๆ ออกให้เหลือเพียงรูปแบบของกราฟฟิค 2 มิติ แล้วนำมาพัฒนาต่อโดยปรับรูปร่างให้เป็นลักษณะต่าง ๆ กัน เพื่อหาความเหมาะสม เช่น ปรับให้มีลักษณะคล้ายกับตัวอักษร B เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 3 สัญลักษณ์

เมื่อได้รูปร่างของโลโก้จากแบบร่างครั้งที่ 2 แล้ว จึงพักในส่วนของกราฟฟิคไว้ก่อนและมาพัฒนาในส่วนของตัวหนังสือ ซึ่งประกอบไปด้วยคำว่า BIG BOSS ในขั้นนี้ได้เสนอการใช้ลูกเล่นต่าง ๆ ในการตกแต่งตัวอักษร เช่น การดัดแปลงตัว S ให้คล้ายกับหางสุนัข เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

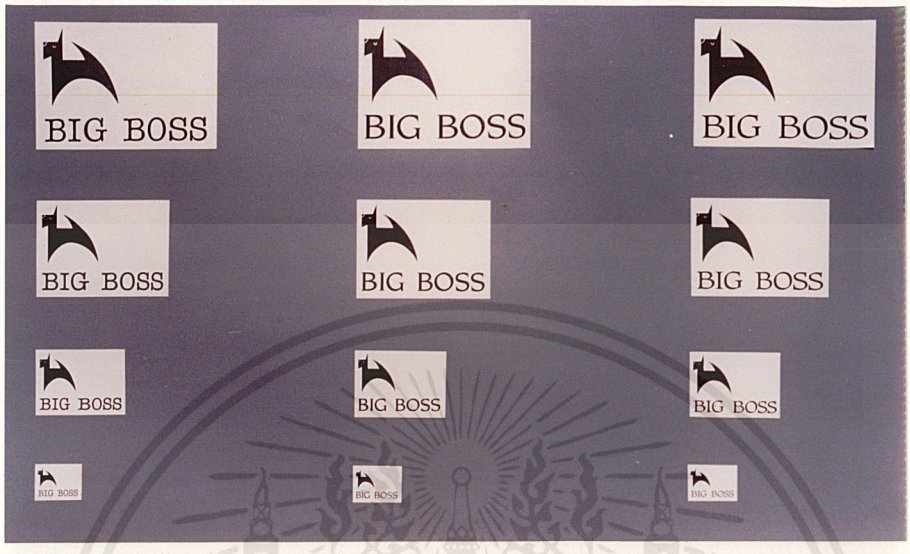
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

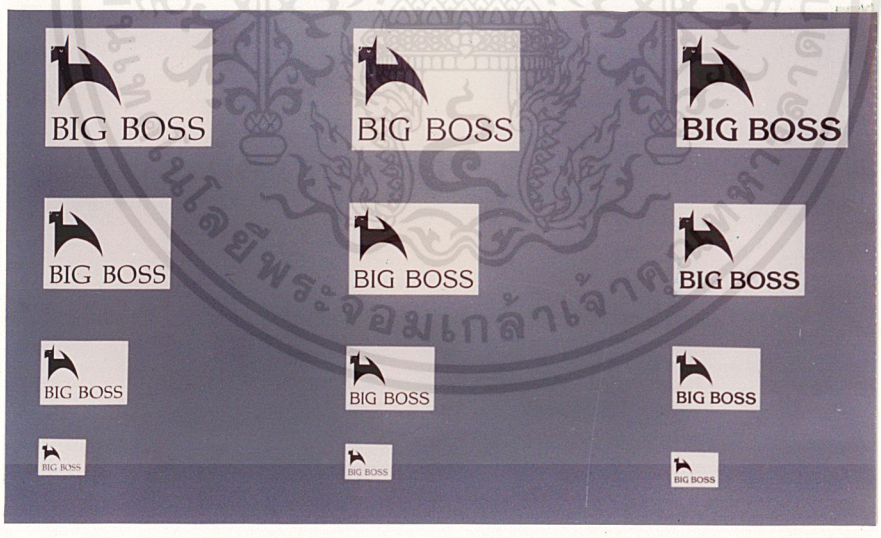
แบบร่างครั้งที่ 4 สัญลักษณ์

จากแบบร่างครั้งที่ 3 ได้พบว่า ในการตกแต่งที่ตัวหนังสือมากไป มีผลกระทบต่อตัวสัญลักษณ์ที่เป็นกราฟฟิครูปสุนัขมาก เนื่องจากรบกวนกันเองในทางสายตา เพราะกราฟฟิคที่มีอยู่มีความสะดุดตาอยู่แล้ว ดังนั้น ตัวอักษรจึงควรเป็นส่วนรองช่วยเสริมให้กราฟฟิคที่อยู่เด่นขึ้นมาจะดีกว่า ในการพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 4 นี้ จึงเป็นการนำแบบตัวอักษรหลาย ๆ แบบมาเลือกว่าแบบใดจะเหมาะสมและช่วยส่งเสริมตัวกราฟฟิคได้ดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

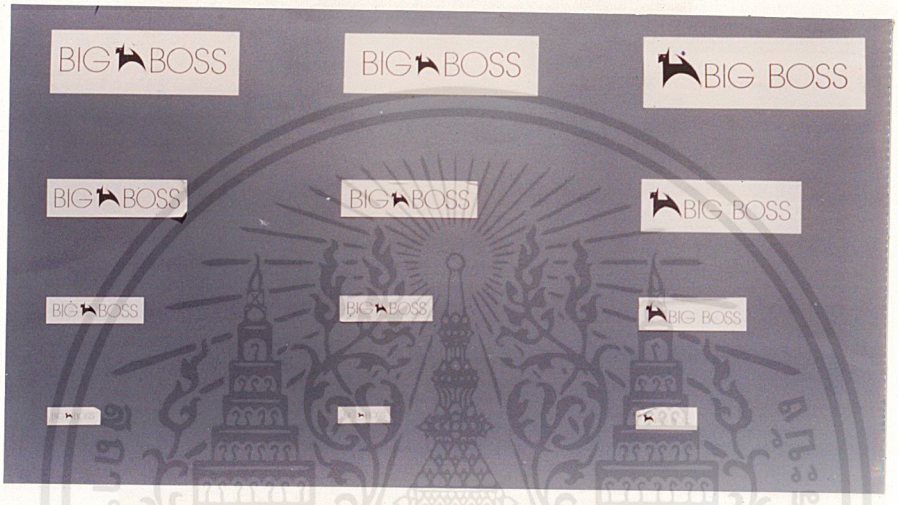




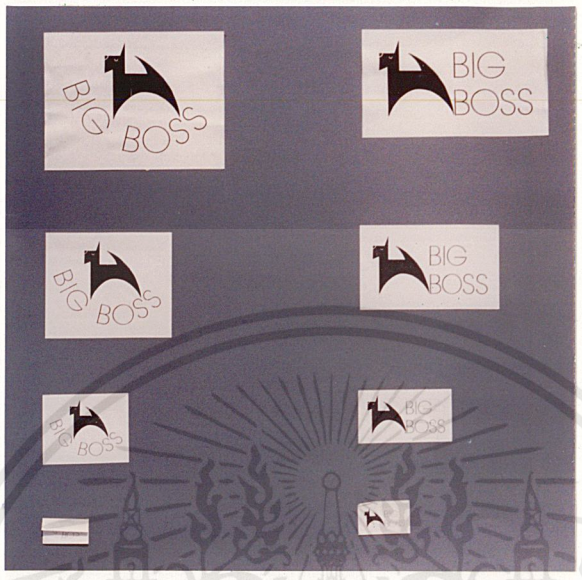
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

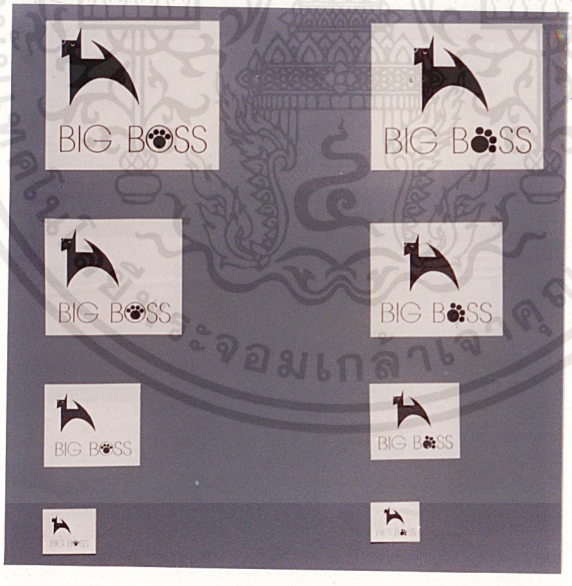
แบบร่างครั้งที่ 5 สัญลักษณ์

เมื่อได้แบบตัวอักษรที่จะใช้คู่กับกราฟฟิกที่มีอยู่แล้ว ก็ได้นำทั้ง 2 ส่วน มาประกอบกัน โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำทั้ง 2 ส่วนมาจัดวางองค์ประกอบ หาตำแหน่งที่เหมาะสมและสวยงาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

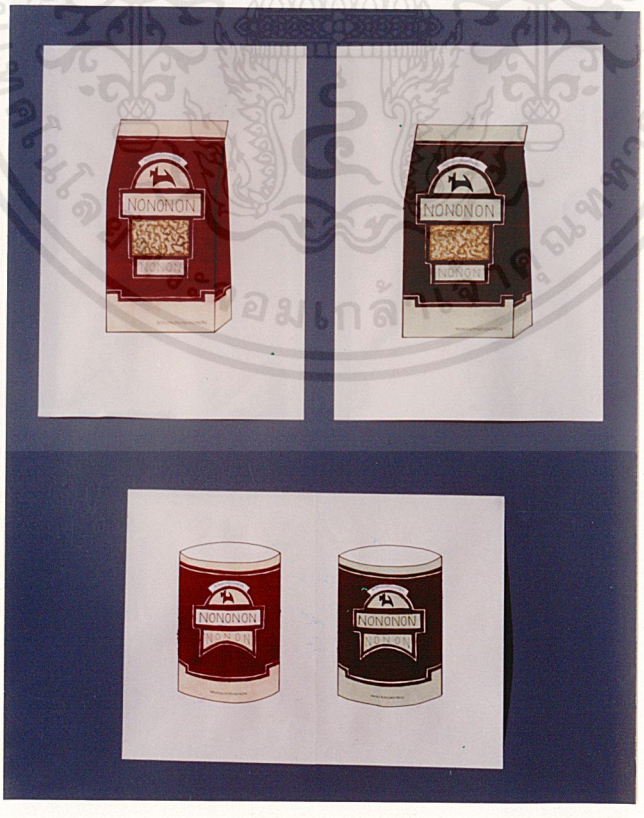
แบบร่างของสัญลักษณ์ขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 1 บรรจุภัณฑ์และฉลาก

นำเสนอในหลายรูปแบบต่าง ๆกันไป เช่น โชว์ให้เห็นรูปร่างของสินค้าที่มีลักษณะเป็นรูปร่างของกระดูกเล็ก ๆ น่ารัก นำโลโก้มาเป็นจุดเด่น ใช้รูปแบบกราฟฟิคมาตกแต่ง เป็นต้น ในขั้นตอนแรกนี้ได้ใช้สีส้มในส่วนที่เป็นอาหารสำหรับลูกสุนัขเหมือนกับของเดิมของบิกบอส แต่ใช้สีเขียวในส่วนที่เป็นอาหารสำหรับสุนัขโต เพราะต้องการจะให้สีเขียวแทนการเจริญเติบโต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2 บรรจุภัณฑ์และฉลาก

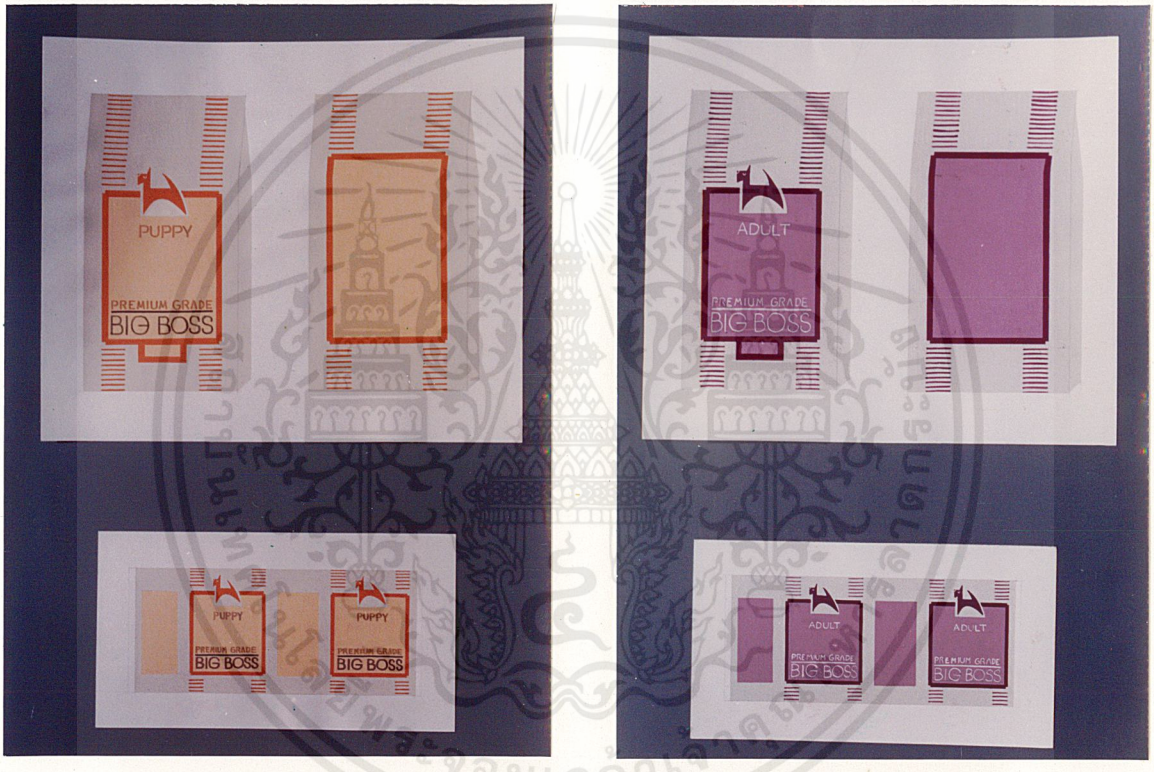
ในขั้นนี้ได้พบข้อบกพร่องจากแบบร่างครั้งที่ 1 ว่า การนำสีเขียวมาใช้นั้น ไม่มีความต่อเนื่อง เพราะในเมื่อยังคงใช้สีส้มตามเดิมก็ควรจะใช้สีม่วงตามเดิมของบิกบอสด้วยเช่นกัน เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการจดจำของผู้ซื้อสินค้า ในขั้นตอนนี้จึงได้เลือกแบบร่างจากครั้งที่ 1 มาพัฒนาต่อ โดยเปลี่ยนสีเขียวให้เป็นสีม่วง และได้สเก็ตช์เพิ่มเติมจากเดิมอีก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 3 บรรจุภัณฑ์และฉลาก

จากแบบร่างครั้งที่ 2 พบว่าการใช้สีส้มและสีม่วงในการออกแบบ โดยใช้ปริมาณสีที่ค่อนข้างเข้ม แรง และเต็มพื้นที่ของงาน ทำให้เกิดผลลบในทางสายตา ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นสินค้าระดับสูง และไม่แสดงความเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ควรจะดูสะอาดมีอนามัย ในขั้นตอนนี้จึงพัฒนาในเรื่องของสีให้ลดปริมาณความแรงลงไปด้วยการใช้สีหลัก คือ ส้มและม่วงในพื้นที่ที่น้อยลงกว่าเดิม และมีการลดความสดของสีลง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 4 บรรจุภัณฑ์และฉลาก

ผลสรุปจากแบบร่างที่ผ่านมาทั้งหมดนั้น ปรากฏว่ายังไม่เป็นที่เห็นชอบจากคณะกรรมการ เนื่องจากผลงานยังไม่สามารถสื่อความเป็นอาหารสำหรับสุนัขออกมาได้ชัดเจน เพราะไม่มีสิ่งแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุนัข มีแต่โลโก้กับตัวหนังสือ และรูปแบบกราฟฟิคเท่านั้น จึงไม่เพียงพอที่จะสื่อสารได้ ดังนั้น ในขั้นตอนของแบบร่างครั้งที่ 4 นี้ จึงเสมือนเป็นการเริ่มสเก็ตซ์ไอเดียใหม่อีกครั้ง ด้วยการใช้รูปแบบของกราฟฟิคเหมือนเดิม แต่ลดความเด่นของโลโก้ลงไป และใช้ภาพถ่ายสุนัขเข้ามาช่วยส่งเสริมตัวงานให้บรรลุจุดประสงค์ในการสื่อสาร จากภาพที่สเก็ตซ์ บริเวณที่เว้นเป็นสีขาวไว้นั้นก็คือ ส่วนที่จะเป็นภาพถ่ายของสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างของบรรจุภัณฑ์และฉลากชั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 1 โฆษณาในนิตยสาร

ในการสเก็ตซ์ไอเดียครั้งแรก เป็นการนำเสนอในลักษณะของการเปรียบเทียบในความเป็นจริงในเรื่องคุณภาพ โดยแบบที่ 1 ได้นำเอาลักษณะเด่นของอาหารสำเร็จรูปมาเปรียบเทียบกับอาหารสด ให้เห็นว่าอาหารสดมีข้อเสียมากกว่าอาหารสำเร็จรูป โดย

ชุดที่ 1 เป็นการนำวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารสุนัขตามครัวเรือนมาเทียบให้เห็นปริมาณว่าต้องใช้มากมาย และยังอาจได้คุณค่าทางสารอาหารไม่ครบ

ชุดที่ 2 แสดงให้เห็นขั้นตอนที่ยุ่งยาก ในการปรุงอาหารให้สุนัขเอง ซึ่งทำให้ความสะดวกสบายน้อยลง

ชุดที่ 3 เปรียบเทียบให้เห็นจำนวนเงินที่ต้องเสียไปกับอาหารสุนัขที่ปรุงเองว่าสิ้นเปลืองกว่าการให้อาหารสำเร็จรูป

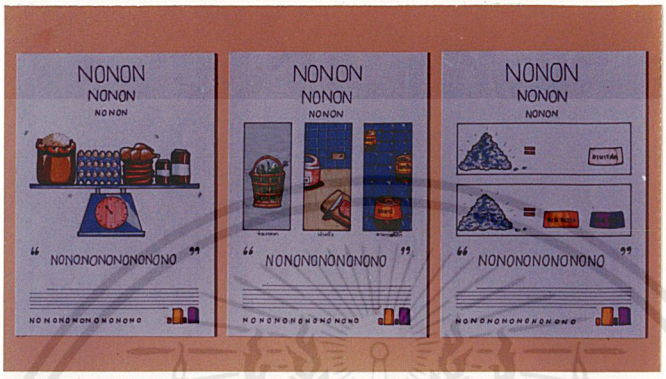
และแบบที่ 2 ได้นำเอาลักษณะเด่นของบิ๊กบอสมาเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ให้เห็นว่าบิ๊กบอส มีข้อดีมากกว่า โดย

ชุดที่ 1 ดึงเอาลักษณะเด่นในความน่ากินของบิ๊กบอส ที่มีมากกว่าคู่แข่ง (เพราะใช้วิธีเคลือบโปรตีนทับ) มานำเสนอให้เห็นว่า สุนัขจะชอบกินเป็นพิเศษจะไม่มีการเบื่ออาหาร

ชุดที่ 2 เป็นการแสดงคุณภาพของอาหาร ที่ใช้วัตถุดิบที่ดีจริงมาผลิต

ชุดที่ 3 เปรียบเทียบให้เห็นว่าสินค้าคู่แข่ง ที่เป็นของสั่งเข้ามาจากต่างประเทศนั้น จะด้อยคุณภาพลงไป เพราะข้อจำกัดในการขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2 โฆษณาในนิตยสาร

เป็นการนำเสนอโดยหันมาเน้นในเรื่องของจินตภาพบ้าง เน้นการสร้างอารมณ์ร่วมไปกับภาพ ดึงลักษณะที่ไร้เดียงสา บริสุทธิ์ น่ารักของสุนัขมาเป็นจุดเด่น แล้วค่อยพาดพิงไปถึงตัวผลิตภัณฑ์ โดยแบบที่ 1 ใช้สุนัขมาแสดงค่าของคุณภาพอาหาร ดังนี้

ชุดที่ 1 แสดงให้เห็นว่า สุนัขกินบิกบอสที่อร่อยและมีประโยชน์ จึงนอนหลับอย่างมีความสุข เพราะได้กินอาหารที่ดี

ชุดที่ 2 เป็นการสร้างจินตนาการว่า แม้แต่สุนัขเองยังชื่นชมในความสวยงามของตัวเอง เป็นการเชื่อมโยงกับคุณค่าในอาหารของบิกบอส ที่มีคุณสมบัติส่งเสริมโครงสร้างและสุขภาพขนของสุนัข

ชุดที่ 3 เปรียบเทียบคุณประโยชน์ในอาหารของบิกบอสให้เห็นชัดเจน โดยเสนอเป็นครอบครัวสุนัขที่สุขภาพแข็งแรง ลดใส ร่าเริง เพราะได้รับคุณค่าจากอาหารที่ดีอย่างบิกบอส

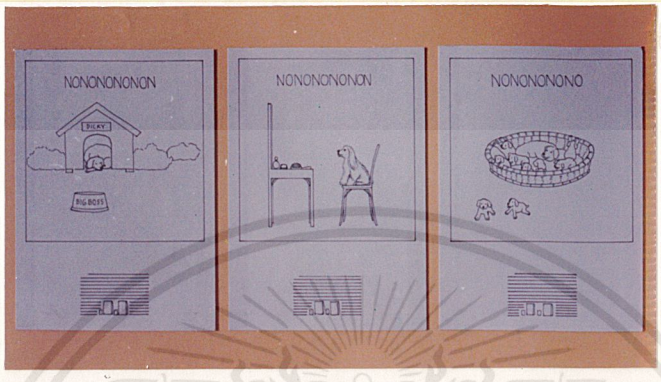
และแบบที่ 2 นำสุนัขมาสร้างบุคลิกต่าง ๆ เสียนแบบคน โดย

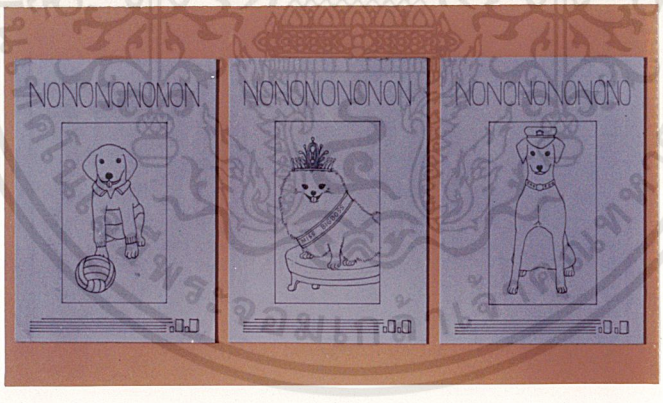
ชุดที่ 1 เป็นสุนัขที่มีบุคลิกลักษณะเป็น นักกีฬา เพื่อเชื่อมโยงกับคุณสมบัติของสินค้าที่กินแล้วจะช่วยให้สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์

ชุดที่ 2 เป็นสุนัขที่มีบุคลิกลักษณะเป็น นางงาม เพื่อเชื่อมโยงกับคุณสมบัติของสินค้าที่กินแล้วจะช่วยให้มีโครงสร้างที่ได้สัดส่วน ช่วยให้ขนสวยเป็นมันเงางาม

ชุดที่ 3 เป็นสุนัขที่มีบุคลิกลักษณะเป็น ยามรักษาความปลอดภัย เพื่อเชื่อมโยงกับคุณสมบัติของสินค้าที่กินแล้วจะให้พลังงานสูง เหมาะสำหรับสุนัขที่ใช้งานและสุนัขที่ออกกำลังมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



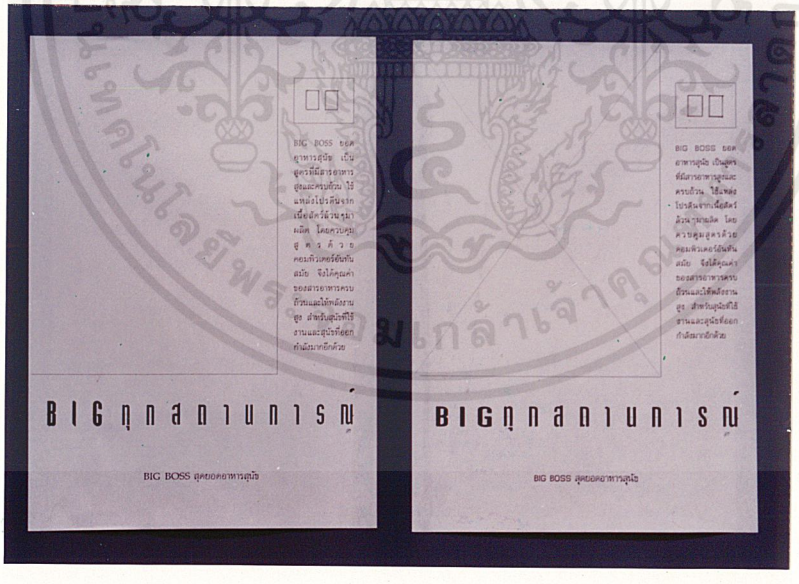


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 3 โฆษณาในนิตยสาร

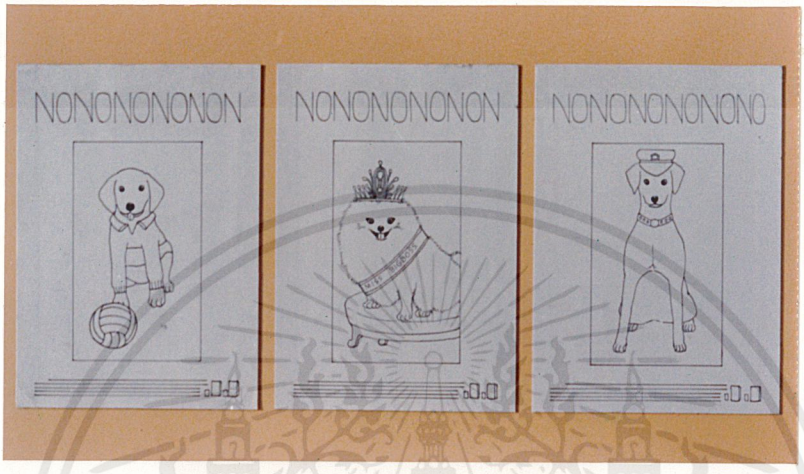
หลังจากได้เมนไอเดียจากแบบร่างครั้งที่ 2 แล้ว คือ เลือกแบบที่ 2 ที่นำสุนัขมาสร้างบุคลิกเลียนแบบคน ในขั้นตอนนี้ จึงเป็นการจัดวางเลย์–เอาท์ในแบบต่าง ๆ พร้อมกับลองแบบตัวอักษรแบบต่าง ๆ เพื่อหาแบบที่เหมาะสมต่อไป หลังจากได้ทดลองจัดวางเลย์–เอาท์ต่าง ๆ ปรากฏว่าเลย์–เอาท์เดิม ตั้งแต่ในแบบร่างครั้งที่ 2 นั้น เหมาะสมกว่า จึงเลือกการจัดวางตามแบบร่างครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างของโฆษณาในนิตยสารชั้นสุดท้าย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 1 โปสเตอร์

เป็นการนำเสนอในลักษณะของการแสดงให้เห็นถึงความน่ากิน รสชาติที่อร่อยเป็นพิเศษของบิ๊กบอส เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกอยากจะซื้ออาหารที่ดีและอร่อยไปให้สุนัขกิน เช่น การใช้วิธีซ้ำภาพสุนัขกินบิ๊กบอสหลาย ๆ ภาพ ล้อกับข้อความว่า "อร่อยซ้ำแล้วซ้ำอีก" การเสนอภาพสุนัขแอบคลานเข้ากินบิ๊กบอสเพราะทนกลิ่นยั่วยวนไม่ได้ และการเปรียบเทียบบิ๊กบอสเป็นเค้กวันเกิด แต่ใช้ข้อความว่า Happy Everyday To Dicky เป็นการให้ของขวัญทุก ๆ วันด้วยบิ๊กบอส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 2 โปสเตอร์

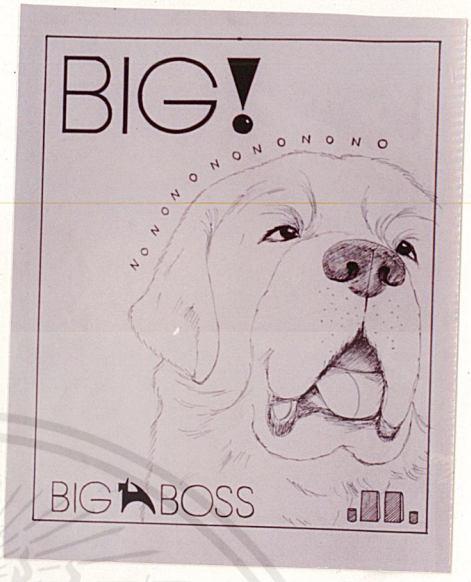
จากแบบร่างครั้งที่ 1 สรุปว่า การนำเสนอผ่านความน่ากินและรสชาติที่อร่อยนั้น ยังไม่เหมาะสมกับสื่อโปสเตอร์ เพราะโปสเตอร์ต้องการความสะดุดตาดึงดูดความสนใจ และสร้างความภาคภูมิใจในสินค้าถ้าเป็นไปได้ ดังนั้น ความน่ากินจึงไม่เหมาะสม เพราะไม่สามารถดึงดูดความสนใจผู้ซื้อสินค้าได้ เพราะผู้ซื้อไม่ใช่ผู้ที่จะกินอาหารนี้เอง จึงควรจะใช้การสร้างจินตภาพ หรือสร้างความคู่ดีมีรส-นิยมของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเป้าหมายรู้สึกภูมิใจในสินค้า และอยากซื้อเพราะดูมีรสนิยมที่ดี ในขั้นตอนนี้ได้สเก็ตแบบร่างมา 3 แบบ คือ

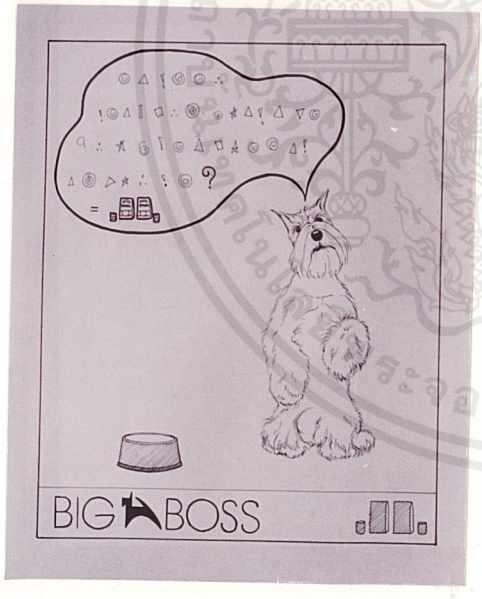
แบบที่ 1 เป็นการนำแนวความคิดหลักจากโฆษณาในนิตยสารมารวมกันไว้ โดยยังคงเมนไอเดีย คือ คำว่า BIG ไว้ และใช้พาดหัวว่า BIG ! ทุกสไตล์

แบบที่ 2 เป็นรูปแบบของไอเดียที่ต่อเนื่องมาจากโฆษณาในนิตยสารเช่นกัน โดยให้สุนัขมีบุคลิกเป็นนักธุรกิจ เพื่อล้อกับคำว่า BIG ซึ่งเป็นเมนไอเดีย และเป็นการเสริมความหมายของคำว่า BIG BOSS ที่แปลว่า "นายใหญ่" เพื่อส่งให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นสินค้าระดับสูง มีรสนิยม และเหนือกว่ายี่ห้ออื่น

แบบที่ 3 เป็นการสร้างเรื่องสมมติ แทนความคิดของสุนัขที่อยากจะกินบิ๊กบอส แต่ไม่สามารถพูดกับคนได้ จึงจินตนาการภาษาออกมาเป็นกราฟฟิคต่าง ๆ แต่สุดท้ายก็สรุปให้เห็นว่า "ขอบิ๊กบอส"

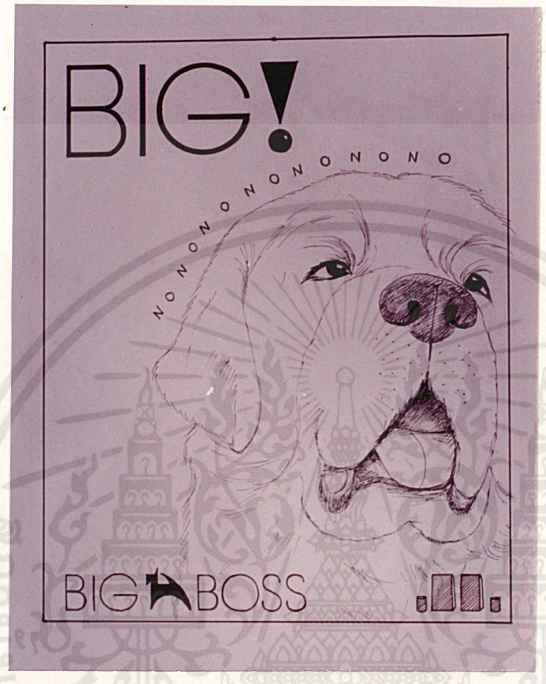
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างของโปสเตอร์ในชั้นสุดท้าย

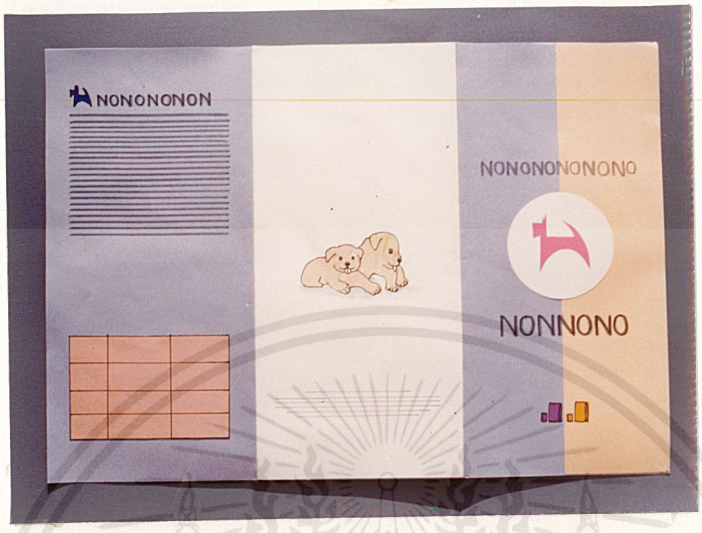


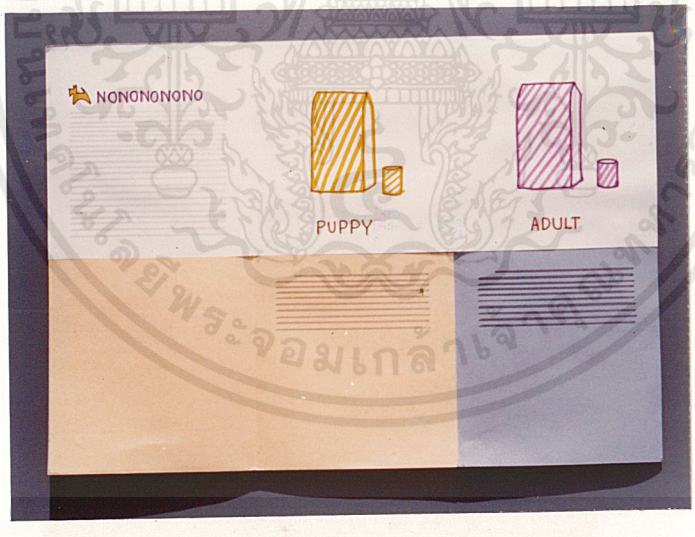
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างครั้งที่ 1 แผ่นพับ

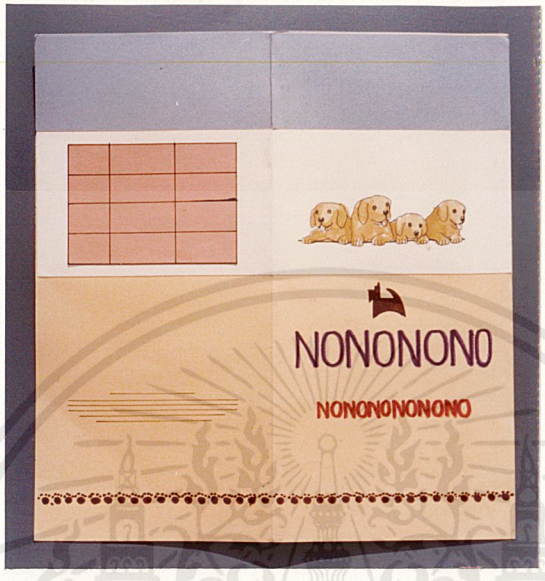
เสนอแบบร่าง 2 ขนาด คือ แบบ 3 พับ และแบบ 2 พับ การออกแบบจะยึดสีม่วงและสีส้มเป็นหลักในการออกแบบและใช้ภาพถ่ายของสุนัขมาประกอบ เพราะภาพถ่ายให้ความรู้สึกน่าเชื่อถือ และสุนัขจะดูมีชีวิตชีวา สดใส น่ารักกว่า นอกจากนั้น ก็จะมีการตกแต่งด้วยกราฟฟิครอยเท้าของสุนัขที่ตัดทอนรายละเอียดให้น้อยลง ส่วนเนื้อหาภายในแผ่นพับ จะประกอบด้วย คำแนะนำในเรื่องของอาหารสดกับอาหารสำเร็จรูป คุณสมบัติของบิกบอส รายละเอียดของอาหารสำหรับลูกสุนัข รายละเอียดของอาหารสำหรับสุนัขโต

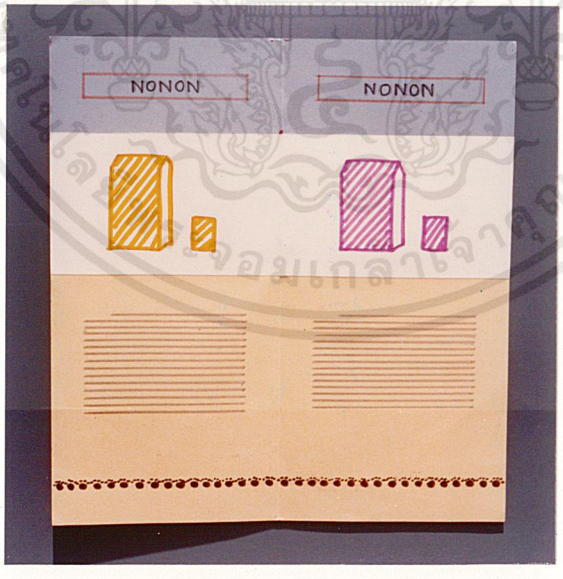
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแบบร่างครั้งที่ 1 แผ่นพับยังขาดความน่าสนใจที่จะดึงดูดให้ผู้ซื้อหยิบไปอ่าน และแผ่นพับเป็นสื่อที่จะต้องควบคู่อยู่ด้วยกันกับบรรจุภัณฑ์ในทุกที่ที่มีสินค้าวางจำหน่าย ดังนั้น แบบร่างครั้งที่ 1 จึงไม่เหมาะสมที่จะเลือกมาใช้ เพราะรูปลักษณ์และสีสรรเข้ากันไม่ได้กับบรรจุภัณฑ์ จึงต้องมีการออกแบบแผ่นพับใหม่ โดยนำเอาสีน้ำเงินจากบรรจุภัณฑ์มาใช้เป็นสีหลักของแผ่นพับ และดึงเอาลักษณะรูปร่างของอาหารสุนัขบิกบอสที่ไม่เหมือนใคร คือ มีลักษณะรูปร่างเป็นกระดูกชิ้นเล็กๆ มาใช้ในการออกแบบ โดยตัดทอนเอามาเฉพาะเส้นรอบนอกของกระดูกให้เป็นลักษณะของกราฟฟิค ส่วนด้านใน เนื้อหาจะเหมือนกับแบบร่างครั้งที่ 1 ภาพประกอบที่ใช้จะเป็นภาพถ่ายทั้งหมด เพื่อความสดใส น่ารัก และน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตงาน

ในผลงานที่ออกแบบทั้งหมด การผลิตจะเป็นลักษณะระบบพิมพ์ออฟเซ็ต 4 สี แต่ในความเป็นจริงของการทำงานในฐานะของนักศึกษา ไม่สามารถที่จะพิมพ์ออฟเซ็ต 4 สี จริงๆ ได้ เนื่องด้วยปัญหาในด้านการเงิน ดังนั้น การทำงานจึงต้องใช้วิธีการที่สามารถผลิตงานออกมาได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงให้มากที่สุด แต่ใช้งบประมาณไม่มาก โดยเริ่มจาก

1. สั่งตัวเรียง
2. นำมาจัดวางเลย์-เอาท์
3. นำไปถ่ายฟิล์มสำหรับพิมพ์สกรีน
4. ขั้นตอนการพิมพ์สกรีน
5. ถ่ายภาพประกอบต่าง ๆ ที่ต้องใช้
6. อัดย่อ-ขยายภาพถ่ายตามต้องการ
7. ประกอบงานให้เสร็จสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลสรุปจากการออกแบบ

จากการที่ได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลและผ่านการเสนอแบบร่างทั้งหมด พอจะสรุปได้ว่า

1. การออกแบบ สามารถจะช่วยปรับปรุงบุคลิกของสินค้าให้ดีขึ้นและตรงตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการอย่างแท้จริง
2. การออกแบบ สามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อสินค้า ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้จำหน่ายสินค้านั้นได้
3. การออกแบบ สามารถจะส่งเสริมภาพพจน์ของสินค้าให้อยู่เหนือคู่แข่ง และขณะเดียวกันก็สามารถทำลายภาพพจน์ของคู่แข่งได้ในทางอ้อมอีกเช่นกัน

สรุปปัญหาในการผลิตงาน

1. สัญลักษณ์โลโก้ มีปัญหาในขั้นตอนของการพิมพ์สกรีน เนื่องมาจากขั้นตอนของการถ่ายฟิล์มทาบฉบับเพื่อนำมาทำสกรีน ในตอนแรกที่ทำเป็นฟิล์มออกมาไม่มีปัญหาอะไร โลโก้อยู่ในลักษณะสมบูรณ์ รูปสุนัขมีรายละเอียดครบตามสเก็ตช์ แต่เมื่อนำฟิล์มไปอัดบล็อกและนำมาพิมพ์จริงแล้วกลับมีปัญหา คือ รายละเอียดที่เห็นว่าครบในตอนแรกนั้นหายไปหมด และเนื่องมาจากเวลาในการทำงานมีจำกัด จึงไม่สามารถจะทำใหม่ได้ทัน
2. บรรจุภัณฑ์และฉลาก มีปัญหาในเรื่องของภาพถ่ายสุนัขที่จะอยู่บนงานนั้น ไม่สามารถที่จะหาสุนัขพันธุ์แท้ และมีความสมบูรณ์ในแง่ของความสวยงาม โดยไม่ต้องจ้างมาถ่ายไม่ได้(เนื่องมาจากงบประมาณมีจำกัด และได้จ้างสุนัขมาถ่ายในส่วนของโฆษณาในนิตยสารและโปสเตอร์ไปแล้ว จึงไม่มีงบประมาณเหลือพอที่จะจ้างสุนัขได้อีก) จึงแก้ปัญหาด้วยการหารูปสุนัขที่ตรงกับความต้องการจากหนังสือมาถ่ายก๊อปปี้และนำมาติดบนแบ็คกราวน์ที่ถ่ายไว้อีกที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. โฆษณาในนิตยสาร มีปัญหาในขั้นตอนการถ่ายภาพสุนัข เพราะไม่สามารถจะควบคุมพฤติกรรมของสุนัขที่นำมาถ่ายให้เป็นไปตามความต้องการได้ การแก้ปัญหาวิธีเดียว ก็คือ การยอมเปลืองฟิล์ม ด้วยการถ่ายไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะพอทำได้ เพื่อจะได้มีโอกาสเลือกภาพที่ตรงหรือใกล้เคียงกับความต้องการมากที่สุดได้

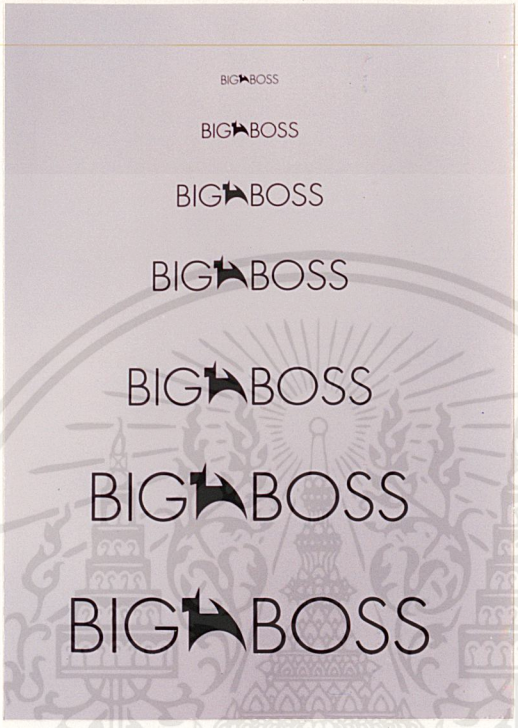
4. โปสเตอร์ สำหรับโปสเตอร์ ไม่ค่อยมีปัญหาในการถ่ายภาพสุนัข เพราะไม่ต้องการภาพสุนัขเต็มตัวหรือภาพกว้างเหมือนกับโฆษณาในนิตยสาร จึงถ่ายอย่างไรก็ได้ และนำมาตัดส่วนภาพให้ได้ขนาดที่ต้องการภายหลัง แต่จะมีปัญหาในขั้นตอนของการพิมพ์สกรีน เพราะต้องพิมพ์ลงบนแผ่นใส ซึ่งไม่ทราบคุณสมบัติบางอย่างของแผ่นใสมาก่อนว่า จะดูดสี คือ เมื่อพิมพ์ไปแล้วสีที่ติดบนแผ่นใสนั้นจะลดความสดลงไปเกือบครึ่งหนึ่งจากสีเดิม ทำให้สีหม่นลงไป ไม่ได้สีตามที่ต้องการ จึงเกิดปัญหาสีของตัวหนังสือกลืนไปกับภาพแบ็คกราวน์ ทำให้อ่านยาก

5. แผ่นพับ มีปัญหาเดียวกับบรรจุภัณฑ์และฉลาก ในส่วนของภาพถ่ายสุนัขที่ไม่สามารถจะจ้างมาถ่ายได้อีก จึงต้องใช้การถ่ายก็อปปี้เช่นเดียวกัน และในขั้นตอนการพิมพ์สกรีนก็พบปัญหาว่า ถ้าหากจะใช้วิธีพิมพ์สกรีนก็ไม่ควรใช้ต้นแบบเป็นตัวหนังสือที่เล็กเกินไป เพราะจะพิมพ์ไม่ค่อยติด แต่หากจำเป็นก็ควรใช้ตัวหนังสือที่เล็กแต่มีความหนามากกว่าปกติจะดีกว่า

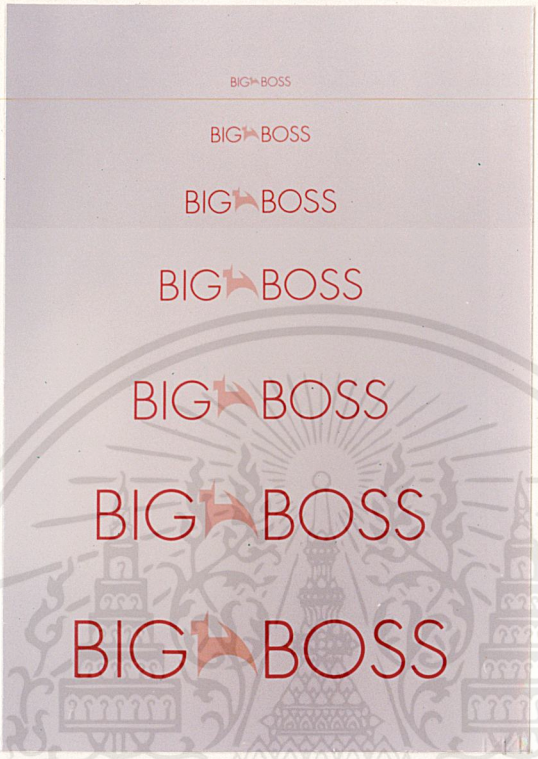
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานสรุปที่เสร็จสมบูรณ์

สัญลักษณ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

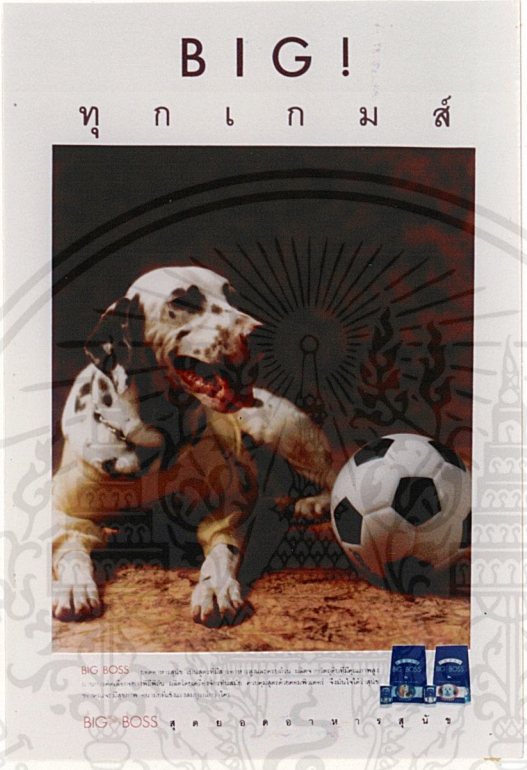
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

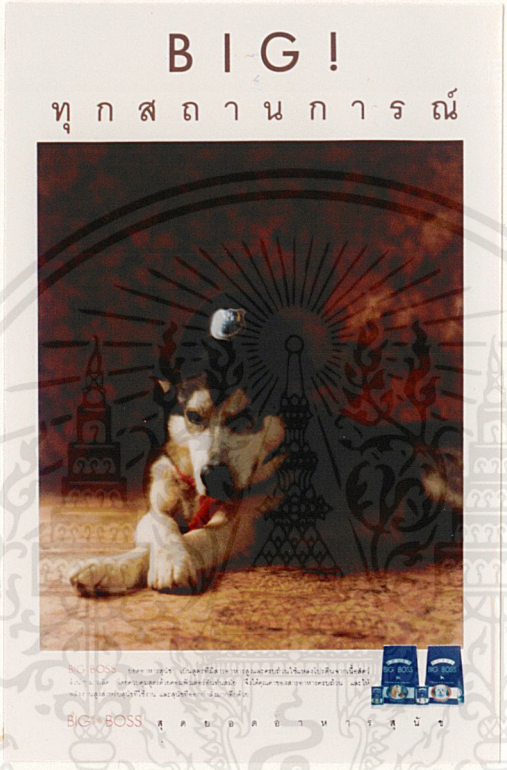
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฆษณาในนิตยสาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

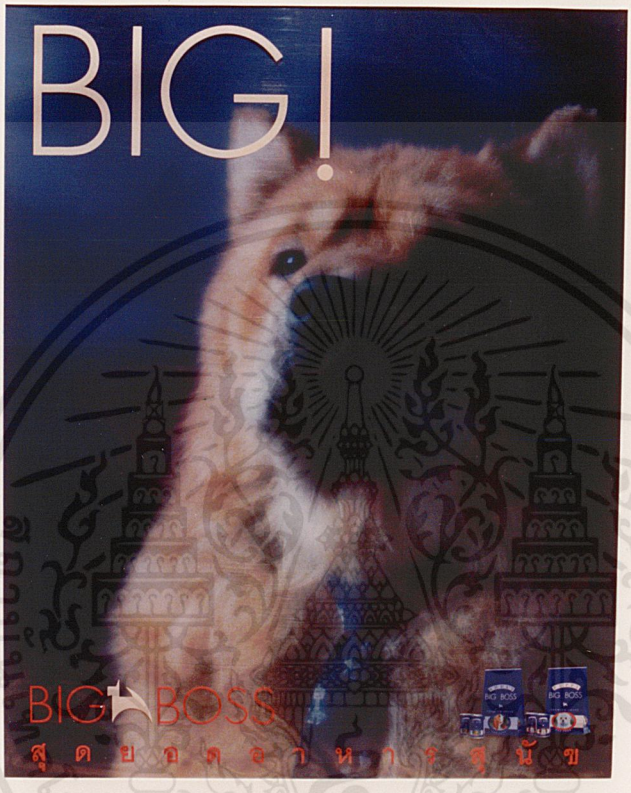
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

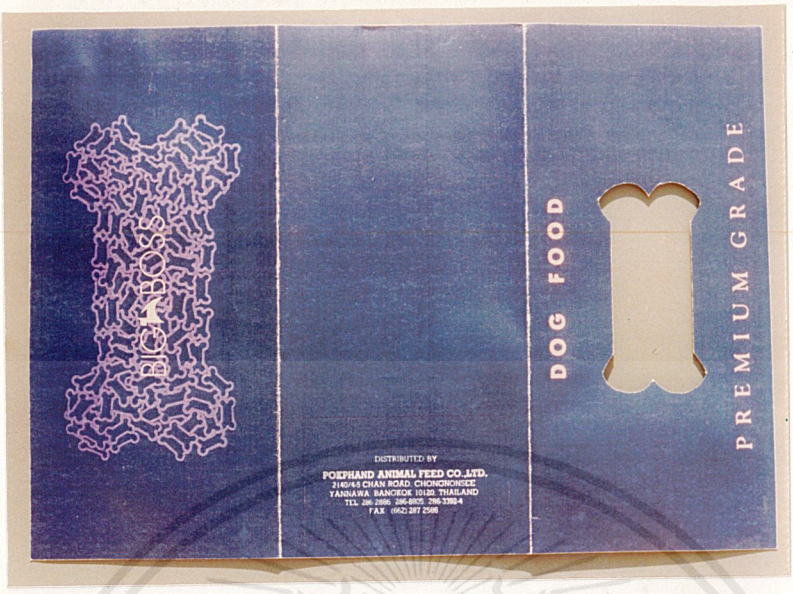
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปสเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นพับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

การทำวิทยานิพนธ์ ผู้ที่เสนอโครงการจะต้องทำการเสนอผลงานออกแบบบนพื้นฐานของความเป็นจริง มีเหตุและผล และมีความเป็นไปได้จริง ที่มาของการออกแบบในงานทุกชิ้นจะต้องมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ละเอียดรอบคอบ และข้อมูลดิบที่ได้มานั้นต้องสามารถอ้างอิงที่มาได้ และมีความน่าเชื่อถือ เพราะข้อมูลจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการกำหนดรูปแบบของการสร้างสรรค์งาน และการกำหนดกลยุทธ์ของสื่อต่าง ๆ

นอกจากนี้ การกำหนดขั้นตอนในการทำงานนับเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะเป็นตัวช่วยกำหนดขนาดความเหมาะสมของงานกับเวลาได้ การทำงานควรปฏิบัติตามจุดประสงค์อย่างเคร่งครัด ไม่ควรตั้งจุดประสงค์ที่กว้างเกินไปและควรกำหนดขอบเขตของงานให้สมดุลย์กันกับเวลาที่มี และต้องศึกษาข้อมูลของคู่แข่งด้วย รวมทั้งกลยุทธ์ในการโฆษณาของสินค้าและของคู่แข่งว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำจุดบกพร่องหรือช่องว่างที่มีอยู่นั้นมาเป็นแนวทางในการออกแบบ เพื่อนำไปใช้เป็นหลักในการสร้างผลงานต่อไป

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

น.สพ. สุรศักดิ์ เพื่องวัฒนาพานิช "คุยกับหมอเรื่องอาหารหมา" เพื่อนสุนัข ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนตุลาคม 2535

โปรตอน "แคลเซี่ยมสำคัญไฉน" ธรรมชาติและสัตว์เลี้ยง ปีที่ 4 ฉบับที่ 30

เดี่ยวมือหนึ่ง "เพื่อคนรักหมา" THE DOGS ปีที่ 2 ฉบับที่ 15 ประจำเดือนมีนาคม 2535

เดี่ยวมือหนึ่ง "เพื่อคนรักหมา" THE DOGS ปีที่ 2 ฉบับที่ 16 ประจำเดือนเมษายน 2535

น.สพ. สัมพันธ์ ชื่นสุขจิตต์ "การให้อาหารในสุนัข" THE DOGS ปีที่ 2 ฉบับที่ 15 ประจำเดือนมีนาคม 2535

รำไพ เกตุดี "ตลาดอาหารสุนัขโต ซี.พี.รุกสะกัดดาวรุ่ง" คู่แข่ง กรกฎาคม 2535

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้