สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป ตรา เดลิซิโอโซ บริษัท แพน เอเซีย จำกัด

PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR INSTANT FOOD AND READY TO SERVE FOOD PRODUCT "DELIZIOSO"

T038089

นายกนกพล ชะระไสย์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2542-2543

เลขหมู่
เลขทะเบียน 38089
วัน, เดือน, ปี 21 พ.ย. 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

เนื่องจากสังคมแบบเมืองใหญ่ ความรีบเร่งและแข่งขันทำให้ อาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันประชาชน การปรุงง่าย สะดวก เก็บรักษาได้นานก็มีผลต่อการชูประเด็นในการขายด้วย ส่วนกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้บริโภคอาหารประเภทนี้คือ หนุ่มสาววัยทำงานอายุ ประมาณ 20-29 ปี นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายรอง โดยกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มที่อายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไปก็มีความสำคัญ เนื่องจากสินค้าในโครงการจะแยกประเภทไปตามชั้นต่างๆ ในซุปเปอร์มาร์เกต ดังนั้น โอกาสในการซื้อ ต้องตา ถูกใจ แก่กลุ่มเป้าหมายอื่นก็มีด้วย นอกจากความสวยงามสะดุดตา น่าสนใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีการพัฒนาทางด้านอาหารที่หลากหลาย แสดงให้เห็นชัดถึงความสดใหม่ เพื่อเพิ่มความรู้สึกทางจิต-วิทยา

ตลาดอาหารในโครงการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารจากต่างประเทศ จึงต้องคำนึงถึงความเป็นสากลและให้ความสำคัญต่อความเป็นต้นตำรับ แต่มีราคาที่ถูก ซึ่งอาหารประเภทนี้ยังไม่แพร่หลายในประเทศมากนัก มีเพียงคู่แข่งกลุ่มใหญ่กับกลุ่มเป้าหมายระดับกลาง ส่วนระดับกลางขึ้นไป จะมีส่วนแบ่งในตลาดของสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเฉลี่ยกันอยู่

การออกแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงการใช้งานของสินค้าแต่ละประเภท และยังคงความเหมาะสมของราคา ราคาที่แพงมากเกินไป มีผลต่อค่าใช้จ่ายของบริษัท ที่จะทำให้ให้การลงทุนนั้นมากเกินไป โดยตัวขวดโครงสร้างควรสามารถทำให้บริโภค ผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ทั้งการตักหรือการเท คือ ซอสสปาเกตตี้มีความหนืด ดังนั้นการตัก ก็เป็นพฤติกรรมต่อการใช้งาน ต้องคำนึงถึงการใช้งานหลายครั้งอีกด้วย ส่วนคุณค่าของอาหาร สามารถบอกรายละเอียดจากฉลาก บรรจุภัณฑ์ที่เลือกมา การที่นำแก้ว มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ความใส ทำให้มีการเพิ่มคุณค่าของสินค้าภายในได้ดี

บริษัทได้ปรับปรุงสินค้า เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าให้เด่น ชัดเจนขึ้น และเป็นที่รู้จักในมุมที่กว้างขึ้น และคาดหวังในการขยายส่วนแบ่งของตลาดซึ่งเมื่อคำนึงถึงคู่แข่ง สามารถปรับกลยุทธ์ในการใช้กลไลราคาที่ถูกกว่าได้ การออกแบบมุ่งเน้นความสวยงาม สะดุดตา และสามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสม เป็นไปตามขั้นตอนในการออกแบบซึ่งได้กำหนดแนวคิดเพื่อการออกแบบแก่โครงงานนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต

.....

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ ..... ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา .....

(อาจารย์ สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ช่วงเวลาอันยาวนานกว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะผ่านพ้นไปได้ ถึงใช้เวลานาน ใช่ว่าจะสมบูรณ์ที่สุด กลับมีเรื่องให้แก้ไขอีก แต่ถึงกระนั้น กระผมก็พอใจ ภูมิใจ กับวิทยานิพนธ์ของผมครั้งนี้ กว่าจะมาถึงวันสุดท้ายของการศึกษา ผมได้เรียนรู้ว่า ความพยายามของภาควิชาที่อยากให้นักศึกษา ได้ก้าวสู่ความสำเร็จของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ทุกด้านในวงการนี้ แต่ผมก็ไม่สามารถเก่งได้ทุกด้าน อย่างที่คาดหวังไว้ได้ และรู้จักตนเองว่าถนัดทางด้านใด ผมขอขอบพระคุณอาจารย์หลายท่านที่พยายาม สร้างความแข็งแกร่งก่อนการทำวิทยานิพนธ์ให้กับผม พยายามสร้างโอกาสให้ได้เรียนมากขึ้นกว่าปกติ

ก่อนครั้งที่ได้ก้าวเข้ามาภายในภาควิชา ผมได้อ่านบทความจากนิตยสาร คอลัมภ์แนะนำภาควิชาศิลปอุตสาหกรรมว่า มีส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งได้สร้างแรงบันดาลใจจะเป็นส่วนหนึ่งของผลงานอย่างที่ได้ลงในคอลัมภ์นั้น ซึ่งเป็นบทสัมภาษณ์ของอาจารย์ วันหนึ่งผมได้มารับรู้การเรียนกับอาจารย์ทุกคนในกลุ่ม Package ต้องขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ อรสา จิรภิญโญ และอาจารย์สมชัย จันทร์รุจิพัฒน์ ที่ได้ให้โอกาสให้คำปรึกษาและชี้แนะเรื่องต่างๆ ซึ่งบางครั้งผมอาจจะไม่เป็นที่น่าประทับใจของอาจารย์นัก

ขอขอบพระคุณ อาจารย์พิมพ์ปราโมท อาจารย์ญาดา (พี่อ้อ) สำหรับการชี้แนะในเรื่องเกี่ยวกับงาน Package Design อาจารย์ทุกคนในกลุ่มทำให้การทำงานมีความสุข ยิ้มได้ทุกครั้งกับผลงานที่ทำ ขอบพระคุณอาจารย์กลุ่ม Ceramic ทุกท่านที่ผมสามารถคุย ระบาย ปัญหาการทำงานได้ และคอยช่วยเหลือ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม

ส่วนผลงานที่สำเร็จได้ ขอบคุณ อุ้ม ปุ้ย ออด ตั้ม หนุ่ม กัน กร สำหรับน้องหนุ่มขอบคุณพิเศษ ไม่มีขวดของหนุ่ม แบบร่างก็ไม่เสร็จแน่ แล้วก็น้องเด็กปี รหัส 01 ที่แข็งแรงของเราด้วย ขอบคุณสำหรับรหัสอื่นที่ช่วยเหลือด้วย น้องนนท์ ดี เมย์ ตัวเล็กตัวใหญ่

ขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่าน ฟุ้ง เพื่อนร่วมบูทและเพื่อนร่วมทุกข์ (ที่ถ้าไม่มีทุกข์ จะไม่มา) กุ้ง เพื่อนร่วมช้า ร่วมปัญหาเดียวกัน หวิน จิ ปุ่น หมี กลุ่มเพื่อนที่สนับสนุนกำลังใจ ขวดเนื้ยบมากด้วยน้ำใจของอาร์ต มีปัญหาปรึกษาทีไรก็ได้น้ำใจจาก อุ๊ ซาสึ่ ทุกที เป็ด เอ๋ เพื่อนที่ให้ได้ยิ้มและช่วยเหลือ นอกจากนี้เพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านที่มีเกียรติเสมอกัน หลังจากที่ได้จากไปก่อน เมื่อปีการศึกษาที่แล้ว

ขอบคุณ รุ่นน้องปีการศึกษาเดียวกันนี้ ที่คอยถามข่าวคราวและให้ข่าวสารต่างๆ โดยเฉพาะ สันติ อภิรดี โชษณ แกมกาญจน์ และโสภณ

ขอบคุณพระเจ้า ที่ผมไม่ทราบว่ามาจากศาสนาใด แต่ผมศรัทธา

ขอบคุณ Mr.Markus Hauschild หลังจากการร่วมงานกัน ผมได้รับความรู้มากมายที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลาและการให้โอกาสที่ดี

สำหรับตนเองขอบคุณที่พยายามสร้างแรงจูงใจในรูปแบบต่างๆ ในแนวทางจิตวิทยา มีความพยายามที่จะสร้างการแก้ปัญหาใช้ได้บ้างและไม่ได้บ้าง เมื่อท้อถอย เครียดก็พยายามตั้งใจใหม่ ที่ขาดมิได้เลย พี่อ๋อ เราไม่ใช่พี่น้องท้องเดียวกัน แต่พี่ก็อยู่ข้างผมเสมอ

คุณพ่อที่สร้างพื้นฐานการศึกษาที่ดี พ่อคงภูมิใจกับผมแล้ว สุดท้ายนี้ อาหารอร่อยทุกๆมื้อ ค่าขนม ค่าเรียน อิสระในการเลือกชีวิต เรื่องบ่นและเรื่องห่วงไม่เคยหมด เวลาล้ม แก้ปัญหาไม่ได้ แม่ผมคือความห่วงใยที่ดีที่สุด และเข้าใจทุกอย่าง แม่ครับผมน่าจะเลือกเรียนนิเทศนะ

ปริญญาไม่สำคัญนัก แต่ก็จบแล้วครับ

" แต่นี้จะหวังพึ่งใครไม่ได้อีก ถูกแล้วชีวิตดำเนินต่อไป "

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กนกพล ขะระไสย์ (03/2543)

บริษัท แพนเอเซีย (1981) จำกัด

สำนักงาน : 814 สุขุมวิท 50 กรุงเทพฯ 10250 โทร. (02) 332 0023-29 โทรสาร (02) 331 1971, 331 1972
โรงงาน : 17 ถนนเจริญลาภ พุนพิน สุราษฎร์ธานี 84130 โทร. (077) 311 025-8, 240 486 โทรสาร (077) 240 487

15 กรกฎาคม 2541

เรื่อง : อนุมัติให้การสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์

เรียน : หัวหน้าภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ตามที่ นายกนกพล ชะระไสย์ นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรมคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี่ พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ทำหนังสือถึงบริษัท แพนเอเชีย (1981) จำกัด เพื่อขอความอนุเคราห์ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "โครงการออกแบบบรรุภัณฑ์ และ กราฟฟิกผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป และอาหารกึ่งสำเร็จรูป ตรา .เดลิซิโอโซ".

ทางบริษัทมีความยินดีที่จะให้การสนับสนุนในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นาย อนุชา หิริวิริยกุล
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทคัดย่อ

คำนำ

อนุมัติผล

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.2 ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.4 แนวทางการศึกษาวิจัย

1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 การค้นคว้า การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

2.1 **ข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป**

2.1.1 ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารประเภทสปาเกตตี้และสลัด

2.1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายภายในท้องตลาด

2.1.3 ชนิด ลักษณะและคุณสมบัติการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่นำมาศึกษา

2.1.4 เปรียบเทียบปริมาณการบริโภคของผลิตภัณฑ์

2.1.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

2.2 **ข้อมูลการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปโดยรวม**

2.2.1 ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด

2.2.2 ส่วนแบ่งของตลาดแบ่งตามลักษณะของผลิตภัณฑ์

2.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

2.2.4 ระยะเวลาที่จำหน่าย

2.2.5 ลักษณะผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปภายในประเทศ

2.2.6 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

2.3 **ข้อมูลคู่แข่งขันในตลาดโดยรวม**

2.3.1 เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในแต่ละหมวดสินค้า

2.3.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อต่างๆ

2.3.3 เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละยี่ห้อต่างๆ

2.3.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านคู่แข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 **ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทผู้ผลิต**

2.4.1 ความเป็นมาของบริษัทและผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน

2.4.2 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของบริษัท

2.4.3 นโยบายการตลาดของบริษัท

2.4.4 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

2.5 **เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค**

2.5.1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.5.2 รสนิยม ความต้องการของผู้บริโภค

2.5.3 วิเคราะห์ลักษณะพิเศษของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

2.5.4 ลักษณะการใช้บรรจุภัณฑ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารประเภทสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูป

2.5.5 วิเคราะห์และสรุปความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

2.6 **ความจำเป็นในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์**

2.6.1 ความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.6.2 อายุของผลิตภัณฑ์และลักษณะการเสื่อม

2.6.3 ปัจจัยที่ทำให้อาหารเสื่อมสภาพ

2.6.4 สรุปวิเคราะห์ความจำเป็นในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.7 **เงื่อนไขในด้านการผลิต**

บทที่ 3 <u>การพัฒนาการออกแบบ</u>

เงื่อนไข ความต้องการของการออกแบบ

ขั้นตอนการออกแบบ

การพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้าง

การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟฟิก

สรุปผลการออกแบบ

บทที่ 4 <u>การเสนอผลงานออกแบบขั้นสุดท้าย</u>

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

4.2 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์ค และแบบส่งโรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน

4.2.2 ภาพถ่ายย่อ Art Work

4.2.3 ภาพถ่ายย่อ Die Cut

บทที่ 5 <u>บทสรุป</u>

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ ของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

บรรณานุกรมและเอกสารอ้างอิง

ภาคผนวก

ก.ข้อมูลเพิ่มเติม

ข.ประวัติการศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1 บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกอาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป ตรา เดลิซิโอโซ บริษัท แพน เอเซีย จำกัด (PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN FOR INSTANT FOOD AND READY TO SERVE FOOD " DELIZIOSO ")
นักศึกษา	นายกนกพล ชะระไสย์ รหัสนักศึกษา 37025301
ภาควิชา	ศิลปอุตสาหกรรม คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา	2542-2543

คำนำ

เนื่องจากปัจจุบันสินค้าที่วางจำหน่ายในท้องตลาดมีการแข่งขันสูงมากขึ้น เนื่องจากมีการขยายการผลิตของสินค้า และประเทศพัฒนายิ่งขึ้น และเมื่อระบบครอบครัวเล็กลง คนทำงานหนักมากขึ้น ต้องอาศัยตามหอพัก คอนโดมิเนียม ในเมือง เพื่อให้สะดวกกับการทำงาน ประกอบกับการที่วัฒนธรรมของตะวันตกเข้ามามีบทบาทสำคัญ ต่อคนไทยมากขึ้น ทำให้สินค้าต่างๆ ยิ่งต้องแข่งขันกันสูง ซึ่งมีผลต่อผลิตภัณฑ์ไทยซึ่งมีความด้อยทางด้านกราฟฟิก บรรจุภัณฑ์ สินค้านำเข้าจึงเข้ามาตีตลาดได้ง่าย ซึ่งจริงๆแล้ว ในสภาพการผลิตของไทยสามารถสู้กับตลาดต่างประเทศได้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญในการทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้ามาก ซึ่งเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์นอกจากคุณภาพที่มีอยู่แล้ว และเกิดการกระตุ้นจูงใจให้ลูกค้าสนใจเลือกซื้อ สร้างความสะดวกในการซื้อ ส่งเสริมให้จดจำภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการส่งเสริมการผลิตในประเทศไทย

ดังนั้นการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งหนึ่งที่จำเป็นในกระบวนการผลิต โดยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาวิจัย วิเคราะห์ ออกแบบปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปซึ่งมีความสำคัญต่อคนในเมืองใหญ่ เพื่อจะเป็นทางเลือกสร้างภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไทยพัฒนาและมีชื่อเสียงทั้งด้านคุณภาพและบรรจุภัณฑ์

บทนำ

บริษัท แพนเอเซีย จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้น ในปี พ.ศ. 2516 โดยมีการผลิตและปฏิบัติงาน ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้เริ่มทำธุรกิจประกอบการเกี่ยวกับอาหารประเภท อาหารทะเล เช่น กุ้ง ปู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลาหมึก หอย และอาหารทะเลอื่นๆ โดยปัจจุบันบริษัทมีสำนักงานภายในกรุงเทพฯ ด้วย มีกิจกรรม ทางธรุรกิจทั้งเป็นผู้ผลิต ผู้ส่งออก นำเข้า และผลิตอาหารภายในประเทศ ซึ่งปัจจุบันบริษัทได้ขยายทุนการผลิตขึ้นอีก โดยให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์อาหารมากขึ้น

โดย ซื่อยี่ห้อของบริษัทมีความครอบคลุมหลากหลายซื่อ เนื่องจากเป็นบริษัทผู้ผลิตและมีฐานการส่งออก ในหลากหลายประเทศทั้งยุโรป เอเซีย และอเมริกา จึงต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น ซื่อยี่ห้อประกอบด้วย Panasia , South Seas , Southland , Sunny Farm , La Miranda ,Golden Key , Monarch , Del Llano , Reese , St. Jacob's และ Delizioso ซึ่ง Delizioso เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทซอสสปาเกตตี้ ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ของบริษัท

บริษัทมีกิจกรรมทางการตลาดโดยที่บริษัทนั้นมีการส่งออกในปัจจุบันถึง 90 % และการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายภายในประเทศมี 10 % เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ภายในประเทศซึ่งมีความตื่นตัวกับอาหารสำเร็จรูปมากในปัจจุบัน จึงจะเพิ่มฐานการจำหน่ายภายในประเทศให้มากขึ้น เพื่อช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ จะช่วยส่งเสริมให้อาหารนำเข้าจากต่างประเทศลดลง

บริษัทมีโรงงาน ตั้งอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และยังมีสำนักงานอยู่ในกรุงเทพฯ เพื่อการพัฒนาและปฏิบัติกิจกรรมทางการตลาดที่ง่ายยิ่งขึ้น ทุนจดทะเบียนของบริษัทอยู่ที่ 2,500,000 US. ดอลล่าร์ มีผู้ร่วมงาน 800 คน บริษัทยังเติบโตต่อเนื่องและยังขยายการผลิต และพัฒนาทางด้านการตลาดให้มากขึ้นด้วย โดยมีรางวัล หลากหลายที่รับประกัน ไม่ว่าจะเป็น " Exporter Award 1968 " " Company of The Year 1987 " " Product Award 1987" และ "Asian Hi-tech Award 1988 "

นโยบายทางการตลาด

วัตถุประสงค์ทางการตลาด

1.ปรับปรุงภาพลักษณ์ของสินค้าให้เด่น ชัดเจนขึ้น และเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

2.ขยายเปอร์เซนต์ส่วนแบ่งการตลาดซึ่งคู่แข่งระดับดีส่วนใหญ่ของตลาดเป็นบริษัทนำเข้าจากต่างประเทศ

สภาพตลาดการจัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

สินค้าของบริษัทนั้น จะมี shelf life อยู่ใน supermarket ตามห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นบริเวณเมืองใหญ่ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะเป็นประชาชนที่อยู่ตามเมืองใหญ่ซึ่งต้องการอาหารที่มีคุณค่าแต่ไม่ค่อยมีเวลา หรือไม่ต้องการเสียเวลาในการทำอาหาร

วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้จัดทำขึ้นเพื่อไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ด้าน Demographic	ด้าน Life Style
เพศ : หญิง 40 % ชาย 60%	กรุงเทพ : ต่างจังหวัด 90 : 10
อายุ : primary target 24-30 ปี 60 %	ในเมือง : นอกเมือง 100 : 0
Secondary target 18-22 ปี 20 %	- ชายหญิงที่ใช้ชีวิตภายในเมืองใหญ่
อื่นๆ 10 %	- พึ่งตนเอง มีความกระตือรือล้น มักอาศัยอยู่
อาชีพ : เน้นกลุ่มของพนักงานบริษัท นักศึกษา	เป็นครอบครัวเดี่ยวยังไม่มีบุตร หรืออยู่ตามหอ
รายได้ : 6,000-9,000 บาท 10 %	พัก คอนโดมิเนียม
10,000-29,999 บาท 50 %	- ต้องการอาหารมีคุณค่าแต่ไม่มีเวลามากนัก
มากกว่า 29,999 บาท 50 %	- มีความสนใจด้านรูปร่างของตนและสุขภาพ\
การศึกษา : เน้นกลุ่มการศึกษาระดับอุดมศึกษา	Buying Behavior
	- มีการซื้อสินค้าภายใน supermarket ซื้อสินค้า
	อย่างมีเหตุผล เลือกอาหารที่มีคุณภาพ
	.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

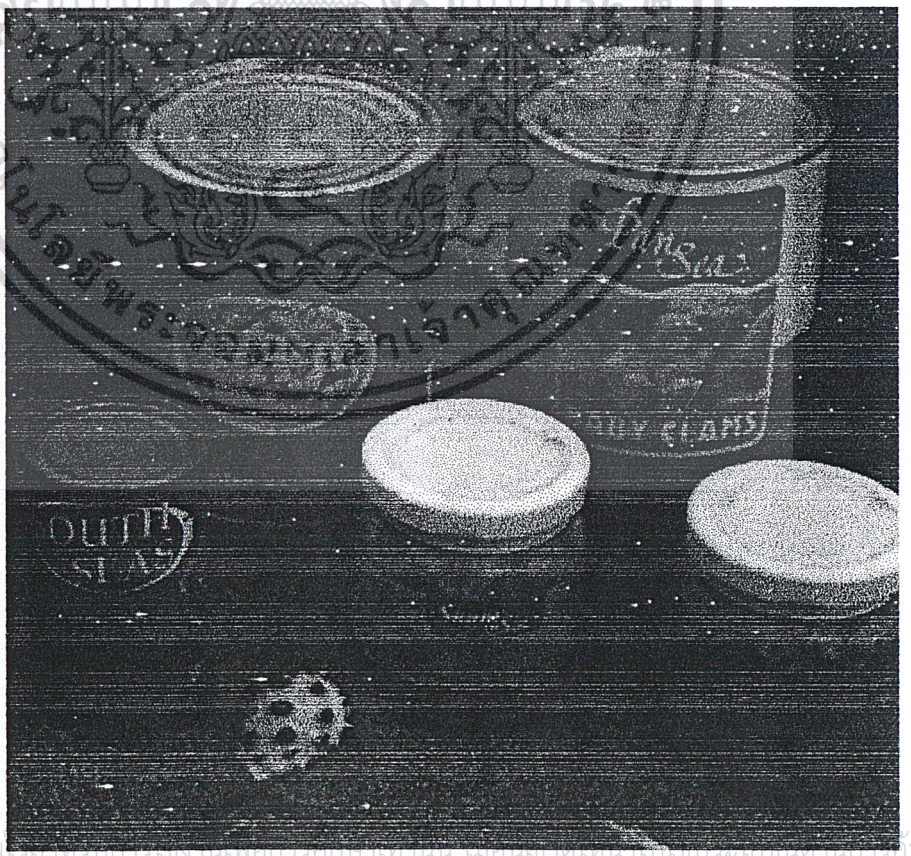
ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง ส่งออก พวกกุ้งทะเล และหอยลาย
- ผลิตภัณฑ์ข้าวโพดอ่อน ในน้ำเค็มและในน้ำส้มสายชู
- ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด ในน้ำทะเลสำหรับคอกเทล

เนื้อกุ้ง ขนาดบรรจุ 200 g ,105 g และ 185 g
เนื้อปู ขนาดบรรจุ 170 g ,185 g
หอยลาย ขนาดบรรจุ 290 g ,800 g
Chopped Clam ขนาดบรรจุ 185 g
เนื้อปลาหมึก ขนาดบรรจุ 115 g และ 185 g ในน้ำมัน ในกระเทียม ในซอสเทรายากิ ฯลฯ

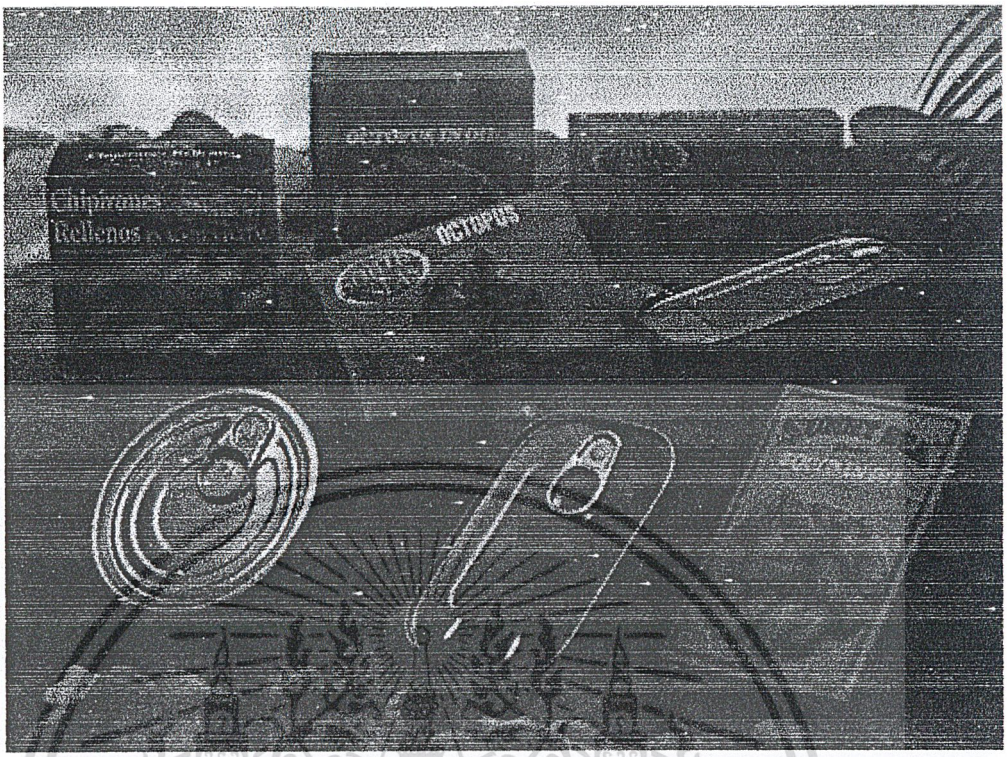
- ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลรมควัน ขนาด 105 g

- ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลพร้อมรับประทาน สำหรับคอกเทลหรือ สเปรดแซนวิช
- ผลิตภัณฑ์ซอสสปาเกตตี้ บรรจุกระป๋องและแก้ว ขนาดบรรจุ 165 g , 300 g และ 800 g
ประกอบด้วย ซอสเนื้อ ซอสไก่ และซอสหอยลาย

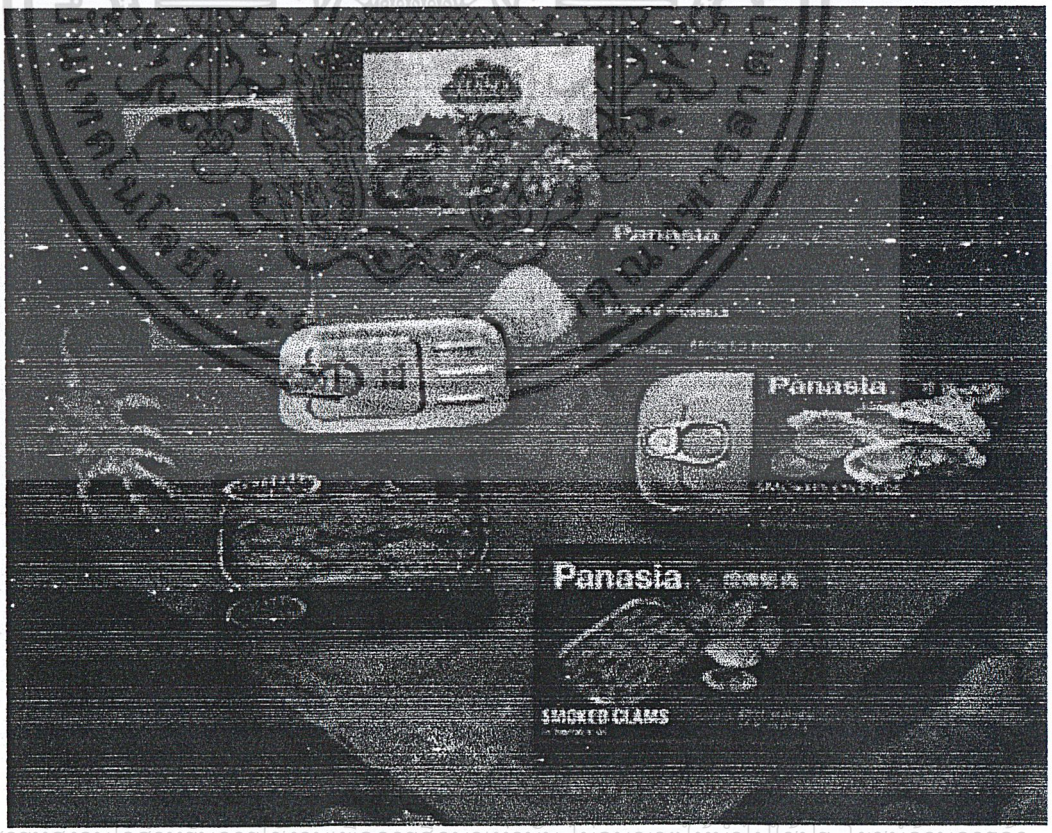


ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทหอยลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

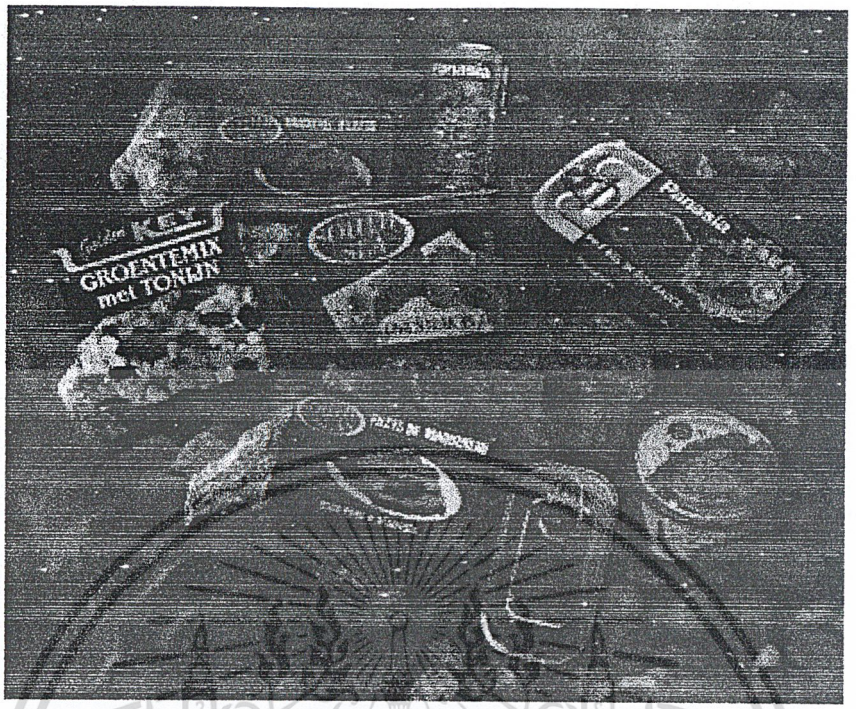


ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทปลาหมึก

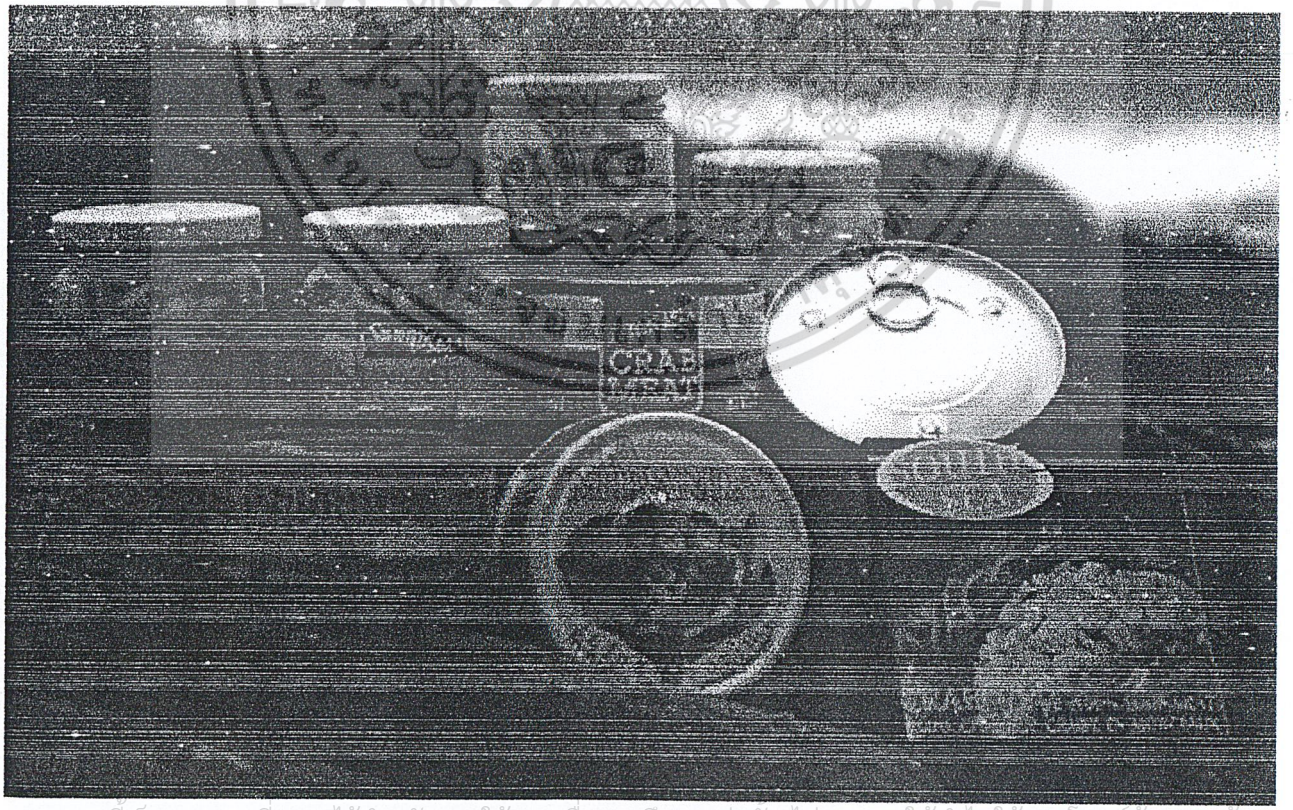


ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทรมควัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทอาหารสำเร็จ



ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องประเภทปู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทซอสสปาเกตตี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ความเป็นไปได้ด้านนโยบาย

บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีแนวความคิดที่จะขยายตลาดให้บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับตลาดของผลิตภัณฑ์อาหาร อีกทั้งบริษัทคำนึงถึงว่าปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงระหว่างผลิตภัณฑ์อื่น ทางด้านคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารนี้มีชั้นการวางของอยู่บน supermarket ตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีคู่แข่งมากราย และบรรจุภัณฑ์เก่ามีการออกแบบที่ยังไม่ชัดเจน ซึ่งน่าจะได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและขยายตลาดออกไปให้กว้างและชัดเจน ซึ่งทางผู้บริหารมีความยินดีให้คำปรึกษาในโครงการนี้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้บริษัทต่อไป

ความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์อาหารในปัจจุบัน สำหรับอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปนั้นมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายชนิด แต่ในส่วนของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอาหารตะวันตก ยังมีการนำเข้าสินค้าอยู่ ซึ่งปัจจุบันเศรษฐกิจมีการชะลอตัว เพื่อเป็นการส่งเสริมทั้งการส่งออกและการผลิตสร้างตลาดในประเทศ จึงเป็นการดีที่จะส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีความชัดเจน น่าสนใจและสวยงามมากขึ้น ผู้บริโภคก็สามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ซึ่งการนำเข้า ทำให้สินค้าราคาแพง และประเทศก็ขาดดุลการค้ามากขึ้น

ความเป็นไปได้ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นสินค้าที่เหมาะสมให้คุณค่ากับประชาชนที่อยู่ในเมืองใหญ่ที่ต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายอื่นพัฒนาบรรจุภัณฑ์และคุณภาพอาหาร อีกทั้งตัวสินค้าเองก็ผลิตภายในประเทศ โดยใช้วัตถุดิบภายใน เป็นการรณรงค์ให้คนไทยยอมรับสินค้า ชื่อยี่ห้อ และเพิ่งการจ้างแรงงานในประเทศไทย

การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของการออกแบบ

โดยคำนึงถึงข้อมูล การเลือกใช้วัสดุ กรรมวิธีการผลิต รูปแบบ โครงสร้างกราฟฟิก และการสร้าง COPORATE IDENTITY ให้เกิดในส่วนของงานที่มีความสวยงาม และคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<u>สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ</u>

โครงการนี้มีความเป็นไปได้เพราะทางบริษัท แพนเอเซีย ยินดีให้ข้อมูลและคำปรึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งมีความสอดคล้องต่อความเป็นไปได้ทางด้านนโยบาย เศรษฐกิจ และสังคมสภาพแวดล้อมด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบคู่แข่งแยกย่อยตามหมวดสินค้า

หมวดเส้นสปาเกตตี้และสปาเกตตี้

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
กลุ่มที่ 1 bestfood ROYAL	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - เป็นที่รู้จักกันมานาน	ปานกลาง	ปานกลาง	ราคาที่ถูก	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และ Covenience store
กลุ่มที่ 2 Panzani	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากฝรั่งเศส - มีตลาดทางด้านอาหารเป็นหลัก - ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียง	ดี	ค่อนข้างสูง	ความเรียบง่าย สากล สีสันที่แปลกตาช่วงสร้าง image ที่ดี	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
กลุ่มที่ 3 Agnesi Barilla Tomadini	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากอิตาลี น่าเชื่อถือ มาจากประเทศต้นตำรับ	ดี - ดีมาก	ค่อนข้างสูง	ความเป็นสากล ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
กลุ่มที่ 4 SanRemo	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ - คุณภาพดี	ดี - ดีมาก	สูง	ความหลากหลายของสินค้า ผสมส่วนของสมุนไพร มีสีสันน่ารับประทาน	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ระดับสูง
กลุ่มที่ 5 Dececco	- ผลิตภัณฑ์ทั้งนำเข้าจากต่างประเทศ - เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ	ดี - ดีมาก	สูง	ความเรียบง่าย ความหลากหลายสินค้า คุณภาพที่สูง	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดซอสสปาเกตตี้

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
เดลิซิโอโซ	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - ยังไม่เป็นที่รู้จักนัก - เพื่อสร้างตลาดใหม่นอกจากการส่งออก	ปานกลาง- ดี	ปานกลาง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
คนอร์	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - มีตลาดทางด้านอาหารเป็นหลัก - ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงเนื่องจากมีการโฆษณา	ปานกลาง	ปานกลาง	ความเรียบง่าย สากล ราคาที่ถูก	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และร้านสะดวกซื้อเช่น Seven-Eleven
PREGO	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา มีความน่าเชื่อถือ	ดี - ดีมาก	สูง	ความเป็นสากล ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
Honiho	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากญี่ปุ่น ไม่เป็นที่รู้จักนักในประเทศ - คุณภาพปานกลาง	ปานกลาง - ดี	ปานกลาง	ความเป็นญี่ปุ่น	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
QP	- ผลิตภัณฑ์ทั้งนำเข้าและผลิตภายในประเทศ - เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	ปานกลาง - ดี	ปานกลาง	ความเรียบง่าย ราคาที่ไม่แพงมาก ปริมาณดูมากกว่า	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
Heinz	- ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ภายในประเทศและนำเข้า - เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	ปานกลาง - ดี	ปานกลาง	สะอาด เรียบง่าย ไม่มีวัตถุกันเสีย	supermarket และ convenience store
AGNESI	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากอิตาลี - คุณภาพดี น่าเชื่อถือ	ดี - ดีมาก	สูง	เป็นอาหารจากธรรมชาติและผสมผักที่มีคุณค่า	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดซอสปรุงรสอาหาร

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
กลุ่มที่ 1 S & W	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ - เป็นที่รู้จักในด้านอาหาร	ดี	ปานกลาง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
กลุ่มที่ 2 MAGGI HEINZ	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศและเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศด้วย - มีตลาดทางด้านอาหารเป็นหลัก - ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงเนื่องจากมีการโฆษณา	ปานกลาง-ดี	ปานกลาง	ความเรียบง่าย สากล คุณภาพของซอสซึ่งจะทำให้อาหารอร่อยขึ้น	supermarket ในห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อเช่น Seven-Eleven
กลุ่มที่ 3 ภูเขาทอง ROSA คนอร์	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าและ convenience store
กลุ่มที่ 4 TOP แม่ครัว อสร	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ	ปานกลาง	ปานกลาง	สำหรับแม่บ้าน ใช้ทำอาหาร ราคาที่ถูก	supermarket ในห้างสรรพสินค้าและ convenience store

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครีมสลัดและน้ำสลัด

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
กลุ่มที่ 1 สุขุม Bestfood	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - เป็นที่รู้จักในด้านอาหารหลากหลายประเภท	ปานกลาง	ปานกลาง	ความเป็นสากล ราคาถูก	supermarket ในห้างสรรพสินค้าและ Coveniece Store
กลุ่มที่ 2 HEINZ	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศและเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศด้วย - มีตลาดทางด้านอาหารเป็นหลัก - ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงเนื่องจากมีการโฆษณา	ปานกลาง-ดี	ปานกลาง	ความเรียบง่าย สากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อเช่น Seven-Eleven
กลุ่มที่ 3 YABARA KRAFT	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ	ดี-ดีมาก	สูง	ความเป็นสากล สำหรับวัยทำงานที่ต้องการความอร่อย สดใหม่และมีคุณค่า	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
กลุ่มที่ 4 Purefood	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - มีความหลากหลายในตัวสินค้า แต่ยังเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก สายการผลิตไม่มากนัก	ปานกลาง	ปานกลาง	ราคาถูก เหมาะสมกับซุ้มสลัดบาร์ เน้นการขายปลีก	ซุ้มสลัดบาร์ใน supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำมันมะกอก

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
Borges	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศประเทศ - เป็นที่รู้จักในด้านอาหารอย่างดี	กลาง-ดีมาก	สูง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้า
Bertolli	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ - มีตลาดทางด้านอาหาร - ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงเนื่องจากมีการโฆษณา	กลาง-ดีมาก	สูง	ความเรียบง่าย สากล และการรักษาสุขภาพ	supermarket ในห้างสรรพสินค้า
YABARA	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ - มีความหลากหลายในตัวสินค้า	ดี-ดีมาก	สูง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
Puget	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศฝรั่งเศส	ดี-ดีมาก	สูง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
Fragata	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ	ดี-ดีมาก	สูง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

ผงทำสปาเกตตี้

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
LOBO	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศและมีลิขสิทธิ์ภายในประเทศ - เป็นที่รู้จักในด้านอาหาร	กลาง-ดีมาก	ค่อนข้างสูง	ความเป็นสากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้า
French's	- ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ - มีตลาดทางด้านอาหาร - ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงเนื่องจากมีการโฆษณา	กลาง-ดีมาก	ค่อนข้างสูง	ความเรียบง่าย สากล	supermarket ในห้างสรรพสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารแช่แข็งสำเร็จรูปพร้อมรับประทานสำหรับไมโครเวฟ(คู่แข่งโดยตรงและข้างเคียง)

ยี่ห้อ	การกำหนดบุคลิกภาพ	ฐานะผู้บริโภค	ราคา	การกำหนดจุดขาย	ลักษณะการจัดจำหน่าย
S&P	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - เป็นที่รู้จักในด้านอาหารหลากหลายประเภท เป็นผู้ผลิตอาหารซึ่งมีร้านเป็นฐานอยู่ทั่วไปตามห้างสรรพสินค้าและในเมืองใหญ่ - มีชื่อเสียงและมีการโฆษณา	ปานกลาง-ดี	ค่อนข้างสูง	ความเป็นสากล สดเหมือนอาหารจากร้านเป็นลูกค้ากลุ่มระดับดี	ที่ร้าน S&P supermarket ในห้างสรรพสินค้าและ Coveniece Store
Chef Express	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ขายเพียงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	ปานกลาง	ปานกลาง	ความเรียบง่าย สากล อาหารเป็นประเภทย่างกับซีอิ๊ว เช่น ไก่คาราเกะ	supermarket ในห้างสรรพสินค้า
SSF	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ขายเพียงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	ปานกลาง	ปานกลาง	ความเป็นสากล สำหรับวัยทำงานที่ต้องการความอร่อย สดใหม่และมีคุณค่า เน้นอาหารประเภททะเลทอดและอาหารจีนเช่น ซาลาเปา ขนมจีบ	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
Ajinomoto	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศแต่มีชื่อลิขสิทธิ์เป็นของประเทศญี่ปุ่น - มีความหลากหลายของสินค้าอื่นนอกจากอาหารแช่แข็ง	ปานกลาง	ปานกลาง	ความเป็นอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน เน้นอาหารญี่ปุ่นและอาหารพร้อมทอด	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
กนิษฐ์	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ขายเพียงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	ปานกลาง	ปานกลาง	เน้นกลุ่มที่ไม่มีเวลาทำอาหาร ซึ่งราคาก็ไม่แพงมากอาหารแบบสากลทั้งไทยและเทศ	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่
Saranjai	- ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ - ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ขายเพียงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	ปานกลาง	ปานกลาง	เน้นกลุ่มที่ไม่มีเวลาทำอาหาร ซึ่งราคาก็ไม่แพงมากอาหารแบบสากลทั้งไทยและเทศ	supermarket ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตโครงการ

1.ออกแบบปรับปรุง LOGO " Delizioso "

2.<u>หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป</u>

- **เส้นสปาเกตตี้และมักกะโรนีแบบเส้นยาว** ขนาดบรรจุ 250 g
- **เส้นมักกะโรนี** 4 รูปแบบ คือ แบบหลอดสั้น แบบเกลียว รูปหอย และแบบอักษร ขนาดบรรจุ 500 g

3.<u>หมวดซอสปรุงรสอาหาร</u>

- **ซอสสปาเกตตี้** 4 สูตรคือ สูตรเนื้อ สูตรอาหารทะเล สูตรซอสเห็ด สูตรรสเผ็ด ขนาดบรรจุ 250 g และ 500 g
- **ครีมสลัด** 2 สูตร คือ สูตรธรรมดา และสูตรไขมันต่ำ ขนาดบรรจุ 65 g บรรจุ 36 ซอง มี DISPLAY เพื่อส่งเสริมการขาย
- **ครีมสลัด** 2 สูตร ขนาดบรรจุ 500 g
- **น้ำสลัด** 4 สูตร คือ สูตร italian สูตร Thousand Island สูตร French และสูตร French Herb & Garlic ขนาดบรรจุ 300 ml
- **ซอสปรุงรส ซอสมะเขือเทศ และซอสพริก** ขนาดบรรจุ 300 g และ 600 g

4.<u>หมวดเครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหาร</u>

- **น้ำมันมะกอก** 2 สูตร แบบบริสุทธิ์ และแบบ EXTRA VIRGIN ขนาดบรรจุ 500 ml
- **ผงทำสปาเกตตี้** 2 สูตร ทั้งแบบเข้มข้นและแบบอิตาเลียน ขนาดบรรจุ 35 g พร้อม Display ส่งเสริมการขาย ขนาด 24 ซอง

5.<u>หมวดอาหารพร้อมรับประทานทันที</u>

- **อาหารสำเร็จรูปสำหรับใช้กับไมโครเวฟ** 2 สูตร คือ มักกะโรนีผัดอาหารทะเล และสปาเกตตี้ผัดซอสเนื้อ ขนาดบรรจุ 250 g
- **อาหารสำเร็จรูปแบบพาสต้าผัด** คือ สไตล์เมกซิกัน ฟลอริด้า อิตาเลียน และรสจัด ขนาดบรรจุ 200 g
- **พาสต้าซุป ขนาด**บรรจุ 300 g คือ พาสซุปเนื้อ และซุปผัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.1 . คาดว่าจะออกแบบซองเส้นกึ่งสำเร็จรูป ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองเส้นกึ่งสำเร็จรูปได้ อาจทำเป็นกล่องซึ่งทำให้สินค้าไม่แตกหักเสียได้ และถนอมอาหารไม่ให้เก่าเร็ว
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. มีความสวยงามที่จะสามารถจูงใจ ผู้บริโภคได้

1.2 . คาดว่าจะออกแบบขวด ซอสสปาเกตตี้ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองซอสได้ บรรจุใส่ในขวดแก้วสูญญากาศซึ่งทำให้สินค้าไม่แตกหักเสียได้ และถนอมอาหารไม่ให้เก่าเร็ว
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว เหมาะกับการใช้งานโดยการตัก
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. สามารถแยกแยะ อาหารแต่ละสูตรได้อย่างดี ด้วยภาพและสี graphic

1.3. คาดว่าจะออกแบบขวดครีมสลัด ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองครีมสลัดได้ อาจบรรจุแก้วหรือขวดพลาสติกซึ่งทำให้สินค้าคงทน และถนอมอาหารไม่ให้เก่าเร็ว
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ และมีการออกแบบฝาที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ดี
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. สามารถแยกแยะ อาหารแต่ละสูตรได้อย่างดี ด้วยภาพและสี graphic

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

38089

1.4. คาดว่าจะออกแบบซองครีมสลัด ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองครีมสลัดได้ อาจบรรจุพลาสติกง่ายต่อการฉีกเปิดเมื่อใช้
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี สำหรับ Regular และ Low Fat หรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. อยู่ใน display เดียวกันอย่างละ 12 ชิ้น โดยที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสนในการซื้อ

1.5. คาดว่าจะออกแบบ DISPLAY PACK สำหรับครีมสลัดให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองซองครีมสลัดได้ และมีความสวยงามเหมาะที่จะอยู่บน shelf สำหรับขายสลัดบาร์
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี สำหรับผู้ขาย
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี สำหรับ Regular และ Low Fat หรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. display บรรจุ 24 ชิ้น โดยที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสนในการซื้อ และควรจะแน่ใจว่าเมื่ออยู่กับ display สินค้ามีการป้องกันและไม่เสียหายง่าย และสามารถบรรจุได้พอดีกับปริมาณสินค้า

1.6 . คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดน้ำสลัดให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองน้ำสลัดได้ บรรจุพลาสติกง่ายต่อการเทเมื่อการเปิดใช้
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี ออกแบบฝาเป็นแบบหมุนเกลียวปิด เพื่อจะได้ใช้ได้หลายครั้ง
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี graphic รูปแบบหรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน และบอกถึงน้ำสลัดแต่ละชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7. คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดซอสปรุงรสให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองน้ำสลัดได้ บรรจุพลาสติกง่ายต่อการเทเมื่อการเปิดใช้ ถูกหลัก ERGONOMIC ไม่หลุดมือง่าย
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี ออกแบบฝาเป็นแบบหมุนเกลียวปิด เพื่อจะได้ใช้ได้หลายครั้ง
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี graphic รูปแบบหรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน และบอกถึงน้ำสลัดแต่ละชนิด
6. คำนึงการบรรจุ การขนส่ง และราคาของสินค้าใกล้เคียง

1.8. คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดน้ำมันมะกอกให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองน้ำสลัดได้ บรรจุแก้วง่ายต่อการเทเมื่อการเปิดใช้ มีฝาพลาสติกด้านในคล้ายขวดน้ำมันพืชช่วยในการเท
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี ออกแบบฝาเป็นแบบหมุนเกลียวปิด เพื่อจะได้ใช้ได้หลายครั้ง
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี graphic รูปแบบหรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน และบอกถึงน้ำมันมะกอกแต่ละชนิด
6. เนื่องจากสินค้ามี 2 ประเภทคือประเภท pure และ extra virgin ควรให้เข้าใจว่า 2 สูตรต่างกันอย่างไร โดยที่ แบบ extra virgin เป็นการนำ มะกอกมาบีบครั้งแระเพียงครั้งเดียวซึ่งจะได้รส และหัวเชื้อที่บริสุทธิ์ กว่า แบบ pure ซึ่งมีการบีบมะกอกแบบหลายครั้ง ซึ่งนี่คือความต่าง และงานที่ออกจากมาของบรรจุภัณฑ์ จะดูเป็นอนุรักษ์ ค่อนข้างจะเป็นแบบไม่ให้ล้ำสมัยมาก ดูน่าเชื่อถือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9 . คาดว่าจะออกแบบซองผงทำซอสสปาเกตตี้ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองผงซอสได้ อาจบรรจุพลาสติกมี mark การฉีกง่ายต่อการฉีกเปิดเมื่อใช้
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี หรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. อยู่ใน display บรรจุ24 ชิ้น โดยที่สามารถบรรจุสินค้าได้พอดี
7. มีรายละเอียดข้อปฏิบัติในการปรุงอาหาร

1.10. คาดว่าจะออกแบบ DISPLAY PACK สำหรับซองผงทำน้ำซอสสปาเกตตี้ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองซองผงได้ และมีความสวยงามเหมาะที่จะอยู่บน shelf
2. มีวิธีการวางใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี สำหรับผู้ขาย พนักงานเข้าใจไม่ยาก
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี หรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน display บรรจุ 10 ชิ้น โดยที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสนในการซื้อ และควรจะแน่ใจว่าเมื่ออยู่กับ display สินค้ามีการป้องกันและไม่เสียหายง่าย
6. ให้ความแตกต่างระหว่าง ซอส 2 สูตร

1.11. คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋อง ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองอาหารได้ด้วยภายในมีครีมสลัดผสมอยู่
2. บรรจุกระป๋องสามารถไปใช้ได้ง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์อื่นในการเปิดฝาอีกให้ยุ่งยาก
3. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้
4. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี graphic รูปแบบหรือใช้ภาพสัญลักษณ์ช่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
6. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
7. วัสดุที่เป็นกระป๋องเป็นวัสดุที่สามารภนำมา recycle ได้

1.12 . คาดว่าจะออกแบบกล่องใส่อาหารแช่แข็งสำหรับไมโครเวฟให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองสินค้าได้ และทนต่อการอยู่ในอุณหภูมิแช่แข็ง ทั้งแบบของสปาเกตตี้ มักกะโรนี และพิซซ่า โดยที่ออกแบบโครงสร้างที่แตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะกับสินค้าต่างกัน
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว ต่อการนำไปใช้ ได้ดี
3. มีกราฟฟิกที่สื่อความหมายถึงวิธีการใช้อย่างถูกต้อง โดยแบ่งด้วยสี ช่วย
4. มีความเป็น coporate identity กับผลิตภัณฑ์ใน Brand เดียวกัน
5. มีรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่สื่อความหมายครบถ้วน
6. มีรายละเอียดข้อปฏิบัติในการปรุงอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบ ข้อมูลผลิตภัณฑ์	เงื่อนไขความต้องการ ปัญหา	แนวทางแก้ปัญหา
เครื่องหมายการค้า LOGO	<u>ด้าน Promotion</u> เนื่องจาก LOGO DELIZIOSO เป็นชื่อที่มีความยาวทำให้มองเห็นได้ไม่ชัดเจน รวมถึงสีที่ไม่ชัดเจน ตัวอักษรที่เลือกอ่านยาก อาจทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ยาก ดูเชยไม่ทันสมัย	เลือก typeface สีสัน การจัดวางองค์ประกอบของตัวอักษร และชื่อตราให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร แบบตะวันตก
หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป 1.1 **เส้นสปาเกตตี้แบบเส้นยาว** 1.2 **เส้นมักกะโรนีแบบเส้นยาว** ขนาดบรรจุ 250 g	<u>ด้าน Protection</u> เส้นแบบยาวต้องการการป้องกัน การแตก เปราะ หักได้ง่าย เนื่องจากสปาเกตตี้และมักกะโรนี เป็นแป้งบาง อบแห้ง ซึ่งมีความเปราะ ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกัน ความชื้น อากาศ แสงสว่างได้ มิฉะนั้นแป้งจะเก่าง่ายและขึ้นราได้เร็ว <u>ด้าน promotion</u> เส้นมีทั้งแบบใช้กับสปาเกตตี้และมักกะโรนี อาจสับสนในการใช้งาน ไม่ชัดเจน <u>ด้าน Convenience</u> ซองพลาสติกเปิดมาใช้ได้ไม่สะดวก	เลือกใส่ในบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ เช่นกล่องกระดาษเพื่อป้องกันการแตกง่ายของเส้น เลือกใส่ในซองพลาสติกที่ช่วยเก็บเส้นได้นานขึ้น ออกแบบโดยให้สามารถบอกถึงลักษณะของเส้นได้อย่างชัดเจน โดยอาจจะเจาะกล่องใส หรือบอกด้วยการใช้สี หรือรูปแบบ องค์ประกอบภาพการใช้งานที่จะแสดงถึงผลิตภัณฑ์ภายใน ออกแบบให้มีการฉีกที่ง่าย โดยอาจทำเป็น ปลายเป็นถุงแบบ ซิกแซกหรือทำเส้นพลาสติกมาช่วยในการดึงเปิด

1.2.2 **มักกะโรนี** ขนาดบรรจุ 500 g ในรูปแบบต่าง 4 รูปแบบ	<u>ด้าน Containment</u> ซองต้องมีขนาดความจุที่เหมาะสม ซึ่งต้องคำนึงถึงการใช้ของผู้บริโภคด้วย ซึ่งมีการบรรจุเส้น 2 ชนิด	ออกแบบโดยเลือกรูปแบบให้เห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และออกแบบกล่อง ซอง ให้เหมาะสมพอดีกับเส้นด้านในกล่อง
	<u>ด้าน Protection</u> ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกัน ความชื้น อากาศ เชื้อราได้ มิฉะนั้นเส้นซึ่งเป็นแป้งจะเก่า	เลือกใส่ในซองพลาสติกซึ่งจะช่วยให้เก็บเส้นได้นานยิ่งขึ้น
	<u>ด้าน Promotion</u> สามารถบอกลักษณะความแตกต่างของเส้นมักกะโรนีในรูปแบบการใช้ต่างๆ ได้ เพื่อโอกาสที่เหมาะสม และกลุ่มบริโภคเป้าหมาย	ออกแบบซองเป็นแบบใส เพื่อให้เห็นสินค้า หรือเป็นแบบซองที่บ่งบอกถึงลักษณะความแตกต่างของเส้นและการใช้ในแต่ละชนิด
	ผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดใจ และน่ารับประทานมากขึ้น	เพิ่มสีสัน โดยการเลือกมักกะโรนีแบบที่มีสีสัน หลายสี เพื่อเพิ่มความดึงดูดสายตามากขึ้น หรือการเพิ่มคุณค่าอาหารเช่น การผสมพืชสมุนไพรที่เป็นประโยชน์
	<u>ด้าน Convenience</u> ผู้บริโภคมักจะเปิดถุงโดยที่ถุงนั้นก็จะใช้ได้ครั้งเดียว ซึ่งการใช้ครั้งต่อไปอาจจะทำให้แป้งเก่าและ ถ้าเก็บไว้นาน	ถุงควรออกแบบให้มีความสามารถที่จะมัดถุงได้ หรืออกแบบให้มีภาชนะบรรจุอื่นที่ไม่ใช่ซอง หรือเป็นแบบถุงที่รูดปิดเปิด แต่ก็ยัง

	ในการทำอาหาร อาจไม่สะดวกในการเปิดถุง ด้าน Containment ถุงใสควรจะบอกถึงผลิตภัณฑ์ข้างในได้	คงต้องคำนึงราคาสินค้าเปรียบเทียบคู่แข่งด้วย ออกแบบให้มีรอยสำหรับฉีกหรือรอย zigzag ออกแบบโดยการเจาะให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ในบางส่วน
หมวดซอสปรุงรสอาหาร 2.1 **ซอสสปาเกตตี้** ขนาดบรรจุ 250 g และ 500 g	ด้าน Protection อาหารมีอายุการใช้ได้ไม่นานมาก คือต้องการการป้องกันที่ดี ทั้งอากาศ ความชื้น จะได้ไม่เสื่อมสภาพเร็ว และการขายบน shelf สามารถป้องกันการเปิดก่อน	เลือกบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่ตอบสนองความต้องการ ซึ่งทำให้เก็บไว้ได้นาน เช่น การใช้แก้ว หรือ กระป๋องโลหะ ออกแบบฝากระป๋องที่สามารถปิดสนิทได้ดีไม่ทำให้อากาศเล็ดลอดได้ มีการใช้ Plastic seal ทับส่วนฝา หรือการใช้ sticker ติดด้านข้างอีกชิ้นหนึ่ง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

	<u>ด้าน Promotion</u> ซอสบรรจุ 4 สูตร โดยที่มีสูตรเนื้อ สูตรทะเล สูตรซอสเห็ด และสูตรซอสเผ็ด (ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมมี 3 สูตร คือสูตรเนื้อ สูตรไก่ และสูตรหอยนางรม ปรับปรุงเนื่องจากเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในตลาดให้กว้างขึ้น)	ออกแบบให้สามารถจำแนกลักษณะสูตรได้อย่างเหมาะสม โดยการออกแบบกราฟฟิก รูปแบบ สไตล์ ให้ดูดี และสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
	<u>ด้าน Convenience</u> ผู้บริโภคมักจะใช้ช้อนล้วงเข้าไปตักซอสซึ่งมีความหนืด ซึ่งอาจทำให้ตักได้ไม่สะดวก หากปากขนาดเล็กเกินไป หรือมีส่วนของซอสอยู่น้อย	ศึกษาวิจัยหาขนาดปากที่เหมาะสมในการนำช้อนล้วงเข้าไปตักซอสได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงด้าน Ergonomic ด้วย ศึกษาความลึกของขวดที่ผู้ตักจะสามารถล้วงช้อนไปตักที่ก้นขวดได้อย่างดี
	<u>ด้าน Containment</u> บรรจุภัณฑ์ควรจะมองเห็นซอสด้านในบ้างเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร	ออกแบบให้ขวดที่สามารถมองเห็นเนื้อซอสด้านในได้
2.2.1 **ครีมสลัด** ขนาดบรรจุ 65 g 2 สูตร พร้อม Display ขนาด 36 ซอง	<u>ด้าน Protection</u> อาหารมีอายุการใช้ได้ไม่นานมาก คือต้องการการป้องกันที่ดี ทั้งอากาศ ความชื้น จะได้ไม่เสื่อมสภาพเร็ว	ระบุผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน โดยอักษร สื่อทางสีหรือภาพกราฟฟิก

2.2.2 **ครีมสลัด** ขนาดบรรจุ 400 g	<u>ด้าน Convenience</u> ซองพลาสติกเปิดมาใช้ได้ไม่สะดวก เนื่องจากส่วนมากผู้บริโภคจะใช้มือฉีก ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติก ฉีกไม่สะดวก	ออกแบบให้ซองมีรอยสำหรับฉีกบริเวณปากถุงเพื่อให้ฉีกซองได้ง่าย
	<u>ด้าน Promotion</u> ลักษณะของครีมสลัดมีทั้งแบบธรรมดาและไขมันต่ำอาจทำให้สับสนไม่ชัดเจนในการเลือกซื้อ	ระบุผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการของสี Graphic และตัวอักษรซึ่งอธิบายสินค้านั้นๆ ทั้งบนฝาและที่ฉลาก
	<u>ด้าน Containment</u> การบรรจุจะโชว์สินค้า บนชั้นเช่น สลัดบาร์ ได้	ออกแบบให้มีกล่องกระดาษเพื่อเป็นกล่องบรรจุและสามารถ Display ได้อย่างสะดวก
	<u>ด้าน Protection</u> อาหารมีอายุการใช้ได้ไม่นานมาก คือต้องการการป้องกันที่ดี ทั้งอากาศ ความชื้น จะได้ไม่เสื่อมสภาพเร็ว เนื่องจากผู้บริโภค จะเก็บไว้ติดบ้าน	เลือกบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่ตอบสนองความต้องการซึ่งทำให้เก็บไว้ได้นาน เช่น ขวดแก้ว หรือขวดพลาสติก
		ออกแบบฝาขวดให้ปิดสนิท อากาศจะได้ไม่เล็ดลอด
	สามารถป้องกันเมื่อวางขายอยู่บน shelf ได้ ไม่ให้ผู้บริโภคเปิดสินค้ามาเช็คคุณภาพด้านใน	อาจมีการใช้ Plastic seal ทับส่วนฝา หรือการใช้ sticker ติดด้านข้างอีกชิ้นหนึ่ง

	ด้าน Promotion ลักษณะของครีมสลัดมีทั้งแบบธรรมดาและไขมันต่ำอาจทำให้สับสนไม่ชัดเจนในการเลือกซื้อ	ระบุผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการของสี Graphic และตัวอักษรซึ่งอธิบายสินค้านั้นๆ ทั้งบนฝาและที่ฉลาก
	ด้าน Convenience ผลิตภัณฑ์มีความมัน ทำให้ขวดจับได้ไม่สะดวก อาจหลุดลื่นมือได้ง่าย	ออกแบบขวดแก้วให้มีขนาดสัดส่วน Ergonommic ที่จับถนัดมือและมีรูปแบบที่กระชับ เช่น มีพื้นที่ผิวนูนขึ้นมา ซึ่งจะช่วยไม่ให้ขวดหลุดมือได้ง่ายและลดขนาดให้เหมาะกับมือ
	ครีมสลัดมีความข้น ลักษณะการใช้ก็ต้องใช้ช้อนล้วงเข้าไปตักซึ่งปากขวด อาจกว้างไม่เพียงพอ หรือกวาดครีมสลัดที่ติดใต้ขวดในขณะใกล้หมดได้ไม่สะดวก	ออกแบบให้ขวดมีปากที่กว้างขึ้น มีโค้งส่วนฐานให้สามารถตักได้สะดวก
	ด้าน Containment ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการถนอมอาหารที่ดี เหมาะสมในการขนส่ง	ออกแบบรูปทรงให้เหมาะกับการขนส่ง เลือกวัสดุที่สามารถถนอมอาหารอย่างดี
2.3 **น้ำสลัด** 4 สูตร คือ Thousand Island , French , Italian และ French Herb &Garlic ขนาดบรรจุ 300 ml	ด้าน Promotion ลักษณะของน้ำสลัดมีหลายสูตร สำหรับลักษณะการใช้งานหลายแบบ การเลือกอาจเป็นไปได้อย่างไม่สะดวกเนื่องจากผู้	ระบุผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีแยกความแตกต่างด้วยสี Graphic ตัวอักษร ซึ่งก็ควรจะมีวิธีใช้ที่บอกถึงคุณสมบัติของน้ำสลัดแต่ละ

	บริโภคไม่ทราบว่าเหมาะสมกับการใช้แบบใด	ชนิดด้วย
	<u>ด้าน Protection</u> อาหารมีอายุการใช้ได้ไม่นานมาก คือต้องการการป้องกันที่ดี ทั้งอากาศ ความชื้น จะได้ไม่เสื่อมสภาพเร็ว และการขายบน shelf สามารถป้องกันการเปิดก่อน	เลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความสามารถที่จะตอบสนอง ผลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมได้ เมื่ออยู่บนชั้นขายที่วางที่ supermarket มีการ seal พลาสติก shirk wrap เพื่อการถนอมอาหาร และป้องกันการเปิดสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภค
	<u>ด้าน Convenience</u> เทได้สะดวก ไม่เลอะมือ	ออกแบบให้มีความเหมาะสมในการจับ ถือ และการยกเท ซึ่งเหมาะสมไม่หลุดลื่นง่าย เหมาะสมทางด้าน Ergonomic
	<u>ด้าน Containment</u> บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุอาหารได้อย่างเหมาะสม ตามแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์น้ำสลัดแต่ละชนิด ซึ่งความหนืด ความเหนียวนั้นแตกต่างกัน	กำหนดให้เป็น Primary Package เป็นขวดปริทาตรที่เหมาะสมและวัสดุที่สามารถ ขนส่งได้ง่าย

2.4 **ซอสปรุงรส** ขนาด 300 cc และ 600 cc	<u>ด้าน Promotion</u> ลักษณะของซอสมี 2 สูตร สำหรับลักษณะการใช้งาน คือ ซอสมะเขือเทศ และซอสพริก จึงต้องจำแนกลักษณะ	ระบุผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีแยกความแตกต่างด้วยสี Graphic ตัวอักษร ซึ่งก็ควรจะมีวิธีใช้ที่บอกถึงคุณสมบัติของน้ำสลัดแต่ละชนิดด้วย
	<u>ด้าน Protection</u> อาหารมีอายุการใช้ได้ไม่นานมาก คือต้องการการป้องกันที่ดี ทั้งอากาศ ความชื้น จะได้ไม่เสื่อมสภาพเร็ว และการขายบน shelf สามารถป้องกันการเปิดก่อน	เลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความสามารถที่จะตอบสนอง ผลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมได้
	<u>ด้าน Convenience</u> เปิดมาใช้ได้อย่างสะดวก เทง่าย จับถนัดมือ	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมตามหลัก ergonomic ซึ่งจะช่วยให้การจับเหมาะสมและเลือก form ที่จะสามารถจับได้ถนัดไม่หลุดด้วย
	<u>ด้าน Containment</u> สามารถบรรจุเพื่อการขนส่งได้อย่างเหมาะสม ไม่เปลืองเนื้อที่ หรือแตกเสียหายง่าย	ออกแบบให้รูปร่างมีความเหมาะสมต่อการขนส่ง การบรรจุส่งจัดจำหน่าย
หมวดเครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหาร 3.1 **น้ำมันมะกอก** 2 สูตร แบบ PURE และ แบบ EXTRA VIRGIN ขนาดบรรจุ 500 ml	<u>ด้าน Protection</u> บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถถนอมอาหารได้ ป้องกันการเปิดก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค	เลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความสามารถที่จะตอบสนองผลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมได้ คือปกติการเลือกใช้สินค้าคู่แข่งจะเป็นแก้ว

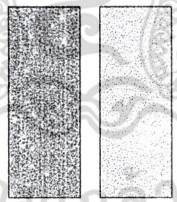
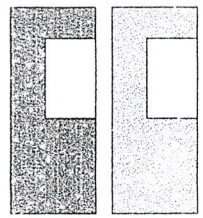
		เนื่องจาก แสดงถึงความใส และมีเอกลักษณ์
	ด้าน Promotion ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประกอบอาหาร ซึ่งผู้บริโภคใหม่อาจยังไม่เข้าใจ และเนื่องจากมี 2 สูตร จึงน่าจะบอกความชัดเจนของผลิตภัณฑ์นั้น	ระบุผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีแยกความแตกต่างซึ่งควรมีการใช้ซึ่งบอกคุณสมบัติ ของน้ำมันมะกอก 2 ชนิดให้ชัดเจน โดยใช้สีหรือกราฟฟิก
	ด้าน Convenience การเทของน้ำมันอาจหกเลอะ เหนียวมือและปริมาณที่อาจมากหรือน้อยเกินไป	ออกแบบปากขวดให้แคบ และมีพลาสติกด้านในที่คล้ายในขวดเหล้าบางยี่ห้อหรือน้ำมัน ที่จะเป็นส่วนทำให้ไม่เลอะ และสามารถกำหนดปริมาณได้อย่างถูกต้อง
	ด้าน Containment การบรรจุควรจะเห็นผลิตภัณฑ์ภายในเนื่องจากมองเห็นความใสและควรคำนึงถึงการบรรจุเพื่อการขนส่งที่สะดวก	ออกแบบให้ยังคงมีพื้นที่ที่สามารถมองเห็นส่วนความใสของผลิตภัณฑ์
3.2 **ผงทำสปาเกตตี้ซอส** ขนาด 35 g และบรรจุ 10 ซองสำหรับ Display 2 สูตร ทั้งแบบสูตรเข้มข้น และสูตรแบบอิตาเลียน	ด้าน Protection ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่จะสามารถป้องกัน ความชื้น อากาศได้ สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์แบบผงได้อย่างดี	เลือกวัสดุทึบแสงที่สามารถป้องกัน ความชื้น อากาศ ได้อย่างดี ออกแบบปริมาณปากถุงให้สามรถพับปิดเมื่อใช้เหลือได้
	ด้าน Promotion บรรจุภัณฑ์ควรบอกถึงลักษณะการใช้งานและมีความ Coporate Identitiy กับสินค้าอื่นในบริษัท	มีคำแนะนำในการใช้ เลือกใช้ภาพสีซึ่งบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์และ Typeface ที่บอกทั้ง

	ด้าน Convenience การฉีกซองทำได้ไม่สะดวกเนื่องมาจากการที่ซองเป็นพลาสติก และผู้บริโภคส่วนมาใช้มือในการฉีก ด้าน Containment ซองต้องมีความจุที่เหมาะสม ต้องคำนึงถึงความประหยัดในเชิงการตลาด และราคาขายด้วย	สินค้าภายในและการนำไปใช้ ออกแบบให้มีรอยฉีก แบบ zigzag หรือ การมี mark หรือ เป็นซองหูรูด เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภท Form-Fill-Seal โดยคำนวณขนาดให้เหมาะไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป โดยมองจากคู่แข่งรอบข้าง
หมวดอาหารพร้อมรับประทานทันที 4.1 **อาหารทะเลสำหรับคอกเทล** ขนาบรรจุ 105 g	ด้าน Protection บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถถนอมอาหารได้ และเป็นวัสดุที่มีความสามารถนำมา recycle ใหม่ได้ เก็บสินค้าได้นาน ด้าน Promotion บรรจุภัณฑ์ควรบอกถึงลักษณะแต่ละชนิดซึ่งมีอาหารทะเลหลายอย่าง ด้าน Convenience มีการเปิดใช้ได้ง่ายโดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์เปิดขวดอีกครั้งหนึ่ง	เลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความสามารถที่จะตอบสนองผลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมได้ โดยอาจใช้โลหะที่สามารถนำมาทำกระป๋องแบบ Recycle ได้ เลือกใช้ภาพสีซึ่งบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์และ Typeface ที่บอกทั้งสินค้าภายในและการนำไปใช้ ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ใช้การเปิดแบบมือเปิดให้ได้

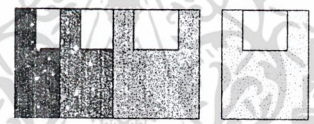
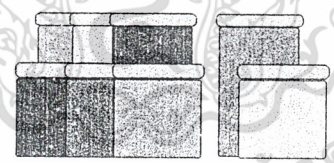
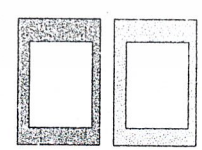
4.2 **สปาเกตตี้สำเร็จรูปสำหรับไมโครเวฟ** 2 สูตร แบบสปาเกตตี้ซอสเนื้อ และสปาเกตตี้รสทะเล ขนาดบรรจุ 250 g	ด้าน Containment บรรจุภัณฑ์ควรแสดงถึง อาหารทะเล 4 ชนิดได้ คือ เนื้อกุ้ง เนื้อปู เนื้อปลาหมึก และเนื้อทูน่า ซึ่งเป็นอาหารทะเลในน้ำสลัด	ออกแบบให้มีกราฟฟิกที่เหมาะสมต่อการจำหน่าย จะทำให้ไม่สับสน
	ด้าน Protection สามารถป้องกันอาหารไม่ให้เสียง่ายกว่าปกติ	เลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยกล่องหรือฟรอยเก็บอาหารซึ่งมีโครงสร้างที่แข็งแรงสามารถรองรับงานได้ดี ซึ่งอาหารประเภทนี้อยู่ในตู้เย็น จึงคำนึงถึงการถนอมอาหารน้อยกว่าเพราะ shelf life ของอาหารจะอยู่ในช่องเย็น
	ด้าน Promotion บอกถึงลักษณะสินค้าได้อย่างถูกต้อง เนื่องจากเป็นอาหารสำเร็จ และสามารถจูงใจลูกค้าได้	เลือกใช้ภาพสีซึ่งบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์และ Typeface ที่บอกทั้งสินค้าภายในและการนำไปใช้
	ด้าน Convenience สามารถเปิดง่ายและควรมีอุปกรณ์ที่จะช่วยในการทานอาหารด้วย	มีคำแนะนำข้างกล่องสำหรับการเปิด มีโครงสร้างของกล่องที่จะสามารถปรุ ฉีกกล่องได้ โดยอาจจะ ปรุไว้เป็น Guide หรือใช้เปิดจากที่กระดาษพับไว้ และอาจจะมีช้อนใส่ไว้ข้างในเพื่อช่วยในการรับประทาน จะได้สะดวกถ้าอยู่นอกสถานที่
	ด้าน Containment ไม่มีปัญหาในการทับซ้อนกันหรือปัญหาการบรรจุ ขนส่ง	เลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยกล่องหรือฟรอยเก็บอาหารซึ่งมี

		โครงสร้างที่แข็งแรงสามารถรองรับงานได้ดี
4.3 **พิซซ่า**แบบ 1 ถาดสำหรับไมโครเวฟพร้อมรับประทาน บรรจุ 300 g	<u>ด้าน Protection</u> สามารถป้องกันอาหารไม่ให้เสียง่ายกว่าปกติ และทำให้ไม่เกิดการเสียหายทางด้านรูปร่างของอาหารด้วย	เลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยกล่องหรือฟรอยเก็บอาหารซึ่งมีโครงสร้างที่แข็งแรงสามารถรองรับงานได้ดี ซึ่งอาหารประเภทนี้อยู่ในตู้เย็น จึงคำนึงถึงการถนอมอาหารน้อยกว่าเพราะ shelf life ของอาหารจะอยู่ในช่องเย็น
	<u>ด้าน Promotion</u> สามารถเห็นรูปลักษณ์ของพิซซ่า และการนำไปใช้ประกอบอาหารและวิธีการทำ ปรุงอาหารด้วย	ออกแบบด้วยกราฟฟิก สี ตัวอักษร ซึ่งจะบอกวิธีการใช้ รายละเอียดต่างด้วย
	<u>ด้าน Convenience</u> การเปิดใช้เป็นไปได้ง่าย และไม่สับสนในวิธีการทำ	มีคำแนะนำข้างกล่องสำหรับการเปิด มีโครงสร้างของกล่องที่จะสามารถปรุ ฉีกกล่องได้ โดยอาจจะ ปรุไว้เป็น Guide หรือใช้เปิดจากที่กระดาษพับไว้
	<u>ด้าน Containment</u> ไม่มีปัญหาในการทับซ้อนกันหรือปัญหาการบรรจุ ขนส่ง	เลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยกล่องหรือฟรอยเก็บอาหารซึ่งมีโครงสร้างที่แข็งแรงสามารถรองรับงานได้ดี

ขอบเขตของงาน

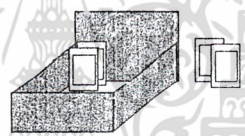
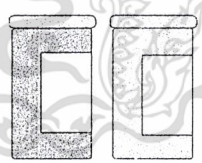
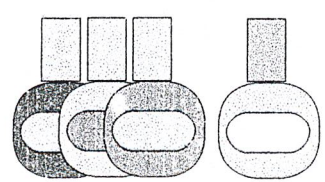
รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
เครื่องหมายการค้า LOGO Delizioso					O containment O protection O convenience ☒ promotion	โครงสร้าง กราฟฟิค	O มาตรฐาน O ออกแบบ ☒ ออกแบบอิสระ O ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	..... โครงสร้าง ..... ขนาด ..1.. กราฟฟิคหลัก ..... กราฟฟิคร่วม
หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป 1.1 เส้นสปาเกตตี้ 1.2 เส้นมักกะโรนี	แบบยาว	250 g	primary package	ซอง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง กราฟฟิค	☒ มาตรฐาน O ออกแบบ O ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	..1.. โครงสร้าง ..1.. ขนาด ..1.. กราฟฟิคหลัก ..2.. กราฟฟิคร่วม
			secondary package	กล่อง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง กราฟฟิค	☒ มาตรฐาน O ออกแบบ O ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	..1.. โครงสร้าง ..1.. ขนาด ..1.. กราฟฟิคหลัก ..2.. กราฟฟิคร่วม

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
1.2.2 **เส้นมักกะโรนี**	- เส้นเกลียว - เส้นรูปหอย - เส้นหลอดสั้น - เส้นตัวอักษร		primary package	ซอง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	☒ มาตรฐาน ○ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...1... ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ...4... กราฟฟิครวม
หมวดซอสปรุงรสอาหาร 2.1 **ซอสสปาเกตตี้**	- meat sauce - seafood sauce - spicy sauce - mushroom sauce	250 g 500 g	primary package	ขวด และ ฝา 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	○ มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...2... ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ...4... กราฟฟิครวม
2.2.1 **ครีมสลัด**	- Regular - Low Fat	65 g	primary package	ซอง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	☒ มาตรฐาน ○ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...2... ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ...2... กราฟฟิครวม

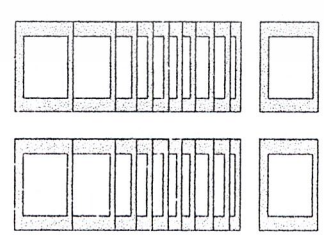
สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
2.2.2 ครีมสลัด		36 pieces	display package	กล่องส่งเสริมการขาย 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	O มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...1... ขนาด
						กราฟฟิค	☒ ออกแบบอิสระ O ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ..... กราฟฟิครวม
	- Regular - Low Fat	500 ml	primary package	ขวด 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	O มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...1... ขนาด
						กราฟฟิค	O ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ...2... กราฟฟิครวม
2.3 น้ำสลัด	- French - Herb&Garlic (French) - Italian - Thousand Island	300 ml	primary package	ขวด 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	O มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...1... ขนาด
						กราฟฟิค	O ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ...4... กราฟฟิครวม

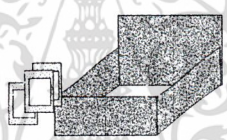
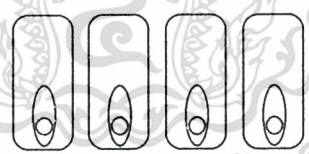
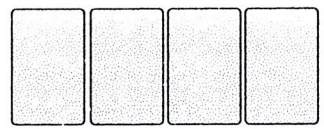
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
2.4 ซอสปรุงรส	- ซอสมะเขือเทศ - ซอสพริก	300 g 600 g	primary package	ขวด 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	○ มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ..2.. ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ..2.. กราฟฟิครวม
หมวดเครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหาร 3.1 น้ำมันมะกอก	-Pure - Extra Virgin	500 ml	primary package	ขวด 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	○ มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...1... ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ..2.. กราฟฟิครวม
3.2 ผงทำสปาเกตตี้	- สูตรอิตาเลี่ยน - เขมขน	35 g	primary package	ซอง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	☒ มาตรฐาน ○ ออกแบบ	...1... โครงสร้าง ...1... ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	...1... กราฟฟิคหลัก ..2.. กราฟฟิครวม

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปตรา เดลิซิโอโซ **นักศึกษา** นาย กนกพล ชะระไสย์

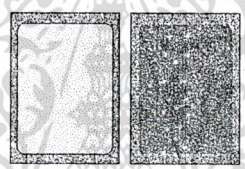
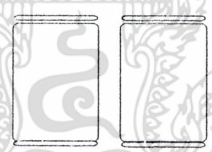
ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
		24 pieces	display package	กล่องส่งเสริมการขาย 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	○ มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 2 กราฟฟิครวม
หมวดอาหารพร้อมรับประทานทันที 4.1 พาสตาผัด	- florida style -Italian style - spicy style -mexican style	200 g	primary package	กระป๋อง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	○ มาตรฐาน ☒ ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิค	☒ ออกแบบอิสระ ○ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 4 กราฟฟิครวม
			secondary package	ซองกระดาษ 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	☒ มาตรฐาน ○ ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิค	○ ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 4 กราฟฟิครวม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปตรา เดลิซิโอโซ **นักศึกษา** นาย กนกพล ชะระไสย์

ขอบเขตของงาน

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
4.2 สปาเกตตี้และมักกะโรนีพรอมทานสำหรับไมโครเวฟ	- สูตรซอสเนื้อ - สูตรอาหารทะเล	250 g	secondary package	กล่อง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	☒ มาตรฐาน O ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิค	O ออกแบบอิสระ ☒ ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิคหลัก 2 กราฟฟิครวม
4.3 พาสต้าซุป		300 g	primary package	กระป๋อง 	☒ containment ☒ protection ☒ convenience ☒ promotion	โครงสร้าง	☒ มาตรฐาน O ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิค	☒ ออกแบบอิสระ O ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	2 กราฟฟิคหลัก ..... กราฟฟิครวม

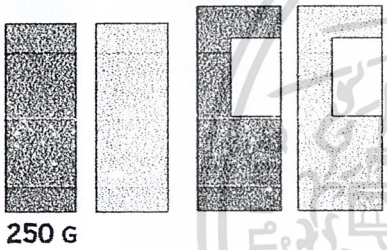
สรุปปริมาณงาน

โลโก้ส่งเสริมการขาย

Delizioso

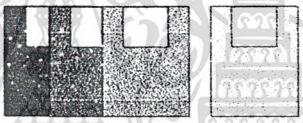
logo
1 กราฟฟิกหลัก

หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป



250 G

ซองและกล่อง
2 โครงสร้าง (มาตรฐาน)
2 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์รวม



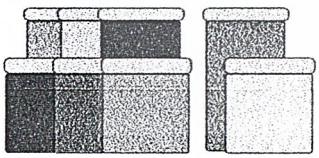
500 G

ซอง
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์รวม

SPAGHETTI
เส้นแบบแท่งยาว

MACARONI
เส้นแบบแท่งยาว
รูปเกลียว
รูปหอย
รูปโบว์
รูปหลอดสั้น

หมวดเครื่องปรุงรสอาหาร



500 G 250 G

ขวด
1 โครงสร้าง (ออกแบบ) x 2 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์รวม

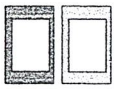
SPAGHETTI SAUCE

- MUSHROOM SAUCE
- MEAT SAUCE
- SEAFOOD SAUCE
- SPICY SAUCE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

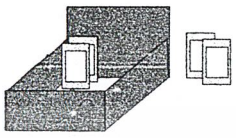
SALAD CREAM

- REGULAR
- LOW FAT

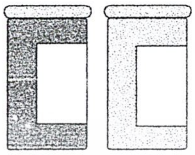


65 G

ซอง
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์รวม



Display
1 โครงสร้าง (ออกแบบ)
1 กราฟฟิกหลัก

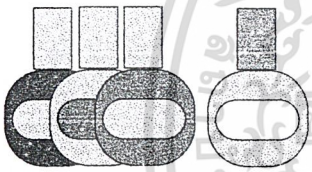


500 G

ขวด
1 โครงสร้าง (ออกแบบ)
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์รวม

SALAD DRESSING

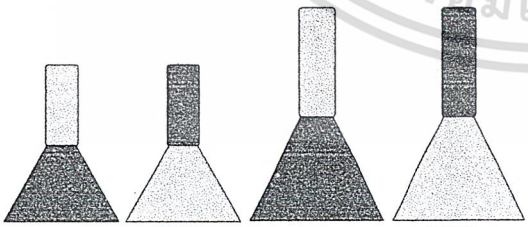
- THOUSAND ISLAND
- FRENCH
- RANCH
- ITALIAN



300 ML

ขวด
1 โครงสร้าง (ออกแบบ)
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์รวม

TOMATOES SAUCE & CHILLI SAUCE



300 G 600 G

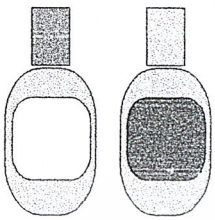
ขวด
1 โครงสร้าง (ออกแบบ) x 2 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์รวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดเครื่องปรุงประกอบอาหาร

OLIVE OIL

-PURE
- EXTRA VIRGIN

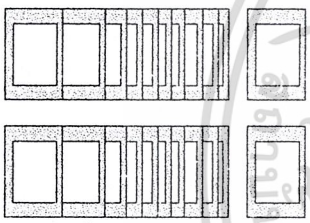


250 ML

ขวด
1 โครงสร้าง (ออกแบบ)
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

SPAGHETTI SEASON MIX

- ITALIAN
- TICK



ซอง
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

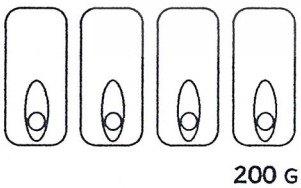


Display
1 โครงสร้าง (ออกแบบ)
1 กราฟฟิกหลัก

หมวดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทันที

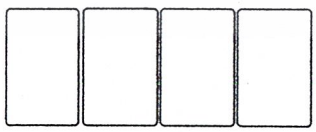
PASTA CAN

- MEXICAN
- ITALIAN
- FLORIDA
-SPICY



200 G

กระป๋องโลหะ
1 โครงสร้าง (ออกแบบ)
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม

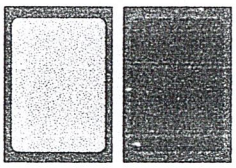


กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FROZEN SPAGHETTI & MACCARONI

- SEAFOOD SAUCE
- MEAT SAUCE

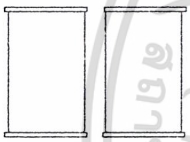


250 G

กล่องกระดาษ
1 โครงสราง (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม

PASTA SOUP

- MEAT SOUP
- VEGETABLE SOUP



300 G

กระป๋อง
1 โครงสราง (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม

สรุป		
โครงสร้างออกแบบ	7	โครงสร้าง
โครงสรางมาตรฐาน	8	โครงสราง
กราฟฟิกหลัก	16	กราฟฟิก
จำนวนชิ้นงาน	45	ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป

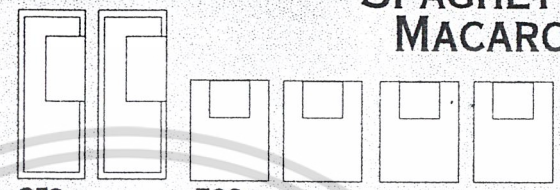
โครงสร้างออกแบบ	7	โครงสร้าง
โครงสรางมาตรฐาน	8	โครงสราง
กราฟฟิกหลัก	16	กราฟฟิก
จำนวนชิ้นงาน	45	ชิ้น

แผนภาพแสดงขอบเขตด้านปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปตราเดลิซิโอโซ

โลโก้ส่งเสริมการขาย

Delizioso

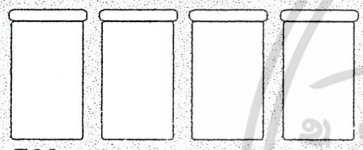
หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป



SPAGHETTI
MACARONI

เส้นแบบแท่งยาว
เสนแบบแทงยาว
รูปเกลียว
รูปหอย
รูปโบว์
รูปหลอดสั้น

หมวดเครื่องปรุงรสอาหาร



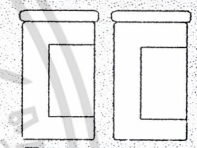
SPAGHETTI SAUCE

- MUSHROOM SAUCE
- MEAT SAUCE
- SEAFOOD SAUCE
- SPICY SAUCE

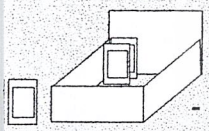


SALAD CREAM

- REGULAR
- LOW FAT



SALAD CREAM



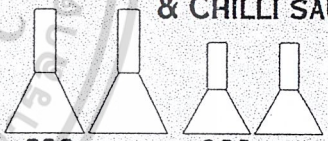
- REGULAR
- LOW FAT

SALAD DRESSING

- THOUSAND ISLAND
- FRENCH
- RANCH
- ITALIAN



TOMATOES SAUCE
& CHILLI SAUCE

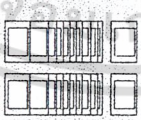


หมวดเครื่องปรุงประกอบอาหาร

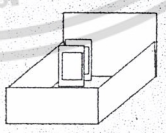


OLIVE OIL

-PURE
- EXTRA VIRGIN

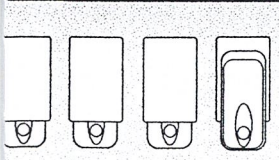


SPAGHETTI SEASON MIX



- ITALIAN
- TICK

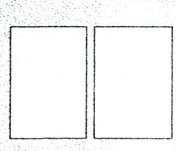
หมวดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทันที



PASTA CAN

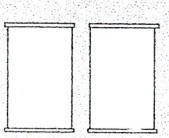
- MEXICAN
- ITALIAN
- FLORIDA
- SPICY

FROZEN SPAGHETTI & MACCARONI



- SEAFOOD SAUCE
- MEAT SAUCE

PASTA SOU



- MEAT SOU
- VEGETABLE SOU

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

1.ศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิม ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และผลิตภัณฑ์ข้างเคียง

2.ศึกษาวิจัยพฤติกรรมการซื้อและศึกษาด้านจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

3.ศึกษาวิจัยตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบัน และแนวโน้มตลาดในอนาคต

4.ศึกษาด้านวัสดุและระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมแก่การนำไปใช้

5.ศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาสีและวิจัยความเหมาะสมในการนำไปใช้

6.ศึกษา ERGONOMIC ที่เกี่ยวข้องกับด้านการออกแบบ

7.ศึกษาเกี่ยวกับภาพประกอบ สัญลักษณ์ และกราฟฟิกที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

8.ศึกษาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติอาหารและยาในส่วนที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ

9.ศึกษาด้านบรรจุภัณฑ์อาหาร และ REQUIREMENT ของอาหารแต่ละชนิด ด้านรูปแบบ ขนาด และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบรรจุที่ถูกต้องเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม

10.ศึกษาการจำหน่ายของอาหารแต่ละชนิดตามแหล่งจำหน่ายต่างๆ

11.ศึกษากรรมวิธีในการบรรจุ การขนส่ง และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.บรรจุภัณฑ์จะช่วยส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้สามารถเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคโดยตรง

2.บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และสามารถสื่อความหมายให้กับผู้บริโภคเกิดจินตภาพเกี่ยวกับตัวสินค้าดีขึ้น และช่วยให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อเพิ่มมากขึ้น

3.มุ่งเน้นในการสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย

4.ภาชนะบรรจุมีความสะดวกในการขนส่ง เก็บรักษา การจัดจำหน่าย และสะดวกเมื่อถึงมือผู้บริโภค

5.ส่งเสริมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายในประเทศ และยกระดับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย

6.กระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก

7.บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วมของผลิตภัณฑ์มีความเป็น Coporate Identity

8.ส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และทัศนคติอันดีต่อผลิตภัณฑ์

9.บรรจุภัณฑ์มีส่วนอำนวยประโยชน์ทางด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2 การค้นคว้า การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป

พาสต้า (PASTA)

ถ้ากล่าวถึงคำว่า "มักกะโรนี" หรือ "สปาเกตตี้" หลายคนมักจะนึกถึงเส้นหมี่หรือแป้งที่เป็นเส้นยาวๆ สีเหลืองวางขดกันเป็นก้อนอยู่ในจาน แล้วมีน้ำซอสราดบนตัวแป้งเส้นหมี่ นี้พร้อมกับมีผักสลัดสีสันต่างๆ แต่งประดับมาบนจาน มองดูแล้วน่ากิน

แต่ไม่ว่าจะเป็นมักกะโรนีหรือสปาเกตตี้ ทั้งสองรวมเรียกอยู่ในคำๆ เดียวคือ พาสต้า ซึ่งก็คือ แป้งหมี่ชนิดหนึ่งทำมาจากเมล็ดข้าวสาลีที่เรียกว่า ดูรัมวีต และเซโมลินา โดยนำมาผสมกันระหว่างน้ำกับไข่

หากมองย้อนไปถึงวัตถุดิบในการผลิตพาสต้า ซึ่งก็คือ ดูรัมวีตนี้ เป็นพันธุ์ข้าวสาลีที่มีปลูกกันมากในอิตาลี ในแถบเมดิเตอร์เรเนี่ยน ตะวันออกกลาง รัสเซีย อเมริกาเหนือและอเมริกาใต้ ดูรัมวีตมีลักษณะพิเศษกว่าพันธุ์ข้าวชนิดอื่นๆ กล่าวคือ มีลักษณะแข็ง อุดมด้วยโปรตีน และมีความเหนียวเป็นพิเศษเมื่อนำมาทำพาสต้า เมื่อแรกนั้นเชื่อกันว่าในศตวรรษที่ 14 มีนักสำรวจท่านหนึ่งชื่อว่า มาร์โคโปโล ได้เป็นผู้นำพาสต้าเข้าไปยังอิตาลีโดยนำมาจากจีน แต่ภายหลังพบหลักฐานอ้างอิงว่า พาสต้าที่มาจากเกาะ ซิซิลี ตั้งแต่สมัยยุคกลาง ดังนั้น พาสต้าจึงเป็นอาหาร เริ่มแรกของชนชาวอิตาลีเป็นเวลานานหลายปีมาแล้ว จนกระทั่งล่วงมาถึงศตวรรษที่ 20 Macaroni และ Vermicelli ซึ่งเป็นพาสต้าชนิดหนึ่งก็ได้เป็นอาหารยอดฮิตของชาวฝรั่งเศส

ชนิดของพาสต้า

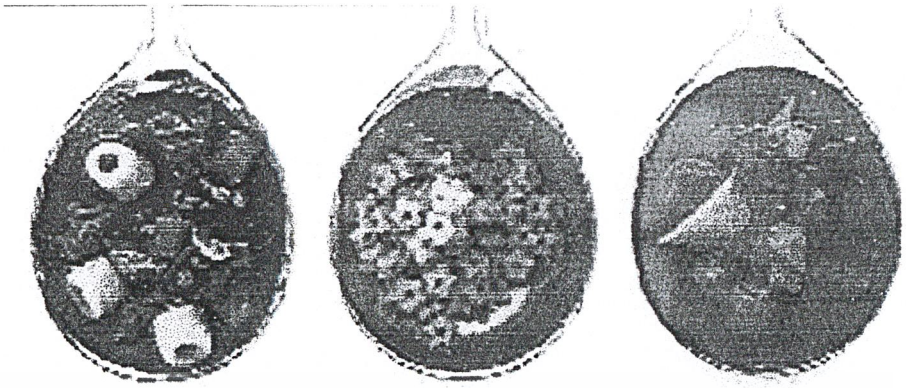
พาสต้ามีอยู่ 2 ชนิด คือเป็นแบบแห้งและพาสต้าสด ในลักษณะที่แห้งนั้นจะมีความพิเศษอยู่คือ สามารถเก็บรักษาได้ในระยะเวลานาน ในส่วนของพาสต้าสดนั้น มักจะรีบทานก่อนที่จะแห้ง พาสต้าสดจะเป็นพวกสปาเกตตี้ ราวิโอรี ลาซันย่า พาสต้าสดมักจะทำกันในลักษณะธุรกิจเล็กๆ หรือทานในบ้าน

<u>เมนูปกติของพาสต้า</u>

ส่วนใหญ่แล้วรายการอาหารที่ผลิตจากพาสต้ามักจะมาจากอิตาลี ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2-3 ประเภท คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

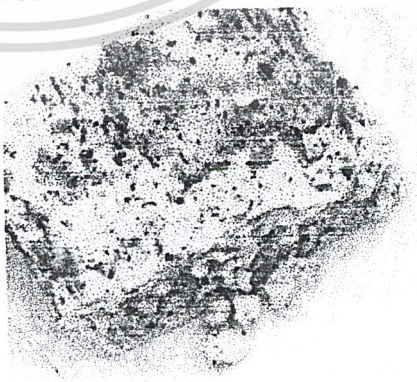
A.Pasta for Soup เป็นพาสต้าที่ใช้สำหรับผสมทานกับซุป



B.Pasta for boiling เป็นพาสต้าชนิดที่นิยมชมชอบกันมาก มีหลายรูปแบบ ทั้งรูปทรงกลม ทรงกระบอก ทรงเกลียว บางชนิดก็เป็นแผ่นบางๆ



C.Pasta for Baking เป็นพาสต้าที่ใช้สำหรับการอบ แต่ก่อนที่จะนำไปอบนั้น จะต้องนำไปต้มเสียก่อน พาสต้าพวกนี้จะเป็น พวกลาซานย่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สลัด (SALAD)

เราอาจแบ่งประเภทของสลัดตามวิธีการจัดเสิร์ฟ โดยทั่วๆ ไป มี 3 แบบ

1. **สลัดที่ใช้เสิร์ฟจานแรก หรือเรียกว่าสลัดเรียกน้ำย่อย**
2. **สลัดที่ใช้เสิร์ฟมาพร้อมกับอาหารจานสำคัญ คือ เนื้อสัตว์ บางทีเรียก Side Salad**
3. **สลัดจานสำคัญ Main Dish Salad**

สลัดที่เสิร์ฟจานแรกก่อนอาหารอื่นๆ จะเป็นการกินอาหารแบบฝรั่ง เช่น ก่อนจะเสิร์ฟปลาหรือเนื้ออบ เขาจะเสิร์ฟสลัดจานนี้ก่อน โดยจะจัดใส่จานเล็กๆ มาเสิร์ฟ ส่วนมากเป็นผักใบเขียวต่างๆ หรืออาจเป็นสลัดผักอย่างใดอย่างหนึ่งไปเลย เช่น พวกแตงกวา มะเขือเทศ ผักกาดหอม กะหล่ำปลี รสชาดของสลัดพวกนี้จะค่อนข้างเปรี้ยวเนื่องจากเป็นการเรียกน้ำย่อยจริงๆ ซึ่งถ้าอาหารจานแรกรสหวานจะทำให้อิ่ม

สลัดที่ใช้เสิร์ฟมาพร้อมกับอาหารจานสำคัญ บางทีเรียกว่า Side Salad มีการจัดมาในจานเดียวกับอาหาร เช่น ปลาอบ หรือเนื้ออบ การจัดสลัดแบบนี้ใช้ในมื้อกลางวัน ประเภท Ala-carte จะเป็นสลักผักสดประเภท Coleslaw คือ กะหล่ำปลีหั่นฝอย แครอทหั่นฝอย วางบนผักกาดหอม ราดน้ำสลัดน้ำข้น หรือน้ำใสก็ได้

Main Dish สลัดจานสำคัญ เป็นจานที่มีคุณค่าอาหารครบ ทั้งแป้ง เนื้อสัตว์ ผัก รวมกันมาในจาน

นอกจากจะทำผักทำสลัดแล้วก็ยังมีสลัดผลไม้ ด้วย ซึ่งปกติมักจะเสิร์ฟตอนเช้า ผลไม้ที่นิยมก็เป็น แอปเปิ้ล และสับปะรด ราดด้วยน้ำสลัดน้ำใส สลัดจะอร่อยอยู่ที่น้ำสลัด น้ำสลัดที่นิยมเป็นพวก มายองเนส น้ำสลัดแบบข้น ซึ่งแยกออกมาได้เป็น Thousand Island , Maxican Mayonaise , น้ำสลัดเนยแข็ง น้ำสลัดข้นนี้จะมีส่วนผสมของ ไข่แดง น้ำมันสลัด เกลือ พริกไทย มัสตาร์ด น้ำส้มสายชู น้ำมะนาว และน้ำตาล ผสมเข้าด้วยกัน

น้ำสลัด (Salad Dressing) น้ำสลัดนั้นจัดเป็นซอสได้อย่างหนึ่ง การปรุงน้ำสลัดจะต้องให้มีรสเข้ากับ เครื่องปรุงสลัด น้ำสลัดมี 2 ชนิด คือ น้ำสลัดชนิดใส ได้จากการเอาน้ำมันสลัดผสมกับน้ำส้ม ได้แก่ ซอสไวนิเกรต (Vinaigrette) กับ French Dressing ส่วนน้ำสลัดชนิดข้นใช้มายองเนสเป็นหลัก อาจมีส่วนผสมของครีม นมสด และเครื่องปรุงอื่น ซึ่งผันแปรไปตามตำรับ

ก. **Vinaigrette Sauce** เป็นน้ำสลัดชนิดใส ทำง่ายๆ โดยรินน้ำมันสลัด 6 ช้อนโต๊ะ กับน้ำส้ม 2 ช้อนโต๊ะ ใส่ขวดปิดฝาให้สนิท แล้วเขย่าให้เข้ากันจนได้เป็นเนื้อเดียวกัน ปรุงรสด้วยเกลือพริกไทยให้มีรสเปรี้ยวนำ อาจตกแต่งด้วยผักชีฝรั่งสับ ต้นหอม ทาร์รากอน หอมใหญ่ แคเปอร์ อย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มีสีสันและมีกลิ่นหอมเครื่องเทศ

เอกสารนี้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข. French Dressing ทำวิธีเดียวกับ Vinaigrette Sauce ใช้น้ำมันสลัด 8 ช้อนโต๊ะ น้ำส้ม 4 ชอนโต๊ะ ใส่ขวดเขย่า ปรุงรสด้วย Mustard เกลือ พริกไทย French Dressing อาจมีการเติมกลิ่นเครื่องเทศ เพิ่มเข้าไป

ค. Sauce Remoulade เป็นน้ำสลัดชนิดข้นอย่างหนึ่ง มีส่วนผสมของมายองเนส ผักชีฝรั่ง ต้นหอม แคเปอร์ ผักดอง และแองโชวี่

ง. Sauce Andalouse น้ำสลัดชนิดข้น ใช้มายองเนส ผสมกับซอสมะเขือเทศ และพริกหวานสับ

จ. Mint Sauce เป็นซอสผสมระหว่างใบสะระแหน่สับละเอียดกับน้ำส้มปรุงรสด้วยน้ำตาลเล็กน้อย หมักไว้ประมาณ 30 นาที เสิร์ฟกับเนื้อแกะอบ

ซอสที่รับประทานกับสลัด นอกจากประเภทและชนิดต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ยังมีอีกหลากหลายชนิด ซึ่งบางทีก็อาจเรียกชื่อที่ต่างกันตามสูตร ซึ่งใช้ความคุ้นเคยและความนิยมของวัฒนธรรมในประเทศต่างๆ กันออกไปนอกจากนี้ยังมีซอสเย็น (Cold Sauce) เป็นซอสที่เสิร์ฟได้กับสลัด ออเดิร์ฟ เนื้อไก่ ปลา ซอสประเภทนี้คือ พวก มายองเนส ซึ่งจะเป็นหลักในการทำสลัดน้ำข้น เช่น TarTar Sauce หรือ Thousand Island

TarTar Sauce ใช้มายองเนส ผสมไข่เป็นชิ้น หอมใหญ่ และต้นหอมที่หั่นละเอียด เสิร์ฟกับปลาทอดหรืออาหารทะเล

Thousand Island นำมายองเนส 4 ช้อนโต๊ะ เติมซอสพริก ซอสมะเขือเทศ น้ำส้มสายชู พริกไทยสดสับ และพริกแดงป่น เป็นน้ำสลัดชนิดข้น

น้ำมันมะกอก

คนไทยไม่นิยมใช้มะกอกปรุงอาหาร เว้นแต่ใช้ยอดจิ้มน้ำพริก และลูกดิบจิ้มเกลือเป็นของขบเคี้ยวเล่น แต่ในแถบเมดิเตอร์เรเนียน เช่น กรีก อิตาลี ตุรกี น้ำมันมกอกเป็นส่วนประกอบสำคัญในอาหารหลายชนิด

มะกอกเป็นพืชในวงศ์ Oleaceae มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า Olea europaea ลำต้นมะกอกสูงใหญ่สูงตังแต่ 3 เมตร ถึง 18 เมตร หรือเท่ากับบ้าน 1 ชั้นถึง 6 ชั้น ใบมะกอกใหญ่สีเขียวสดใต้ใบเหลือบเงิน ผล รับประทานได้ ต้นมะกอกค่อนข้างทนทานทุกสภาพสภาวะอากาศ หากลำต้นเน่าเปื่อย ผุพัง ยอดใหม่ก็พร้อมที่จะแทงจากราก

มีหลักฐานว่ามะกอกที่รับประทานได้ กำเนิดที่เกาะครีต ประมาณ 5500 ปีมาแล้ว คนไทยนิยมใช้น้ำมันมะกอกหมักผมให้นิ่มสลวย แต่ในแถบเมดิเตอร์เรเนียน น้ำมันมะกอกใช้ในการปรุงอาหารคู่ครัว น้ำมันมะกอกได้จากการบีบผลมะกอกที่แก่จัด ในผล 100 กรัม จะให้น้ำมันถึง 20-30 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำมันมะกอกมี 5 เกรด คือ

1. VIRGIN ได้จากการบีบครั้งแรกน้ำมันมะกอก
2. PURE ชนิดรับประทานเกิดจากส่วนผสมระหว่างเกรด REFINE กับ VIRGIN
3. REFINE เกรดการค้า เป็นน้ำมันมะกอกที่ให้ความบริสุทธิ์โดยสกัดเกรดกลิ่นและสีออกแล้ว
4. LAMPANTE เกรดนี้ใช้เติมตะเกียง ได้จากการสกัดกากมะกอกที่เหลือจากการบีบครั้งแรก
5. SULFINE เป็นเกรดที่สกัดซ้ำๆ ด้วยสารละลาย

ประเทศที่ทำการผลิตน้ำมันมะกอกรายใหญ่ที่สุดคือสเปน (กว่า 25 %) ตามมาด้วย กรีก ตุรกี ตูนิเซีย โมรอกโก ซีเรีย และโปรตุเกส ประมาณว่ามีมะกอกกว่า 500 ล้านต้นในยุโรป ผลมะกอกสุกนำมาถอดเมล็ดยัดไส้ด้วยพริกแดงหวาน เป็นอาหารมีชื่อ ไม้มะกอกเป็นไม้เนื้อแข็งที่มีราคา เหมาะสำหรับการทำเฟอร์นิเจอร์

พิซซ่า

เป็นอาหารที่แพร่หลายและเป็นที่นิยมของคนทั่วโลก โดยต้นตำรับ ของพิซซ่ามาจากอิตาลี พิซซ่ามีส่วนผสมไม่กี่อย่างคือ มีแป้งขนมปังที่คลึงเป็นแผ่นบางๆ ปูลงถาด แล้วทาด้วยมะเขือเทศบด โรยด้วยเนยแข็งปาร์มีซัน หรือมอสซาเลลล่า โรยด้วยกระเทียมป่น และเครื่องเทศคือ ออริกาโน แล้วจึงอบ

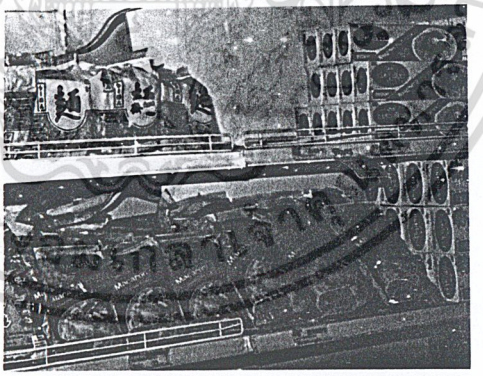
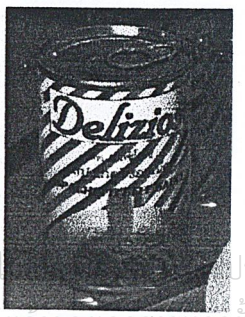
พิซซ่าของอิตาลีจริงๆ ไม่ปรุงรสมะเขือเทศที่ทำเป็นซอส ถ้าเป็นของอเมริกันจะปรุงรสซอสก่อนๆ จะทาลงบนแผ่นแป้ง พิซซ่ามีหลายหน้า เช่น หน้าเนื้อ หน้าปู หน้าไข่ปลาคาเวียร์ หน้าทะเล และอื่นๆ ซึ่งจะสามารถทำให้เข้ากับวัฒนธรรมและความชอบของที่ต่างๆ ในโลก พิซซ่ากินได้ตลอดทุกมื้อ พิซซ่ามาจากคำที่มีความหมายว่า การปรุงรส คือปรุงรสด้วยซอสมะเขือเทศ พริกหวาน เครื่องเทศ เช่น ออริกาโน่ ใบกระวาน กระเทียมป่น

พิซซ่าที่มีขายภายในประเทศนั้น มีแป้ง 2 ชนิด คือแป้งแบบขนมปัง และแป้งแบบแป้งพายร่วน ส่วนพิซซ่าชิ้นที่ขายในฝรั่งเศส เป็นแป้งแบบพายร่วนและทำอันเล็กๆ ที่นั่นเรียกว่า Miniature นิยมใช้ในงาน Cocktail และทำเป็นอาหารว่าง ส่วนในอเมริกาและเยอรมัน พิซซ่าจะขายพร้อมกับเบียร์ซึ่งเป็นอีกวัฒนธรรมหนึ่ง

ส่วนผสมของพิซซ่าแบบแป้งขนมปัง ก็จะมี แป้งสาลี ยีสต์ น้ำอุ่น เกลือ และน้ำตาล และบางตำรับใส่ออริกาโน่ลงในแป้งด้วย การปูแป้งพิซซ่าลงในถาดต้องกลางจะบางตรงของจะหนา ถ้าขอบบางจะไหม้เมื่ออบ ถ้าหนาแป้งนั้นก็จะไม่สุกได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.ลักษณะบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดที่นำมาทำการศึกษา

ชนิด	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาด
<u>พาสต้าสปาเกตตี้</u> ก.เส้นพาสต้า	1.**กล่อง** เหมาะสำหรับเส้นพาสต้าเส้นยาว ขนาดบรรจุแบบ 250 g และ 500 g รวมทั้งทางบริษัทใช้การบรรจุแบบกล่องทั้งหมด เพื่อให้มีความ coporate ของสินค้ามากขึ้น และเหมาะในการแสดงสินค้า  2.**ถุงพลาสติก** ส่วนมากใช้กับสินค้าจำพวกพาสต้าลักษณะต่างๆ เช่น รูปแบบโบว์ รูปเกลียว รูปทรงหอยและรูปอื่นๆ เนื่องจากช่วยในการแสดงลักษณะสินค้าได้ชัดเจน ขนาด 250,500 g 
ข.ซอสสปาเกตตี้	1.**กระป๋องโลหะ** เหมาะสำหรับบรรจุสินค้าที่น้อยกว่า 300 g เนื่องจากแบบนี้จะเหมาะกับการใช้ครั้งเดียว 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	2.**ขวดแก้ว** มีข้อดีเป็นการแสดงลักษณะสินค้าภายในซึ่งแสดงถึงความสด สีของผลิตภัณฑ์ ขนาดตั้งแต่ 250-860 กรัม มีข้อดีสำหรับการนำไปใช้หลายๆ ครั้ง เพราะเป็นภาชนะแบบปิด-เปิดได้ 
ค.สปาเกตตี้และมักกะโรนีแบบพร้อมรับประทาน	1.**กล่องกระดาษ**บรรจุสามารถเข้าในไมโครเวฟเพื่อการอุ่นได้ ขนาดบรรจุ 240-260 กรัม เช่นของ S&P , Saranjai เป็นแบบผลิตภัณฑ์แบบแห้งประเภทผัด  2.1.**กระป๋องโลหะ** ส่วนมากเป็นพาสต้าซุป เทใส่ภาชนะและนำไปรับประทานต่อไป ขนาดบรรจุประมาณ 300 กรัม ของบริษัท Campbell's 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวน ... ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.อีกแบบหนึ่งเป็นของบริษัท Johnwest เป็นพาสต้าผัดในรสชาติอาหารแบบต่างๆ ขนาดบรรจุ 200 กรัม



3.**ซองฟิล์มเคลือบ** บริษัทคนอร์ ได้ออกสินค้าชนิด ซุปมักกะโรนีกึ่งสำเร็จรูป ขนาดบรรจุ 60 กรัม ซึ่งใช้งานด้วยการเติมน้ำ และต้ม 3 นาที

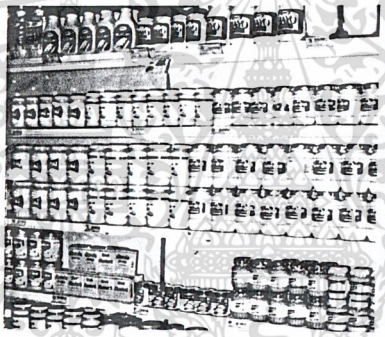


ง.ผงทำสปาเกตตี้

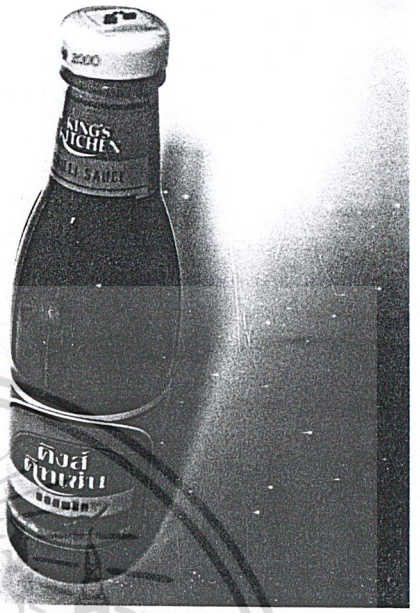
1.**ฟิล์มเคลือบ** ขนาดบรรจุ 35-45 กรัม เป็นลักษณะสินค้าการเปิดเพียงครั้งเดียว



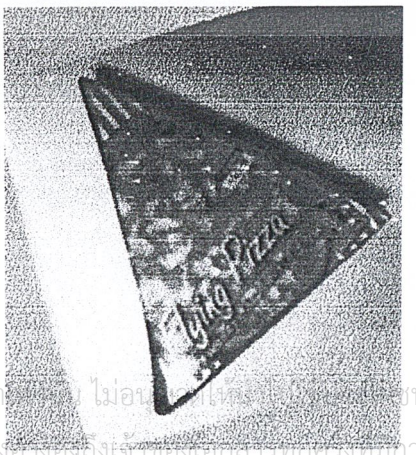
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครีมสลัด	1.**ซองพลาสติก** และตลับพลาสติก ขนาดบรรจุ 65-180 g เหมาะสำหรับการบริโภคเพียงครั้งเดียว ส่วนมากการวางจำหน่ายอยู่ตรงชั้น Salad Bar  2.**ขวดแก้ว** ขนาดบรรจุตั้งแต่ 220-680 กรัม เหมาะสำหรับการบริโภคที่ตั้งใจจะเก็บใช้หลายครั้ง ขนาดบรรจุน้อยใช้สำหรับการใช้ครั้งเดียว หรือผู้พักอาศัยคอนโด หอพัก ขนาดบรรจุมากก็ใช้กับครอบครัวขนาดเล็กหรือขนาดกลาง   3.**ขวดพลาสติก** ขนาดบรรจุประมาณ 300 ml เป็นของบริษัท KRAFT ซึ่งเหมาะสำหรับการจับ ถนัดและบรรจุภัณฑ์มีผลดีต่อการเทน้ำสลัด 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซอสปรุงรส	1.**ขวดแก้ว** ได้รับความนิยมสูงสุด จับถนัดมือ และสินค้าในตลาดแข่งขันสูง มีฝาทั้งแบบฝาโลหะและฝาพลาสติก ขนาดตั้งแต่ 300 กรัมขึ้นไป  2.**ขวดพลาสติก** มีขนาดบรรจุ 300-600 กรัม  3.**กระป๋องโลหะ** ขนาดบรรจุประมาณ 300-1000 กรัม ส่วนมากใช้กับประเภทมะเขือเทศล้วน เช่น บริษัท S & W เหมาะสำหรับใช้เพียงครั้งเดียวหรือเหมาะกับภัตตาคาร ร้านอาหารที่มีการใช้มาก 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำมันมะกอก	**ขวดแก้ว** มีบรรจุภัณฑ์แบบเดียว เนื่องจากความใส สวยงาม และดูมีความเก่าแก่ ขนาดตั้งแต่ 250,500,750 และ 1,000 ml 
อาหารทะเล	1.**กระป๋องโลหะ** มีทั้งแบบคอกเทล และสินค้าแบบพร้อมปรุง บรรจุประมาณ 105-200 กรัม  2.**ขวดแก้ว** ส่วนมากเป็นการบรรจุส่งออก ไม่นิยมภายในประเทศนัก 
PIZZA	**กล่องกระดาษ** มีการขายเป็นชิ้นและเป็นถาด 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

1.บรรจุภัณฑ์สำหรับเส้นพาสต้า ในปัจจุบันเราได้รับพาสต้าเข้ามาจากตะวันตกมากมายหลายชนิดด้วยกัน ซึ่งสามารถแยกได้ตามลักษณะรูปลักษณ์ และขั้นตอนในการประกอบอาหาร จึงทำให้ผู้บริโภคอาจเกิดความสับสนได้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของอาหารประเภทนี้ จึงควรมีชื่อ รูปภาพและคำอธิบายลักษณะอาหารชนิดนั้นๆ ระบุอย่างชัดเจน เพื่อให้ได้ตรงตามความต้องการ และเป็นการยกระดับความเป็นสากล และเสริมความรู้ให้กับผู้บริโภคให้รู้จักลักษณะของอาหารทางตะวันตกอย่างถูกต้อง

2.บรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำมันมะกอก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างแพง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์จึงต้องช่วยส่งเสริมสินค้าให้ดูน่าเชื่อถือ น่ารับประทาน สะอาด ถูกหลักอนามัย จึงเลือกใช้เป็นขวดแก้วใส เพื่อให้เห็นถึงความใสของสินค้าได้อย่างชัดเจน

3.บรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำสลัด ครีมสลัดและซอสปรุงรส จะมีหลายประเภท ให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคได้ตามความชอบ และความต้องการของตัวเอง บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงต้องมีรูปภาพที่แสดงชัดเจน และคำอธิบายด้านหลังเพื่อแสดงส่วนประกอบของสารอาหารที่แตกต่างกัน

4.บรรจุภัณฑ์สำหรับผงทำสปาเกตตี้ซอส ลักษณะของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียว บรรจุภัณฑ์จึงควรมีลักษณะเป็นซองที่มีปริมาตรไม่มากนัก เปิดใช้ทีเดียวแล้วทิ้งได้เลย และฉลากก็ควรระบุชนิดและขั้นตอนการใช้ผงสปาเกตตี้ซอสในแต่ละแบบให้ถูกต้องและชัดเจน

5.บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารแช่แข็ง ควรจะมีขั้นตอนในการปฏิบัติก่อนรับประทาน ระบุไว้ในแต่ละกล่อง เพื่อผู้บริโภคจะได้ปฏิบัติตามขั้นตอนได้ถูกต้อง

6.บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารกระป๋อง บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ ทำขึ้นมาเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ให้มีมากขึ้นจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีในป้องตลาด จึงทำให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจด้วยลักษณะกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และพื้นที่ในการโฆษณาที่เพิ่มขึ้นบนบรรจุภัณฑ์

7.ผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแยกเป็นแต่ละประเภท เพราะฉะนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดจึงควรมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คือมีเอกลักษณ์ร่วม เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเป็นเอกภาพให้กับสินค้าโดยรวมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.ข้อมูลการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปโดยรวม

2.2.1.ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด

การสำรวจลักษณะตลาดของผู้อาศัยภายในเมืองนั้น มีลักษณะของการทานอาหารโดยทั่วไปดังนี้ เนื่องจากอาหารนั้นมีความกว้างขวาง ตั้งแต่อาหารที่เป็นวัตถุดิบ จนกระทั่ง อาหารปรุงสำเร็จ ความถี่ในการรับประทาน/ซื้ออาหารประเภทต่าง ๆ

อาหารสำเร็จรูป : อาหารกระป๋อง มีการทานอย่างน้อยอาทิตย์ละครั้ง (เดือนละ 1-2 ครั้ง) และถ้าซื้อไว้ติดบ้านจะเป็นเดือนละ 1-2 ครั้ง **อาหารแช่แข็ง** (อุ่นไมโครเวฟ) ทาน 2-3 วันครั้ง การซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง อาหารตักขายใส่ถุง ทานและซื้อเป็นประจำทุกวันหรือวันเว้นวัน อาหารปรุงสำเร็จใส่แพ็ก ทานและซื้อเป็นประจำวันเว้นวันหรืออาทิตย์ละครั้ง

อาหารกึ่งสำเร็จรูป : จะทานและซื้ออย่างน้อยเดือนละ 1-2 ครั้ง

อาหารปรุงเอง : **อาหารสดใส่แพ็ก**ตามห้าง ซื้อประจำเดือนละ 1-2 ครั้ง อาหารสดจากตลาด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ซื้อประจำอาทิตย์ละครั้ง

บรรดาอาหารสำเร็จรูปต่างๆ จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่สามารถยืนยันถึงการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมในแง่ของอาหารการกินได้อย่างดี โดยเฉพาะกับผู้ที่ต้องไปทำงานนอกบ้านด้วยแล้ว อาหารเหล่านี้ช่วยให้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น ด้วยเหตุนี้อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารพร้อมปรุงจึงกำเนิดขึ้นเพื่อรองรับสถานการณ์ และความต้องการของผู้บริโภคซึ่งกำลังได้รับความนิยมและขยายตัวอย่างรวดเร็วในขณะนี้

ปัจจุบันตลาดอาหารกึ่งสำเร็จรูปพร้อมปรุงในประเทศมีมูลค่าประมาณ 1,000-1,220 ล้านบาท ตลาดที่สำคัญโดยกลุ่มวัยรุ่นจะมีกำลังการซื้อรวมมากกว่า 595 ล้านบาท ซึ่งนอกจากนี้ก็เป็นวัยทำงานซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายก็มีอยู่มากที่พยายามเจาะตลาดให้ครอบคลุมและเหมาะสม

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการ มีขอบเขตที่กว้างครอบคลุมสินค้าในหลายตลาด ดังนั้นการศึกษาในส่วนนี้ จึงมีความจำเป็นต้องจำแนกออกเป็นตลาดย่อยได้ดังนี้

1.ตลาดสปาเกตตี้ สลัด และพิซซ่า สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ คือ

1) เส้นพาสต้ากึ่งสำเร็จรูป (PASTA)
2) ซอสสปาเกตตี้สำเร็จรูป (Spaghetti Sauce)
3) ครีมสลัดและน้ำสลัด (Salad Dressing)
4) พิซซ่า (Pizza)

2.ตลาดซอสปรุงรส สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ คือ

1) ซอสมะเขือเทศ (Tomato Sauce)
2) ซอสพริก (Chilli Sauce)

3.ตลาดผงทำซอสสปาเกตตี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.ตลาดอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานทันที สำหรับไมโครเวฟ (Package Food)

5.ตลาดสินค้าประเภทน้ำมันมะกอก

6.ตลาดอาหารทะลกระป๋อง

2.2.2.ส่วนแบ่งของตลาดแบ่งตามลักษณะของผลิตภัณฑ์

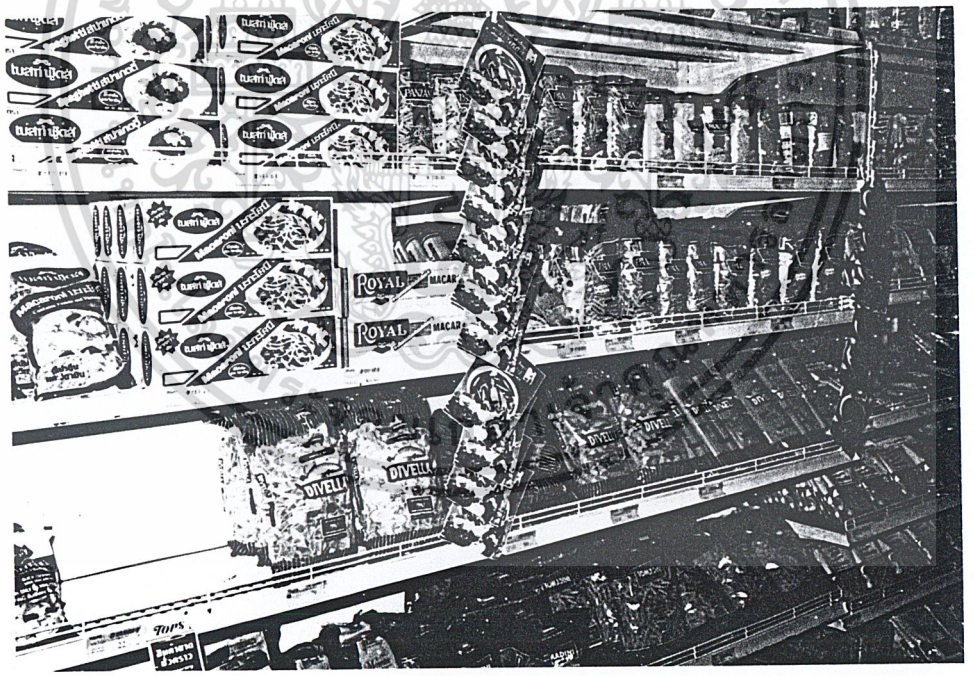
<u>ตลาดสปาเกตตี้ สลัด และพิซซ่า</u>

1.เส้นพาสต้ากึ่งสำเร็จรูป (PASTA)

ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเส้นพาสต้าที่วางจำหน่ายในปัจจุบันแบ่งตามระดับราคา และกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มสินค้าระดับกลาง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มสินค้าระดับบน

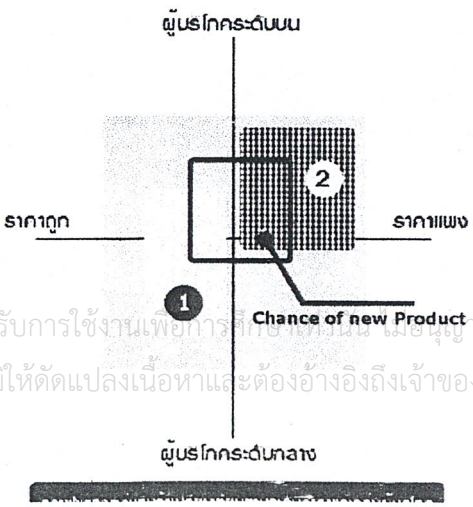


รูปที่ 2.2-1 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทเส้นพาสต้า

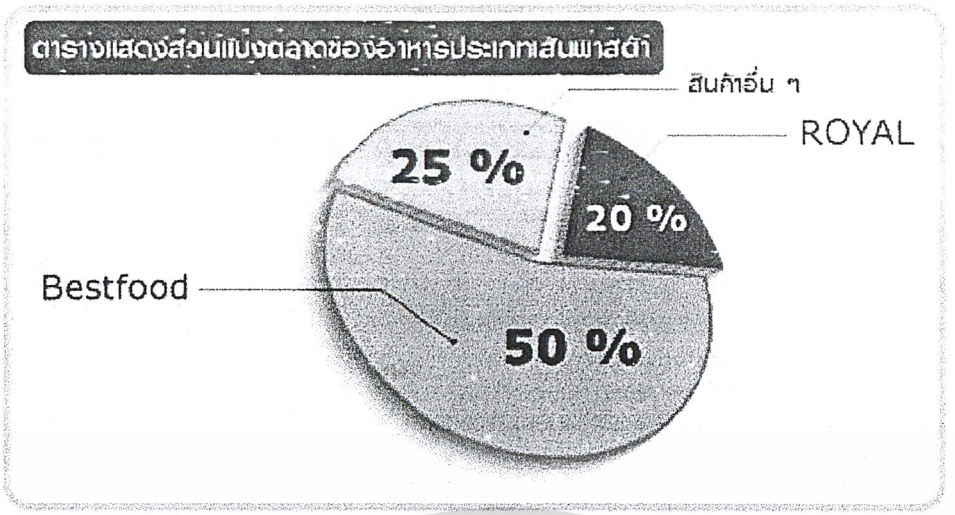
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

กลุ่มที่ 1 (สินค้าระดับกลาง)	กลุ่มที่ 2 (สินค้าระดับบน)
ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ดังนี้ 1.Bestfood ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ * 2.Royal ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ และผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ 3.Spigadoro 4.Oramas * จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ ด้วย คือ กลุ่มครีมสลัด แยม แซน วิชสเปรด เนยเทียม มาการีน ฯลฯ	ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศดังนี้ 1.Divella 2.Agnesi * 3.Panzani 4.Barilla 5.Tomadini 6.San Remo 7.Dececco * จำหน่ายผลิตภัณฑ์ซอสสปาเกตตี้ด้วย
ระดับราคา : ปานกลาง ประมาณ 36-45 บาท	**ระดับราคา** : ราคาสูง ประมาณ 58-135 บาท
ส่วนแบ่งทางการตลาด : 95 %	**ส่วนแบ่งทางการตลาด** : 5 %
กลุ่มผู้บริโภคหลัก : กลุ่มชนชั้นกลาง (ระดับ C) กำลังซื้อปานกลางมีขนาดตลาดใหญ่ที่สุด **กลุ่มผู้บริโภครอง** : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง	**กลุ่มผู้บริโภคหลัก** : ระดับ B ถึง A กำลังการซื้อสูง แต่มีขนาดตลาดที่เล็ก **กลุ่มผู้บริโภครอง** : ระดับ C+ ขึ้นไป ค่อนข้างมีกำลังซื้อสูง
การเลือกซื้อ : 1.เลือกซื้อโดยพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ พร้อมทั้งพิจารณาคุณภาพ หาซื้อได้สะดวก 2.สินค้าเป็นที่รู้จักกันดี น่าเชื่อถือ ภายในประเทศ	**การเลือกซื้อ** : 1.เลือกซื้อเพราะเชื่อถือในคุณภาพของตราสินค้าต่างประเทศต้นตำรับ เชื่อว่าเมื่อราคาสูง คุณภาพก็สูงตาม 2.เลือกเพราะลักษณะรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่าง และเป็นต้นตำรับ 3.เลือกซื้ออย่างมีเหตุผล คือให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา
ช่องทางการจัดจำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ,supermarket , ร้านค้าปลีก , Convenience Store , ร้านค้าส่ง และ minimart ในปั๊มน้ำมัน	**ช่องทางการจัดจำหน่าย** : ห้างสรรพสินค้าระดับกลางและระดับบน ร้านอาหาร ภัตตาคาร เช่น AGNESI สำหรับร้านนารายณ์พิซเซอเรีย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ซอสสปาเกตตี้สำเร็จรูป (Spaghetti Sauce)

ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทซอสสปาเกตตี้ที่วางจำหน่ายในปัจจุบันแบ่งตามระดับราคา และกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นกลุ่มดังนี้

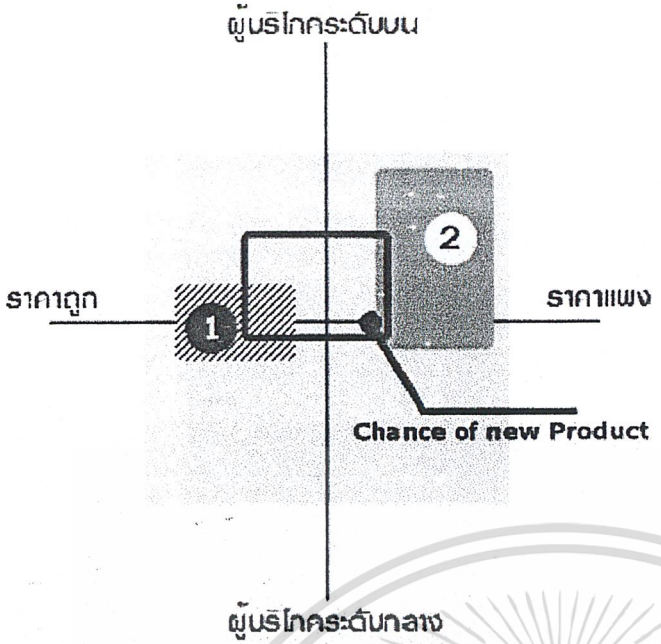
กลุ่มที่ 1 กลุ่มสินค้าระดับกลาง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มสินค้าระดับบน

ตารางแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

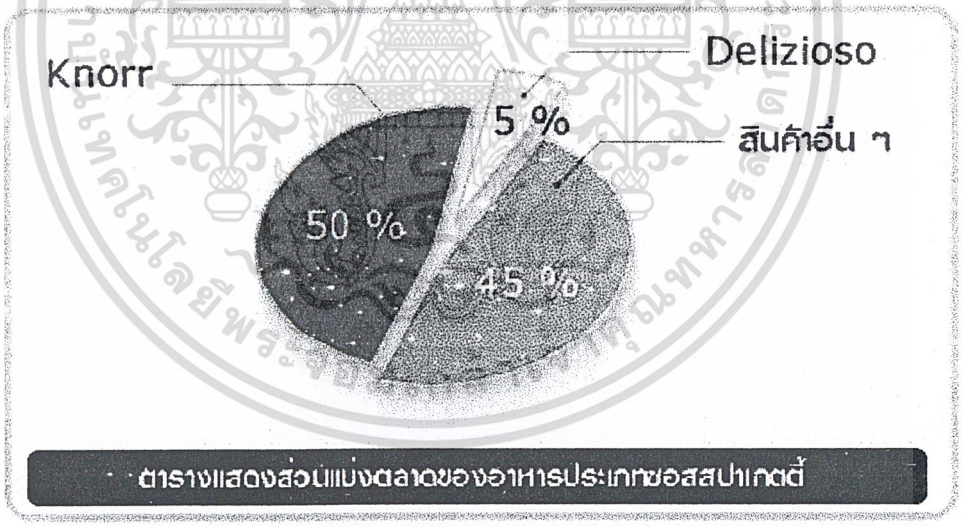
กลุ่มที่ 1 (สินค้าระดับกลาง)	กลุ่มที่ 2 (สินค้าระดับบน)
ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ดังนี้ 1.Delizioso ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 2.HONIHO ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 3.คนอร์ 4.QP ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ภายในประเทศ 5.Heinz	ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศดังนี้ 1.AGNESI 2.PREGO * * เป็นบริษัทลูกของ Campbell 's
ระดับราคา : ปานกลาง ประมาณ 28-45 บาท	**ระดับราคา** : ราคาสูง ประมาณ 68-145 บาท
ส่วนแบ่งทางการตลาด : 85 %	**ส่วนแบ่งทางการตลาด** : 15 %
กลุ่มผู้บริโภคหลัก : กลุ่มชนชั้นกลาง (ระดับ C+) กำลังซื้อปานกลางมีขนาดตลาดใหญ่ที่สุด	**กลุ่มผู้บริโภคหลัก** : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง แต่มีขนาดตลาดที่เล็ก
การเลือกซื้อ : 1.เลือกซื้อตาม BRAND NAME ที่คุ้นเคยเป็นสินค้าที่ชื่อมีการโฆษณาชักชวนมาบ้าง 2.พิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ หาซื้อได้สะดวกรสชาติถูกปากคุ้นเคย 3.เลือกซื้อจากบรรจุภัณฑ์	**การเลือกซื้อ** : 1.เลือกซื้อเพราะเชื่อถือใน BRAND NAME ตราสินค้าต่างประเทศต้นตำรับ เชื่อว่าเมื่อราคาสูง คุณภาพก็สูงตาม 2.เลือกซื้อเนื่องจากรสชาติ ที่เป็นสากล และเหตุผลในการใช้งาน
ช่องทางการจัดจำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ,supermarket	**ช่องทางการจัดจำหน่าย** : ห้างสรรพสินค้าระดับกลางและระดับบน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กราฟแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

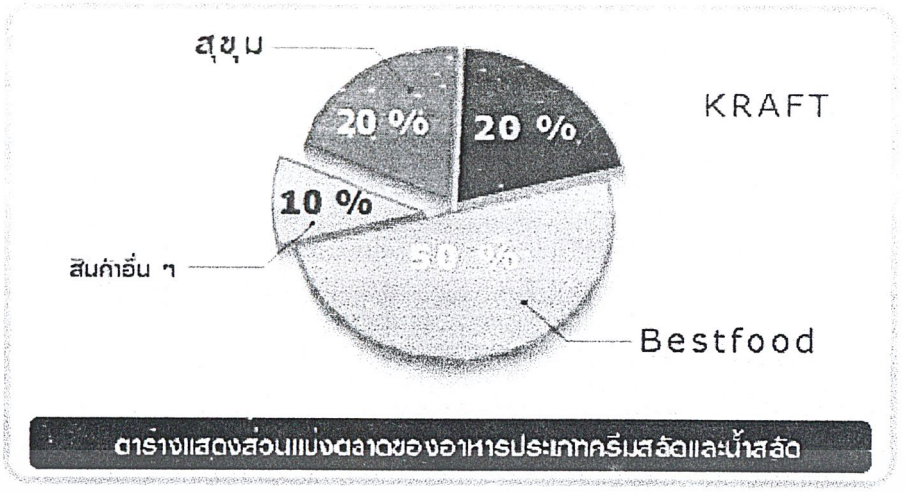
ซอสปรุงรส



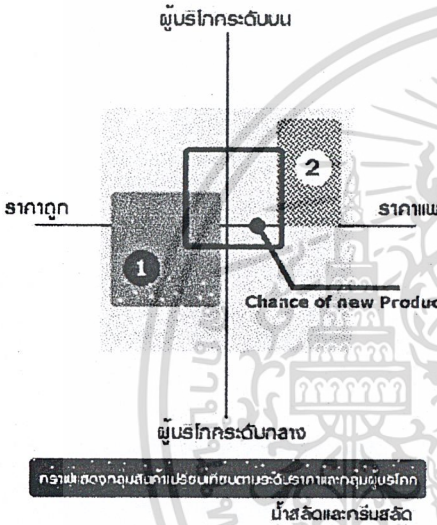
ตารางแสดงส่วนแบ่งตลาดของอาหารประเภทซอสสปาเกตตี้



เอกสารนี้เ[illegible]ชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

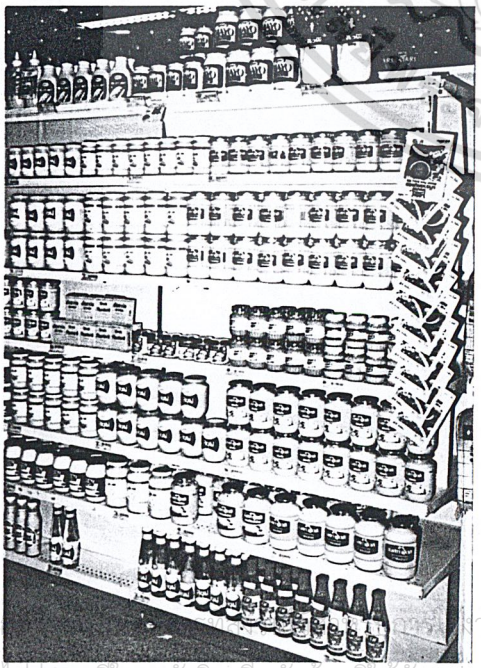


ตารางแสดงส่วนแบ่งตลาดของอาหารประเภทครีมสลัดและน้ำสลัด



กราฟแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

น้ำสลัดและครีมสลัด





รูปที่ 2.2-2 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทครีมสลัดและน้ำสลัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ครีมสลัดและน้ำสลัด (Salad Dressing)

ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทครีมสลัดและน้ำสลัดที่วางจำหน่ายในปัจจุบันแบ่งตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภคได้เป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มสินค้าระดับกลาง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มสินค้าระดับบน

ตารางแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

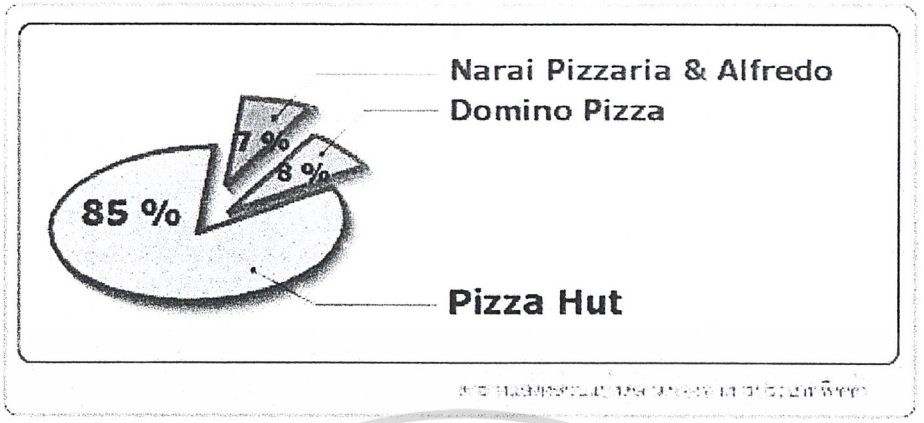
กลุ่มที่ 1 (สินค้าระดับกลาง)	**กลุ่มที่ 2 (สินค้าระดับบน)**
ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ดังนี้ 1.Purefood ผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่น Homemade **2.สุขุม** ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 3.Bestfood **4.QP** ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ภายในประเทศ	ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศดังนี้ 1.Heinz 2.KRAFT 3.S & W
ระดับราคา : ปานกลาง ประมาณ 30-50 บาท	**ระดับราคา** : ราคาสูง ประมาณ 77-120 บาท
ส่วนแบ่งทางการตลาด : 80 %	**ส่วนแบ่งทางการตลาด** : 20 %
กลุ่มผู้บริโภคหลัก : กลุ่มชนชั้นกลาง (ระดับ C) กำลังซื้อปานกลางมีขนาดตลาดใหญ่ที่สุด **กลุ่มผู้บริโภครอง** : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง	**กลุ่มผู้บริโภคหลัก** : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง แต่มีขนาดตลาดที่เล็ก **กลุ่มผู้บริโภครอง** : ระดับ C+ ขึ้นไป ค่อนข้างมีกำลังซื้อสูง
การเลือกซื้อ : 1.เลือกซื้อโดยพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ พร้อมทั้งพิจารณาคุณภาพ หาซื้อได้สะดวก 2.สินค้าเป็นที่รู้จักกันดี น่าเชื่อถือ ภายในประเทศ มีการโฆษณาชักชวน	**การเลือกซื้อ** : 1.เลือกซื้อเพราะเชื่อถือใน BRAND NAME ตราสินค้าต่างประเทศ ต้นตำรับ เชื่อว่าเมื่อราคาสูง คุณภาพก็สูงตาม 2.เลือกซื้ออย่างมีเหตุผล คือให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าโดยเชื่อว่าเมื่อราคาสูง คุณภาพก็สูงตาม 3.เลือกซื้อเนื่องจากรสชาติ ที่เลือก มีความหลากหลายแตกต่างตามวัฒนธรรม
ช่องทางการจัดจำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ,supermarket , ร้านค้าปลีก , Convenience Store , ซุ้ม SALAD BAR และ minimart ในปั๊มน้ำมัน	**ช่องทางการจัดจำหน่าย** : ห้างสรรพสินค้าระดับกลางและระดับบน โดยจำหน่ายบน Shelf และมุม SALAD BAR

4.พิซซ่า แบ่งการขายออกเป็น 3 Segment

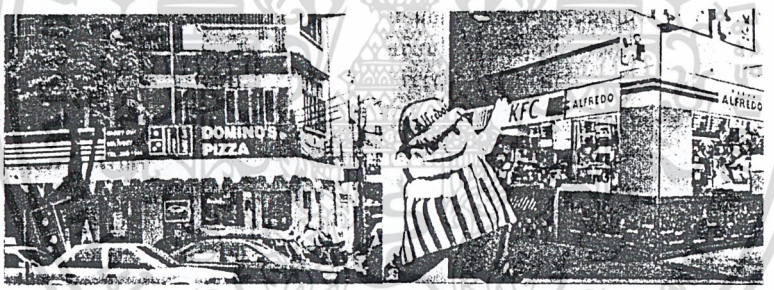
1. **Full Restaurant** มีสัดส่วนประมาณ 50 % จัดกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น มี Pizza Hut แข่งขันกับนารายณ์พิซเซอเรีย เป็นหลัก
2. **Home Delivery หรือ Delco** มีสัดส่วนประมาณ 47 % จับกลุ่มคนทำงานมี Pizza hut แข่งขันกับ Domino Pizza
3. **Take Home** หรือ Kiosk มีสัดส่วนประมาณ 3 % จับกลุ่มแม่บ้านเป็นหลัก Alfredo เป็นผู้นำ Segment นี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดพิซซ่า มีมูลค่ารวมประมาณ 2,000 ล้านบาท โดยแบ่งได้ดังนี้



พิซซ่าสำเร็จรูปแช่แข็ง เพื่อจำหน่ายผ่านช่องทาง Convenience store ต่างๆ เช่น seven eleven , AmPm ร้านขายภายในสถานีบริการน้ำมัน supermarket และช่องทาง kiosk ในห้างสรรพสินค้า



รูปที่ 2.2-3 ลักษณะร้านขายสินค้าประเภท พิซซ่า

ตลาดซอสปรุงรส

ตลาดภายในประเทศ ขยายตัวประมาณ 15-20 % ต่อปี โดยตลาดซอสปรุงรส ภายในประเทศแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

1.**ตลาดระดับบน** มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 15 % ได้แก่ ผู้มีรายได้สูง โรงแรมและภัตตาคารชั้นนำ โดยผู้ผลิตจะเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นจุดขาย

2.**ตลาดระดับกลางและล่าง** มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 85 ได้แก่ ผู้บริโภคในครัวเรือนและร้านอาหารต่างๆ มีการแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจากมีผู้ผลิตจำนวนมาก

- มีผู้ผลิตจำนวนมาก เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบในประเทศ
- ในช่วงที่ผ่านมามีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เพราะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.มีผู้ผลิตรายใหม่ที่เข้ามาลงทุนทำธุรกิจ

2.ผู้ผลิตรายเดิมออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลายทางด้านรสชาดที่เพิ่มขึ้น

ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทซอสปรุงรสที่วางจำหน่ายในปัจจุบันแบ่งตามระดับราคา และกลุ่มผู้บริโภค ได้เป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มซอสมะเขือเทศ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มซอสพริก

ตารางแสดงกลุ่มสินค้าเปรียบเทียบตามระดับราคาและกลุ่มผู้บริโภค

กลุ่มที่ 1 (ซอสมะเขือเทศ)	**กลุ่มที่ 2 (ซอสพริก)**
ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ดังนี้ 1. ROSA ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 2.KING KITCHEN ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 3.**คนอร์** ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ผลิตภายในประเทศ 4.MAGGI ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ผลิตภายในประเทศ 5.Heinz และผลิตภัณฑ์นำเข้า 6.S&W	ได้แก่ยี่ห้อต่างๆ ดังนี้ 1. ROSA ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 2.KING KITCHEN ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ 3.**คนอร์** ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ผลิตภายในประเทศ 4.MAGGI ผลิตภัณฑ์ลิขสิทธิ์ผลิตภายในประเทศ 5.Heinz 6.**ศรีราชาพานิช** 7.**ถนอม** 8.**ฉลากทอง**
ระดับราคา : ปานกลาง ประมาณ 15-25 บาท	**ระดับราคา** : ปานกลาง ประมาณ 15-35 บาท
ส่วนแบ่งทางการตลาด : 85 %	**ส่วนแบ่งทางการตลาด** : 15 %
กลุ่มผู้บริโภคหลัก : กลุ่มชนชั้นกลาง (ระดับ C+) กำลังซื้อปานกลางมีขนาดตลาดใหญ่ที่สุด	**กลุ่มผู้บริโภคหลัก** : ระดับ B ขึ้นไป กำลังการซื้อสูง แต่มีขนาดตลาดที่เล็ก
การเลือกซื้อ : 1.เลือกซื้อตาม BRAND NAME ที่คุ้นเคยเป็นสินค้าที่ชื่อมีการโฆษณาชักชวนมาบ้าง 2.พิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ หาซื้อได้สะดวกรสชาติถูกปากคุ้นเคย 3.เลือกซื้อจากบรรจุภัณฑ์	**การเลือกซื้อ** : 1.เลือกซื้อเพราะเชื่อถือใน BRAND NAME ตราสินค้าต่างประเทศต้นตำรับ เชื่อว่าเมื่อราคาสูง คุณภาพก็สูงตาม 2.เลือกซื้อเนื่องจากรสชาติ ที่เป็นสากล และเหตุผลในการใช้งาน
ช่องทางการจัดจำหน่าย : ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ,supermarket	**ช่องทางการจัดจำหน่าย** : ห้างสรรพสินค้าระดับกลางและระดับบน

ซอสพริก

ปัจจุบันมีมูลค่าตลาดประมาณ 450 ล้านบาท ซอสพริก แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.**ซอสพริกเกรดเอ** ซึ่งเป็นซอสพริกล้วนๆ ไม่เจือปน ได้แก่ ภูเขาทอง, แมกกี้ ,ศรีราชาพานิช เป็นต้น โดยมีศรีราชาพานิช เป็นผู้นำตลาด

2.**ซอสพริกเกรดบี** เป็นซอสพริกที่ทำมาจากพริกผสมแป้ง น้ำตาล และกระเทียม มีราคาค่อนข้างถูก

2.1 ลูกค้าส่วนใหญ่ หรือประมาณ 60% เป็นลูกค้าต่างจังหวัด ส่วนอีกประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

40% เป็นลูกค้าในกรุงเทพ

2.2 ผู้นำตลาดในพริกเกรดนี้ ได้แก่ ม้าบิน รองลงมาได้แก่ ภูเขาทอง, ฉลากทอง, Maggi, Heinz, ROSA, ศรีราชาพานิช และอื่นๆ ตามลำดับ

ซอสมะเขือเทศ

ปัจจุบันมีมูลค่าตลาดประมาณ 200 ล้านบาท ซอสมะเขือเทศ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.ซอสมะเขือเทศ ที่ทำจากมะเขือเทศล้วนๆ

2.ซอสมะเขือเทศ ที่ทำจากมะเขือเทศ ผสม มะละกอ

2.1ผู้นำตลาด คือ ROSA รองลงมาได้แก่ Heinz, ภูเขาทอง, แมกกี้ และอื่นๆ ตามลำดับ

2.2 เครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักได้แก่ ภูเขาทอง, BrooK, Heinz, Maggi, ROSA เป็นต้น

2.3 ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าในกรุงเทพฯ คือ ประมาณ 70% ส่วนที่เหลือประมาณ 30% เป็นลูกค้าในต่างจังหวัด

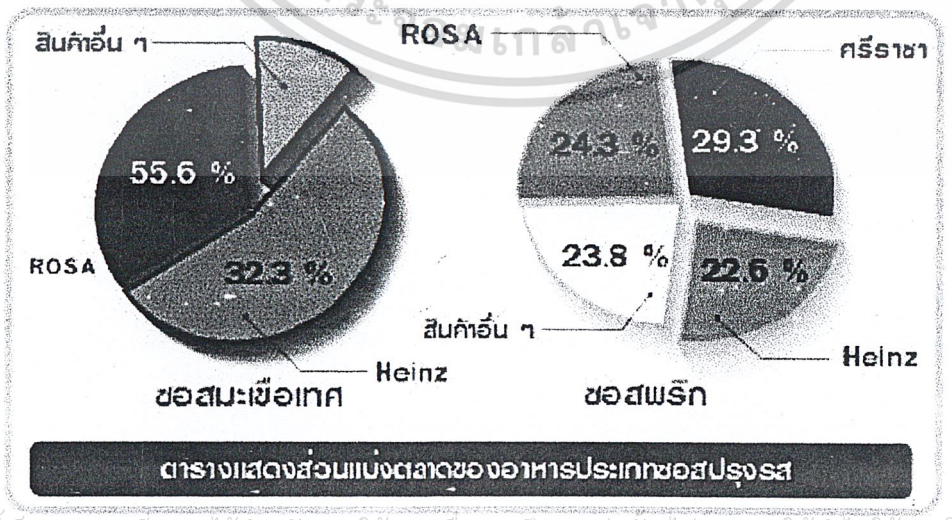
ตลาดต่างประเทศ

ก.ตลาดต่างประเทศขยายตัวประมาณ 20% ต่อปี (ช่วงปี 2539)

ข.ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา การส่งออก ซอสปรุงรสขยายตัวต่อเนื่องทั้งด้านปริมาณและมูลค่า

ค.ช่วง 7 เดือนแรกของปี 2540 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ซอสปรุงรส ขยายตัวร้อยละ 22 และ 32 ตามลำดับ

ง.ตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน ฯลฯ



ตารางแสดงส่วนแบ่งตลาดของอาหารประเภทซอสปรุงรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.2-4 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทซอสปรุงรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดผงทำซอสสปาเกตตี้

เนื่องจากตลาดของประเภทอาหารชนิดนี้รวมอยู่กับผงปรุงรสอาหารซึ่งจะแบ่งตามลักษณะกลุ่มอาหาร โดยแยกได้ดังนี้

1.กลุ่มประเภทอาหารพื้นเมือง คือ พวกผงทำน้ำพริก พริกแกง แกงเขียวหวาน เครื่องต้มยำ แกงกะหรี่ ผงปรุงลาบ น้ำตก ซึ่งเป็นอาหารที่เป็นพื้นบ้านของไทย โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มี หลายยี่ห้อ ไม่ว่าจะเป็น คนอร์ แม่พลอย LOBO ตะไคร้ รสดี ฯลฯ

2.กลุ่มประเภทอาหารสากล คือ อาหารที่มีความเป็นสากล นานาชาติ เช่น ผงปรุงซอส สปาเกตตี้ ทำน้ำเกรวี่ เนื้อออบ ผงทำ Hamberger โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีส่วนแบ่งการตลาดของ LOBO และ French's ซึ่งบริษัทหลังเป็น บริษัทที่มาจากต่างประเทศ

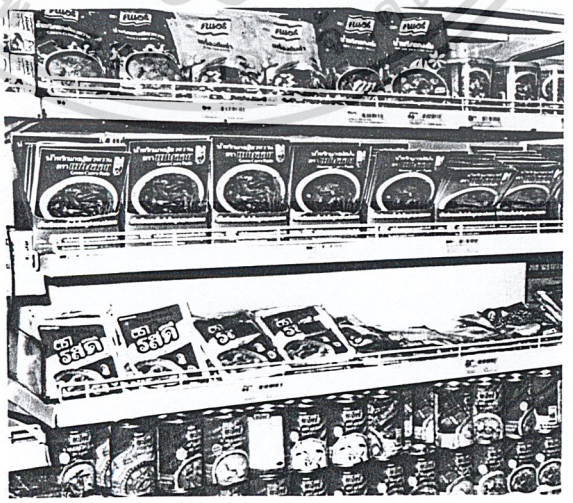
โดยลักษณะของสินค้าที่เราศึกษานั้น ไม่สามารถแบ่งออกเป็นตลาดได้ชัดเจนนัก จึงสามารถนิยามส่วนผสมทางการตลาด (Marketing MIX)

Product : ลักษณะของสินค้าเป็นสากล ทำให้ผู้ผลิตสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ มีอัตราความน่าเชื่อถือที่สูงกว่า การใช้สินค้าชนิดนี้ เป็นการใช้ครั้งเดียวเพื่อความสะดวก และไม่ต้องเก็บไว้ใช้อีก รสชาติมีทั้งแบบ อิตาเลียนสไตล์ และแบบเข้มข้น เพื่อให้ถูกปากผู้บริโภค

Price : เป็นสินค้าที่มีราคาปานกลาง ประมาณ 29-45 บาท อันเนื่องจากเป็นอาหารที่เป็นสากล รวมทั้งเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศและเป็นสินค้าภายในประเทศ

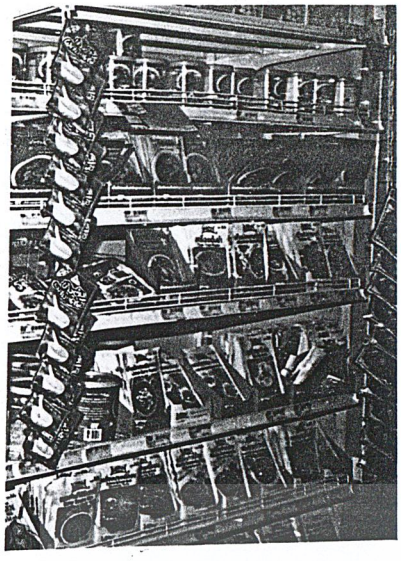
Place : สถานที่จัดจำหน่ายเป็นซุปเปอร์มาเกตขนาดกลางและขนาดใหญ่ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคที่มีความรู้จักอาหารประเภทสากลพอสมควร

Promotion : มีลักษณะแสดงถึงสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาด มีความสวยงาม เนื่องจากผู้บริโภคอยู่ในระดับบนมีความเข้าใจในอาหาร มีความพิถีพิถัน และรู้จักเกี่ยวกับอาหารพอสมควร มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จัก ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ก็แสดงรายละเอียดของสินค้า วิธีการทำอย่างชัดเจน



รูปที่ 2.2-5 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทผงทำอาหารสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





รูปที่ 2.2-6 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทผงทำอาหารสำเร็จรูป(2)

ตลาดอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานทันที สำหรับไมโครเวฟ (Package Food)

ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปพร้อมรับประทานโดยตลาดรวม ในขณะนี้มีมูลค่าประมาณ 200 ล้านบาท โดยคาดว่าในอนาคตตลาดอาจจะโตถึง 500 ล้านบาท เจ้าของตลาดยังคงเป็นสินค้า ระหว่าง 2 ค่ายคือ ควิกมิล แห่งค่าย เอสแอนด์พี และจิตรมาสซึ่งมีข้อได้เปรียบที่บริษัทได้ผลิตสินค้าด้านนี้ก่อน เมื่อประมาณปี 2534 จนกระทั่ง ควิมิลออกมาในปี 2536 ตลาดจึงมีการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยที่ตลาดมีคู่แข่งที่ชัดเจนอยู่ 5 ราย คือ

1.**ควิก มิล** บริษัท เอส แอนด์ พี จำกัด

2.**พรอมมิล** บริษัท เลอ ไดมอนด์ จำกัด มีรายการอาหารประมาณ 14 รายการและมีอาหารช่วงเทศกาลด้วย เช่น ตรุษจีน

3.**จิตรมาส** ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายแรกของตลาดสำเร็จรูปแช่แข็งนี้ มีอาหารให้เลือกกว่า 20 ชนิด ราคาประมาณ 40 บาทต่อกล่องขึ้นไป

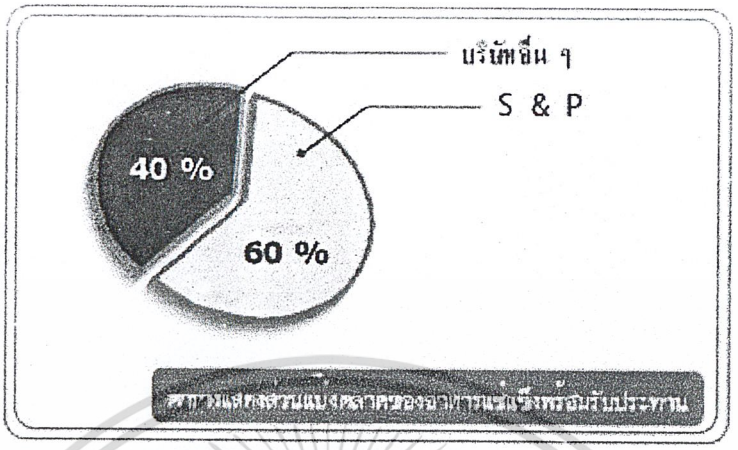
4.**สราญใจ** บริษัทที่มีการเข้ามาแชร์ตลาดด้วย มีอาหารให้เลือกกว่า 30 ชนิด ราคาเฉลี่ยประมาณ 35 บาท

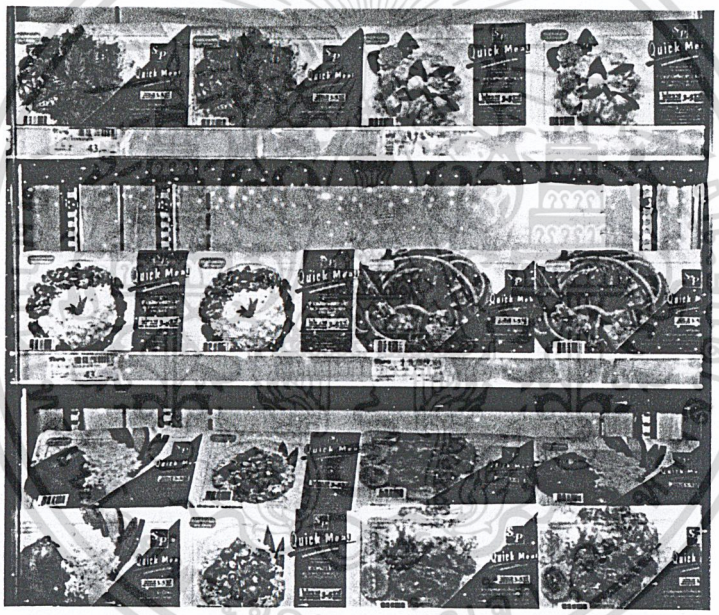
5.**กนิษฐ์** เป็นอาหารสำเร็จรูปที่เน้นด้านสุขภาพ

สำหรับอาหารที่วางจำหน่ายในปัจจุบันของแต่ละค่าย จะมีทั้งของหวานของคาวที่เป็นทั้งข้าวและกับข้าวในกล่องเดียวกัน และขายเฉพาะกับข้าวเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีรายการอาหารตามเทศกาลต่างๆ อีกด้วย เช่น เอส แอนด์ พี จะมีเฉพาะอาหารจานเดียว จากเดิมที่เคยวางจำหน่ายกับข้าวด้วย แต่ต้องยกเลิกเนื่องจากขายไม่ดี โดยอาหารที่ขายดีที่สุดคือ ข้าวหมูทอดพริกไทยกระเทียม นอกจากนี้ก็มีข้าวไก่อบ กระเพาะปลา เกี๊ยวกุ้ง โจ๊ก บัวลอยเผือก เป็นต้น โดยราคาโดยรวมจะตกอยู่

เอกสารนี้มีลิขสิทธิ์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประมาณ 38-60 บาท ซึ่งปัจจัยของราคาคือ ผลิตภัณฑ์อาหารว่าเป็นอะไรด้วย โดยที่ตลาดสินค้าประเภทนี้มีควิกมิลเป็นผู้นำตลาด ถึง 60 %





รูปที่ 2.2-6 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทอาหารแช่แข็งสำเร็จรูป

ตลาดสินค้าประเภทน้ำมันมะกอก

น้ำมันมะกอกเป็นตลาดสินค้านำเข้าทั้งหมด เนื่องจากความเก่าแก่ เป็นเอกลักษณ์ และยังไม่มีผู้ผลิตภายในประเทศ เพื่อการศึกษาทางด้านการตลาดของสินค้าจึงนิยามในแง่ของส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

Product : น้ำมันมะกอก บรรจุขวดแก้ว เพื่อแสดงออกถึงความใส ดูมีคุณค่า เนื่องจากอาหารเป็นสินค้าที่มี แคลอรีต่ำ มีความสากล และความเป็นธรรมชาติ โดยมีผู้ผลิตยี่ห้อต่างๆ ที่นำเข้าในประเทศ คือ Borges, Fragata, Bertolli และ Yabara โดยมีสินค้าอยู่ 2 ประเภท คือ แบบ Pure และ Extra Virgin

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Price : ราคาประมาณ 95 –490 บาท ซึ่งมีขนาดบรรจุต่างๆ กัน คือ 250,500,750,1000 ml ขึ้นกับบริษัทต่างๆ โดยแบบ Extra virgin มีราคาที่แพงกว่า

Place : สถานที่จัดจำหน่ายเป็นซุปเปอร์มาเกตขนาดกลางและขนาดใหญ่ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคที่มีความรู้จักอาหารประเภทสากลพอสมควร

Promotion : แสดงลักษณะของคุณค่า ความใส โดยจะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสุขภาพด้วย Brochure เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและมั่นใจในคุณภาพ คุ้มค่าในการซื้อ



รูปที่ 2.2-7 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทน้ำมันมะกอก

<u>ตลาดอาหารทะเลกระป๋อง</u>

อาหารทะเลกระป๋อง มีหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นปลากระป๋องในซอสมะเขือเทศ หรืออาหารแบบปรุงสำเร็จ โดยที่ยังเป็นที่นิยมอยู่คือ ปลาซาร์ดีนกระป๋อง

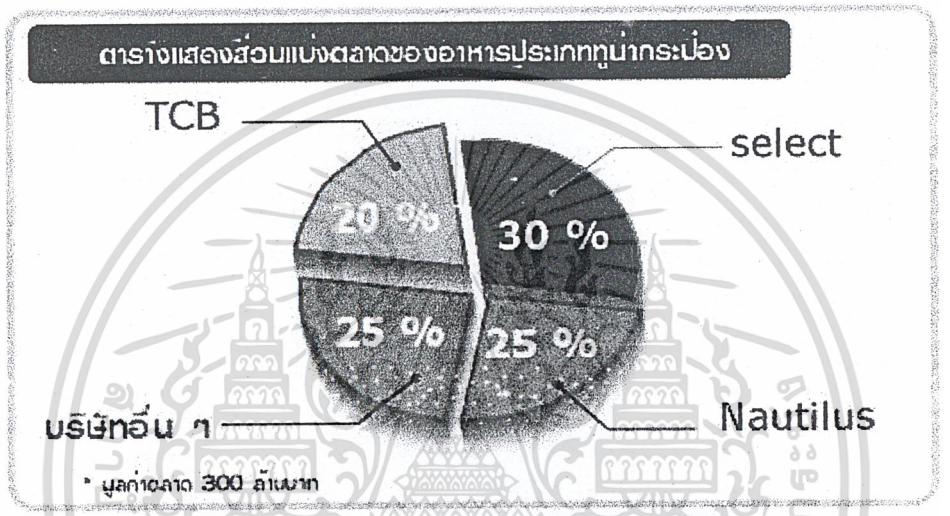
ปลากระป๋องในปัจจุบันส่วนใหญ่ มักมีมาตรฐานการผลิตใกล้เคียงกันเพราะต่างก็ผลิตด้วยกรรมวิธีที่มันสมัยจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้สามารถเก็บรักษาคุณค่าอาหารได้นานประกอบกับผู้บริโภคในยุคปัจจุบันต้องการความสะดวกและรวดเร็วในปรุงอาหารกันมากขึ้น

แต่ในความรวดเร็วนั้น ก็ต้องการคุณค่าและประโยชน์ต่อร่างกายด้วย ดังนั้นอาหารกระป๋องอย่างปลากระป๋องสำเร็จรูปจึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี โดยส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคปลากระป๋องของประชาชนในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลค่าตลาดรวมของปลากระป๋องทั้งหมดในปี 2539 มีมูลค่า 2,500 ล้านบาทโดยตลาดปลาซาร์ดีนกระป๋อง ได้ส่วนแบ่งไปมากถึง 2,200 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวถึง 20 % ส่วนที่เหลือเป็นของตลาด ปลาทูน่ากระป๋อง ซึ่งมีมูลค่า 300 ล้านบาท ดดยในส่วนของตลาดปลากระป๋องทูน่านี้เดิมมีอัตราการขยายตัวไม่สูงมากนัก

ปลาทูน่ากระป๋องมีอัตราการขยายยตัวน้อยกว่าปลาซาร์ดีนกระป๋องเนื่องจากมีการยอมรับรวมทั้ง ราคา ที่อยู่ประมาณ 18-25 บาท ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับปลาซาร์ดีนกระป๋อง ที่มีราคา อยู่เพียง 10-15 บาท





รูปที่ 2.2-8 ลักษณะการจัดจำหน่ายของสินค้าประเภทอาหารทะเลกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทางการจัดจำหน่ายขายใน supermarket ขนาดกลางและขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการขายตามร้านขายปลีก มินิมาร์ท convenience store และร้านค้าภายในปั๊มน้ำมัน

อีกส่วนจำหน่ายผ่านทางร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม และอาจมีการติดต่อกับบริษัทโดยตรง นอกจากนี้ยังมีตลาดต่างประเทศ

2.2.4.ระยะเวลาการจัดจำหน่าย

การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปมีการจัดจำหน่ายอยู่ตลอดปี ซึ่งอาหารไม่ได้มีลักษณะพิเศษเหมาะกับเทศกาลใดๆ สินค้าบางช่วงอาจมีการส่งเสริมการขาย เช่นการลดแลกแจกแถมก็จากแยกสินค้าออกมาแสดงที่ชั้นต่างหาก เพื่อการแนะนำสินค้าด้วย ส่วนอาหาบางประเภท คือน้ำสลัด จะมีมุมสลัดบาร์เพื่อการส่งเสริมการขายและเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีในปัจจุบัน สามารถเข้าถึงผู้ต้องการบริโภคอย่างชัดเจนและตรงกลุ่มเป้าหมายที่สุด

2.2.5.ลักษณะผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปภายในประเทศ

สำหรับกลุ่มอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปนั้นมีความเหมาะสมกับชุมชนใหญ่ ซึ่งประชาชนต้องการความรีบเร่ง และความสะดวกสบายมากขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตส่วนมากในปัจจุบันก็จะเป็นการเลือกซื้อจากร้านขายของที่เป็นกลุ่ม convenience store, ตลาด, ห้างสรรพสินค้าและซุปเปอร์มาเกต อาศัยอยู่ตามคอนโดมิเนียมและหอพักมากขึ้น หนทางที่จะประกอบอาหารแบบนี้เป็นวิธีที่ง่ายที่สุด

โดยผู้ที่เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป เป็นกลุ่มผู้อาศัยเดี่ยว ส่วนมากจะประกอบอาชีพพนักงานบริษัท นักศึกษา นักเรียน อีกกลุ่มคือกลุ่มแม่บ้านที่ต้องกาความรวดเร็ว สะดวก ลดความยุ่งยากในการทำอาหาร หาวัตถุดิบในการทำ ส่วนกลุ่มสุดท้ายคือร้านอาหารขนาดเล็กไปจนถึงภัตตาคารและโรงแรม ซึ่งมีความต้องการความง่าย สะดวกในการขายและปรุงอาหารด้วย

กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปที่มีพฤติกรรมสำคัญทางด้านการตลาดมากที่สุด คือ กลุ่มชนชั้นกลางในเมืองใหญ่ แนวโน้มเชิงพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การรับฟังข้อมูลการตลาดและการโฆษณา มีลักษณะที่คล้ายกันและมีอิทธิพลอย่างมากในการชักนำพฤติกรรมของผู้บริโภคอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้นำทางความคิดและผู้นำด้านแฟชั่น ประกอบกับมีกำลังซื้อในฐานะหน่วยครอบครัวค่อนข้างสูง มีความสม่ำเสมอในด้านการจับจ่ายใช้สอย โดยแบ่งตามวัฏจักรชีวิตได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1.<u>ผู้ใหญ่ที่มีครอบครัว</u> มีลักษณะดังนี้

-ปริมาณประชากรน้อย

-มีความเชื่อถือซื่อสัตย์ต่อยี่ห้อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-มีกำลังในการซื้อสูง

-ไม่ชอบการทดลองของใหม่

-มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ และตัดสินใจโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นหลัก

2.ผู้ใหญ่ต้นวัยทำงาน จะมีลักษณะดังนี้

-มีปริมาณประชากรจำนวนมาก

-มีความตื่นตัวกับสินค้าใหม่ๆ ได้ง่าย

-มีกำลังในการซื้อสูง

-ชอบความทันสมัย มีรสนิยมเป็นสากล และมีการตอบรับสื่อต่างๆได้ดี

-เร่งรัด กระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว มีเวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าสั้นกว่า

3.วัยรุ่นตอนปลาย มีลักษณะดังนี้

-มีปริมาณประชากรจำนวนน้อย

-มีความตื่นตัวกับสินค้าใหม่ๆ ได้ง่าย

-มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสินค้าระดับปานกลาง

-ชอบทดลองของใหม่ๆ ไม่ชอบความจำเจ ทันสมัยเสมอ

-ไม่คำนึงถึงเหตุผลในการตัดสินใจ ยึดเอาความชอบเป็นหลัก ตัดสินใจง่าย

ลักษณะโดยรวมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูป

เพศ	หญิง > ชาย
อายุ	18 - 50 ปี
ฐานะ	กลุ่มผู้มีฐานะปานกลาง ถึงสูง
ลักษณะพิเศษ	1.ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน อายุ 25- 40 ปี
	2.ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษา มีบุคลิกภาพความเป็นสากล
	3.ผู้บริโภคโดยมากเป็นผู้มีความพิถีพิถัน รักความสะอาด

กราฟแสดงลักษณะโดยรวมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6.วิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

1.สินค้าจำพวกอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปมีกลุ่มเป้าหมายสำหรับผู้บริโภคตามเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นผู้มีการศึกษา ฐานะปานกลางค่อนข้างดี มีรสนิยม เนื่องจากสินค้ามีการจัดวางจำหน่ายอยู่ในซุปเปอร์มาเกต ทำให้มีการแข่งขันสูง จึงควรมีการศึกษาจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภค โดยออกแบบให้มีความเหมาะสมดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นได้มากที่สุด

2.ลักษณะของกลุ่มสินค้าที่นำมาศึกษามีความเป็นอาหารตะวันตก เพื่อตอบสนองให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าอย่างกว้างขวางควรออกแบบในรูปแบบที่สากล ซึ่งจะสามารถดึงดูดใจลูกค้าในระดับกลางและบนได้ เนื่องจากสินค้าที่ผลิตในประเทศจะมีระดับราคาที่ถูกกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศ

3.ลักษณะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการนำมาเป็นผลิตภัณฑ์หลัก คือ ตลาดของพาสต้าและสลัดเนื่องจาก แนวทางของอาหารเป็นตะวันตก มีโอกาสที่จะแข่งขันกับผู้ผลิตในประเทศได้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าและคุณภาพทั่วไปยังอยู่ในระดับปานกลาง

4.ลักษณะผลิตภัณฑ์การแข่งขันและมี BRAND ROYALITY สูงก็คือ กลุ่มซอสปรุงรส อาหารกระป๋อง และตลาดอาหารแช่แข็งสำเร็จรูป ต้องออกแบบให้มีความแตกต่างและสามารถทำให้ผู้บริโภค เชื่อถือและไว้วางใจในชื่อสินค้าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลคู่แข่งขันในตลาดโดยรวม

2.3.1 เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในแต่ละหมวดสินค้า

2.3.1.1 ตลาดอาหารประเภทพาสต้า

- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในตลาดเส้นพาสต้า
- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในตลาดซอสสปาเกตตี้
- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในตลาดผงปรุงซอสสปาเกตตี้
- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในตลาดอาหารปรุงสำเร็จแช่แข็ง (frozen food)

2.3.1.2 ตลาดอาหารประเภทปรุงรส

- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งในตลาดครีมสลัด/น้ำสลัด
- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งตลาดซอสพริก/ซอสมะเขือเทศ
- เปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของคู่แข่งตลาดน้ำมันมะกอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของเส้นพาสต้า

ชื่อสินค้า	Barilla	Tomadini	San remo	Dececco	Oramas
ขนาดบรรจุ	500 กรัม	500 กรัม	500 กรัม	500 กรัม	250/500 กรัม
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	กล่องกระดาษปอนด์พับติดกาว	ซองพลาสติก	ถุงพลาสติก	ถุงพลาสติก	ซองพลาสติก
Promotion	1.เน้นตราสินค้า 2.บรรจุภัรฑ์ที่ต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	1.เน้นสีฟ้า-ขาว เพื่อการจดจำ 2.ความเป็นธรรมชาติ 3.อาหารต้นตำรับจากอิตาลี	1.กราฟฟิกแบบ classic 2.คุณค่าทางอาหารความเก่าแก่	1.ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกมาก ความเป็นต้นตำรับ กราฟฟิกแบบ classic	1.ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกมาก 2.กราฟฟิกตัวการ์ตูน ถือรวงข้าว
Protection	กล่องกระดาษสามารถคุ้มครองไม่ให้แตกหักง่าย และยังเป็นการแสดงสินค้าได้ดี	ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น
ข้อดี	รูปแบบสินค้าประเภทนี้ที่หลากหลาย	รูปแบบสินค้าประเภทนี้ที่หลากหลาย	มีเอกลักษณ์ร่วมของบรรจุภัณฑ์ที่ดี รูปแบบที่หลากหลาย สีสันและการเพิ่มการใส่เครื่องเทศ มีสินค้าอื่นครอบคลุมเช่น ลาซานย่า	รูปแบบสินค้าประเภทนี้ที่หลากหลาย	เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบสไตล์สากล รูปแบอาหารที่หลากหลาย
ข้อเสีย	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย	ราคาแพง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย	ราคาแพง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของเส้นพาสต้า

ชื่อสินค้า	bestfood	Royal	Divella	Agnesi	Panzani
ขนาดบรรจุ	240 / 450 กรัม	240 / 450 กรัม	500 กรัม	500 กรัม	250/500 กรัม
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	1.กล่องกระดาษปอนด์พับติดกาว 2.ซองพลาสติก	1.กล่องกระดาษปอนด์ 2.ซองพลาสติก	ถุงพลาสติก	1.กล่องกระดาษปอนด์พับติดกาว 2.ถุงพลาสติกแบบปิด 2 ด้าน	1.ซองพลาสติก 2.ถุงพลาสติกพับ ปิดขอบด้วยที่หนีบพลาสติก
Promotion	1.ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ ราคาถูก 2.เน้นอาหารที่เป็นที่รู้จักพวกสปาเกตตี้และมักกะโรนี 3.กราฟฟิกแบบตัดทอน	1.ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ ราคาถูก 2.เน้นอาหารที่เป็นที่รู้จักพวกสปาเกตตี้และมักกะโรนี 3.กราฟฟิกแบบตัดทอน	1.กราฟฟิกแบบ classic 2.สีของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มสีสันขึ้นน่าสนใจมากขึ้น 3.ความหลากหลายของสินค้า	1.ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกมาก 2.ความเป็นต้นตำรับจากอิตาลี	1.ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกมาก 2.ความเป็นต้นตำรับจากอิตาลี
Protection	1.กล่องกระดาษสำหรับเส้นแบบแท่งยาวซึ่งสามารถคุ้มครองไไให้แตกหักง่าย 2.ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	1.กล่องกระดาษสำหรับเส้นแบบแท่งยาวซึ่งสามารถคุ้มครองไไให้แตกหักง่าย 2.ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	ซองพลาสติกสำหรับเส้นลักษณะต่างๆ เพื่อให้คุ้มครองบรรจุภัณฑ์ให้นานยิ่งขึ้น	กล่องกระดาษช่วยคุ้มครองสินค้าและบรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะสินค้าและรายละเอียดชัดเจน
ข้อดี	ราคาถูกและเป็นที่รู้จักภายในประเทศ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มาก	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มาก ราคาถูก เป็นที่รู้จักภายในประเทศ	มีเอกลักษณ์ร่วมของบรรจุภัณฑ์ที่ดี รูปแบบที่หลากหลาย	บริษัทมีความหลากหลายทั้งบรรจุภัณฑ์และชนิดของสินค้า ทั้งแบบกล่องและซอง	เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบสไตล์สากล รูปแบบอาหารที่หลากหลาย
ข้อเสีย	เทียบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีรูปแบบที่น้อย สถานการณ์ในปัจจุบัน รูปแบบของสินค้าควรมีแนวทางสากลมากขึ้น	เทียบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีรูปแบบที่น้อย สถานการณ์ในปัจจุบัน รูปแบบของสินค้าควรมีแนวทางสากลมากขึ้น	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย	ราคาแพง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย	ราคาแพง ช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของซอสสปาเกตตี้

ชื่อสินค้า	Delizioso	Prego	Honiho	Agnesi	QP	Knorr	Heinz
รสชาติ	1.ซอสไก่ 2.ซอสหอยลาย 3.ซอสเนื้อ	1.รสเนื้อ 2.รสเห็ด 3.รสเนย cheese	1.ซอสเนื้อ	1.Bolognese 2.Olive 3.Basillico	1.ซอสเนื้อ 2.ซอสทูน่า 3.ซอสไก่ 4.ซอสหมู	1.ซอสมะเขือเทศ 2.ซอสผัดขี้เมา	1.รสไทย 2.รสอิตาเลียน
ขนาดบรรจุ	300 กรัม	397 กรัม	300 กรัม	250 กรัม	105 กรัม	240 กรัม	500 กรัม
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	กระป๋องโลหะแบบ easy-open	ขวดแก้ว ฝาโลหะ pry-off พันกระดาษรอบขวดแก้ว	กระป๋องโลหะแบบธรรมดา พันรอบด้วยกระดาษ	ขวดแก้ว ฝาโลหะ pry-off พันกระดาษรอบขวดแก้ว	กระป๋องโลหะแบบ easy-open	ขวดแก้ว ฝาโลหะ pry-off พันกระดาษรอบขวดแก้ว	ขวดแก้วฝาแบบ pry-off พันรอบด้วยฉลากของกระดาษ
Promotion	เน้นความเป็นสไตล์อิตาเลียน มีหลายรสชาด	เน้นชื่อบริษัท ความเป็นธรรมชาติของอาหาร ภาพที่ทำให้ดูน่ารับประทาน	ความเป็นญี่ปุ่น และราคาถูก	ความเป็นสินค้าต้นตำรับ โดยมีความเด่นของ Brand ใส่ผักและเครื่องเทศ	เน้นตราสินค้า กราฟฟิก photographic แสดงอาหารที่น่ารับประทาน	ราคาถูก เน้นตราสินค้า มีชื่อเสียง แสดงภาพอาหาร	เน้นราคาถูก ชื่อของบริษัทที่มีชื่อเสียง มีหลายอย่าง ภาพอาหารที่น่าทาน
Protection	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง	ปิดผนึกฝาเกลียว ป้องกันด้วยสูญญากาศ	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง	ป้องกันการเปิดด้วยการติดสติกเกอร์ด้านข้าง ปิดผนึกฝาเกลียว	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง	ปิดผนึกฝาเกลียว ป้องกันด้วยสูญญากาศ	ปิดผนึกฝาเกลียว ป้องกันด้วยสูญญากาศ
ข้อดี		ป้องกันการปิดไม่สนิทด้วยฝาเกลียว และมีเขียนรายละเอียดข้อแนะนำ	สำหรับการใช้ครั้งเดียว เนื่องจากบรรจุภัณฑ์	กราฟฟิกดูน่ารับประทาน	เหมาะสำหรับการใช้ครั้งเดียว	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ชื่อเสียงบริษัท	สินค้ามีช่องทางการจัดจำหน่ายมาก
ข้อเสีย	บรรจุภัณฑ์ขาดความสวยงาม ไม่ชัดเจน			ไม่ค่อยเหมาะกับรสชาติแบบไทย	ไม่สามารถรักษาอาหารกับบรรจุภัณฑ์ได้เมื่อเปิดแล้ว		ดูกราฟฟิก ไม่น่ารับประทาน

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของคู่แข่งขันผงทำสปาเกตตี้

ชื่อสินค้า	LOBO	French's
ชนิด	น้ำราดสปาเกตตี้แบบ Traditional Recipe	1.Italian Spaghetti Sauce Mix 2.Thick Spaghetti Sauce Mix
ขนาดบรรจุ	40 กรัม	35,46 กรัม
Promotion	เน้นความเรียบง่าย สะอาด เข้าใจง่าย ตัวอักษร มองไม่ชัดเจน ไม่น่าสนใจ ออกแบบสากล ด้วยรูปภาพแบบ Photographic	เน้นภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชัดเจน ฉลาก Coporate กัน ภาพอาหารแบบ photographic แยกสินค้า
Protection	กระดาษ ฟิล์มเคลือบ เพื่อช่วยในการฉีกและคุณภาพอาหาร	กระดาษ ฟิล์มเคลือบ เพื่อช่วยในการฉีกและคุณภาพสินค้า ซองขนาดกะทัดรัด แต่ยับง่าย
ข้อดี	1.มีการโฆษณาสินค้า 2.มีจุดขายที่ดีทีหลากหลายชนิด 3.มีทั้งอาหารสากลและแบบ Tradition	1.ภาพพจน์ของสินค้าดี น่าเชื่อถือ 2.เป็นผลดีกับผู้นิยมอาหารสากล 3.มีรสชาติหลากหลาย 4.กราฟฟิกมีความเป็น coporate
ข้อเสีย	1.มีรสชาติซองอาหารสากลน้อย ไม่หลากหลาย 2.ตัวอักษรมากและไม่ชัดเจน	1.รสชาติแบบ Tradition น้อย 2.ซองยับง่าย ดูเก่าเร็ว ทำให้ผู้บริโภคคิดว่าสินค้าเก่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของคู่แข่งขันอาหารแช่แข็ง

ชื่อสินค้า	S&P	Saranjai
ชนิด	1.มักกะโรนีซอสไก่ 2.สปาเกตตี้ซอสเนื้อ	1.สปาเกตตี้เนื้อสับ 2.สปาเกตตี้ไก่สับ
ขนาดบรรจุ	250 กรัม	250 กรัม
Promotion	ออกแบบสากล ด้วยรูปภาพแบบ Photographic ซึ่งสามารถแสดงประเภทอาหารได้ชัดเจนและน่ารับประทาน ดูสดใหม่ เน้น BRAND สินค้าและความหลากหลายของสินค้านอกจากสปาเกตตี้	ออกแบบสากล ด้วยรูปภาพแบบ Photographic ซึ่งสามารถแสดงประเภทอาหารได้ชัดเจนและน่ารับประทาน ดูสดใหม่ เน้น BRAND สินค้าและความหลากหลายของสินค้านอกจากสปาเกตตี้ ราคาที่ถูกกว่า
Protection	เป็นกล่องกระดาษปอนด์ซึ่งสามารถเข้าในช่องแข็ง -20 c และสามารถเข้าไมโครเวฟได้ การเปิดกล่องใช้ครั้งเดียว ไม่สามารถเก็บรักษาได้	เป็นกล่องกระดาษปอนด์ซึ่งสามารถเข้าในช่องแข็ง -20 c และสามารถเข้าไมโครเวฟได้ การเปิดกล่องใช้ครั้งเดียว ไม่สามารถเก็บรักษาได้
ข้อดี	1.ภาพพจน์ของสินค้าดี น่าเชื่อถือ 2.ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากไม่ว่าจะเป็น Supermarket ภัตตาคารของบริษัท 3.กราฟฟิกชัดเจน 4.น่าเชื่อถือ ดูสะอาด	1.ราคาถูก 2.เป็นผลดีกับผู้นิยมอาหารสากล 3.มีรสชาติหลากหลาย 4.กราฟฟิกมีความเป็น coporate
ข้อเสีย	ราคาที่แพงกว่า	ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของครีมสลัดและน้ำสลัด

ชื่อสินค้า	สุขุม	Bestfood	Heinz	KRAFT	S & W	PUREFOOD	QP
รสชาติ	ครีมสลัด น้ำสลัดผัก น้ำสลัดอิตาเลียน	ครีมสลัด	ครีมสลัด	ครีมสลัด Thousand Island French Dressing Italian Dressing	Red wine & Herb White wine & Herb Rusberry blushing	รสน้ำผึ้งผสมมะนาว รสไก่ แบบไขมันต่ำ แบบน้ำใส	ครีมสลัด
ขนาดบรรจุ	220/460/680 กรัม	220/460/680 กรัม	285 กรัม	296/473 กรัม	296 ml	100/180 g	220/460/680 กรัม
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	กระปุกแก้ว ฝาเกลียว PRY OFF	กระปุกแก้ว ฝาเกลียว PRY OFF	ขวดแก้วผอมเพรียว ฝาเกลียวแบบ PRY OFF	ขวดแก้วทรงกระบอก ฝาเกลียวพลาสติก	ขวดแก้วผอมเพรียว ฝาเกลียวแบบ PRY OFF	กระปุกพลาสติก sealปิดด้วยพลาสติก สวมกระดาษปอนด์	กระปุกแก้ว ฝาเกลียว PRY OFF
Promotion	เน้นชื่อสินค้าเป็นสำคัญ แยกความต่างด้วยสีพื้น	กราฟฟิกโดยแสดงภาพวาดสินค้า แยกสินค้าโดยใช้แถบสีเพื่อให้สินค้าต่างๆ coparate กัน	กราฟฟิกสมัยใหม่ใช้เส้นและสีสื่อความหมาย แสดงรายละเอียดสินค้าชัดเจน	เน้นชนิดสินค้าและบอกความแตกต่างด้วยสีของสินค้า เลือกแสดงรายละเอียดชัดเจน	กราฟฟิกสมัยใหม่โดยแยกสินค้าด้วยสีให้ coparate กัน	กราฟฟิกแสดงได้ไม่ชัดเจน ใช้สีขาวเป็นสีพื้น	แยกความแตกต่างด้วยแถบสีแต่เป็นพื้นสีขาวเดิม กราฟฟิกแสดงลักษณะด้วยภาพวาด
Protection	กระปุกแก้วป้องกันความชื้นและการซึมผ่านก๊าซได้ดี	กระปุกแก้วป้องกันความชื้นและการซึมผ่านก๊าซได้ดี	ป้องกันการเปิดด้วย sticker และขวดเพรียวทำให้จับถนัดมือ	shrink wrap ฝาเปิดป้องกันการเปิด และช่วยถนอมอาหาร	seal ด้วยขอบกระปุกพลาสติก	กระปุกแก้วป้องกันความชื้นและการซึมผ่านก๊าซได้ดี	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง
ข้อดี	ราคาถูกและเป็นที่รู้จักภายในประเทศ	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มาก ราคาถูก เป็นที่รู้จักภายในประเทศ	ขวดเพรียวเหมาะสำหรับการใช้งานจับถนัดมือ	มีสินค้าให้เลือกมาก เป็นที่รู้จัก เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบสลัดสไตล์สากล	เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบสลัดสไตล์สากล	ราคาถูก ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีมากเนื่องจากในมุม salad bar	บริษัทเป็นที่รู้จัก
ข้อเสีย	การเปิดอาจยากถ้ามีความมันควรจะมี texture ของขอบเปิดง่าย	การเปิดอาจยากถ้ามีความมันควรจะมี texture ของขอบเปิดง่าย	ยากต่อการเท พวกสลัดครีม	ราคาแพง	ราคาแพง	บรรจุภัณฑ์ไม่ป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน	การเปิดอาจยากถ้ามีความมันควรจะมี texture ของขอบเปิดง่าย

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของซอสปรุงรส ประเภท ซอสพริกและซอสมะเขือเทศ

ชื่อสินค้า	ฉลากทอง	Heinz	Maggi	King Kitchen	Rosa
ขนาดบรรจุ	100,300,750 g	300,600,860 g	315,630 g	320,560 g	320,650 g
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ขวดแก้วสูงเพรียว ฝาพลาสติก	ขวดแก้วทรงกลม มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง	ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา white cap	ขวดแก้วทรงกลม มีส่วนนูนเป็นเส้นแนวตั้ง ฝา white cap	ขวดแก้วทรงกลม มีส่วนนูนเป็นเส้นแนวตั้ง ฝา white cap
Promotion	1.เน้น Brand name 2.รูปแบบของสินค้าที่ขายซึ่งมีความ coporate กัน	1.ภาพพจน์ Brand ลิขสิทธิ์ต่างประเทศ 2.ความเข้มข้นของสินค้า 3.มีการโฆษณา เป็นที่รู้จัก 4.มีความหลากหลายของสินค้า	1.เน้นชื่อผลิตภัณฑ์ตราสินค้า 2.ความเข้มข้นและความสดของวัตถุดิบ	1.มีการโฆษณาและเป็นที่รู้จัก 2.มี Brand ชัดเจน 3.สื่อด้วยภาพ Illustrate ของสินค้า	1.เน้นชนิดสินค้าด้วยภาพและตราสินค้า 2.สีทำให้จดจำง่าย 3.ความยาวนานเป็นที่รู้จักของผลิตภัณฑ์
Protection	ขวดแก้วมีความเพรียว สูง จับถนัดมือ แสดงสินค้าได้และคุ้มครองสินค้าให้เก็บได้นาน	ขวดแก้วมีความเพรียว จับถนัดมือ แสดงสินค้าได้และคุ้มครองสินค้าให้เก็บได้นาน	ขวดแก้วมีความเพรียว จับถนัดมือ แสดงสินค้าได้และคุ้มครองสินค้าให้เก็บได้นาน	ขวดแก้วมีความเพรียว จับถนัดมือ แสดงสินค้าได้และคุ้มครองสินค้าให้เก็บได้นาน	ขวดแก้วมีความเพรียว จับถนัดมือ แสดงสินค้าได้และคุ้มครองสินค้าให้เก็บได้นาน
ข้อดี	1.ความหลากหลายของสินค้า 2.ชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียง 3.ขวดเพรียวสูงกว่ายี่ห้ออื่นและกราฟฟิกที่น่าสนใจ	1.ความหลากหลายของสินค้า 2.ชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียง 3.ลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ซึ่งเป็นภาพพจน์ของสินค้า 4.ความเข้มข้นของสินค้า	1.ความหลากหลายของสินค้า 2.ชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียง	1.ความหลากหลายของสินค้า 2.ชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียง 3.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	1.ความหลากหลายของสินค้า 2.ชื่อสินค้าที่มีชื่อเสียง 3.สินค้าที่มีความรู้จักนานเป็นผู้นำตลาด
ข้อเสีย	ฝาเมื่อเปิดประกอบอาหารมีโอกาสเลอะเทอะมากกว่าฝา white cap	บรรจุภัณฑ์ที่คล้ายกันกับตลาดทำให้ผู้บริโภคอาจเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ	บรรจุภัณฑ์ที่คล้ายกันกับตลาดทำให้ผู้บริโภคอาจเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ	บรรจุภัณฑ์ที่คล้ายกันกับตลาดทำให้ผู้บริโภคอาจเลือกซื้อสินค้าอื่นๆ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของคู่แข่งขันน้ำมันมะกอก

ชื่อสินค้า	FRAGATA	BERTOLLI	BORGES	YABARA
ชนิด	1.EXTRA VIRGIN	1.PURE 100%	1.PURE 2.EXTRA VIRGIN	1.CLASSICO 2.EXTRA VIRGIN
ขนาดบรรจุ	250/500 ml	250/500/1,000 ml	250/500/1,000 ml	250/500 ml
Promotion	1.มีภาพและ logo เพื่อให้จดจำ 2.ความเรียบง่าย เป็นสากล และความเป็นธรรมชาติ 3.ความใสของผลิตภัณฑ์	1.ความเป็นต้นตำรับ 2.กราฟฟิกดั้งเดิม แบบ classic 3.ความใสของผลิตภัณฑ์	1.ความเป็นต้นตำรับ 2..ความใสของผลิตภัณฑ์ 2.กราฟฟิกดั้งเดิม แบบ classic มีสีทอง	1.ความเป็นธรรมชาติ 2.ความใสของน้ำมันมะกอก 3.กราฟฟิกสากลและสื่อถึงมะกอก
Protection	ขวดแก้ว ฝาโลหะ ป้องกันการดูดซึมผ่านก๊าซได้ดี โชว์สินค้าได้ดี	ขวดแก้ว ฝาโลหะ ป้องกันการดูดซึมผ่านก๊าซได้ดี โชว์สินค้าได้ดี	ขวดแก้ว ฝาโลหะ ป้องกันการดูดซึมผ่านก๊าซได้ดี โชว์สินค้าได้ดี	ขวดแก้ว ฝาโลหะ ป้องกันการดูดซึมผ่านก๊าซได้ดี โชว์สินค้าได้ดี
ข้อดี	1.รูปทรงอำนวยความสะดวก ในการใช้ 2.ราคาถูกกว่าชนิดอื่น	1.มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 2.มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ 3.ภาพพจน์ของสินค้าดี น่าเชื่อถือ	1.มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 2.ขวดมี 2 รูปแบบ มีความหลากหลาย สวยงาม 3.มีการโฆษณา 4.ภาพพจน์ของสินค้าดี น่าเชื่อถือ	1.ขวดแก้วมีความสูงและขนาดที่แตกต่าง เพรียวกว่ายี่ห้ออื่นๆ ประหยัดเนื้อที่ในการวาง
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ขวดแก้วทรงเหลี่ยม มนด้านข้าง ฝาโลหะ	ขวดแก้วทรงเหลี่ยม มนด้านข้าง ฝาโลหะ	ขวดแก้วทรงเหลี่ยม มนด้านข้าง ฝาโลหะและมีขวดแก้วทรงเหลี่ยม มีมุม และทรงที่ป้องกันการหกแตกมากขึ้น	ขวดแก้วทรงสูง เพรียวบาง เหลี่ยม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมของอาหารกระป๋อง

ชื่อสินค้า	Johnwest	TCB	อะยัม	Panasia	Nautilus	Select
รสชาติ	ทูน่าในน้ำมันพืช ทูน่ารมควัน ทูน่าสลัด	ทูน่าแซนวิช ทูน่าในน้ำเกลือ ทูน่าในน้ำมันพืช หอยลายรสเผ็ด	ทูน่าแซนวิช ทูน่าในน้ำเกลือ ทูน่าในน้ำมันพืช ปลาซาร์ดีนในซอสมะเขือเทศ	ปลาซาบะรมควัน หอยลายรมควันในน้ำมันเมล็ดฝ้าย หอยแมลงภู่รมควัน ปลาซาบะทอด	ทูน่าแซนวิช ทูน่าในน้ำเกลือ ทูน่าในน้ำมันพืช ทูน่าสเต็ก หอยลายทอดรสเผ็ด	ทูน่าแซนวิช ทูน่าในน้ำเกลือ ทูน่าในน้ำมันพืช ทูน่าสเต็ก
ขนาดบรรจุ	185 กรัม	185 กรัม	185 กรัม	185 กรัม	185 กรัม	240 กรัม
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	1.กระป๋องโลหะแบบ กลมพันรอบด้วยกระดาษ 2.กระป๋องเหลี่ยมใส่ในกล่องกระดาษปอนด์	กระป๋องโลหะแบบกลมพันรอบด้วยกระดาษ	กระป๋องโลหะแบบ กลมพันรอบด้วยกระดาษและมีฉลากด้านบน เพื่อเพิ่มเนื้อที่กราฟฟิก โดยการกลับกระป๋องจากด้านล่างขึ้นด้านบน	1.กระป๋องโลหะแบบกลมพันรอบด้วยกระดาษ 2.กระป๋องเหลี่ยมสวมด้วยกระดาษปอนด์	1.กระป๋องโลหะแบบ กลมพันรอบด้วยกระดาษ 2.แบบชุดหุ้มด้วยกระดาษอีกชั้นหนึ่งและใส่ในพลาสติก Blister Pack	กระป๋องโลหะแบบกลมพันรอบด้วยกระดาษ
Promotion	1.กราฟฟิกสมัยใหม่ 2.แยกความแตกต่างสินค้าด้วยภาพอาหารแบบ Photographic 3.รายละเอียดชัดเจนโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ออกแบบได้ชัดเจนกว่ายี่ห้ออื่น	เน้นชื่อบริษัท และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	1.แยกความแตกต่างด้วยภาพสินค้า 2.coporate ด้วยสีส้ม แดงและตราสินค้า 3.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	1.กราฟฟิกแยกสินค้าด้วยวิธีแบบ photographic 2.logo คล้ายกับลอกเลียนจากสินค้าอื่น	1.ความเป็นสากล 2.ดูเป็นอาหารจากทะเล และมหาสมุทร 3.มีการโฆษณา 4.แยกความแตกต่างด้วยภาพอาหารแบบ photographic	1.กราฟฟิกโดยใช้ภาพแยกความแตกต่างด้วยอาหารและสีพื้น 2.มีการโฆษณาร่วมกับร้าน fastfood
Protection	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง ปิดด้วยกล่องกระดาษป้องกันการเปิด	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง ครอบด้วยกระดาษแข็งช่วยป้องกันการเปิด	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง	กระป๋องโลหะป้องกันความชื้นและแสง
ข้อดี	1.บรรจุภัณฑ์ออกแบบมาอย่างดี ดูมีภาพพจน์ที่หรู น่าเชื่อถือ 2.กล่องช่วยเพิ่มกราฟฟิกและน่าสนใจ	มีการโฆษณาทำให้เป็นที่รู้จัก	มีการโฆษณาทำให้เป็นที่รู้จัก	ความหลากหลายของสินค้าที่ต่างจากตลาด และโครงสร้างกล่องที่น่าสนใจ	มีการโฆษณาทำให้เป็นที่รู้จัก การสื่อด้วยสีฟ้าช่วยส่งเสริมบรรจุภัณฑ์	การแตกสินค้าออกหลากหลายน่าสนใจและมีการส่งเสริมการขาย
ข้อเสีย		รูปแบบทรงกลมไม่อำนวยต่อการแสดงสินค้า	รูปแบบทรงกลมไม่อำนวยต่อการแสดงสินค้า		รูปแบบทรงกลมไม่อำนวยต่อการแสดงสินค้า	รูปแบบทรงกลมไม่อำนวยต่อการแสดงสินค้า

2.3.2.ข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อต่าง ๆ

2.3.2.1.เส้นสปาเกตตี้

1.Barilla

เส้นพาสต้านำเข้าจากอิตาลี ผลิตโดย บริษัท บาริลลา อลีเมนทาเร เอส พี เอ

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้าแบบยาว	Spaghetti	500 g	56 บาท	กล่องกระดาษปอนด์
เส้นพาสต้า	เกลียวกลวง(cellentani)	500 g	86 บาท	กล่องกระดาษขนาด 7.5 x 13 x 15.2 cm
โครงสร้าง	1.กล่องกระดาษปอนด์			
กราฟฟิก	1. เจาะบรรจุภัณฑ์ใสบางส่วนซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2. ทำให้บริโภคจดจำโดยใช้สีน้ำเงินไล่โทนเป็น สีพื้นของกล่อง 3. มีสัญลักษณ์ของรวงข้าว ธงชาติอิตาลี ซึ่งเน้นย้ำความเป็นต้นตำรับ 4.Logo สีแดงตัวอักษรสีขาว แสดงรายละเอียดการทำอาหารด้านหลังและรายละเอียดอื่นๆ ซึ่งมองเห็นได้ง่ายเนื่องจากเป็นกล่องเรียบ 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน			



2.3.2.1-1.**ภาพแสดงลักษณะของบรรจุภัณฑ์** Barilla

2.Spigadoro

เส้นพาสต้านำเข้าจากอิตาลี ผลิตโดย บริษัท เพ็ททรินี เอสพี เอ จำกัด

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้าแบบยาว	Spaghetti	500 g	42.75 บาท	บรรจุถุงพลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นพาสต้า	เกลียว (Tortiglioni) รูปโบว์ (Farfalle) เส้นปาปริก้า (Penne Rigate) หลอดสั้น (Macaroni)	500 g	42.75 บาท	บรรจุถุงพลาสติก
โครงสร้าง	1.ถุงพลาสติก แบบ from-fill-seal			
กราฟฟิก	1. เจาะบรรจุภัณฑ์ใสบางส่วนซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2. ทำให้บริโภคจดจำโดยใช้สีน้ำเงิน เหลือง แดง ซึ่งเป็นแม่สี และตัวอักษร ชื่อสินค้าบนพื้นสี น้ำเงิน 3. Logo แสดงลักษณะของรวงข้าว ธงชาติอิตาลี พระอาทิตย์ 4.แสดงรายละเอียดการทำอาหารด้านหลังและรายละเอียดอื่นๆ ด้วยสีน้ำเงิน บอกชื่อรูปแบบเส้นเป็นชื่อเฉพาะ 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน			



2.3.2.1-2.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Spigadoro

3.Divella

เส้นพาสต้านำเข้าจากอิตาลี ผลิตโดย บริษัท ดีเวลล่า

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้าแบบยาว	Spaghetti	500 g	58 บาท	บรรจุถุงพลาสติก
เส้นพาสต้า	รูปเกลียว (Tortiglioni) รูปหอย (Conchiglie) ปล้องใหญ่ (Rigatoni) ปาปริก้า (Penne Rigate)	500 g	57.25 บาท	บรรจุถุงพลาสติก
โครงสร้าง	1.ถุงพลาสติก แบบ form-fill-seal			
กราฟฟิก	1. เจาะบรรจุภัณฑ์ใสบางส่วนซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2. ทำให้บริโภคจดจำโดยใช้สีเหลือง แดง และเขียว บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน 3.logo มีสัญลักษณ์ของรวงข้าว ธงชาติอิตาลี ภาพสถานที่แบบ Package ยุค classic 4.เน้นชื่อการค้าสีขาวบนพื้นแดง มีรายละเอียดสินค้า			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.1-3.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Divella

4.Panzani

เส้นพาสต้านำเข้าจากฝรั่งเศส ผลิตโดย บริษัท พานซานี เอสเอ จำกัด ผลิตสินค้าเกี่ยวกับเส้นพาสต้าและลาซานย่ารายใหญ่ จำหน่ายในประเทศไทยซึ่งเส้นนั้นมีให้เลือกหลากหลาย

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้าแบบยาว	Mafalde	500 g	70 บาท	บรรจุถุงพลาสติก
เส้นพาสต้า	เกลียว (Fusilli) รูปโบว์ (Farfalle) เส้นปาปริก้า (Penne Rigate) หลอดสั้น (Macaroni) ตัวอักษร (alphabet) หลอดเล็กสั้น	500 g	69.75- 79.75 บาท	บรรจุถุงพลาสติก
โครงสร้าง	1. บรรจุถุงพลาสติก form-fill-seal			
กราฟฟิก	1. เจาะบรรจุภัณฑ์ใสบางส่วนซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2.ทำให้บริโภคจดจำโดยเน้นสีแดง Logo ตัวอักษรขาวบนสีเขียว และมีสีอื่น คือ ขาว เหลือง 3.มีการวัดการใช้ สำหรับกี่คน โดยบอกด้วยกราฟฟิกด้านข้าง 4.แสดงรายละเอียดการทำอาหารด้านหน้าและด้านหลังและรายละเอียดอื่นๆ บอกชื่อรูปแบบเส้นเป็นชื่อเฉพาะ 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน 6.สินค้าบางชนิด ผสม Herb ทำให้มีสีสันอื่นนอกจากเหลือง ซึ่งมีสีเขียวและส้ม			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.1-4.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Panzani

5.Agnesi

เส้นพาสต้านำเข้าจาก Italy ผลิตโดย บริษัท จำกัด ผลิตสินค้าเกี่ยวกับเส้นพาสต้าและลาซานย่ารายใหญ่ จำหน่ายในประเทศไทยซึ่งเส้นนั้นมีให้เลือกหลากหลาย

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้าแบบยาว	Spaghetti Linguine	500 g	71.75,76 บาท	บรรจุกล่องกระดาษ
เส้นพาสต้า	เกลียว (Fusilli) รูปโบว์ (Farfalle) เส้นปาปริก้า (Penne Forte) หลอดสั้น (Macaroni) หลอดเล็กสั้น (Chifferi Ragati) Tortiglioni	500 g	64- 74 บาท	1.บรรจุถุงพลาสติก 2.บรรจุกล่อง กระดาษ
โครงสร้าง	1. บรรจุถุงพลาสติก form-fill-seal 2. บรรจุกล่องกระดาษเจาะช่องบางส่วนเพื่อแสดงสินค้า			
กราฟฟิก	1. เจาะบรรจุภัณฑ์ใสบางส่วนซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2.ทำให้บริโภคจดจำโดยเน้นความขัดเจนของสินค้าและความเก่าแก่โดยบอกปีที่ก่อตั้ง คือ 1824 และสินค้าร่วมที่จำเป็นต้องใช้กับเส้นพาสต้าคือ มะเขือเทศ น้ำมันมะกอก เครื่องเทศ 3.logo เป็นเรือสำเภาซึ่งเป็นกราฟฟิก illustrate 4.แสดงรายละเอียดการทำอาหารด้านหน้าและด้านหลังและรายละเอียดอื่นๆ บอกชื่อรูปแบบเส้นเป็นชื่อเฉพาะ 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะต่างๆ เพื่อความเหมาะสมกับสินค้า แต่ยังมีความ coporate 6.สินค้าบางชนิด ผสม Herb ทำให้มีสีสันอื่นนอกจากเหลือง ซึ่งมีสีเขียวและส้ม			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.1-5.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Agnesi

6.Bestfood

บริษัทภายในประเทศ โดยเป็นผู้ผลิตอาหารผลิตภัณฑ์หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสกาเกตตี้ น้ำสลัด แยม ผงเยลลี่ มายองเนส ซึ่งเป็นที่รู้จักมานานนับ 10 ปี สำหรับตลาดอาหาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการ... ...ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาแล... ...ารนำไปใช้

2.3.2.1-6.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Bestfood

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
เส้นมักกะโรนี	1.alphabet 2.shell 3.ขดสั้น	255 กรัม 500 กรัม	21.75 บาท 42 บาท	ถุงพลาสติกของใส
เส้นพาสต้าแบบแท่งยาว	1.spaghetti 2.macaroni	250 กรัม 500 กรัม	25 บาท 39.50 บาท	กล่องกระดาษปอนด์ขนาดพอดี เจาะช่องบางส่วนเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน
โครงสร้าง	1.กล่องกระดาษปอนด์เจาะช่องบางส่วน 2.ถุงพลาสติก ปิดขอบ			
กราฟฟิก	1.ออกแบบโดยใช้ Typography ของชื่อการค้าและสีเหลืองที่เป็นเอกลักษณ์ของ bestfood 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ชื่อ BRAND NAME มีความ coporate กันรูปแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์เดียวกัน 3..ออกแบบโดยใช้ชื่อการค้าเป็นสำคัญเนื่องจากเป็นจุดขายหลักของสินค้าพร้อมภาพ photographic ของการนำไปใช้			



7.San Remo

สินค้านำเข้าจากประเทศออสเตรเลีย ผลิตโดย San Remo Macaroni PTY จำกัด

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้าชนิดยาว	1.Instant Spaghetti 2.Spaghetti แบบเพิ่ม herb	500 กรัม	64 บาท	ถุงพลาสติก
โครงสร้าง	1.ถุงพลาสติก			
กราฟฟิก	1.ผลิตภัณฑ์มีสไตล์ของภาพเป็น Illustrate ของชายเฒ่า 2 ท่านกำลังทำอาหารด้วย Pasta แสดงออกแบบยุค Classic			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	2.ตัวอักษรต่างไ มีลักษณะเป็น serif เพิ่มความเก่าแก่ 3.รูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีความเป็น coporate กัน 4.สีของบรรจุภัณฑ์เคลือบทองและแดง เพิ่มความ classic ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ 5.บอกราบละเอียดต่างๆชัดเจน



2.3.2.1-7.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ San Remo

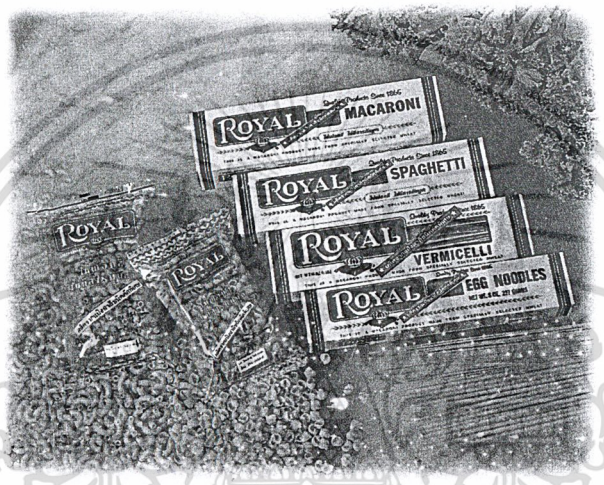
8.ROYAL

สินค้าภายในประเทศ ผลิตโดยบริษัท เสรีวัฒน์ฟู้ดส์ จำกัด จัดจำหน่ายโดย บริษัท โอลีน จำกัด มีผลิตภัณฑ์หลากหลายสำหรับเส้นพาสต้าและมักกะโรนี

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
เส้นมักกะโรนี	1.Elbow Macaroni 2.Ribbon Macaroni 3.Shortcut macaroni 4.assorted fancy	227 กรัม 454 กรัม	23 บาท 38 บาท	ถุงพลาสติกซองใส
เส้นพาสต้าแบบแท่งยาว	1.spaghetti 2.macaroni	250 กรัม 500 กรัม	23 บาท 38 บาท	กล่องกระดาษปอนด์พับติดกาว ขนาดพอดี เจาะช่องบางส่วนเห็นผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	3.egg noodles 4.vermicelli			ภายใน
โครงสร้าง	1.กล่องกระดาษปอนด์เจาะช่องบางส่วนพับติดกาว 2.ถุงพลาสติก ปิดขอบ			
กราฟฟิก	1.เน้นชื่อของผลิตภัณฑ์และ brandname โดยใช้สีเหลืองเป็นพื้น เนื่องจากเป็นสีของแป้งมักกะโรนี 2.รูปแบบลักษณะของกราฟฟิกใช้แบบคล้ายคลึงกัน กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ต่างๆ 3.บอกรายละเอียดต่างๆ ทั้งสินค้าในบริษัทและวิธีการปรุงอาหาร 4.LOGO "ROYAL" ตัวอักษรขาวบนพื้นแดง มีกราฟฟิกของรวงข้าวและมงกุฎ บอกปีคริสตศักราชที่เริ่มผลิตของบริษัท			



2.3.2.1-8.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Royal

ROYAL

เหนียวนุ่ม จนติดใจ

9.ORAMAS

ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ โดยบริษัท ออโรม่า เอส เอ ประเทศสเปน

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
เส้นพาสต้า	1.รูปเกลียว 2.รูปหอย 3.หลอดสั้นขด 4.ปาปริก้า	250 กรัม	34.25 บาท	ถุงพลาสติกซองใส
เส้นพาสต้าแบบแท่งยาว	1.spaghetti	250 กรัม 500 กรัม	34 บาท 60 บาท	ซองพลาสติกซองใส
โครงสร้าง	1.ถุงพลาสติก ปิดขอบ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กราฟฟิก	1.บรรจุภัณฑ์ใสมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน 2.LOGO ตัวอักษรขอบแดง มีการ์ตูนกุ๊กถือรวงข้าวสีทอง 3.ลายกราฟฟิก เป็นเหมือนผ้าปูโต๊ะสีแดง-ขาว 4.แสดงรายละเอียดสินค้า การใช้ ด้วยสีน้ำตาลข้างหลังถุง 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกันไม่แสดงความต่าง

2.3.2.1-9.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Oramas



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.2.ซอสปาเกตตี้

1.PREGO

บริษัทจากสหรัฐอเมริกา โดยเป็นบริษัทผู้ผลิตโดย บริษัท แคมเลลส์ ซึ่งมีชื่อเสียงทางด้านผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร



2.3.2.2-1.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Prego

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	1.ซอสรสเห็ด 2.ซอสรสเนย 3.ซอสเนื้อ 4.ซอสแบบพื้นเมืองตะวันตก	397 g 600 g	63 - 141บาท	กระปุกแก้ว ฝาโลหะ พิมพ์รายละเอียดสินค้าบนฝาและมีฉลากกระดาษพันรอบ พิมพ์แบบ offset
โครงสร้าง	กระปุกแก้ว ฝาโลหะ			
กราฟฟิก	1. บรรจุภัณฑ์ใสซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2. ทำให้ผู้บริโภคจดจำโดยเน้นชื่อ สินค้า รวมทั้งภาพ photographic ของอาหาร 3. แยกความแตกต่างด้วยแถบสีของฉลาก และรายละเอียดซึ่งแยกรส 4.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน			

2.QP

บริษัทอาหารภายใต้ลิขสิทธิ์ของ คิวพี คอเปอเรชั่น โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ผลิตโดย ไทย คิวพี จำกัด เป็น brand ที่ได้รับความนิยมและรู้จักในประเทศ และต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.2-2.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ คิวพี

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	1.ซอสทูน่า 2.ซอสไก่ 3.ซอสเนื้อ 4.ซอสหมู	175 g	28 บาท	กระป๋องโลหะ แบบมาตรฐาน พิมพ์ฉลากด้วย แบบ offset พันรอบกระป๋อง
โครงสร้าง	กระป๋องโลหะแบบฝาเปิดง่าย			
กราฟฟิก	1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง และมีเอกลักษณ์ของตน 2.กราฟฟิกแสดงภาพอาหาร ด้วย photogrphicแสดงความน่ารับประทานอาหาร 3. เน้นตราสินค้า 4.แสดงรายละเอียดการทำอาหารด้านหลังและรายละเอียดอื่นๆ 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน แสดงความต่างด้วยแถบสีเพื่อให้สินค้ามีความ coporate กัน			

3.AGNESI

เส้นพาสต้านำเข้าจากอิตาลี

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	1.Bolgnese 2.Olive 3.Basillico	250 g 400 g	68 บาท 86 บาท	ขวดแก้วกลม ฝาโลหะ มีการติดสติกเกอร์ด้านข้าง
โครงสร้าง	ขวดแก้วกลม ฝาโลหะ			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกใช้ photographic ของส่วนประกอบของซอส 2.เน้น Brand โดยแอคเนซี่ เป็นอักษรขาวบนพื้นแดง สีพื้นสีน้ำเงิน มีภาพ Illustrate ของเรือใบ 3.บอกรายละเอียด ฉลากโภชนาการ (nutrition) รายละเอียดอื่นชัดเจน และให้ความสำคัญว่าเป็นรสชาติแบบอิตาลีพื้นเมืองดั้งเดิม			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





2.3.2.2-3.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Agnesi

2.3.2.2-4.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Knorr

4.คนอร์

บริษัทลิขสิทธิ์ผู้ผลิตโดย ซีพีซี/อายิ ประเทศไทย จำกัด มีความชำนาญทางด้านอาหารเป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียง

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	1.ซอสมะเขือเทศ 2.ซอสผัดขี้เมา	240 g	25 บาท	บรรจุขวดแก้ว ฝาโลหะ pryoff พิมพ์ฉลากด้วยกระดาษพันรอบพิมพ์ offset seal ซอบป้องกันการเปิด
โครงสร้าง	บรรจุขวดแก้ว ฝาโลหะ pryoff			
กราฟฟิก	1. บรรจุภัณฑ์ใสซึ่งทำให้เห็นสินค้าภายใน 2.แสดงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับอาหาร 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน 6.แสดงลักษณะของ logo ที่ชัดเจน เนื่องจาก บริษัทมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักแล้ว			

5.HONIHO

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	:ซอสเนื้อ	300 g	30 บาท	กระป๋องโลหะ แบบมาตรฐาน พิมพ์ฉลากด้วย แบบ offset พันรอบกระป๋อง
โครงสร้าง	กระป๋องโลหะแบบฝาเปิดง่าย			
กราฟฟิก	1.แสดงลักษณะโดยมีภาพ photographic ของอาหาร เน้นชื่อสินค้า โดยใช้ภาษาญี่ปุ่น 2.สีพื้นด้านหลังเป็นสีแดง			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





2.3.2.2-5.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Honiho

2.3.2.2-6.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Heinz

6.HEINZ

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	1.รสไทย 2.รสอิตาเลี่ยน	500 g	39 บาท	บรรจุขวดแก้ว ฝาโลหะ pryoff พิมพ์ฉลากด้วยกระดาษพันรอบพิมพ์ offset seal ขอบป้องกันการเปิด
โครงสร้าง	บรรจุขวดแก้ว ฝาโลหะ pryoff			
กราฟฟิก	1.บริษัทเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง และมีเอกลักษณ์ของตน 2.กราฟฟิกแสดงภาพอาหาร ด้วย photogrphicแสดงความน่ารับประทานอาหาร 3. เน้นตราสินค้า 4.แสดงรายละเอียดการทำอาหารด้านหลังและรายละเอียดอื่นๆ 5.บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน แสดงความต่างด้วยแถบสีเพื่อให้สินค้ามีความ coporate กัน			

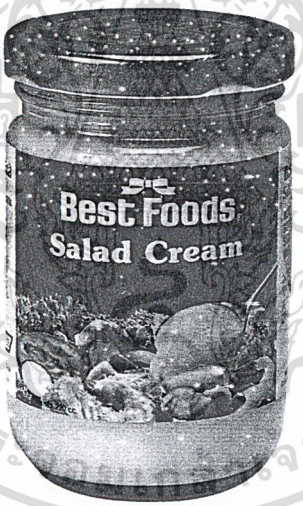
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.3.<u>ครีมสลัด</u>

1.Bestfood

บริษัทภายในประเทศ โดยเป็นผู้ผลิตอาหารผลิตภัณฑ์หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสกาเกตตี้ น้ำสลัด แยม ผงเยลลี่ มายองเนส ซึ่งเป็นที่รู้จักมานานนับ 10 ปี สำหรับตลาดอาหาร

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ครีมสลัด	ครีมสลัด	65 กรัม 220 กรัม 460 กรัม 680 กรัม	10 บาท 32 บาท 58.25 บาท 75.75 บาท	ซองพลาสติดปิด 4 ด้าน ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาโลหะแบบ pry off
	Thousand Island	220 กรัม	59.75 บาท	
โครงสร้าง	1.ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาโลหะแบบ pry off 2.พลาสติก ซองปิด 4 ด้าน			
กราฟฟิก	1.ออกแบบโดยใช้ Typography ของชื่อการค้าและสีเหลืองที่เป็นเอกลักษณ์ของ bestfood 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ชื่อ BRAND NAME มีความ coporate กันโดยแยกความแตกต่างด้วยอาหารและแถบสีของฉลาก 3.ขวดใสทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน 4.ออกแบบโดยใช้ชื่อการค้าเป็นสำคัญเนื่องจากเป็นจุดขายหลักของสินค้าพร้อมภาพ photographic ของการนำไปใช้			



2.3.2.3-1.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Bestfood

ตรา

สารพันความอร่อย
ทันสมัย จากเบสท์ฟู้ดส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.สุขุม

บริษัทภายในประเทศ เป็นที่รู้จักผลิตโดย บริษัทสุขุมพาณิชย์ จำกัด มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดไม่ว่าจะเป็นซอสปรุงรส ครีมสลัด น้ำสลัด ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ครีมสลัด		220 กรัม 460 กรัม 680 กรัม	30 บาท 56.25 บาท 73.75 บาท	ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาโลหะแบบ pry off
น้ำสลัด	น้ำสลัดสำหรับราดผัก สำหรับราดผักแบบ Italian Style	290 ml	31 บาท 43.75 บาท	ขวดแก้วแบบผอมเพรียว ฝาปิดพลาสติกเกลียว seal ขอบด้วย shrink wrap ป้องกันการเปิด
โครงสร้าง	1.ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาโลหะแบบ pry off 2.ขวดแก้วแบบผอมเพรียว ฝาปิดพลาสติกเกลียว			
กราฟฟิก	1.ออกแบบโดยใช้ Typography ของชื่อการค้าเท่านั้น 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ชื่อ BRAND NAME มีความ coporate กันโดยแยกความแตกต่างด้วยสีพื้นของชื่อยี่ห้อ 3.ขวดใสทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน 4.ออกแบบโดยใช้ชื่อการค้าเป็นสำคัญเนื่องจากเป็นจุดขายหลักของสินค้า			



2.3.2.3-2.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ สุขุม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.Heinz

บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับน้ำสลัดที่ขายใน supermarket ทั่วไป

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
น้ำสลัด	สลัดครีม	285 กรัม	77.75 บาท	ขวดแก้วเพรียว กลม ฝา pry off white cap
โครงสร้าง	1.ขวดแก้ว ทรงเพรียวกลมสูง 2.ฝาโลหะ pry off			
กราฟฟิก	1.มีฉลากเน้นสีเขียวสดใส ซึ่งเป็นสีของผัก และเส้นที่โค้งไปมาแสดง เส้นสายของผัก 2.มีการติด sticker ซึ่งมีกราฟฟิกประกอบด้วย เพื่อป้องกันการเปิด 3.เน้นชื่อผลิตภัณฑ์ " SALAD CREAM "			



2.3.2.3-3.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Heinz

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.KRAFT

บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศ สำหรับน้ำสลัดที่ขายใน supermarket ทั่วไป

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ครีมสลัด	Miracle Whipping cream	220 ml 473 ml	48 บาท 78 บาท	ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาพลาสติก
น้ำสลัด	Thousand Island French Dressing Italian Dressing French Dressing	296 ml	100.50 บาท	ขวดพลาสติก ฝาเปิดพลาสติก
โครงสร้าง	1.ขวดแก้ว ทรงกระบอกสำหรับ น้ำสลัดแบบครีมซึ่งมีความหนืดสูง 2.ขวดพลาสติก ฝาเปิดแบบ PUSH-PULL พลาสติก shirnk wrap ด้วยพลาสตกอีกชั้นหนึ่ง			
กราฟฟิก	1.บอกรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน สีสันสดใส 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ภาพ photographic รูปแสดงลักษณะของผัก ชื่อผลิตภัณฑ์ มีความ coporate กันโดยแยกความแตกต่างด้วยสีพื้น 3.เน้นชื่อชนิดของผลิตภัณฑ์			



2.3.2.3-4.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ KRAFT

5.S & W

บริษัทนำเข้าโดย เอสแอนดับบลิวไฟน์ฟูดอิงค์ มีผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น ซอสมะเขือเทศ น้ำส้มสายชู น้ำสลัด ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
น้ำสลัดชนิดใส Vintagelites	White wine & Herb Red wine & Herb Rusberry Blushing	296 ml	119.50บาท	ขวดแก้วเพรียว กลม ฝาเกลียวพลาสติก shrink wrap เพื่อเพิ่ม graphic และปกป้องกันการเปิด
โครงสร้าง	1.ขวดแก้ว ทรงเพรียวกลมสูง 2.ฝาพลาสติก PVC			
กราฟฟิก	1.ใช้ภาพ Illustrate ของผักพื้น Background สีขาว 2.แยกความแตกต่างด้วยสี 3.ขวดใสสามารถระบุถึงผลิตภัณฑ์ภายในโดยสีเข้ากับสีฉลาก 4.ตัวหนังสือแสดงถึงความมีความเก่า ดูเรียบง่าย ด้วย serif บอกลักษณะสินค้าอย่างละเอียด ทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับโภชนาการ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.3-5.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ S&W

6.PUREFOOD

บริษัทภายในประเทศ ผลิตโดย ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ สลัดบาร์ ใน ซุปเปอร์มาเกต

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ครีมสลัด	ธรรมดา แบบไม่ใส่ไข่ แบบไขมันต่ำ รสไก่ รสน้ำผึ้งผสมมะนาว	100 กรัม 180 กรัม	15.50บาท 25.50 บาท	Primary Package กระปุกพลาสติก ปิดฝาพร้อม seal ป้องกันการเปิดหก Secondary Package กระดาษพิมพ์ offset สวม
โครงสร้าง	1.กระปุกพลาสติก แบบมาตรฐาน			
กราฟฟิก	1.ใช้ภาพ Phtographic ของผักพื้น Background สีขาว 2.แยกความแตกต่างด้วยสี 3.กระปุกพลาสติกใสสามารถระบุถึงผลิตภัณฑ์ภายใน			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



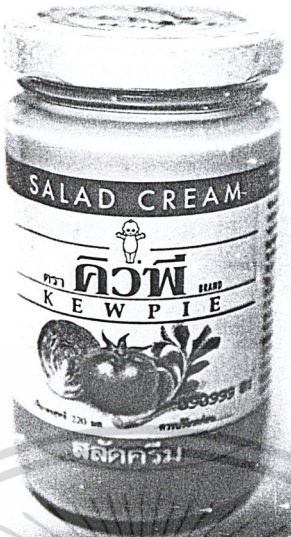
2.3.2.3-6.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Purefood

7.QP

บริษัทภายใต้ลิขสิทธิ์ของญี่ปุ่น ผลิตในประเทศไทย มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ครีมสลัด		220 กรัม 460 กรัม 680 กรัม	30 บาท 56.25 บาท 73.75 บาท	ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาโลหะแบบ pry off
โครงสร้าง	1.ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝาโลหะแบบ pry off			
กราฟฟิก	1.ออกแบบโดยใช้ Illustrate ของผัก สีพื้นที่เบาบาง ไล่โทน 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ชื่อ BRAND NAME มีความ coporate กันโดยแยกความแตกต่างด้วยแถบสีพื้น 3.ขวดใสทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.3-7.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ คิวพี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.4.ซอสปรุงรส

1.ฉลากทอง

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ซอสพริก	เผ็ดมาก - เผ็ดน้อย	100 กรัม 300 กรัม 750 กรัม	16-45 บาท	ขวดแก้วทรงสูง ปิดด้วยฝาพลาสติก push-pull พันฉลากด้วยกระดาษบนคอขวดและรอบตัวขวด ขวดใสเห็นสินค้าภายใน
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงสูง ปิดด้วยฝาพลาสติก push-pull ใช้โครงสร้างร่วม เดียวกันในแต่ละชนิด เน้นเรื่องความสูงของขวด เพื่อสร้างความแตกต่างบน shelf			
กราฟฟิก	1.เน้นตราสินค้า " ฉลากทอง " ใช้สีเขียว ทอง ส่วนบนของฉลากเป็นวัตถุดิบ พริกเหลืองและพริกแดง ส่วนด้านล่างเป็นภาพอาหารแบบ Illustrate ขวดใสแสดงสีของผลิตภัณฑ์ ใช้โครงสร้างร่วม เดียวกันในแต่ละชนิด เน้นเรื่องความสูงของขวด เพื่อสร้างความแตกต่างบน shelf			



2.3.2.4-1.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของฉลากทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.HEINZ

บริษัทภายในประเทศ เป็นที่รู้จักมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยมีลิขสิทธิ์จากต่าง ประเทศ

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ซอสพริก	เผ็ดมาก- เผ็ดน้อย	300 กรัม 600 กรัม	17-35 บาท	ขวดแก้วทรงกลม ฝา white cap
ซอสมะเขือเทศ		300 กรัม 600 กรัม	17-35 บาท	ขวดแก้วทรงกลม ฝา white cap
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกลม ฝา white cap			
กราฟฟิก	สร้างภาพพจน์ของสินค้าโดยการใช้ pattern เดียวกัน เน้นชื่อสินค้า ใช้สีขาวเป็นหลัก สร้างความน่าเชื่อถือ สะอาด มีคุณภาพ ทันสมัย แยกประเภทของผลิตภัณฑ์โดยอสัยภาพวัตถุดิบและเส้นสีกรอบ			



2.3.2.4-2.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Heinz

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.MAGGI

บริษัทภายในประเทศโดยมีชื่อ brand เป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ขอสพริก	ขอสพริก ขอสพริกศรีราชา	315 กรัม 630 กรัม	17-35 บาท	ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา white cap
ขอสมะเขือเทศ		315 กรัม 630 กรัม	17-35 บาท	ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา white cap
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกลม คอเหลี่ยม ฝา white cap			
กราฟฟิก	เน้นการใช้สีเหลือง-แดง เป็นการใช้สีที่โดดเด่นออกจากสินค้าอื่นๆ บน shelf ใช้ภาพประกอบที่มีขนาดใหญ่ เห็นชัดเจน แยกประเภทสินค้าด้วยสีของตัวอักษรชื่อผลิตภัณฑ์และภาพประกอบ			



2.3.2.4-3.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Maggi

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.King Kitchen

ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ขอสมะเขือเทศ	320 กรัม 560 กรัม	17-35 บาท	ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝา white cap ติดฉลากที่คอของบรรจุภัณฑ์และส่วน body ของฉลาก
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกระบอกฝา white cap		
กราฟฟิก	1.บอกรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน สีสันสดใส เน้นสีแดง เหลือง เขียว 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ภาพ Illustrate รูปของมะเขือเทศ รวมทั้งเน้น Brand name ของ คิงส์ คิทเช่น 3.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์		



ขอสพริกคิงส์ คิทเช่น

2.3.2.4-4.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ King Kitchen



ขอสมะเขือเทศคิงส์ คิทเช่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.ROSA

บริษัทที่เป็นที่รู้จักภายในประเทศมาเป็นเวลานาน และมีชื่อเสียงโดยมีราคาที่ถูก และ Brand Loyality ที่ดี

ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ซอสมะเขือเทศ	320 กรัม 650 กรัม	17-36 บาท	ขวดแก้วทรงกระบอก ปิดด้วยฝา white cap ติดฉลากที่คอของบรรจุภัณฑ์และส่วน body ของฉลาก
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงกระบอกฝา white cap		
กราฟฟิก	1.บอกรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน สีสันสดใส เน้นสีแดง เหลือง เขียว 2. กราฟฟิกประกอบด้วย ภาพ Illustrate รูปของมะเขือเทศ รวมทั้งเน้น LOGO 3.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์		



2.3.2.4-5.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ ROSA



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.5.น้ำมันมะกอก

1.YABARA

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
น้ำมันมะกอก	pure 100%	250/500 ml	98-198 บาท	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมสูง ฝาโลหะ ติดฉลากด้านหน้าและหลัง พิมพ์ offset
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมสูง ฝาโลหะ			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ Illustrate รูปของมะกอก แสดง Brand ชัดเจน 2.พื้นที่ติดฉลากน้อยแต่แสดงรายละเอียดชัดเจน รวมทั้ง nutrition fact 3.logo เป็นสีน้ำเงินกรมท่าบนพื้นสีครีม			

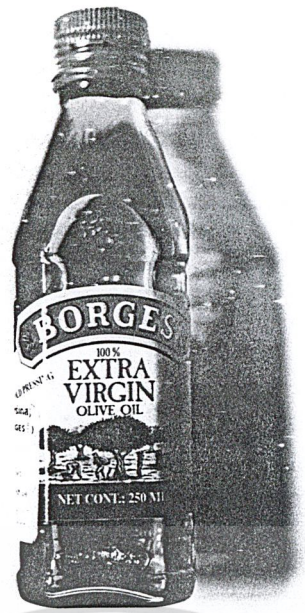


2.3.2.5-1.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Yabara

2.BORGES

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
น้ำมันมะกอก	EXTRA VIRGIN CLASSICO	250/500 ml 1000 ml	96.75-321 บาท	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมมนฝาโลหะ ติดฉลากด้านหน้าและหลัง พิมพ์ offset และอีกแบบหนึ่งเป็นขวดเพิ่มเหลี่ยมเพื่อให้มีความสวยงามและมุมมองคงามใสมากขึ้น
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมมน ฝาโลหะ			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ Illustrate รูปของฟาร์มต้นมะกอก แสดง Brand ชัดเจน 2.พื้นที่ติดฉลากน้อยแต่แสดงรายละเอียดชัดเจน รวมทั้ง nutrition fact			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.5-2.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Borges

3.Bertolli

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
น้ำมันมะกอก	EXTRA VIRGIN CLASSICO	250/500 ml	101.75-340 บาท	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมมน ฝาโลหะ ติดฉลากด้านหน้าและหลัง พิมพ์ offset
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมมน ฝาโลหะ			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ Illustrate รูปของมะกอก แสดง Brand ชัดเจน 2.พื้นที่ติดฉลากน้อยแต่แสดงรายละเอียดชัดเจน รวมทั้ง nutrition fact เนื่องจากโชว์ความใสของตัวผลิตภัณฑ์			







2.3.2.5-3.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Bertolli

4.FRAGATA

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
น้ำมันมะกอก	EXTRA VIRGIN	250/500 ml	96 - 189 บาท	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมมน ฝาโลหะ ติดฉลากด้านหน้าและหลัง พิมพ์ offset
โครงสร้าง	ขวดแก้วทรงเหลี่ยมมน ฝาโลหะ			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ เน้น Brand โดยเน้นสีเขียวกับขาว 2.พื้นที่ติดฉลากน้อยแต่แสดงรายละเอียดชัดเจน รวมทั้ง nutrition fact 3.มีสัญลักษณ์ของเรือใบ ตัวหนังสือมี serif ขอบทอง สีเขียวบนพื้นขาว			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



2.3.2.5-4.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Fragata

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.6.ผงทำสปาเกตตี้ซอส

1.French's

เป็นบริษัทที่ประกอบการทางด้านอาหารโดยตรง มีฐานและช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี ภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์ตรา French's เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท Reckett & Colman Inc. ซึ่งเป็นสินค้านำเข้าจากสหรัฐอเมริกา โดย เดอร์กี้-เฟรนฟู้ดส์ รัฐนิวเจอซี่



2.3.2.6-1.ภาพแสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสินค้าตรา French's

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ผงทำสปาเกตตี้	1.Italian Spaghetti sauce mix 2.thick Spaghetti sauce mix	35 g 46 g	43 บาท	primary package ซองฟิล์มเคลือบพิมพ์ offset Display package กล่องกระดาษปอนด์พับแบบ reverse tuck
โครงสร้าง	ซองฟิล์มเคลือบ			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ photographic โดยเน้นประเภทอาหาร 2.เน้นชื่อ product มากกว่า brand name เป็นแบบ Product Range conditioning			

2.LOBO

ผลิตภัณฑ์ปรุงรสอาหาร ซึ่งผลิตโดย บริษัท กริฟฟิทท์ลาบอราทอรี่ส์ ประเทศไทย จำกัด เป็นสินค้าผลิตในประเทศ ซึ่งมีผงปรุงอาหารหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบพื้นเมือง เช่น ผงกะหรี่ ผงทำเครื่องแกง ผงพะโล้ และผงปรุงสำเร็จแบบอาหารสากล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ผงทำสปาเกตตี้	Spaghetti Sauce Seasoning Mix	250 g	36 บาท	primary package ของพลาสติกฟิล์มเคลือบ พิมพ์ offset
โครงสร้าง	ของพลาสติกฟิล์ม			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ photographic โดยเน้นประเภทอาหาร 2.เน้นชื่อ product มากกว่า brand name เป็นแบบ Product Range conditioning			



2.3.2.6-2.ภาพแสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสินค้าตรา LOBO

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.7.<u>อาหารกระป๋อง</u>

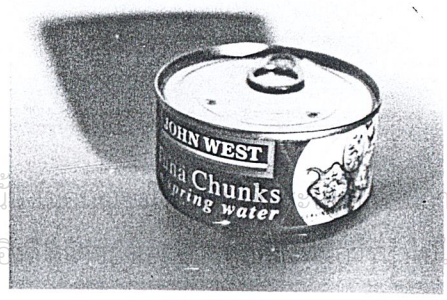
1.Johnwest

อาหารกระป๋องภายใต้ลิขสิทธิ์ของบริษัท จอห์นเวส ประเทศอังกฤษ ซึ่งมีการผลิตอยู่ในประเทศไทย โดยบริษัท โชติวัฒน์อุตสาหกรรมการผลิต จำกัด จ.สงขลา มีจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศผลิตภัณฑ์มีหลากหลายให้ผู้บริโภคเลือก เช่น อาหารปรุงสำเร็จ อาหารสำหรับคอกเทล



2.3.2.7-1.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ John West

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
1.ทูน่ารมควัน (tuna slice)	ทูน่าในน้ำมันพืช	125 กรัม	25 บาท	primary package กระป๋องโลหะเหลี่ยมหรือกระป๋องกลมแบบเปิดง่าย
2.ทูน่าผัดปรุงสำเร็จ	tuna Mediterranian	200 กรัม	34.50 บาท	sevondary package กล่องกระดาษกล่องพับ และอีกแบบหนึ่งคือ
3 สลัดทูน่า	tuna Italian			
	Italian style	192 กรัม	29 บาท	primary package กระป๋องโลหะแบบเปิดง่าย
	Mediteranian			
โครงสร้าง	1.กระป๋องโลหะกลมและกระป๋องเหลี่ยมขนาดมาตรฐาน			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ photographic โดยเน้นประเภทอาหาร 2.เน้นชื่อ product มากกว่า brand name ตัวอักษรมี serif ดูน่าเชื่อถือ 3.เพิ่มพื้นที่ของกราฟฟิก ด้วยการใช้กล่องสวมเข้าไปอีก ซึ่งให้รายละเอียดสินค้าชัดเจนยิ่งขึ้น 4.สินค้ามีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน coporate กัน สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด			

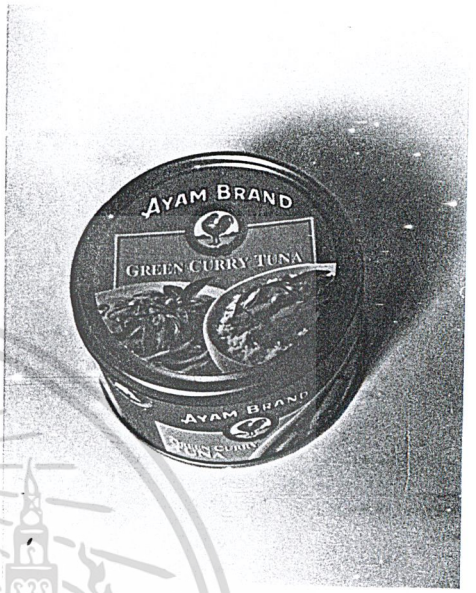


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของผลงานทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.อะยัม

บริษัท Brand name ที่มีลิขสิทธิ์ในการขาย โดยมีผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ





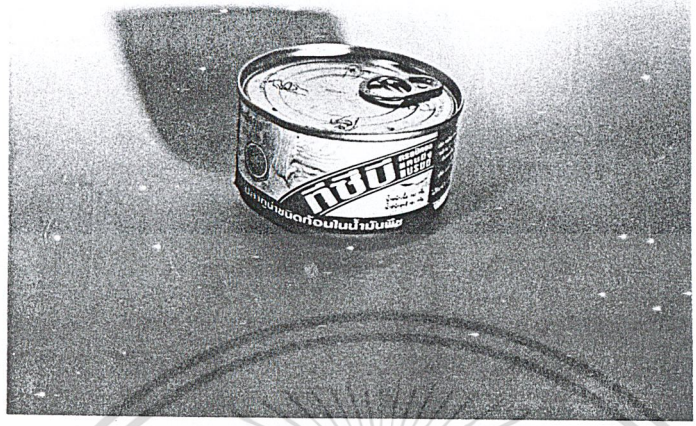
2.3.2.7-2.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ อะยัม

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
	ทูน่าแซนวิช ทูน่าในน้ำเกลือ ทูน่าในน้ำมันพืช ปลาซาดีน	185 กรัม	30 บาท	กระป๋องโลหะกลม ขนาดมาตรฐาน
โครงสร้าง	กระป๋องโลหะกลม ขนาดมาตรฐาน			
กราฟฟิก	1.กราฟฟิกแบบเน้น Brand Ayam บอกเวลาการก่อตั้ง และมี logo ภาพไก่ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ 2.ฉลากเน้นสีโทน ส้ม-แดง เป็นรูปแบบลักษณะเดียวกัน 3.เพิ่มพื้นที่ของฉลากโดยใช้กันกระป๋องมาติดฉลากกลม ซึ่งมีพื้นที่แสดงรายละเอียด และดูน่าสนใจมากขึ้น 4.บอกรายละเอียดด้วย ภาพ photographic ของอาหารและ illustrate ของรูปปลาและรายละเอียดข้อบังคับอื่นๆ			

3.TCB

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ทูน่า	ชนิดก้อนในน้ำเกลือ ชนิดก้อนในน้ำมันพืช แซนวิชในน้ำมันพืช	185 กรัม	25-35 บาท	กระป๋องโลหะแบบ Easy open Rounded
โครงสร้าง	กระป๋องโลหะแบบ Easy open Rounded			
กราฟฟิก	1.บรรจุภัณฑ์มีความ Coporate โดยแยกสินค้าด้วยสีที่แตกต่าง รวมทั้งรูปภาพด้วย 2.แสดงลักษณะความสดของสินค้า เป็นเนื้อปลา ซึ่งเป็นภาพพื้น โดยใช้ Graphic แบบ Photographic 3.สีของชื่อสินค้า เปลี่ยนไปกับชนิดสินค้า			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





2.3.2.7-3.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ TCB

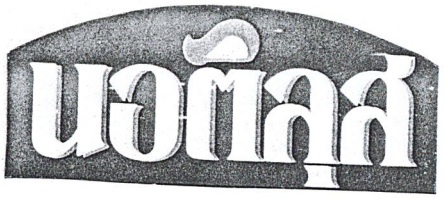
4.Nautilus

ผลิตและจัดจำหน่ายโดย บริษัท พัทยาฟู้ดอินดัสตรี จำกัด โดยสินค้าเป็นที่รู้จักและมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
ครีมสลัด	ทูน่าในน้ำมันพืช ทูน่าในน้ำแร่ ทูน่ามายองเนส ทูน่าสลัด ทูน่าในอิตาเลียนซอส ทูน่าแซนวิช ปลาซาบะในซอสมะเขือเทศ ทูน่าเปรี้ยวหวาน	185 กรัม	28-35 บาท	กระป๋องโลหะแบบ Easy open Rounded
โครงสร้าง	กระป๋องโลหะแบบ Easy open Rounded			
กราฟฟิก	1.เน้นชื่อของ BRAND และ LOGO ตัวอักษรขาวบนพื้นสีฟ้า 2.มีลักษณะของสินค้าที่ coporate กัน โดยต่างกันที่ชื่อสินค้า ภาพ และสีพื้น 3.สไตล์ของกราฟฟิกแสดงอาหาร แบบ photographic 4.มีข้อมูล อธิบายสินค้า รายละเอียดต่างๆ ตามหลักกฎหมาย			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





2.3.2.7-4.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Natilus

5.SELECT

บริษัทภายในประเทศซึ่งมีการพัฒนาการผลิต และด้านการโฆษณา เป็นที่รู้จัก

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดของบรรจุภัณฑ์
1.เนื้อปลาทูน่า	ทูน่าในน้ำเกลือ ทูน่าในน้ำมันพืช สลัดทูน่า	185 กรัม	25-34บาท	กระป๋องโลหะแบบ Easy open Rounded
2.ทูน่าปรุงสำเร็จ	พะแนงทูน่า ผัดพริกทูน่า ผัดกระเพราทูน่า มัสมั่นทูน่า ทูน่าผัดเขียวหวาน			
โครงสร้าง	กระป๋องโลหะแบบมาตรฐาน			
กราฟฟิก	1.ใช้ภาพ photographic แสดงรูปแบบทางกราฟฟิก 2.แยกความแตกต่างด้วยภาพของอาหาร สำหรับกลุ่มอาหารปรุงสำเร็จ ส่วนเนื้อทูน่าจะแบ่งด้วยสีพื้น เพื่อให้เกิดการ coporate กัน			





2.3.2.7-5.แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ของ Select

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละยี่ห้อต่าง ๆ

2.5.3.1.ข้อได้เปรียบเสียเปรียบกลุ่มเส้นสปาเกตตี้

1.Bestfood

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ช่องทางการจัดจำหน่ายมาก ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า มินิมาร์ท และ convenience store ซึ่งซื้อหาได้ทั่วไป 2.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ 3.บรรจุภัณฑ์มีหลายรูปแบบเหมาะกับผู้บริโภคในประเทศ 4.ราคาสมเหตุสมผล	1.ผลิตภัณฑ์มีการอธิบายคุณสมบัติที่น้อย 2.ประเภทลักษณะของเส้นไม่หลากหลายและไม่น่าดึงดูดใจ

2.Royal

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ช่องทางการจัดจำหน่ายมาก ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า มินิมาร์ท และ convenience store ซึ่งซื้อหาได้ทั่วไป 2.ราคาถูก 3.บรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายแบบเหมาะกับผู้บริโภคในประเทศ	1.บรรจุภัณฑ์ดูเชย ไม่น่าเชื่อถือ และเป็นไปตามไปกับกับคู่แข่งภายในประเทศ 2. ผลิตภัณฑ์มีการอธิบายคุณสมบัติที่น้อย

3.Divella

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกแบบ classic น่าเชื่อถือ รวมทั้งเป็นอาหารผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นต้นตำรับ 2.เอกลักษณ์ร่วมของบรรจุภัณฑ์ที่ดี 3.รูปแบบของสินค้าที่หลากหลาย	1.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย 2.ราคาสูงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.Agnesi

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือกมาก โดยเป็นอาหารที่มาจากอิตาลี ต้นตำรับของอาหารประเภทนี้ 2.บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วมที่ดี ร่วมสมัย สวยงาม และหลากลายในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 3.เป็นบริษัทที่ผลิตทั้งเส้นพาสต้าและสปาเกตตี้ ซอสมีลักษณะครอบคลุมตลาด	1.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย เฉพาะห้างสรรพสินค้า 2.ราคาสูงมาก

5.San remo

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกในแบบ Classic ดูเป็นความเก่าแก่โบราณ น่าเชื่อถือ 2.บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วมที่ดี การเลือกใช้สีและภาพ illustration 3.มีรายละเอียดของสินค้าที่ชัดเจน 4.เพิ่มเมนูอาหารตัวอย่าง ซึ่งช่วยในการทดลองทำอาหาร	1.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย เฉพาะห้างสรรพสินค้า 2.ราคาสูงมาก

6.Dececco

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ Illustrate 2.ความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกันของบรรจุภัณฑ์ 3.มีลักษณะของเส้นพาสต้าในแบบต่างๆ	1.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย เฉพาะห้างสรรพสินค้า 2.ราคาสูงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.Spigodoro

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นกราฟฟิกแบบร่วมสมัย สีสันสดใส บรรจุในซองพลาสติกใส สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ดี 2.สินค้าให้เลือกหลายแบบเหมาะในโอกาสต่างๆ 3.ราคาถูก เมื่อเทียบกับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ	1.เป็นสินค้าที่เข้ามาใหม่ในประเทศยังไม่เป็นที่รู้จัก 2.มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

8.Barilla

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.บรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยเน้น Logo ของบริษัท 2.เป็นกล่องกระดาษซึ่งสามารถพิมพ์กราฟฟิกได้ดี 3.มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ 4.เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่น่ารู้จัก	1.ราคาค่อนข้างสูง 2.มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

9.Oramas

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นกราฟฟิกแบบร่วมสมัย สีแดงสดใสเป็นพลาสติกเจาะให้เห็นสินค้า 2.ราคาถูกเมื่อเทียบกับสินค้านำเข้าบริษัทอื่นๆ 3.มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบให้เลือก	1.มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย 2.มีการเจาะช่องใสมาก ทำให้มีการเน้นกราฟฟิกที่น้อยลง ไม่น่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.Panzani

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.บรรจุภัณฑ์เจาะใสซึ่งมองเห็นสินค้าภายใน 2.เพิ่มสีสันของอาหารด้วยการใช้เส้นพาสต้าเป็นสีผสม ของมะเขือเทศและผักขม (spinach) ทำให้เกิดสีของอาหารที่เป็น สีเหลือง สีแดง สีเขียว 3.บรรจุภัณฑ์มีหลายรูปแบบ 4.สินค้ามีรูปแบบให้เลือกมาก 5.กราฟฟิกร่วมสมัยสีสันสะดุดตา โดยใช้สี แดง	1.ราคาค่อนข้างสูง 2.มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

11.Tomadini

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิก สไตล์ร่วมสมัย เนนสีน้ำเงินร่วมด้วยสีแดงและขาว 2.เจาะใสมองเห็นสินค้าภายใน 3.สินค้ามีรูปแบบที่แตกต่างมีให้เลือกมากหลายแบบ	1.ราคาค่อนข้างสูง 2.มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซอสสปาเกตตี้

1.PREGO

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยเป็นบริษัทลูก ของ Campbell's ซึ่งผลิตสินค้า ภายในอเมริกา เป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงมาก 2.ลักษณะของสินค้ามีความเป็นสากล เป็นขวดแก้วใสดูน่าเชื่อถือ 3.ลักษณะกราฟฟิกแบบ photographic แสดงลักษณะของอาหารที่ใส่ลงในสินค้า น่ารับประทาน 4.มีรสชาติให้เลือกหลายชนิด -ซอสเห็ด -ซอสเนื้อ -ซอสแบบผสมเนยแข็ง	1.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ราคาแพง

2.AGNESI

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือ โดยผลิตทั้งซอสสปาเกตตี้และเส้นสปาเกตตี้ 2.มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย คือ -Bolognese -Olive -Basilico 3.เน้นความเป็นสไตล์อิตาเลียน 4.มีขนาดบรรจุ 2 ขนาด 250 และ 500 กรัม	1.มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย 2.ราคาแพง 3.ชื่อซึ่งแสดงลักษณะของรสชาติทำให้เข้าใจยากในการเลือกซื้อ 4.ฝาโลหะเกลียวไม่มี texture อาจทำให้เปิดยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.คิวพี

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ Illustration เน้นความขาว สะอาด 2.มีรสชาติให้เลือกหลายชนิด มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกัน ด้วยสีของฉลาก -ซอสไก่ -ซอสหมู -ซอสทูน่า -ซอสเนื้อ 3.เป็นลิขสิทธิ์ของประเทศญี่ปุ่น เป็นที่รู้จักภายในประเทศ 4.เหมาะสำหรับการใช้งานในครั้งเดียว	1.ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋องที่ไม่สามารถเห็นลักษณะของซอสภายในได้ 2.กระป๋องเล็กและขนาดบรรจุดูน้อยกว่า เทียบกับบริษัทอื่นๆ

4.Heinz

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัท มีสายการผลิตในประเทศ 2.มีรสชาติที่เหมาะกับคนไทยโดยแยกเป็น -รสไทย -รสอิตาเลี่ยน 3.มีปริมาณที่มาก ในราคาที่ถูก 4.ขวดปากกว้างเหมาะกับการเทและตักสินค้า	1.กราฟฟิกดูเชยไม่น่าเชื่อถือ 2.กราฟฟิกแบบ photographic แสดงลักษณะอาหารไม่ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.Knorr

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เป็นที่รู้จักมีการโฆษณาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สายการผลิตภายในประเทศ 2.ราคาถูก 3.ปริมาณบรรจุเหมาะสม 4.มี 2 รสชาดเหมาะสำหรับคนไทย -ซอสมะเขือเทศ -ซอสผัดขี้เมา	1.ขวดเป็นแบบ stock bottle 2.กราฟฟิกแบบ photographic แสดงลักษณะของอาหาร 3.ไม่ชัดเจนเพียงพอ อาจสับสนได้เมื่อมีการซื้อ 4.กราฟฟิกของสีใกล้เคียงกันมากเกินไป

6.Bestfood

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เส้นผ่านศูนย์กลางขวดมีขนาดใหญ่ ทำให้พื้นที่ในการโฆษณามาก 2.ฝามีขนาดเส้นเส้นผ่านศูนย์กลางใหญ่ โอกาสที่จะล้มเวลาวางซ้อนกันมีน้อย 3.มีภาพผัก สลัด แสดงคุณประโยชน์และลักษณะการใช้งาน 4.สีบนฉลากใช้สีแดงมีความโดดเด่นสะดุดตา 5.พลาสติกที่ Seal รอบฝา สกรีนว่า "Best foods Quality seal " โดยทั่ว ทำให้ดูสะอาดและน่าเชื่อถือ 6.ลักษณะขวดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 7.เป็นสินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์บริษัทต่างประเทศ	1.สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัด display 2.ตัวอักษรที่ใช้บนฉลากใช้สีขาว อ่านยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.Honiho

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นสินค้าที่ผลิตภายในประเทศและส่งออกสู่ประเทศญี่ปุ่น 2.กราฟฟิกชัดเจน เน้นสีแดงของพื้นด้านหลัง 3.สไตล์ photographic แสดงลักษณะอาหารชัดเจน น่ารับประทาน	1.ช่องทางจัดจำหน่ายน้อย 2.รสชาติอาหารไม่มีให้เลือก 3.เป็นกระป๋องโลหะทำให้ไม่สามารถมองเห็นสินค้าภายใน 4.กระป๋องเป็นแบบธรรมดาเปิดยาก

8.สุขุม

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ตราสินค้ามีขนาดใหญ่ โดดเด่นสะดุดตา 2.มีตรา เซลล์ชวนชิม 3.ไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัด display	1.ใช้ขวดที่เป็น stock bottle ทำให้ขาดเอกลักษณ์ 2.พลาสติกที่ seal รอบขวดใช้สีฟ้าทำให้ดูไม่คอยสะอาด 3.เส้นผ่านศูนย์กลาง ขวดมีขนาดเล็ก ทำให้มีพื้นที่ในการโฆษณาน้อย 4.ไม่มีภาพแสดงลักษณะหรือคุณประโยชน์ใช้งาน 5.ลักษณะกราฟฟิกไม่สามารถแสดงภาพพจน์ของสลัดครีม 6.ฝามีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางเล็ก โอกาสที่ล้มเวลาวางซ้อนกันมีมาก 7.ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครีมสลัดและน้ำสลัด

1.PUREFOOD

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ที่มุมสลัดบาร์ของห้างสรรพสินค้า จึงเป็นโอกาสดีในการเลือกซื้อ แบบฉาบฉวย 2.ราคาถูก ผลิตภายในประเทศ เป็นสินค้า Hand made 3.มีตรา เซลล์ชวนชิม 4.มีรสชาติหลากหลาย เจาะกลุ่มเป้าหมายต่างๆมากขึ้นคือ รสธรรมดา รสไก่ รสน้ำผึ้งผสมมะนาว สูตรไขมันต่ำ แบบน้ำใส 5.สินค้าเหมาะกับการบริโภคครั้งเดียว	1.การที่เป็นสินค้า handmade ทำให้ไม่น่าเชื่อถือ 2.บรรจุภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ 3.สินค้าสามารถเสียได้เร็วกว่า เนื่องวัสดุการผลิต แม้ว่าจะมีการ seal ขอบแล้วก็ตาม 4.อายุการใช้งานสั้น 5.รสชาติที่หลากหลาย แต่ขาดเอกลักษณ์ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.KRAFT

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.บริษัทนำเข้าจากต่างประเทศมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 2.มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย คือ -Salad cream -French Dressing -italian Dressing -French(Herb&Garlic) Dressing 3.บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ โดยแสดงลักษณะเป็นภาพ Photographic ลักษณะขวดเป็นแบบใส เห็นสินค้าภายใน	1.มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย 2.ลักษณะกราฟฟิกของครีมสลัดและน้ำสลัดแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.S&W

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกเป็นสไตล์ Illustration ตัวอักษรเป็น serif ทำให้สินค้าดูมีภาพลักษณ์ที่ดี ในกลุ่มที่ต้องการภาพลักษณ์ของคุณภาพ 2.มีรสชาติที่แตกต่างจากบริษัทอื่นๆ คือ -Red Wine Dressing -White wine Dressing -Rusberry Blushing 3.เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ การยอมรับอย่างรวดเร็วจะมีมากกว่า เนื่องจากความเป็นสากล	1.ขวดไม่ส่งเสริมสินค้า ซึ่งเป็นขวดแบบ Stock Bottle 2.ราคาแพง 3.ไม่เป็นที่รู้จักมีชื่อเสียงในประเทศ

4.Bestfood

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เส้นผ่านศูนย์กลางขวดมีขนาดใหญ่ ทำให้พื้นที่ในการโฆษณามาก 2.ฝามีขนาดเส้นเส้นผ่านศูนย์กลางใหญ่ โอกาสที่จะล้มเวลาวางซ้อนกันมีน้อย 3.มีภาพผัก สลัด แสดงคุณประโยชน์และลักษณะการใช้งาน 4.สีบนฉลากใช้สีแดงมีความโดดเด่นสะดุดตา 5.พลาสติกที่ Seal รอบฝา สกรีนว่า "Best foods Quality seal " โดยทั่ว ทำให้ดูสะอาดและน่าเชื่อถือ 6.ลักษณะขวดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 7.เป็นสินค้าภายใต้ลิขสิทธิ์บริษัทต่างประเทศ	1.สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัด display 2.ตัวอักษรที่ใช้บนฉลากใช้สีขาว อ่านยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.สุขุม

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ตราสินค้ามีขนาดใหญ่ โดดเด่นสะดุดตา 2.มีตรา เชลล์ชวนชิม 3.ไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัด display	1.ใช้ขวดที่เป็น stock bottle ทำให้ขาดเอกลักษณ์ 2.พลาสติกที่ seal รอบขวดใช้สีฟ้าทำให้ดูไม่ค่อยสะอาด 3.เส้นผ่านศูนย์กลาง ขวดมีขนาดเล็ก ทำให้มีพื้นที่ในการโฆษณาน้อย 4.ไม่มีภาพแสดงลักษณะหรือคุณประโยชน์ใช้งาน 5.ลักษณะกราฟฟิกไม่สามารถแสดงภาพพจน์ของสลัดครีม 6.ฝามีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางเล็ก โอกาสที่ล้มเวลาวางซ้อนกันมีมาก 7.ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ซอสปรุงรส

1.ฉลากทอง

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีพื้นที่ในการโฆษณามากในด้านยาว 2.รอบขวดมีขนาดพอเหมาะกับมือ 3.ฉลากมีขนาดใหญ่สะดุดตา 4.มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากกรมวิทยาศาสตร์แสดงบนฉลาก 5.มีภาพประกอบบนฉลากแสดงถึงประโยชน์ในการใช้งาน 6.ไม่สิ้นเปลืองเนื้อที่ในการจัด Display 7.ลักษณะกราฟฟิกแต่ละประเภทมีความแตกต่างชัดเจน	1.ตราสินค้ามีขนาดเล็ก เนื่องจากเส้นผ่านศูนย์กลางของขวดน้อย 2.ขวดล้มง่าย 3.ลักษณะกราฟฟิกดูแล้วรก 4.ขวดขนาด 300 cc มีราคาแพง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า การแสวงหากำไร ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.Maggi

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นที่รู้จัก 2.เป็นบริษัทผลิตภายในประเทศที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ 3.มีชื่อเสียงติดปากทางด้านาหารซอสถั่วเหลือง	1.บรรจุภัณฑ์กลมกลืนไปกับบริษัทอื่นๆ 2.มีรายละเอียดของสินค้าน้อย

3.Heinz

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีลิขสิทธ์จากต่างประเทศ ซึ่งมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก 2.ราคาถูก เนื่องจากตลาดมีการแข่งขันค่อนข้างสูง 3.ทรงขวดเป็นแบบที่เหมาะสมสำหรับการแสดงฉลาก	1.การจับไม่ถนัดมือ เนื่องจากทรงเป็นแบบแสดงฉลากสินค้าได้ดีมากกว่า 2.ลักษณะกราฟฟิกมีความเหมือนกัน อาจทพให้เกิดความสับสนได้ 3.แยกประเภท เผ็ดน้อย-เผ็ดมาก ไม่ชัดเจน

4.ROSA

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือ 2.เป็นผู้นำตลาด ซอสมะเขือเทศ 3.ราคาถูก 4.มีการปรับเปลี่ยนกราฟฟิก ให้ทันสมัยมากขึ้น	1.ตลาดที่บริษัทเจาะกลุ่มเป้าหมาย จะเป็นกลุ่มผู้บริโภค ระดับกลาง และกลุ่มร้านอาหารมากกว่า

4.King Kitchen

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีการโฆษรา ประชาสัมพันธ์ ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด 2.ราคาถูก 3.ยี่ห้อสินค้า มีชื่อที่ดี เริ่มเป็นที่รู้จัก	1.เนื่องจากเป็นสินค้าใหม่ จึงมีคู่แข่งมากรายในท้องตลาด ยากในการแข่งขัน 2.กราฟฟิกคล้ายไปกับบริษัทอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.5.ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมันมะกอก

1.Yabara

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ทรงขวดเพรียว สูง เป็นเหลี่ยมจับถนัดมือ 2.ทำให้มีพื้นที่ Display สินค้าได้มากขึ้น 3.กราฟฟิกเป็นลักษณะแสดง LOGO สินค้า	1.กราฟฟิกบนฉลากไม่ค่อยชัดเจน สีกลืนไปกับตัวผลิตภัณฑ์ 2.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ราคาสูง

2.FRAGATA

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกเป็นแบบร่วมสมัย เน้นชื่อสินค้า 2.ขวดเพรียว แบบคล้ายกับคู่แข่งในตลาด 3.ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ	1.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ราคาสูง 2.กราฟฟิกไม่ชัดเจน

3.BORGES

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีความเก่าแก่ มีสไตล์ของกราฟฟิกที่ Classic น่าเชื่อถือ 2.ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ 3.มีลักษณะของขวดเป็น 2 รูปแบบซึ่งเป็นแบบตามไปกับคู่แข่งและอีกรูปแบบเพิ่มมุมให้มีความใสเป็นประกาย และช่วยไม่ให้ล้มง่าย	1.ราคาสูง ช่อง ทางการจัดจำหน่ายน้อย

4.Bertolli

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีความเก่าแก่ มีสไตล์ของกราฟฟิกที่ Classic น่าเชื่อถือ 2.ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ 3.เป็นที่รู้จักดีในต่างประเทศ	1.ราคาสูง ช่อง ทางการจัดจำหน่ายน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.6.เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียกลุ่มผงทำซอสสปาเกตตี้

1.French's

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.มีผงทำอาหารประเภทสากลให้เลือกหลายชนิด มีความเข้าใจอย่างดี 2.มีผงทำสปาเกตตี้ 2 ชนิด คือ ซอสแบบอิตาเลียนสไตล์ ซอสแบบเข้มข้น	1.ลักษณะของฟิล์มเคลือบที่นำมาใช้ ยับง่าย ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูเก่าเร็ว เมื่อมีการจับมาก บน shelf 2.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย 3.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น้อย 4.รสอาหารมีความเป็นสากล ผู้บริโภคคนไทยอาจจะไม่ชอบ

2.Lobo

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.ผงทำอาหารมีให้เลือกหลายชนิดทั้งแบบสากลและแบบพื้นเมือง 2.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง 3.กราฟฟิกเป็นแบบ Photographic แสดงถึงอาหารชัดเจน 4.มีความเป็นสากล 5.เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ	1.กราฟฟิก ภาพอาหาร ไม่ชัดเจน และไม่น่ารับประทาน 2.กราฟฟิกตัวอักษร การจัดวางไม่ชัดเจนและบางเกินไป 3.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย มีน้อยชนิด 4.ถ้าเทียบการจัดจำหน่ายกับซอสสปาเกตตี้ โอกาสการจัดจำหน่ายซอสขวดแบบสำเร็จดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.7.ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบกลุ่มอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน

1.Quick Meal

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.เอสแอนพี เป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จึงเป็นโอกาสที่ดีของสินค้าที่ทำให้เป็นที่รู้จักได้ง่าย 2.กราฟฟิกเป็นแบบ Photographic แสดงรูปอาหาร ดูน่ารับประทาน 3.ชื่อของอาหารคือ Quick Meal แสดงความว่องไวรวดเร็ว ส่งเสริมสินค้า 4.มีอาหารให้เลือกหลายประเภท 5.ช่องทางการจัดจำหน่ายมากไม่ว่าจะเป็น ซุปเปอมาร์เกต ร้านอาหาร	1.ลักษณะของฟิล์มเคลือบที่นำมาใช้ ยับง่าย ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูเก่าเร็ว เมื่อมีการจับมาก บน shelf 2.ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย 3.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น้อย 4.รสอาหารมีความเป็นสากล ผู้บริโภคคนไทยอาจจะไม่ชอบ

2.สราญใจ

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1.กราฟฟิกเป็นแบบ photographic แสองภาพอาหาร ดูน่ารับประทาน 2.ประเภทอาหารมีให้เลือกหลายประเภท 3.มีตรา เปิปพิสดาร ประกันคุณภาพ	1.มีช่องทางการจำหน่ายน้อย 2.กราฟฟิกไม่น่าเชื่อถือ สีสันมากเกินไป 3.กราฟฟิกแบบ photographic ทำให้สินค้าไม่แตกต่างจากคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4.วิเคราะห์และสรุปผลที่มีผลต่อการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดมีการพัฒนาสินค้า และความหลากหลายเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้สามารถเชื่อถือในสินค้า คุณภาพได้มากที่สุด การนำเสนอบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างโอกาสทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวางสินค้าประเภทอาหารก็มีช่องทางตลาดภายใน supermarket, convenience store และร้านอาหาร บรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญซึ่งจะเพิ่มความเชื่อถือ และการทดลองสินค้าสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีการซื้อฉาบฉวย บรรจุภัณฑ์ของอาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูปควรมีลักษณะดังนี้

หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป

ก.<u>เส้นสปาเกตตี้ ลักษณะแท่งยาว</u>

1.สามารถรักษาสินค้าไม่ให้เปราะแตกโดยการใช้บรรจุกล่องกระดาษหรือเพื่อการให้สามารถเห็นสินค้าภายในก็ควรใช้พลาสติก แต่เนื่องจากการบรรจุกล่องก็สามารถเจาะช่องได้เหมือนกัน

2.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

3.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

4.อำนวยความสะดวกในการขนส่ง และราคาที่เหมาะสม

ข.<u>เส้นสปาเกตตี้ ลักษณะอื่นๆ</u>

1.สามารถรักษาสินค้าไม่ให้เปราะแตกโดยการใช้บรรจุกล่องกระดาษหรือเพื่อการให้สามารถเห็นสินค้าภายในก็ควรใช้พลาสติก แต่เนื่องจากการบรรจุกล่องก็สามารถเจาะช่องได้เหมือนกัน

2.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

3.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

4.อำนวยความสะดวกในการขนส่ง และราคาที่เหมาะสม

5.เลือกลักษณะของเส้นให้เหมาะสมกับตลาด และเป็นภาพลักษณ์ที่ดี น่ารับประทาน

หมวดเครื่องปรุงรสอาหาร

ก.<u>ซอสสปาเกตตี้</u>

1.การบรรจุควรเป็นขวดแก้ว ซึ่งสามารถแสดงลักษณะสินค้าภายในได้ และยังดูมีคุณค่า ส่วนกระป๋องเหมาะสำหรับการใช้เพียงครั้งเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

3.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

4.อำนวยความสะดวกในการขนส่ง และราคาที่เหมาะสม

ข.ครีมสลัด

1.ลักษณะการใช้น้อยควรเลือกบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติก เหมาะกับการฉีกใช้ในครั้งเดียว ส่วนเมื่อมีการใช้มากก็ควรใช้ ขวดแก้วซึ่งมีปากกว้าง สามารถแสดงลักษณะสินค้าและตักใช้ได้อย่างเหมาะสม

2.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

3.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

4.อำนวยความสะดวกในการใช้ และราคาที่เหมาะสม

ค.ซอสปรุงรส

1.เลือกลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบขวดแก้วซึ่งซอสปรุงรส มีการแข่งขันในตลาดสูง ลักษณะของภาพพจน์บรรจุภัณฑ์ที่มีความคล้ายกัน

2.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

4.อำนวยความสะดวกในการใช้ ราคาที่เหมาะสม และเหมาะกับการแสดงลักษณะสินค้า

ง.น้ำสลัด

1.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

2.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

3.อำนวยความสะดวกในการขนส่ง และราคาที่เหมาะสม

4.บอกลักษณะ ชนิด ของสินค้าได้ดี เนื่องจากน้ำสลัดมีสูตรที่หลากหลาย

5.บรรจุภัณฑ์เป็นขวดที่สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดี เหมาะกับการเท

หมวดเครื่องปรุงประกอบอาหาร

ก.น้ำมันมะกอก

1.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

2.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล และสินค้าควรมีเอกลักษณ์ที่ดี เนื่องจากน้ำมันมะกอกมีราคาสูง และมีภาพลักษณ์ของคุณค่าทางโภชนาการ

3.เลือกขวดแก้วเนื่องจากแสดงความใสของสินค้า และดูมีคุณค่า อำนวยความสะดวกทั้งทางด้านการตลาดและการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.ผงทำสปาเกตตี้ซอส

1.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

2.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

3.อำนวยความสะดวกในการใช้งาน แสดงสินค้า และราคาที่เหมาะสม

4.บอกลักษณะ ชนิด ของสินค้าได้ดี เนื่องจากซอสมีสูตรที่หลากหลาย ต้องมีรายละเอียดการทำอาหารกำกับด้วย

หมวดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทันที

ก.<u>อาหารทะเลสำหรับคอกเทล</u>

1.เลือกขนาดบรรจุที่เป็นมาตรฐาน

2.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

3.อำนวยความสะดวกในการใช้งาน แสดงสินค้า และราคาที่เหมาะสม

4.การใช้ secondary package อีกขั้นหนึ่งจะช่วยในการแสดงสินค้าบนชั้นได้ดียิ่งขึ้น ดูสะดุดตาน่าสนใจ

ข.<u>อาหารแช่แข็งสำหรับอุ่นด้วยไมโครเวฟ</u>

1.สร้างเอกลักษณ์ให้สินค้าช่วยให้จดจำ เป็นสากล

2.อำนวยความสะดวกในการใช้งาน แสดงสินค้า และราคาที่เหมาะสม

3.สร้างภาพลักษณ์ให้น่ารับประทาน ดูสดใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิต

2.4.1.ความเป็นมาของบริษัทและผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน

ในปี 1973 บริษัท แพนเอเซีย จำกัด ได้เริ่มก่อตั้ง และมีการผลิตขึ้นใน จ.สุราษฎร์ธานี มีโรงงาน ซึ่งสามารถรับสินค้าสดจากทั่วอ่าวไทย และทะเลอันดามัน สินค้าสดซึ่งเป็นวัตถุดิบได้แก่ ปู กุ้ง หอย ปลาหมึกทั้งแบบ Squid Oyster และสินค้าทางทะเลอื่นๆ สินค้าสดของบริษัทได้ผ่านกระบวนเลือกเพื่อใช้ในการผลิตอย่างระมัดระวัง ภายใต้คุณภาพ QC พร้อมทั้งยังทำงานภายใต้หลักอนามัยความสะอาด ด้วยห้องปฏิบัติการที่ ทันสมัย สามารถตรวจสอบสินค้าให้ได้มาตรฐานซึ่งให้แน่ใจเพื่อจะให้ได้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ

ในส่วนของแผนก R & D ก็ไม่ได้หยุดนิ่งอยู่กับที่ ยังได้ปรับปรุงสินค้าที่เหมาะกับวัฒนธรรมในประเทศต่างๆ และพัฒนาสู่รูปแบบใหม่ซึ่งให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าด้วยความหลากหลายของสินค้าและรสชาติที่ถูกปากของสินค้า โดยบริษัทยังคำนึงด้านสิ่งแวดล้อมด้วย เนื่องจากกระแสของโลก โดยระบบบำบัดของเสีย ซึ่งเป็นหัวใจซึ่งทำให้เราได้รับเกียรติจากกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นตัวอย่างให้กับโรงงานอื่นๆ สิ่งแรกสำหรับใช้ในบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลในเอเชียคือใช้ขวดแก้ว ซึ่งได้ปูทางกับโรงงานอื่นๆ ในประเทศไทย ซึ่งสามารถใช้กับไมโครเวฟได้และเป็นแบบกันสนิม บรรจุภัณฑ์สามารถ Recycle ได้ดี ในปี 1987 พวกเราได้ใช้กระป๋องแบบ Aluminium Easy-open Can สำหรับรักษาถนอมอาหารทะเล ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ทรงเพรียวบาง ใช้สะดวก และสามารถนำกลับไปใช้ใหม่ได้ 100% ด้วยเทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับ ก้าวหน้า ทันสมัยและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาอาหารได้ดี ทำให้รู้จักสินค้าของบริษัทไปสู่ตลาดต่างประเทศอย่างดีใน 20 ปีที่ผ่านมา โดยบริษัทได้รับรางวัล " Exporter Award 1986 " " Company of the year 1987 " " Product Award 1987 " " Asian Hi-tech Award 1988 "

<u>ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน</u>

ผลิตภัณฑ์ภายใต้การผลิตของบริษัท แพนเอเซีย มีหลายยี่ห้อผลิต ซึ่งปกติแล้วบริษัทใช้เพื่อการส่งออกสู่ตลาดยุโรป อเมริกา และเอเซีย ภายใต้ Brand Pansea , South Seas , South land , Sunny Farm , Panasia , Sunny Sea , Del Llano , Monarch และ Delizioso

1. ประเภทอาหารแช่แข็ง บริษัทส่งออก อาหารทะเล คือ กุ้ง หอยลาย ปลาหมึก (Squid) และเนื้อปู โดยกำหนดราคาตามชนิด ขนาดสินค้าและขนาดการขนส่ง
2. ประเภทข้าวโพดอ่อน (Babycorn) เป็นสินค้าส่งออกของบริษัท บรรจุแบบในน้ำเกลือ (In Brine) กับในน้ำส้มสายชู (In Vinegar) โดยรายละเอียดการบรรจุ คือ
    1. ในกระป๋องกลม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ในกระป๋องแบบ Easy-open Can
3. ขวดแก้วกลมแบบ Pry off
4. ขวดแก้วกลมแบบ Twisted off

3. **ประเภทอาหารทะเล** เป็นสินค้าที่มีการส่งออกและขายปลีกภายในประเทศ ซึ่งเป็นอาหารพร้อมปรุง โดยแยกออกเป็น

1. กุ้งในน้ำเกลือ
2. เนื้อปูในน้ำเกลือ
3. หอยลายในน้ำเกลือ และหอยลายแบบบดแล้วในน้ำเกลือ
4. ปลาหมึกซึ่งบรรจุในหลายลักษณะดังนี้
   - ในน้ำมัน
   - ในกระเทียม
   - ใน Hot sauce
   - กับน้ำหมึกของปลาหมึก
   - ใน Teriyaki sauce
5. ปลากระป๋องในแบบต่างๆ
   - ปลาทูน่าในน้ำมันพืช
   - ปลาแมกคาเรลในน้ำมันพืช
   - ปลา Anchovy ทอด
   - ปลาไหลใน sauce ซีอิ๊ว
   - Tuna salad
6. อาหารทะเลรมควันในน้ำมัน โดยแยกออกเป็น
   - หอยลาย
   - หอยแมลงภู่ (Mussel)
   - กุ้ง (Shrimp)
   - ปลาหมึก (Oyster)

4. **ประเภทซอสสปาเกตตี้** เป็นสินค้าที่มีทั้งส่งออกและขายปลีกภายในประเทศ โดยมีรสชาติให้เลือก 3 ประเภท

1. ซอสเนื้อ
2. ซอสหอยลาย
3. ซอสไก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตราสินค้า 2 ชนิดที่บริษัทจำหน่ายในท้องตลาดภายในประเทศ

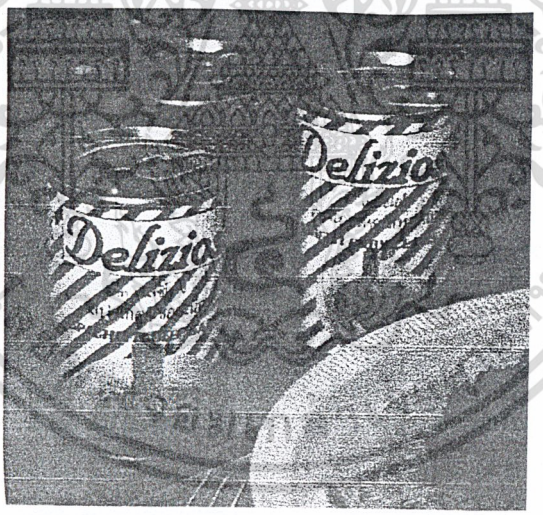
1. Delizioso ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทซอสสปาเกตตี้

ผลิตภัณฑ์	รสชาติ	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ซอสสปาเกตตี้	ซอสเนื้อ ซอสหอยลาย ซอสไก่	300 g	45 บาท	กระป๋องโลหะกลมแบบเปิดฝาง่ายและขวดแก้วทรงกลม ฝาโลหะ

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

โครงสร้าง
1. กระป๋องโลหะ กลม แบบฝาเปิดง่าย

กราฟฟิก
1. สีพื้นเป็นสีสลับระหว่าง เขียว ขาว และแดง ซึ่งเป็นสีของธงชาติอิตาลี
2. มีรูปภาพแสดงถึงลักษณะภาพสปาเกตตี้ แบบ Photographic
3. LOGO อักษรสีแดงขอบสีดำ มีรูปหน้าของกุ๊ก แบบ Illustrate
4. บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบลักษณะเดียวกัน แยกรายละเอียดด้วยภาพอาหารและตัวหนังสือ ซึ่งเห็นไม่ชัดเจน



2.4-1.ภาพแสดงลักษณะอาหารประเภทซอสสปาเกตตี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Panasia ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารทะเลพร้อมปรุง

ผลิตภัณฑ์	ชนิด	ขนาดบรรจุ	ราคา	ชนิดบรรจุภัณฑ์
ปลาซาบะ	รสเผ็ด	105 g	28-38 บาท	primary package กระป๋องอลูมิเนียมเหลี่ยม
หอยแมลงภู่รมควัน	ในน้ำมันเมล็ดฝ้าย	103 g		secondary package กระดาษปอนด์พับ สวมกับกระป๋อง
ปลาหมึกทอด	รสเผ็ด	70 g		
ปลาไหล	ในซอสซีอิ๊ว (soy sauce)	100 g		
ปลาทูน่า	ในน้ำมันพืช	105 g		
ปลาแมกคาเรล	ในน้ำมันพืช	185 g		

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

<u>โครงสร้าง</u> 1. กระป๋องอลูมิเนียม เหลี่ยม แบบ easy-open

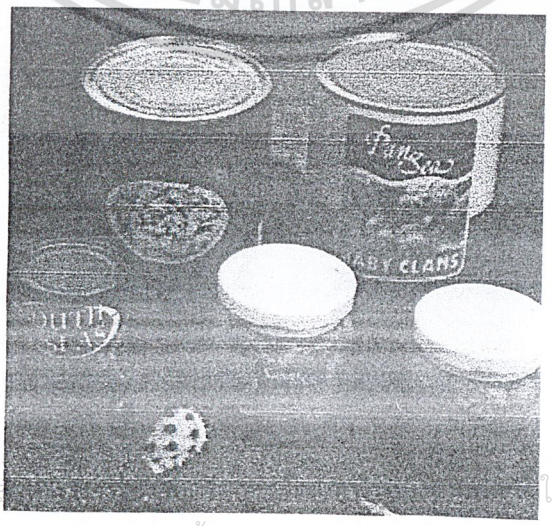
2. กระดาษปอนด์พับติดกาว

<u>กราฟฟิก</u> 1.Logo สีพื้นเป็นสีฟ้ากับน้ำเงิน แสดงความเป็นน้ำทะเล เจาะตัวอักษรสีขาว

2.รูปแบบลักษณะของสินค้ามี package หลายแบบซึ่งไม่มีความ coporate กัน

3.มีภาษาหลายภาษา เนื่องจากมีการส่งออกต่างประเทศมาก่อน รายละเอียดจึงไม่ค่อยชัดเจนนัก

4.มีรูปภาพแสดงถึงลักษณะภาพสปาเกตตี้แบบ Photographic ถ่ายภาพอาหารจริงบนพื้นด้านหลังสีดำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4-2.ภาพแสดงลักษณะอาหารทะเลกระป๋องบริษัท panasia

2.4.2.ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของบริษัท

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีลักษณะแบ่งออกได้เป็น

1.**ตลาดส่งออกสู่ต่างประเทศ** เนื่องจากบริษัทเป็นผู้ผลิตสินค้า คือ อาหารทะเลและอาหารแปรรูปกระป๋องต่างๆ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการคือ Dealer จาก ยุโรป, อเมริกา, กลุ่มเอเชียตะวันออกกลางและส่วนอื่นๆ ของโลก โดยทางบริษัทจะเป็นเพียงผู้ผลิตแต่ไม่ได้เป็นผู้กำหนดทางด้านการตลาดเอง นอกจากการรักษาคุณภาพและราคาสินค้า

2.**ตลาดภายในประเทศ**

ลักษณะผู้บริโภคมีลักษณะดังนี้

เพศ เพศชายและหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

อายุ กลุ่มเป้าหมายหลัก อายุ 20-35 ปี กลุ่มนักศึกษาและวัยการทำงาน

ระดับฐานะ-รายได้

ปานกลางค่อนข้างดี จัดอยู่ในผู้บริโภคกลุ่ม C- B+

รายได้ 8,000 - 35,000 บาทต่อเดือน

ที่อยู่อาศัย อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเมืองขนาดใหญ่

ลักษณะพิเศษ 1.เป็นวัยเรียนและวัยทำงาน มีการศึกษา มีความรู้

2.กระตือรือล้น มีความรีบเร่งใช้ชีวิตกับงาน โดยมีการพึ่งพาตนเอง

3.มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาคุณภาพเป็นปัจจัยหลัก

4.มีความสนใจด้านรูปร่างและสุขภาพ ต้องการอาหารที่มีคุณค่า

5.มีบุคลิกภาพที่มีการเข้าสังคมบ้าง เป็นสากล

อาชีพ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท แม่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3.นโยบายการตลาดของบริษัท

นโยบายการส่งออกวัตถุดิบทางทะเลสู่ต่างประเทศ ทำให้สินค้าอาหารไทยได้เป็นที่รู้จักดี จึงน่าจะสนับสนุนการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก เพื่อการส่งออกและมีผลดีต่อการขายภายในประเทศด้วย ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจมากขึ้น ซึ่งตลาดภายในประเทศมีการเติบโตได้มาก เนื่องจากการรับสื่อสารมวลชนจากต่างประเทศ ความต้องการการเป็นสากลมากขึ้น การปรับสังคมจากครอบครัวใหญ่มาเป็นครอบครัวเดี่ยว โอกาสของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมและหอพักมากขึ้น ซึ่งความเป็นตะวันตกมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของสังคมไทยมาก จึงน่าเป็นส่วนที่ควรพิจารณาในตลาดในประเทศ

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ Delizioso จะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้จัก และเป็นภาพพจน์สำหรับตลาดอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปมากขึ้น ทำให้น่าเชื่อถือและไว้วางใจของผู้บริโภค

ช่องทางการจัดจำหน่าย : ซุปเปอร์มาเก็ต ตามห้างสรรพสินค้าระดับกลางขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.4.วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

ด้านการตลาด

1.บริษัท แพนเอเชีย จำกัด ได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารมานาน และมีการพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา มีการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ แต่เนื่องจากด้านออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชื่อสินค้า ยังมีหลายชื่อ BRAND NAME เพื่อการตลาดภายในประเทศ จึงเป็นโอกาสที่จะออกสินค้าทางด้านอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป ในชื่อสินค้าเดียวกัน ซึ่งจะทำให้สินค้าได้มีการจดจำยิ่งขึ้น และมีผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดี เป็นที่รู้จักภายในประเทศ

2.ผลิตภัณฑ์ต้องการความเป็นสากล ทำให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมั่นในคุณภาพนั้นได้ โดยสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตา จะทำให้ผู้บริโภค จับจ่ายได้ง่าย เนื่องจากมีการวางขายใน ซุปเปอร์มาเกต

3.ให้ความสำคัญต่อลักษณะร่วมของกลุ่มบรรจุภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยที่สื่อความเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ความเป็นสากล เหมาะกับรสนิยมผู้บริโภค ภายในเมืองใหญ่ ในระดับราคาที่เหมาะสม

ด้านบรรจุภัณฑ์

1.การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านอาหารมีปัจจัยที่ควรคำนึงที่สุดคือการรักษาคุณภาพของสินค้าได้ดี ทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพ

2.สินค้าบางชนิด เช่น ซอสสปาเกตตี้ มีความต้องการการเก็บรักษาเพื่อการใช้ในครั้งต่อไป

3.มีรูปแบบเหมาะสมสอดคล้องและช่วยยกระดับสินค้าตลาดของบริษัท

ด้านกราฟฟิก

1.ออกแบบกราฟฟิกโดยยึดแนวทางของสินค้าด้านอาหาร ซึ่งต้องการความเป็นสากล น่ารับประทาน น่าเชื่อถือ เหมาะสมกับประเภทของบรรจุภัณฑ์

2.อาหารแต่ละประเภท มีรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน ในการออกแบบจะต้องทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจ ไม่สับสน และให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจที่ดีแก่ผู้บริโภค

3.ใน supermarket ต้องการความสวยงาม สะดุดตา การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องสร้างความจดจำที่ดีได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ชีวิตประจำวัน ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ในสถานการณ์ปัจจุบันที่เศรษฐกิจถดถอย ด้านพฤติกรรมการบริโภคพบว่า จำนวนคนที่ออกไปเดินซื้อของลดลงและการซื้อของแต่ละครั้งก็ลดลงเช่นกัน ความถี่ในการเข้าไปซื้อสินค้าตามห้างร้านต่าง ๆ ลดลง ยกเว้นในกลุ่มร้านค้าประเภทดิสเคาต์สโตร์ที่มีจำนวนความถี่เข้าใช้บริการมากขึ้น พฤติกรรมการซื้อสินค้าแต่ละหมวดหมู่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับความจำเป็น แต่สินค้าบางประเภทความนิยมที่มีต่อยี่ห้อก็ไม่เปลี่ยน การเลือกซื้อสินค้ามุ่งด้านคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลง การส่งเสริมการขายยังเป็นสิ่งสำคัญดึงดูดความสนใจผู้ซื้ออยู่เมื่อแยกกลุ่มสินค้าดูพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงจากการซื้อพบว่า อาหารประเภทฟาสต์ฟูดกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจซื้อน้อยลงสูงถึง 73% ตามด้วยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 68 % เสื้อผ้าแฟชั่นและฟิล์มถ่ายรูป อย่างละ 65% ส่วนกลุ่มสินค้าที่ไม่เปลี่ยนแปลงการซื้อ คือยังซื้ออยู่เหมือนเดิมไม่ว่าเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร 76% บอกว่าเป็นเพอร์โซนัลแคร์กับเครื่องสำอาง ตามด้วยผลิตภัณฑ์ของใช้ภายในบ้าน 74% และอาหารสด 61% นอกจากนี้พบว่ายี่ห้อสินค้ายังเป็นสิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ยกเว้นเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้อทดแทนค่อนข้างสูง

<u>ตารางเปรียบเทียบรายจ่ายสิ่งแรกที่จะตัดออกจากกลุ่มตัวอย่าง</u>

ความแตกต่างด้านต่างๆ (หน่วยเป็น %)

ประเภท	อายุ			รายได้		
	22-29	30-39	40-50	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
บันเทิงเริงรมย์	30	24	25	23	22	33
ท่องเที่ยว	21	20	30	19	32	23
ดื่มเหล้า	22	22	11	25	13	18
การทานข้าวนอกบ้าน	8	12	18	19	15	4
แต่งตัว	10	4	4	1	9	7

ที่มา : บริษัทโอกิลวี่ แอน เมเธอร์

จากรายละเอียดของตารางเปรียบเทียบเกี่ยวกับการลดรายจ่าย จะช่วยบอกได้ว่าสินค้าที่เป็นด้านอาหารกลุ่มที่ศึกษาจะไม่ลดการบริโภค สิ่งที่จะลดคือการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยลง และลดค่าใช้จ่ายมากขึ้น โดยกลุ่มที่ต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษคือกลุ่มผู้บริโภคผู้มีรายได้ไม่มากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาสของตลาดสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปมีสูงขึ้น เนื่องจากอาหารประเภทนี้แนวโน้มของราคาที่นำพาไปสู่การตัดสินใจซื้อความสะดวกสบาย ลดเวลาที่จะต้องเสียไป โดยมองภาพจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อในปัจจุบัน

ตารางการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซื้อกับสินค้าประเภทต่าง ๆ

ประเภท	ซื้อน้อยลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ซื้อเพิ่มขึ้น
ขนมขบเคี้ยว	57	40	3
อาหารสด	33	51	5
อาหารกระป๋อง/แห้ง	39	51	11
ของใช้ในบ้าน	19	74	7
น้ำอัดลม	57	39	4
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	58	29	3
เครื่องสำอาง	20	75	4
เสื้อผ้าแฟชั่น	65	31	4
ถ่ายรูป/ฟิล์ม	65	32	3
ฟาสฟู้ด	73	24	3

ที่มา : บริษัทโอกิลวี แอน เมเธอร์ หน่วย %

2.5.1.ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1.1.ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

เพศ เพศชายและหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

อายุ กลุ่มเป้าหมายหลัก อายุ 20-35 ปี กลุ่มนักศึกษาและวัยการทำงาน

ระดับฐานะ-รายได้

ปานกลางค่อนข้างดี จัดอยู่ในผู้บริโภคกลุ่ม C- A

รายได้ 8,000 - 35,000 บาทต่อเดือน

ที่อยู่อาศัย อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและเมืองขนาดใหญ่

อาชีพ นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท แม่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.1.2.<u>ข้อมูลด้านจิตวิทยาของผู้บริโภค</u>

ลักษณะการใช้ชีวิต (LIFESTYLE)

การใช้เวลา มีเวลาส่วนมากกับการทำงานและการเรียน มีการใช้เวลาอย่างมีแบบแผน ต้องการความสะดวกสบายทันใจ ใช้เวลากับการเดินทางหรือการติดต่อสื่อสารกับบุคคลค่อนข้างมาก

การเลือกซื้อสินค้า ใช้เหตุผลของราคาสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากสินค้ามีจำนวนมากที่จำหน่ายบนชั้น มีความเชื่อถือและพอใจกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญกับคุณภาพไม่มากนัก กล้าที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาสูง เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้านั้น

การรับรู้ด้านการโฆษณาสินค้า สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ และทางเครือข่ายอินเทอร์เนต ซึ่งได้รับสื่อเต็มที่ การนำเสนอโดยใช้โฆษณาที่ดีสามารถชี้ชวนให้ทดลองใช้ได้ นอกจากนี้การพูดจาพบปะกับผู้อื่น อาจมีการพูดถึงผลิตภัณฑ์ที่ดีน่าใช้แบบปากต่อปากด้วย

กิจกรรมบันเทิง การทำกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายเป็นลักษณะสบายๆ รักการใช้ชีวิตอิสระ ชอบพบปะผู้อื่น ชอบการทานอาหาร และการทำอาหารทานเองบ้าง รวมถึงการใช้เวลากับการเล่นกีฬาและดูหนังฟังเพลง พักผ่อนสบายๆ อยู่กับบ้านในวันหยุด

สุขภาพ รักษาสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย การคุมน้ำหนักด้วยการทานอาหารพวกผัก หรืออาหารเสริมอื่น และเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ เนื่องจากการทำงานและการเรียนหนักหรือบุคคลที่ต้องการรักษารูปร่าง และผิวพรรณให้ดูสดใสอยู่เสมอ

<u>บุคลิกลักษณะนิสัย</u>

1.มีบุคลิกดี กระตือรือร้น มุ่งมั่นในการทำงาน

2.พิถีพิถัน เรียบง่าย

3.ต้องการความสะดวกสบาย

4.สนใจความเป็นไปของสื่อสารต่างๆ และสิ่งรอบตัว

5.มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบทดลองกับสิ่งใหม่ๆ รอบตัว

6.พึ่งพาตนเอง ทันสมัย เป็นคนรุ่นใหม่

7.รู้จักการปรับตัวให้เข้ากับสังคม

<u>รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย</u>

1.นิยมซื้อสินค้าที่รู้จัก และเป็นสากล

2.ชอบออกกำลังกาย เพื่อการรักษาสุขภาพของตน กีฬาที่เล่นได้แก่ ว่ายน้ำ วิ่ง เทนนิส แบดมินตัน แอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรบิคส์ ฟุตบอล เป็นต้น

3.ชอบรับประทานอาหารฝรั่ง หรืออาหารต่างชาติ

4.นิยมการเลือกซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าเป็นที่เลือกซื้อสินค้า เนื่องจากมีความสะดวกสบาย ผ่อนคลายจากการทำงาน

5.การแต่งกายสบาย ง่ายๆ มีความเป็นตัวของตนเอง

6.ชอบอ่านนิตยสาร วารสารและหนังสือ เพื่อความบันเทิง

7.ชอบดูหนัง ฟังเพลงและสันทนาการ มีการเข้าสังคมไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์กับเพื่อน พบปะกับผู้อื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2.รสนิยม ความต้องการของผู้บริโภค

พฤติกรรมเกี่ยวกับการรับประทานอาหาร และการรักษาสุขภาพของกลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ในเมืองวัย 20-35 ปีที่มีชื่อเรียกขานในนามกลุ่ม **"ยีฟฟี่ส์"** (Young Individualistic Freedomminded Few and Free Sex-Yiffies) ซึ่งเป็นผลจากการวิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างชาย/หญิง 200 ราย ในวัย 20-35 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มอายุ คือ ยิฟฟี่ส์ตอนต้น วัย 20-24 ปี ตอนกลาง 25-30 ปี และตอนปลาย 31-35 ปี ตลอดจนแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มรายได้ คือ รายได้ส่วนตัวไม่เกิน 15,000 บาท ต่อเดือน , 15,000-30,000 บาท ต่อเดือน และ 35,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ในสัดส่วนเท่า ๆ กัน

รูปแบบการรับประทานอาหาร :

รูปแบบพฤติกรรมการรับประทานอาหารที่พบจากการสำรวจสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตในสังคมปัจจุบัน ซึ่งช่วงเช้าต้องรีบเร่งฝ่าฟันจราจรเพื่อให้ถึงจุดหมายคือที่ทำงาน ดังจะเห็นได้จากที่กว่า 1 ใน 3 (37%) **จะไม่รับประทานอาหารเช้า** โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 31-35 ปี (42%) ในขณะที่เกือบครึ่ง (44%) แม้จะทานอาหารเช้าแต่จะเป็นการ**ทานอาหารนอกบ้าน** โดยมีเพียง 20% เท่านั้นที่รับประทานที่บ้าน

ส่วนใน**มื้อกลางวันนั้นแทบทุกรายจะรับประทานอาหารนอกบ้าน** (91%) โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางทุกราย (99%) ฝากท้องไว้กับร้านอาหารต่าง ๆ ส่วนผู้ที่ประกอบอาหารรับประทานเอง (91%) นั้นส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำ (16%) โดยแทบจะไม่พบผู้ที่ไม่รับประทานอาหารกลางวัน (1% เท่านั้น) ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่รับประทานอาหารมื้อเย็นมีเพียง 2% ส่วนที่เหลือนั้นจะแบ่งเป็นประกอบอาหารเย็นรับประทานเองที่บ้านกับรับประทานอาหารนอกบ้านในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (52% : 47%) โดยกลุ่มที่ประกอบอาหารรับประทานเองมากที่สุดคือกลุ่มผู้หญิง (55%) กลุ่มอายุ 31-35 ปี (58%) และผู้มีรายได้ต่ำ (55%)

พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน :

นอกจากความเร่งรีบในการดำเนินชีวิตบรรดายิฟฟี่ส์กลุ่มตัวอย่างบางคนไม่สามารถปลีกเวลามาประกอบอาหารรับประทานเองได้จึงจำเป็นต้องพึ่งพาภัตตาคาร, ร้านอาหาร หรือพวกฟาสต์ฟู้ดจนกลายเป็นกิจวัตรประจำวันไปในที่สุด

กลุ่มตัวอย่างจะรับประทานอาหารมื้อเช้านอกบ้านน้อยที่สุดโดยมีถึงเกือบครึ่ง (45%) ที่บอกว่าไม่ได้**รับประทานอาหารมื้อเช้านอกบ้าน** ซึ่งสำหรับผู้ที่รับประทานนั้น 22% จะรับประทานเกือบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกวันโดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูง (26%) ส่วนผู้ที่รับประทานมื้อเช้านอกบ้านสัปดาห์ละ 4-5 วันนั้นมีอยู่ 19% ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง (22%)

มื้อกลางวันเป็นมื้อที่คนรับประทานอาหารนอกบ้านกันมากที่สุด โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพียงแค่ 5% เท่านั้นที่ตอบว่าไม่เคยรับประทานอาหารนอกบ้านเลย และกว่าครึ่ง (59%) ที่รับประทานอาหารมื้อกลางวันนอกบ้านเกือบทุกวัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูง (65%) 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ มีอยู่ 29% โดยเฉพาะผู้มีรายได้ปานกลาง (34%)

มื้อเย็นเป็นอีกมื้อหนึ่งซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (72%) **ชอบหรือจำเป็นต้องรับประทานข้างนอก** โดยมีทั้งผู้ที่ทานมื้อเย็นนอกบ้านเกือบทุกวัน (30%) ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้ที่ทานประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ (33%)

โดยรวมแล้วภายใน 1 สัปดาห์ กลุ่มตัวอย่าง**ครึ่งหนึ่ง** (53%) **จะรับประทานอาหารนอกบ้านประมาณ 8-14 ครั้ง** ส่วนผู้ที่รับประทานอาหารนอกบ้านสัปดาห์ละ 1-7 ครั้ง และ 15-21 ครั้งนั้นมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน (26%:28% ตามลำดับ)

สถานที่รับประทานอาหารนอกบ้าน :

ในการรับประทานอาหารนอกบ้านนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมที่จะรับประทานตาม**ร้านอาหาร** (61%) โดยทิ้งห่างอันดับ 2 คือ บรรดา**ฟูดเซ็นเตอร์**ตามห้างสรรพสินค้า (17%) ซึ่งพบมากในกลุ่มผู้มีรายได้สูง (23%)

สำหรับ**ฟาสต์ฟูด**ต่าง ๆ นั้นมีผู้ใช้บริการเพียงแค่ 7% ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ (12%) ส่วนผู้ที่เลือกฝากท้องไว้กับ **รถเข็น** หรือ**แผงลอย**ก็มีอยู่บ้าง (12%) และอีกบางส่วน (4%) จะชอบไปรับประทานอาหารตามภัตตาคารต่าง ๆ

ปัจจัยสำคัญในการเลือก :

สิ่งสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (68%) ใช้เป็นปัจจัยในการเลือกสถานที่ที่จะไปรับประทานอาหารก็คือ **รสชาติอาหารที่อร่อยถูกใจ** โดยเพศหญิง (72%) และกลุ่มอายุ 26-30 ปี (75%) จะใส่ใจในเรื่องนี้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

และเนื่องจากการจราจรอันคับคั่งในเมืองหลวง ความสะดวกในการเดินทางก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่ง (51%) ตระหนักถึง ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ก็คือ **ราคาที่สมเหตุสมผล** (37%) **บริการดี** (25%) และ**บรรยากาศดี** (19%) ซึ่งบรรยากาศที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าดีคือ จะต้องมีคนไม่มาก/ไม่พลุกพล่าน (5%) มีทิวทัศน์สวยงามหรือตั้งอยู่ริมแม่น้ำ (2% เท่ากัน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ **ความหลากหลายของอาหารที่ขาย** (17%) **ความสะอาดของร้าน** (15%) และ **ความสะอาดของอาหาร** (11%) ก็เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเช่นกัน ส่วนคำแนะนำจากเพื่อนนั้น กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยให้ความสำคัญนัก เพราะมีกลุ่มตัวอย่างเพียง 2% เท่านั้นที่ใช้เป็นปัจจัยในการเลือกสถานที่รับประทานอาหารของพวกเขา

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น เมื่อถามถึงปัจจัยที่สำคัญที่สุดแล้ว รสชาติอาหารยังคงเป็นตัวเลือกอันดับ 1 (37%) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิง (42%) และความสะดวกในการเดินทางก็ยังคงรักษาอันดับ 2 เอาไว้อยู่เช่นเดิม (27%) แต่เรื่องความสะอาดของร้านนั้นขึ้นมาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดอันดับ 3 (8%) แทนเรื่องราคา (5%)

บุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารด้วย :

ครึ่งหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายนี้ที่สำรวจมักจะไปรับประทานอาหารนอกบ้านกับเพื่อน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง (61%) และผู้หญิงจะชอบไปกับเพื่อนมากกว่าผู้ชาย (57% : 42%) นอกจากนั้นจะไปรับประทานคนเดียว (20%) โดยพบบ่อยในกลุ่มผู้ชาย (20%) ไปรับประทานกับแฟน (16%) หรือไปรับประทานกับครอบครัว (15%) .

สำหรับการดูแลรักษาสุขภาพนั้น เริ่มศึกษาจากสภาพแวดล้อมในปัจจุบันว่า ส่งผลกระทบต่อร่างกายของกลุ่มวัยนี้ในทางใดบ้าง ดังที่จะเสนอผลการสำรวจต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลกระทบจากสภาพแวดล้อม :

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (93%) ยอมรับว่าสภาพแวดล้อมในกรุงเทพมหานครทุกวันนี้ ทำให้สุขภาพในด้านต่าง ๆ ของพวกเขาแย่ลง โดยเฉพาะในเรื่องระบบการหายใจ (73%) โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 20-25 ปี พูดถึงเรื่องนี้มากที่สุด (82%) ตามด้วยระบบประสาท (66%) ซึ่งทิ้งห่างปัญหาเกี่ยวกับผิวพรรณ (37%) ซึ่งค่อนข้างจะเป็นปัญหาเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงเสียส่วนใหญ่ (51%) **ระบบทางเดินอาหาร** (27%) และ**น้ำหนักส่วนเกิน** (18%)

และเมื่อถามว่ามีสภาพแวดล้อมปัจจุบันนี้มีผลกระทบในด้านใดมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างยังคงยืนยันเช่นเดิมโดยเกินครึ่ง (52%) ตอบว่าด้านระบบการหายใจ รองลงมาคือ ระบบประสาท (29%) และผิวพรรณ (7%) ส่วนน้ำหนักส่วนเกินและระบบทางเดินอาหารนั้นมีผู้ตอบไม่มากนัก (4% และ 3% ตามลำดับ)

<u>สำหรับผลกระทบของผิวพรรณ</u> :

ผิวพรรณ : วิธีป้องกันบำรุงผิวพรรณของกลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง (47%) โดยเฉพาะผู้หญิง (75%) ก็คือการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงดูแลถนอมผิวซึ่งมีอยู่หลากหลาย เช่น โลชั่น/ครีม/เจลทากันแดด นอกจากนี้บางคน (40%) ก็จะพยายามหลีกเลี่ยงการสัมผัสแสงแดด หรือรับประทานอาหารที่ช่วยบำรุงผิว (10%)

<u>สำหรับกลุ่มของผู้มีน้ำหนักส่วนเกิน</u> :

น้ำหนักส่วนเกิน : การควบคุมปริมาณอาหารที่ทาน (28%) และการออกกำลังกายสม่ำเสมอ (25%) คือ วิธีที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าน่าจะช่วยป้องกันน้ำหนักส่วนเกินได้ดีที่สุด โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงและกลุ่มอายุ 20-25 ปีนั้น จะเน้นเรื่องการควบคุมปริมาณอาหารที่ทานค่อนข้างมาก (38% และ41% ตามลำดับ) นอกจากนี้บางคนเห็นว่าการพยายามไม่ทานอาหารที่ทำให้อ้วน (14%) และการทานอาหารที่มีแคลอรีต่ำ (11%) ก็เป็นวิธีที่ได้ผลเช่นกัน

ส่วนการพยายามกำจัดน้ำหนักส่วนเกินนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่ง (46%)จะไปซื้อยามากินหรือพยายามรักษาด้วยตัวเองในขณะที่บางคน (17%) เลือกที่จะควบคุมอาหารหรืออดอาหารและมีอีกส่วนหนึ่ง (11%) โดยเฉพาะผู้ชาย (19%) ที่เลือกการออกกำลังกาย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างอีกจำนวนเท่ากัน (11%) ซึ่งเห็นว่าเรื่องอ้วนเป็นเรื่องธรรมชาติถ้าไม่อ้วนมากก็ปล่อยไป เดี๋ยวก็ผอมลงเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกกำลังกาย :

หนุ่มสาวอายุ 20-35 ปีไม่มากนักที่มีโอกาสได้ออกกำลังกายในแต่ละวัน ซึ่งช่วงเวลาที่เหมาะกับการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างที่สุดก็คือในช่วงเย็น ซึ่งมีถึง (54% บางครั้ง 38% : สม่ำเสมอ 16%) ที่มีโอกาสได้ออกกำลังกาย โดยผู้ที่ออกกำลังกายบางครั้งนั้นมักจะออกที่บ้าน (8%) แต่ก็มีบางคนใช้บริการของฟิตเนสเซ็นเตอร์ (5%) หรือที่ทำงาน/ที่เรียน (3%)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ออกกำลังกายในช่วงเช้านั้นมีอยู่เพียง 20% โดยส่วนใหญ่ (15%) จะออกกำลังกายบางครั้ง โดยใช้บ้านเป็นสถานที่หลัก (10%) รองลงมาก็คือฟิตเนสเซ็นเตอร์ (6%) และสวนสาธารณะ (2%) และในช่วงกลางวันนั้น มีเพียงแค่ 5% ที่มีโอกาสออกกำลังกายเป็นบางครั้ง โดย 4% จะใช้สถานที่ที่ทำงาน/ที่เรียน ในการทำกิจกรรมออกกำลังกายนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3.วิเคราะห์ลักษณะพิเศษของผู้บริโภค

อาหารประเภทพาสต้า

ก.เส้นพาสต้าแท่งยาว

1.ผู้บริโภคมีความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารประเภทสปาเกตตี้และมักกะโรนี

2.มีความพิถีพิถัน ในการทำอาหาร

3.ผู้บริโภคที่ให้เวลากับการทำอาหาร

ข.เส้นพาสต้าลักษณะต่างๆ

1.ผู้บริโภคพิถีพิถันในการเลือกรูปแบบสำหรับเป้าหมาย เช่น แม่ทำให้ลูกรับประทาน ทำเพื่อเสริมความต้องการของจานอาหาร

2.มีความเข้าใจในการทำอาหาร ให้เวลากับการทำอาหาร

3.กระตือรือล้น ช่างเลือก นิยมความเป็นสากล

4.รู้จักการนำไปทำอาหารพอสมควร ซึ่งนำเส้นไปทำสปาเกตตี้ พาสต้าและสลัด ได้ในหลายลักษณะ

ค.ซอสสปาเกตตี้

1.มีความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าประเภทสปาเกตตี้

2.นิยมความเป็นสากล

3.ต้องการความสะดวกในการรับประทานอาหาร และอยากลดเวลาในการทำอาหาร

ง.ผงทำซอสสปาเกตตี้

1.นิยมความเป็นสากล

2.ต้องการความสะดวกในการรับประทานอาหาร และอยากลดเวลาในการทำอาหาร

3.ผู้บริโภคเป็นกลุ่มผู้ทำอาหาร มีการเรียนรู้ ทดลองอาหารแปลกใหม่

4.ต้องการรสชาติใหม่ให้กับอาหารประจำวัน

5.พิถีพิถันในการทำอาหาร

ครีมสลัดและน้ำสลัด

1.พิถีพิถันในการเลือกรับประทานอาหาร คำนึงถึงคุณค่าอาหารโภชนาการ

2.ผู้บริโภคมีการเอาใจใส่สุขภาพและรูปร่าง

3.ชอบทานผัก หรือเป็นกลุ่มมังสวิรัติ Vegetarian

4.นิยมความเป็นสากล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซอสปรุงรส

1.ผู้บริโภคซื้อไว้ใช้ติดบ้าน

2.เอาใจใส่กับรสชาติอาหาร นิยมความเป็นสากล

น้ำมันมะกอก

1.นิยมความเป็นสากล

2.เอาใจใส่ในการประกอบอาหาร พิถีพิถัน

3.ผู้บริโภคกลุ่มที่รักษาสุขภาพและรูปร่าง ซึ่งน้ำมันมะกอกมีแคลอรีที่ต่ำ

อาหารกระป๋องพาสต้าผัดหรือซุป

1.นิยมความเป็นสากล

2.ต้องการความสะดวกในการรับประทานอาหารและการประกอบอาหาร

3.ต้องการคุณภาพดี มีความแปลกใหม่สำหรับสินค้า

อาหารแช่แข็งพร้อมทานสำหรับไมโครเวฟ

1.นิยมความเป็นสากล

2.ต้องการความสะดวกรวดเร็ว แปลกใหม่สำหรับสินค้า

3.ต้องการคุณค่าอาหาร แต่มีเวลาน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4.ลักษณะการใช้บรรจุภัณฑ์และการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารประเภทสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป

ลักษณะการซื้อสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูป เป็น 2 ลักษณะ

1.การซื้อเพื่อการบริโภคภายในครั้งเดียว

2.การซื้อเพื่อเก็บไว้บริโภคภายในช่วงเวลาหนึ่ง คือซื้อตืดบ้านไว้ใช้

ตารางแสดงลักษณะการบริโภคสินค้าในแต่ละชนิด

ชนิด	ซื้อเพื่อทดลอง	ทานง่าย	ปริมาณการใช้		ปริมาณการซื้อ		บริโภคหมดต่อครั้ง
			น้อย	มาก	มาก	น้อย	
กลุ่มสปาเกตตี้							
1.เส้นพาสต้า	B	A				A	B
2.ซอสสปาเกตตี้	A		A			A	B
3.ผงทำสปาเกตตี้	B	A				A	A
ครีมสลัด/น้ำสลัด	B	A	A		B		B
ซอสปรุงรส	B		A	B	B		B
น้ำมันมะกอก	B		A				
อาหารกระป๋อง	A	A	B		B		A
อาหารแช่แข็งสำหรับไมโครเวฟ	A	A				B	A

A พฤติกรรมส่วนใหญ่ B มีความเป็นไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.5.วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลด้านความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

สรุปความต้องการที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าอาหารสำเร็จรูป และสินค้าอาหารกึ่งสำเร็จรูป ชนิดของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ที่วางจำหน่ายอยู่ตาม supermarket จุดหลักของสินค้า ก็ควรเป็นความน่าเชื่อถือ สะดุดตา ระดับราคาที่เหมาะสม โดยจะแยกความต้องการของผู้บริโภคดังนี้

เส้นพาสต้าแท่งยาว ขนาดบรรจุ 250 g

1.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภคโดยไม่ทำให้เส้นเปราะหรือแตกง่าย

2.รูปแบบสวยสะดุดตา

3.ปริมาณพอเพียงกับการใช้ต่อครั้ง

4.ระดับราคาที่เหมาะสม กับขนาดบรรจุ

5.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าโภชนาการ เมนูอาหารตัวอย่าง

เส้นพาสต้าลักษณะต่าง ๆ ขนาดบรรจุ 500 g

1.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จนถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

2.รูปแบบสวยสะดุดตา น่าเชื่อถือ

3.ระดับราคาที่เหมาะสม กับขนาดบรรจุ

4.มีการบอกราบละเอียด ของคุณค่าโภชนาการ เมนูอาหารตัวอย่าง

ซอสสปาเกตตี้ขวด ขนาดบรรจุ 250 g และ 500 g

1.อำนวยความสะดวกในการรับประทาน โดยเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค

2.ระดับ ราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ

3.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าทางโภชนาการ

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

5.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา

ครีมสลัดขวด ขนาดบรรจุ 500 g

1.สามารถ ปิดและเปิดฝา ได้สะดวก จับถนัดมือ ตักสินค้าได้สะดวก

2.ระดับ ราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ

3.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าทางโภชนาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

5.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา

ครีมสลัดซอง ขนาดบรรจุ 65 กรัม

1.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา

2.ระดับ ราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ

3.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าทางโภชนาการ

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

น้ำสลัดขวด ขนาดบรรจุ 300 ml

1.สามารถคุ้มครองผลิตภัรฑ์และเก็บรักษาไว้ได้นาน

2.ระดับ ราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ

3.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าทางโภชนาการ

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

5.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา

ซอสปรุงรส คือ ซอสพริกและซอสมะเขือเทศ ขนาดบรรจุ 300 g และ 600 g

1.สามารถเปิด-ปิดฝาสะดวก จับถนัดมือ

2.รูปแบบสะดุดตา น่าเชื่อถือ

3.สามารถ ตัก เท สินค้าได้สะดวก

4.คุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาไว้ได้นาน

น้ำมันมะกอก ขนาดบรรจุ 500 ml

1.อำนวยความสะดวกในการปรุงอาหาร

2.ระดับราคา ฉลาก มีความเหมาะสม ให้ลักษณะของคุณภาพ

3.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าทางโภชนาการ

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

5.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา สวยงาม ดูเป็นสินค้าของคนมีระดับและลากล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผงทำสปาเกตตี้ ขนาดบรรจุ 35 g

1.ระดับ ราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ

2.มีการบอกรายละเอียด ของคุณค่าทางโภชนาการ การใช้การทำอาหาร

3.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาจนถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ

4.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา

อาหารกระป๋องประเภทพาสต้าผัด และพาสต้าซุป ขนาดบรรจุ 200 g และ 300 g

2.ระดับ ราคาที่เหมาะสมกับขนาดบรรจุ รสชาติที่ดี

3.อำนวยความสะดวกในการใช้

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

5.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา

สปาเกตตี้และมักกะโรนีพร้อมทานสำหรับไมโครเวฟ ขนาดบรรจุ 250 g

2.ระดับ ราคาที่เหมาะสม

3.มีการบอกรายละเอียด ของการนำไปใช้สำหรับไมโครเวฟ

4.สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ จนถึงมือผู้บริโภค

5.น่าเชื่อถือ รูปแบบสะดุดตา น่ารับประทาน

<u>สรุปความต้องการผู้บริโภคที่มีผลต่อลักษณะทางกราฟฟิก</u>

1.มีความสวยงาม สื่อถึงภาพพจน์ของสินค้าและชนิดได้ชัดเจน

2.มีเอกลักษณ์ร่วม (COPORATE IDENTITY)

3.ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

4.แสดงชนิด ลักษณะคุณค่าทางโภชนาการ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ อาจมีการเพิ่มเมนูอาหารตัวอย่าง

5.แยกประเภทบอกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจน

6.กราฟฟิกเป็นสไตล์ที่ทำให้น่าเชื่อถือ น่ารับประทาน ทันสมัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.ความจำเป็นในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.6.1.ความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1.สามารถรักษาสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์อาหาร

อาหารต้องไม่เจือปนด้วยสารพิษใดๆ ในปริมาณที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ปริมาณบริโภคที่เหมาะสมแปรตามความถี่ในการบริโภคและปริมาณอาหารที่ร่างกายสามารถย่อยสลายได้ ส่วนระดับของสารพิษที่ฟักตัวในระหว่างการผลิตและการจัดจำหน่าย จะต้องไม่เกิดสะสมจนทำให้อาหารเสื่อมคุณภาพในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับไม่ได้

2.สามารถคุ้มครองคุณค่าทางโภชนาการ

คุณค่าทางโภชนาการ คือ ปริมาณของสารอาหารที่มีอยู่ในอาหาร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค คุณค่าทางโภชนาการแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

- สารอาหารในรูปแบบของพลังงานที่ถูกกักเก็บไว้ในสารเคมี เช่น ไขมันและแป้ง ซึ่งการเสื่อมสลายของพลังงานอาจเกิดจากการย่อยสลายหรือการบริโภคโดยสิ่งมีชีวิต เช่น เชื้อรา แมลง เป็นต้น
- สารอาหารที่มีคุณค่าในการรักษาความสมดุลของร่างกาย เช่นกรดอะมิโน วิตามินต่างๆ และแร่ธาตุ เป็นต้น

3.สามารถรักษาคุณสมบัติทางด้านรสชาติและกลิ่น

พิจารณาในแง่ของผู้ผลิตอาหาร คุณสมบัติทางด้านราชาติและกลิ่น หมายถึงระดับความพอใจที่ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนกลุ่มใหญ่ ในสภาพแวดล้อมใดๆ ในช่วงเวลาหนึ่งในแง่ของบรรจุภัณฑ์แล้วคุณสมบัติของรสชาติและกลิ่นมีความสัมพันธ์กับสภาวะของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ด้อยคุณภาพ อาจทำให้เกิดกลิ่นและรสที่ไม่พึงประสงค์

2.6.2.อายุของผลิตภัณฑ์และลักษณะการเสื่อม

อาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารสำเร็จรูป มีอายุการใช้งานแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เอง รวมทั้งกรรมวิธี ส่วนผสม ลักษณะการบรรจุ ลักษณะการปิดผนึก ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความสดของสินค้า โดยอายุของผลิตภัณฑ์และลักษณะการเสื่อมของสินค้าในโครงการแต่ละชนิดมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมวดเส้นสปาเกตตี้

1.เส้นพาสต้า

เส้นพาสต้ามีลักษณะเป็นแป้งสาลี อบแห้งเป็นแท่งหรือรูปทรงอื่นๆ มีอายุการใช้งาน และเก็บนานเป็นปี นับตั้งแต่วันที่ผลิต แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออกก็ควรเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในโถสูญญากาศ หรือภาชนะที่เหมาะสมเนื่องจากความชื้นและอากาศ อาจทำให้เกิดเชื้อรา แข็ง เหม็นหืน ไม่น่ารับประทาน ส่วนในแง่ทางกายภาพที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน คือสินค้ามีลักษณะแตกหักเสียรูปจากแรงกระทำต่างๆ

หมวดเครื่องปรุงรสอาหาร

1.ซอสสปาเกตตี้

ลักษณะเป็นน้ำซอสซึ่งมีส่วนผสมของผัก เนื้อสัตว์ ซึ่งมีอายุการเก็บรักษานาน ถ้ายังไม่มีการเปิดใช้ แม้มีการเปิดใช้ทำให้บรรจุภัณฑ์หมดความสูญญากาศ มีการสัมผัสกับความชื้น อากาศ หรือภาชนะที่ใช้ตักไม่สะอาด ทำให้สินค้าอาจแปรรูปและเสียได้เร็วขึ้น เนื่องจากซอสมีส่วนผสมของพืชและเนื้อสัตว์

การเก็บรักษาจึงควรเก็บในตู้เย็น ในกรณีรับประทานไม่หมดภายในครั้งเดียว ควรปิดฝาให้สนิท ใช้ภาชนะตักที่สะอาดด้วย

2.ครีมสลัดและน้ำสลัด

ครีมสลัด เมื่อเก็บในภาชนะซึ่งเป็นขวดสูญญากาศจะทำให้สามารถเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น ส่วนแบบที่บรรจุภายในซองเหมาะกับการบริโภคภายในครั้งเดียวและการขายในระยะเวลาที่สั้นกว่า

บรรจุภัณฑ์แบบขวดแก้วสามารถเก็บรักษาได้นานกว่าควรเก็บบนตู้เย็น และปิดฝาให้สนิท โดยเป็นครีมสลัดที่ตักใช้ ควรใช้อุปกรณ์ในการตักที่สะอาด จะทำให้สินค้าไม่เสื่อมเร็ว

3.ซอสปรุงรส

มีอายุการเก็บรักษาที่นาน 2-3 ปี ตั้งแต่วันที่ผลิต เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกรับประทานควรเก็บไว้ในตู้เย็น ปิดฝาให้สนิท ไม่ควรสัมผัสอากาศภายนอกเป็นเวลานาน เพราะผลิตภัณฑ์อาจเปลี่ยนรสชาติ ไม่น่ารับประทานและเสียคุณภาพ

หมวดเครื่องปรุงประกอบอาหาร

1.น้ำมันมะกอก

มีอายุการเก็บรักษาที่นาน 3-5 ปี ตั้งแต่วันที่ผลิต เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกรับประทานควรเก็บไว้ในตู้เย็น ปิดฝาให้สนิท การที่สัมผัสอากาศ อาจทำให้สินค้าเสียคุณภาพ ไม่ใสไม่น่านำมาใช้ได้

2.ผงทำสปาเกตตี้

อายุการเก็บรักษา นาน 5 ปีตั้งแต่วันที่ผลิต การเปิดใช้เป็นลักษณะภายในครั้งเดียวไม่มีการเก็บรักษา เพราะผงปรุงอาหารนี้เหมาะกับการทำอาหารมื้อเดียว การเก็บรักษาก่อนถึงมือผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริโภคควรใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ฉีกง่าย ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น อากาศ ไม่ให้เข้าไปได้ง่าย เพราะความชื้นอาจทำให้ผลิตภัณฑ์จับกันเป็นก้อน มีกลิ่นหืนก่อนหมดอายุ

หมวดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทันที

ขั้นตอนการผลิตอาหารกระป๋อง

มี 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1.การเตรียมอาหาร

เป็นการคัดเลือกวัตุดิบ ไม่ว่าจะเป็นผัก หรือผลไม้ หรือเนื้อสัตว์ ต้องมีคุณภาพดี แล้วนำมาล้างทำความสะอาด ตัดแต่ง เพื่อให้ได้ขนาดหรือรูปร่างตามแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ ในกรณีของผักส่วนใหญ่อาจจะต้องมีการนำมาลวกในน้ำร้อน หรือน้ำเดือดเสียก่อน เพื่อทำลายเอ็นไซม์บางชนิดที่มีอยู่ตามธรรมชาติในผัก ซึ่งถ้าไม่ทำลายเสียก็จำทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสารเคมีบางชนิด ทำให้คุณภาพของผักนั้นด้อยลง

2.บรรจุอาหาร

หลังจากเตรียมอาหารเรียบร้อยแล้ว ขั้นต่อไปก็คือ การนำอาหารมาบรรจุในกระป๋องอาจจะมีการเติมน้ำเชื่อม หรือน้ำเกลือ แล้วแต่ชนิดอาหาร

3.การไล่อากาศและการปิดฝา

คือการนำเอากระป๋องที่บรรจุอาหารเรียบร้อยแล้วไปผ่านรางพ่นไอน้ำ เพื่อกำจัดอากาศก่อนที่ทำการปิดฝากระป๋อง บางแห่งจะใช้วิธีดูดอากาศออกในขณะปิดฝา เหตุผลที่กำจัดอากาศก็เพื่อป้องกันการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชั่นในภายหลัง ซึ่งจะทำให้คุณภาพอาหารเสียไป หรือทำลายส่วนที่เคลือบไว้ภายในกระป๋อง ทำให้มีโลหะหนักออกมาปะปนกับอาหาร

4.การฆ่าเชื้อ

เมื่ออาหารกระป๋องนั้นทำการไล่อากาศและปิดฝาเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำไปผ่านการฆ่าเชื้อโดยการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ ซึ่งจะทำให้เกิดเน่าเสียของอาหาร หรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคโดยใช้ความร้อน อุณหภูมิ และเวลาที่ใช้ในการฆ่าเชื้อก็จะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับชนิดขนาดของอาหารและภาชนะบรรจุ

5.การทำให้เย็นหลังการฆ่าเชื้อ

หลังจากผ่านขั้นตอนการฆ่าเชื้อแล้ว อาหารกระป๋องก็จะถูกทำให้เย็นลง และถูกนำไปปิดฉลาก บรรจุหีบห่อเพื่อการส่งขายต่อไป

ความปลอดภัยของอาหารกระป๋องต่อผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความแน่นอนของการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ในอาหารนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค (Pathogens) เนื่องจากภายในภาชนะบรรจุที่ปิดผนึกแล้ว จะมีสถานภาพเป็นสูญญากาศเชื้อจุลินทรีย์ ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาเน่าเสีย หรืออาหารเป็นพิษ จึงเป็นจุลินทรีย์ชนิดที่เติบโต โดยไม่ใช้ออกซิเจนที่มีความต้านทานความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อนได้สูง การคำนวณหาอุณหภูมิและเวลาในการฆ่าเชื้ออาหารกระป๋อง จะต้องคำนึงถึงจุลินทรีย์ชนิดที่นักนักวิชาการหรือผู้ผลิตอาหารกระป๋องถือเป็นตัวหลัก คือ คลอสตริเดียม บอตทูลินั่ม (Clostridium botulinum) ซึ่งมีคุณสมบัติดังกล่าวและสามารถทำให้เกิดอาหารเป็นพิษอย่างรุนแรงที่เรียกว่า บอตทูลิซึ่ม (botulism) โดยผู้ที่บริโภคอาหารที่มีจุลินทรีย์ชนิดนี้เจริญเติบโตอยู่และสร้างสารพิษ (toxin) ขึ้น อาจมีอาการได้ตั้งแต่ คลื่นไส้ อาเจียน อ่อนเพลีย หน้ามืดตาลาย ปวดศีรษะ เห็นภาพซ้อน อ้าปากและพูดลำบาก กล้ามเนื้อ ที่อยู่นอกอำนาจจิตใจ เริ่มเป็นอัมพาต และมักจะตาย เนื่องจากศูนย์ควบคุมการหายใจเป็นอัมพาต

อาหารกระป๋องโดยทั่วไปแล้วอุณหภูมิแล้วอุณหภูมิที่ใช้ในอุตสาหกรรมจะอยู่ในช่วง 116-138 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 15-40 นาที อาหารที่มีความเป็นกรดสูงจะใช้อุณหภูมิและเวลาต่ำกว่าอาหารที่มีความเป็นกรดต่ำ เนื่องจากสภาวะกรดจะช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ได้ด้วย ในทางปฏิบัติจะแบ่งอาหารตามความเป็นกรดด่าง (pH) ได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.อาหารที่มีความเป็นกรดสูง (high acid foods) pH ต่ำกว่า 3.7 เช่น ผลไม้ที่มีรสเปรี้ยวจัดและผักที่ดองในน้ำส้มสายชู

2.อาหารที่มีความเป็นกรดปานกลาง (acid foods) pH 3.7 ถึง 4.5 เช่น ผลไม่ส่วนใหญ่

3.อาหารที่มีความเป็นกรดต่ำ (low acid foods) pH สูงกว่า 4.5 เช่น ผักส่วนใหญ่เนื้อสัตว์ต่างๆ ไข่และนม

อาหารกระป๋องจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐาน โดยจะตรวจสอบทั้งก่อนการผลิต ขณะทำการผลิต และหลังการผลิต

การเสื่อมเสียของอาหารกระป๋อง

ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องที่ผลิตขึ้นอย่างถูกต้องตามมาตรฐาน จะสามารถเก็บไว้ในอุณหภูมิปกติประมาณ 1-3 ปี หลังจากวันที่ผลิต การที่อาหารกระป๋องที่ผลิตขึ้นแล้วเกิดเน่าเสียในระยะเวลาอันสั้น อาจเกิดขึ้นได้จากสาเหตุหลายประการ เช่น ความบกพร่องในขั้นตอนการผลิต ใช้เวลาและอุณหภูมิ ไม่เพียงพอต่อการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ การเปิดผนึกภาชนะบรรจุ ไม่สนิทแน่นเกิดรอยรั่ว ทำให้เชื้อจุลินทรีย์จากภายนอกสามารถปนเปื้อนลงในอาหารได้อีกหลังจากขบวนการฆ่าเชื้อ หรือเกิดจากภาชนะบรรจุหรือสารเคลือบด้านในไม่เหมาะสมกับชนิดของอาหารที่บรรจุ ทำให้เกิดการกัดกร่อนของโลหะหลุดปนมากับอาหาร ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้ รวมทั้งการกระทบกระแทกระหว่างการขนส่ง ทำให้กระป๋องบุบเสียหาย อาจทำให้เกิดรอยรั่วได้เช่นกัน การเก็บอาหารกระป๋องไว้ในที่มีอุณหภูมิสูงกว่า 40 องศาเซลเซียส ก็จะทำให้เกิดการเน่าเสียของอาหารได้จากเชื้อจุลินทรีย์จำพวกที่สามารถเจริญเติบโตได้ดีที่อุณหภูมิสูง (thermophiles) ซึ่งอาจทำลายไปไม่หมดในการฆ่าเชื้อ เพราะจุลินทรีย์เหล่านี้ทนความร้อนได้สูงมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริโภคและการเก็บอาหารกระป๋อง

1.เมื่อเปิดกระป๋องแล้วสังเกตสภาพอาหารของอาหาร ต้องไม่มีสี ไม่มีกลิ่น รส ผิดธรรมชาติของอาหารนั้น

2.เทอาหารออกจากกระป๋อง สังเกตลักษณะภายในกระป๋อง ด้านในกระป๋องต้องเรียบ ไม่ขรุขระ ไม่มีรอยกัดกร่อน

3.ถ้าเป็นอาหารคาวให้ถ่ายใส่ภาชนะหุงต้ม อุ่นให้เดือดประมาณ 15 นาที เพื่อความปลอดภัยและช่วยให้อาหารน่ารับประทานยิ่งขึ้น

4.ถ้าบริโภคไม่หมด ให้ถ่ายใส่ภาชนะสะอาด มีฝาปิดมิดชิด เทในอุณหภูมิเย็นพอเหมาะ

5.เก็บอาหารในที่แห้งเพื่อป้องกันการเกิดสนิม

6.ไม่ขนย้ายอาหารกระป๋องเข้า-ออก ห้องปรับอากาศ เพราะจะทำให้เกิดสนิมได้ง่าย

2.6.3.ปัจจัยที่ทำให้อาหารเสื่อมคุณภาพ

จากการศึกษาพอสรุปได้ว่าสาเหตุหลัก ที่มีผลต่ออายุของผลิตภัณฑ์อาหารมี 2 องค์ประกอบ คือ

1.องค์ประกอบของตัวผลิตภัณฑ์อาหารเอง

ส่วนประกอบต่างๆ ภายในอาหารมีโอกาสทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสื่อมคุณภาพขึ้นอยู่กับว่าจะเกิดช้าหรือเกิดเร็ว ดังนั้น การปรับสูตรอาหาร การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตจึงเป็นขั้นตอน อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่ออายุของผลิตภัรฑ์อาหาร สูตรอาหารที่ประกอบด้วยวัตถุดิบที่เสื่อมคุณภาพได้ง่าย หรือไม่ได้ควบคุมคุณภาพ ย่อมทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีอายุสั้น แม้ว่าจะใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่ดีก็ตาม

2.องค์ประกอบภายนอกตัผลิตภัณฑ์อาหาร อันได้แก่บรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่อยู่ ภายนอกนี้คือสิ่งที่อยู่รอบตัวผลิตภัณฑ์อาหารอันได้แก่ บรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ ตัวบรรจุภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์ประกอบเหล่านี้ สามารถควบคุมโดยการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์?เหมาะสม กลไกต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น ออกซิเจน ความชื้น แสง ต่างก็มี บทบาททำให้อาหารเสื่อมคุณภาพ แต่จะสามารถผ่อนหนัก เป็นเบาได้ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

ในสภาพความเป็นจริงปฏิกิริยาต่างๆ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสื่อมคุณภาพมีอยู่มากมายคุณภาพที่เสื่อมสภาพ เห็นได้เป็นรูปธรรม ได้แก่ สีที่เปลี่ยนไป รสชาติเปลี่ยน กลิ่นเปลี่ยน และที่สำคัญ คือ คุณค่าทางอาหารหายไป ปฏิกิริยาต่างๆ ที่ทำให้คุณสมบัติทางกายภาพเหล่านี้เปลี่ยนไป อาจเกิดจากสาเหตุนานาประการดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปฏิกิริยาที่ยกมานี้ได้รับการศึกษาจากนักวิจัยทั่วโลก แยกได้ 3 ประเภท

1.ปฏิกิริยาทางชีวเคมี เกิดจากจุลินทรีย์ที่ใช้ในการเติบโต

2.ปฏิกิริยาทางเคมี เกิดจากสารพิษที่ตกค้าง หรือการแยกของบรรจุภัณฑ์

3.ปฏิกิริยาทางกายภาพ เกิดจากการเร่งปฏิกิริยาของแสง การสูญเสียหรือเพิ่มความชื้น

อาหารมีโอกาสเสื่อมคุณภาพด้วยปฏิกิริยาทางกายภาพและทางเคมีที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบข้าง อาหาร กลไกที่มีส่วนทำให้อาหารเสื่อมคุณภาพ คือ อากาศ ความชื้น กลิ่น แสง ความร้อน ความเย็น สัตว์ต่างๆ และการแยกตัวของวัตถุ เช่น พลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.เงื่อนไขในด้านการผลิต

วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ กรรมวิธีการผลิต รวมถึงระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการผลิตสินค้าออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด เพราะการเลือกที่เหมาะสม จะมีผลต่ออายุการใช้งานนานยิ่งขึ้น ลดต้นทุนได้ และทำให้การขนส่ง การผลิตมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการดึงดูดสายตาผู้บริโภค

โดยรายการในโครงการ ที่ต้องวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุ มีดังนี้

1.วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุซอสสปาเกตตี้และครีมสลัด

2. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำสลัด

3. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุซอสปรุงรสประเภทซอสมะเขือเทศและซอสพริก

4. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำมันมะกอก

5. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดซอสสปาเกตตี้และครีมสลัด

6. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำสลัด

7. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดซอสปรุงรสประเภทซอสมะเขือเทศและซอสพริก

8. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดน้ำมันมะกอก

9. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษ

10. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อการ display

11. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตซองบรรจุครีมสลัด

12. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตซองบรรจุผงสำหรับปรุงซอสสปาเกตตี้

13.วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระป๋องบรรจุอาหารแบบพาสต้าผัด

14. วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลากและกล่องกระดาษ

15. วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ซอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.<u>วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุซอสสปาเกตตี้และครีมสลัด</u>

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น primary package สำหรับ

-ครีมสลัด ขนาด 500 กรัม

-ซอสสปาเกตตี้ ขนาด 250 กรัมและ 500 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1)ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ภายในขวด

2)ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่นและความชื้นได้ดี

3) ให้ความรู้สึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีราคา

4)ต้นทุนการผลิตต่ำ

5)สวยงาม มีความโดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

ตารางวิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกสำหรับบรรจุครีมสลัดและซอสสปาเกตตี้

เงื่อนไขความต้องการ	PETE	แก้ว	HDPE
การซึมผ่านของก๊าซได้ดี	4	4	3
ป้องกันกลิ่นและความชื้น	4	4	3
ให้ความรู้สึกมีคุณค่าสมราคา	3	4	3
แข็งแรงทนต่อแรงกระแทก	4	3	4
ไม่เป็นพิษ	4	4	4
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	3	4
	21	22	21

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

<u>สรุปผลการวิเคราะห์</u> เลือกใช้ แก้ว เนื่องจากคุณสมบัติในการรักษาคุณภาพสินค้าที่เหมาะสม มีความยืดหยุ่นสูง และราคาไม่แพง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำสลัด

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น primary package สำหรับ น้ำสลัด ขนาด 300 ml

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1)ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ภายในขวด

2)ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่นและความชื้นได้ดี

3) ให้ความรู้สึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีราคา

4)ต้นทุนการผลิตต่ำ

5)สวยงาม มีความโดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

ตารางวิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกสำหรับบรรจุน้ำสลัด

เงื่อนไขความต้องการ	PETE	แก้ว	HDPE
การซึมผ่านของออกซิเจน	4	4	3
ป้องกันกลิ่น	4	4	3
สวยงามดูมีคุณค่า	4	4	3
แข็งแรงทนต่อแรงกระแทก	4	3	4
ไม่เป็นพิษ	4	4	4
ราคาไม่แพง	2	3	4
	22	22	21

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุปผลการวิเคราะห์ เลือกใช้ PETE หรือแก้ว เนื่องจากคุณสมบัติในการรักษาคุณภาพสินค้าที่เหมาะสม มีความยืดหยุ่นสูง ดูมีคุณค่าสมราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุซอสปรุงรสประเภทซอสมะเขือเทศและซอสพริก

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น primary package สำหรับ

-ซอสมะเขือเทศ ขนาด 300 กรัมและ 600 กรัม

-ซอสพริก ขนาด 300 กรัมและ 600 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1)ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ภายในขวด

2)ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่นและความชื้นได้ดี

3) ให้ความรู้สึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีราคา

4)ต้นทุนการผลิตต่ำ

5)สวยงาม มีความโดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

ตารางวิเคราะห์วัสดุในการผลิตภาชนะบรรจุซอสปรุงรส

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	แก้ว	พลาสติก
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	3
ป้องกันกลิ่น รสให้คงสภาพเดิม	4	3
ไม่ทำปฏิกิริยาและไม่เป็นพิษ	4	4
มีความใส	4	4
อายุการใช้งานยาวนาน	4	4
เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค	4	3
	24	20

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุปผลการวิเคราะห์ แก้วเป็นวัสดุที่มีความเหมาะสมกว่าพลาสติก ซึ่งนำมาบรรจุซอสปรุงรส

4.วิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขวดสำหรับบรรจุน้ำมันมะกอก

สรุปคุณสมบัติของวัสดุที่ควรนำมาเลือกใช้ในภาชนะบรรจุ

1.ไม่ทำปฏิกิริยากับน้ำมันมะกอก

2.มีความใสเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องการภาพลักษณ์ในข้อนี้พอสมควร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้มีอายุการใช้งานนาน

4.ให้ความรู้สึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีราคา

5.ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ กลิ่นและความชื้นได้ดี

6.มีผลดีต่อสิ่งแวดล้อม

7.มีราคาที่เหมาะสม

พิจารณาความเหมาะสมของวัสดุต่างๆ ที่ใช้เป็นภาชนะบรรจุอาหาร RIGID FORM ได้แก่

ชนิดบรรจุภัณฑ์	คุณสมบัติ
แก้ว	1.มีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับจาก FDA ของอเมริกาว่าปลอดภัย ในการบรรจุอาหาร 2.ความใสที่สามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้ ไม่ว่าจะเป็นปริมาณของขนาดสินค้า ซึ่งเป็นจุดที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ 3.ไม่เปลี่ยนรูปร่าง เมื่อใช้เป็นระยะเวลานาน ไม่มีกลิ่นและรส ที่อาจปลอมปนไปกับของที่บรรจุอยู่ภายใน 4.ไอน้ำและก๊าซไม่สามารถซึมผ่านไปได้ 5.สามารถใช้ซ้ำได้ เพื่อเปิดใช้ สามารถปิดเพื่อรักษาสินค้าได้อีก 6.สามารถเก็บกลิ่นต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในได้อย่างดี
พลาสติก	1.มีมากมายหลายประเภท สามารถผลิตได้ใกล้เคียงกับแก้ว 2.อายุการใช้งานสั้นกว่า ดูด้อยทางด้านความใส ความมีคุณค่า 3.ความสามารถในการป้องกันกลิ่นและรสอาหารในระหว่างเก็บน้อยกว่า 4.มีปัญหาในการกำจัดซาก เพราะอาจ recycle ได้ยากกว่า

ตารางวิเคราะห์วัสดุในการผลิตภาชนะบรรจุน้ำมันมะกอก

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	แก้ว	พลาสติก
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	3
ป้องกันกลิ่น รสให้คงสภาพเดิม	4	3
ไม่ทำปฏิกิริยาและไม่เป็นพิษ	4	4
มีความใส	4	4
อายุการใช้งานยาวนาน	4	4
เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค	4	3
	24	20

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

<u>สรุปผลการวิเคราะห์</u> แก้วเป็นวัสดุที่มีความเหมาะสมกว่าพลาสติก ซึ่งนำมาบรรจุน้ำมันมะกอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.<u>วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดซอสสปาเกตตี้และครีมสลัด</u>

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1) ความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน

2)ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์

3)สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เหมาะสม

4)มีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

5)พิมพ์ลวดลายได้

6)ทึบแสง

7)ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตารางวิเคราะห์วัสดุในการผลิตฝาขวดซอสสปาเกตตี้และครีมสลัด

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	HDPE	โลหะ
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	4
ป้องกันกลิ่น รสให้คงสภาพเดิม	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยาและไม่เป็นพิษ	3	4
ทึบแสง	4	4
อายุการใช้งานยาวนาน	4	4
เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค	4	4
	22	24

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

<u>สรุปผลการวิเคราะห์</u> ฝาโลหะมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาทำเป็นฝาขวดบรรจุครีมสลัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดน้ำสลัด

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น primary package สำหรับ

-น้ำสลัดขนาดบรรจุ 300 ml

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1) สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำและอากาศได้อย่างเหมาะสม

2) มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน

3) ไม่ทำปฏิกริยากับผลิตภัณฑ์

4) ต้นทุนการผลิตต่ำ

5) ทึบแสง

วิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการผลิตฝาขวดน้ำสลัด

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	HDPE	โลหะ
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	4
ป้องกันกลิ่น รสให้คงสภาพเดิม	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยาและไม่เป็นพิษ	3	4
ทึบแสง	4	4
อายุการใช้งานยาวนาน	4	4
เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค	4	4
	22	24

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุปผลวิเคราะห์ ฝาโลหะมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาเป็นฝาขวดบรรจุน้ำสลัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดซอสปรุงรสประเภทซอสมะเขือเทศและซอสพริก

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1) ความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน

2)ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์

3)สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เหมาะสม

4)มีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

5)พิมพ์ลวดลายได้

6)ทึบแสง

7)ต้นทุนการผลิตต่ำ

วิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการผลิตฝาขวดประเภทซอสปรุงรส

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	HDPE	โลหะ
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	3
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	3	3
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำ ในการขนส่ง	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยาต่อผลิตภัณฑ์	2	4
ต้นทุนต่ำ	4	4
ทึบแสง	4	4
	20	22

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุปผลวิเคราะห์ ฝาโลหะมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาเป็นฝาขวดบรรจุซอสปรุงรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดน้ำมันมะกอก

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1) ความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน

2)ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์

3)สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เหมาะสม

4)มีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

5)พิมพ์ลวดลายได้

6)ทึบแสง

7)ต้นทุนการผลิตต่ำ

วิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการผลิตฝาขวดประเภทน้ำมันมะกอก

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	HDPE	โลหะ
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	3
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	3	3
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำ ในการขนส่ง	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยาต่อผลิตภัณฑ์	2	4
ต้นทุนต่ำ	4	4
ทึบแสง	4	4
สวยงาม ดูมีคุณค่า เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3	4
	23	26

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุปผลวิเคราะห์ ฝาโลหะมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาเป็นฝาขวดบรรจุน้ำมันมะกอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษ

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ Display package สำหรับใส่ซองครีมสลัดและผงทำน้ำซอสราดสปาเกตตี้

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1)ความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน

2)ต้นทุนการผลิตต่ำ

3)สวยงาม มีความโดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

4)พับขึ้นรูปได้ง่าย

5)พิมพ์ได้สวยงาม

6)ชนิดและความหนาของกระดาษ

7)สะดวกในการผลิต

8)การปั๊ม (Die cut)

ตารางวิเคราะห์วัสดุในการผลิตกล่องสำหรับแสดงสินค้า

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	กระดาษอาร์ตการ์ด	กระดาษแข็งเคลือบ
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3
พับขึ้นรูปได้ง่าย	4	3
พิมพ์ได้สวยงาม	4	4
มีความแข็งแรงเหมาะสม	4	4
สวยงามเสริมภาพพจน์ที่ดีแก่สินค้า	4	4
สะดวกต่อการผลิต	4	3
	24	20

สรุปผลการวิเคราะห์ กระดาษอาร์ตการ์ดมีความเหมาะสมในการนำมาทำกล่อง Display สำหรับแสดงสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10.<u>วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อการ display</u>

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ Display package สำหรับใส่ซองครีมสลัดและผงทำน้ำซอสราดสปาเกตตี้

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1)ความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน

2)ต้นทุนการผลิตต่ำ

3)สวยงาม มีความโดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

4)พับขึ้นรูปได้ง่าย

5)พิมพ์ได้สวยงาม

6)ชนิดและความหนาของกระดาษ

7)สะดวกในการผลิต

8)การปั๊ม (Die cut)

ตารางวิเคราะห์วัสดุในการผลิตกล่องสำหรับแสดงสินค้า

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	กระดาษอาร์ตการ์ด	กระดาษแข็งเคลือบ
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3
พับขึ้นรูปได้ง่าย	4	3
พิมพ์ได้สวยงาม	4	4
มีความแข็งแรงเหมาะสม	4	4
สวยงามเสริมภาพพจน์ที่ดีแก่สินค้า	4	4
สะดวกต่อการผลิต	4	3
	24	20

<u>สรุปผลการวิเคราะห์</u> กระดาษอาร์ตการ์ดมีความเหมาะสมในการนำมาทำกล่อง Display สำหรับแสดงสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. <u>วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตซองบรรจุครีมสลัด</u>

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package ครีมสลัด ขนาด 65 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1) สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน

2) ต้นทุนการผลิตต่ำ

3) สวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดี

4) สามารถพิมพ์ได้มีความสวยงาม

5) สะดวกในการผลิต

6) ป้องกันการซึมผ่านเข้าออกของอากาศ และความชื้นได้อย่างเหมาะสม

วิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการผลิตฝาขวดประเภทซองครีมสลัด

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	PP	PE
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	3
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	3	3
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำ ในการขนส่ง	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยาต่อผลิตภัณฑ์	4	4
ต้นทุนต่ำ	4	3
ทึบแสง	4	4
	22	21

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

<u>สรุปผลวิเคราะห์</u> ซองพลาสติกแบบ PP มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาเป็นบรรจุครีมสลัดแบบซอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. <u>วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตซองบรรจุผงสำหรับปรุงซอสสปาเกตตี้</u>

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package ผงปรุงซอสสปาเกตตี้ ขนาด 35 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1) สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน

2) ต้นทุนการผลิตต่ำ

3) สวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดี

4) สามารถพิมพ์ได้มีความสวยงาม

5) สะดวกในการผลิต

6) ป้องกันการซึมผ่านเข้าออกของอากาศ และความชื้นได้อย่างเหมาะสม

วิเคราะห์ชนิดวัสดุที่ใช้ในการผลิตฝาขวดประเภทซองครีมสลัด

ตารางวิเคราะห์วัสดุ	Laminated Film	PP
ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	4	3
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	3	3
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำ ในการขนส่ง	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยาต่อผลิตภัณฑ์	4	4
ต้นทุนต่ำ	4	3
ทึบแสง	4	4
	22	21

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

<u>สรุปผลวิเคราะห์</u> ซองพลาสติกแบบ Laminated film มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาเป็นซองใส่ผงทำซอสสปาเกตตี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13.วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระป๋องบรรจุอาหารแบบพาสต้าคอกเทล

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package พาสต้าคอกเทลขนาด 300 กรัม

วัสดุที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้

1) สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน

2) ต้นทุนการผลิตต่ำ

3) สวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดี

4) สามารถพิมพ์ได้มีความสวยงาม

5) สะดวกในการผลิต

6) ป้องกันการซึมผ่านเข้าออกของอากาศ และความชื้นได้อย่างเหมาะสม

14.วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลากและกล่องกระดาษ

ระบบการพิมพ์ที่ใช้กัน บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง กระดาษแข็ง และฉลากต่างๆ ที่มีความเหมาะสมต่อการพิมพ์ 4 สี ที 3 ระบบได้แก่

1.OFFSET

2.GRAVURE

3.SILKSCREEN

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์กล่อง

เงื่อนไขการพิจารณา	offset	gravure	Silkscreen
จำนวนขั้นต่ำที่ใช้ในการพิมพ์	3,000 ชิ้น	10,000 ชิ้น	10-1000 ชิ้น
ความสวยงาม	4	4	3
พิมพ์ได้หลายสี	4	4	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ (ที่ 4,000 - 10,000 ชิ้น)	4	2	4
พิมพ์ลายเส้นตัวเล็กละเอียด	4	4	1
	16	14	11

สรุปผลการวิเคราะห์ เลือกใช้ระบบ offset พิมพ์บรรจุภัณฑ์เป็นฉลากและกล่องกระดาษทั้งหมดที่ทำการออกแบบ เนื่องจากมีราคาต้นทุนที่เหมาะสม และพิมพ์ได้สวย เก็บรายละเอียดได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปการเลือกใช้วัสดุทั้งหมด

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	วัสดุ
1.เส้นพาสต้า	250 g	Primary package Secondnary Package	ซอง : PE กล่อง : กระดาษอาร์ตการ์ด
	500g	Primary package	กล่อง : กระดาษอาร์ตการ์ด
2.ซอสสปาเกตตี้	250g	Primary package	ฝาขวด : ฝาโลหะ ตัวขวด : แก้ว
	500g	Primary package	ฝาขวด : ฝาโลหะ ตัวขวด : แก้ว
3.ครีมสลัด	65g	Primary Package Display Package	ซอง : PP กล่องบรรจุ : กระดาษอาร์ตการ์ด
	500g	Primary Package	ฝาขวด : ฝาโลหะ
4.น้ำสลัด	300g	Primary Package	ฝาขวด : HDPE ตัวขวด : HDPE
5.ซอสปรุงรส	300g 600g	Primary package	ฝาขวด : ฝาโลหะ LUG ตัวขวด : แก้ว
6.น้ำมันมะกอก	250g	Primary Package	ฝาขวด : ฝาโลหะ ตัวขวด : แก้ว
7.ผงทำซอสสปาเกตตี้	35g	Primary Package Display Package	ซอง : Laminated Film กล่องบรรจุ : กระดาษอาร์ตการ์ด
8.พาสต้าผัดคอกเทล	200 กรัม	Primary Package Seconadary Package	กระป๋อง : อลูมิเนียม กล่อง : กระดาษอาร์ตการ์ด
9.อาหารแช่แข็งสำเร็จรูป	250 กรัม	Primary Package	กล่องบรรจุ : กระดาษอาร์ตการ์ด
10.พาสต้าซุป	300 กรัม	Primary Package	กระป๋อง : อลูมิเนียม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

เมื่อรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ผลเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อการนำไปใช้ในการออกแบบได้

เริ่มจาก การพิจารณาพื้นฐานการผลิตจากบริษัท ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการนี้ โดยพื้นฐานเหล่านี้ก็จะเป็นตัวกำหนดจุดขาย กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบรรจุภัณฑ์ บริษัทแพนเอเซีย (1981) จำกัด เป็นบริษัทที่ผลิตอาหารส่งออกเป็นส่วนใหญ่โดยมีอัตราการส่งออกประมาณ 90% ส่วนในอีก 10% ก็มีธุรกรรมการค้าภายในประเทศ จัดช่องทางจำหน่ายไว้กับ ศูนย์สรรพสินค้าขนาดกลางขึ้นไป และซุปเปอร์มาร์เกตขนาดใหญ่ ผลิตภัณฑ์เบื้องต้นนี้มีตราสินค้า เป็น แพนเอเซีย (Panasia) และ เดลิซิโอโซ (Delizioso) ส่วนในต่างประเทศ ก็จะมีชื่อที่ผู้บริโภครู้จักมีชื่อเสียงอีกหลายชื่อ สังเกตว่า ผู้บริโภคในต่างประเทศมีความเชื่อถือในสินค้าที่ผลิตจากบริษัทเป็นอย่างดี เนื่องจากอาหารที่ผลิตขึ้นมีการผลิตที่ดี กอปรกับกระบวนการผลิตที่มีเทคโนโลยี ที่ทำให้การผลิตอาหารมีความสะอาด ปลอดภัย และปลอดสารพิษ

โดยในโครงการนี้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มที่ผลิตขึ้นใหม่ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1.หมวดเส้นกึ่งสำเร็จรูป

1.1.เส้นพาสต้า ขนาดบรรจุ 500 กรัม กับแบบเส้น 6 ชนิด

2.หมวดเครื่องปรุงอาหาร

2.1.ซอสสปาเกตตี้ ขนาดบรรจุ 250 กรัม และ 500 กรัม

2.2.สลัดครีม ขนาดบรรจุ 65 กรัมพร้อม Display บรรจุ 2 ชนิด 30 ซอง

2.3.สลัดครีม ขนาดบรรจุ 500 กรัม

2.4.น้ำสลัด ขนาดบรรจุ 300 มิลลิลิตร

2.5.ซอสมะเขือเทศและซอสพริก ขนาดบรรจุ 300 กรัมและ 600 กรัม

3.หมวดเครื่องปรุงประกอบอาหาร

3.1.น้ำมันมะกอก ขนาด 250 มิลลิลิตร

3.2.ผงทำซอสสปาเกตตี้ 40 กรัม พร้อม Display บรรจุ 2 ชนิด 40 ซอง

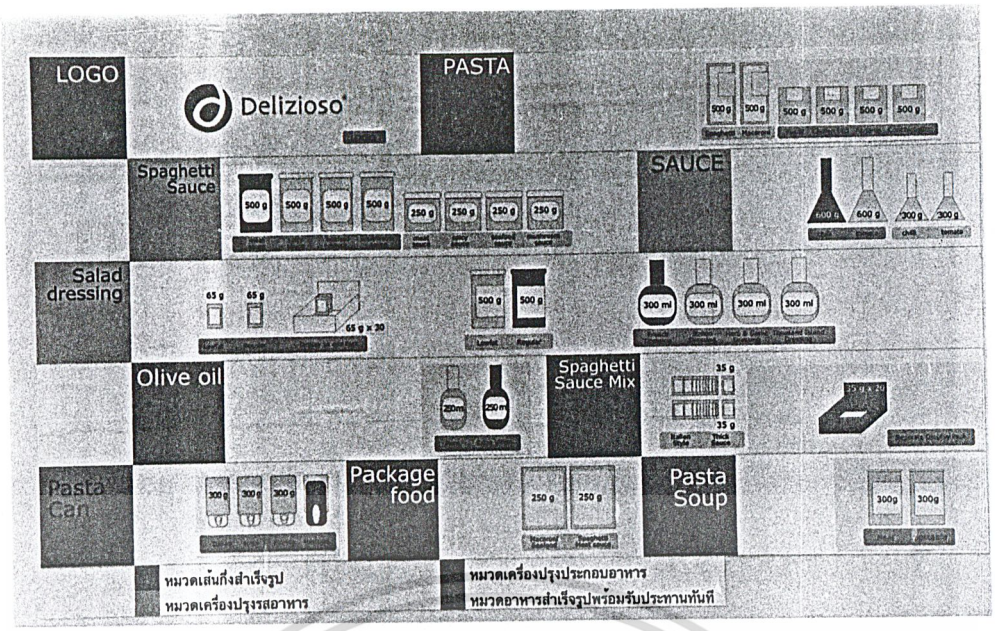
4.หมวดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทันที

4.1.พาสต้าผัด ขนาดบรรจุ 200 กรัม

4.2.อาหารแบบ TV dinner หรืออาหารแช่แข็งสำเร็จรูป ขนาดบรรจุ 250 กรัม

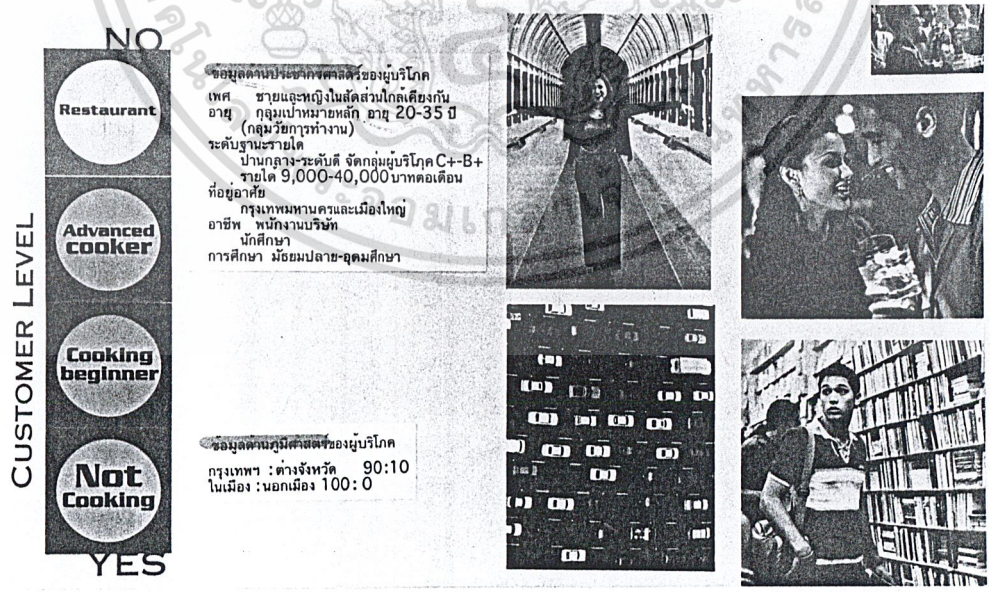
4.3.พาสต้าซุป ขนาดบรรจุ 300 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เมื่อพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด คาดการณ์ว่า ผลิตภัณฑ์จากบริษัทจะสามารถมีราคาขายที่ต่ำกว่าสินค้าอื่นๆ ที่นำเข้ามา เนื่องจากสินค้าส่วนมากที่พิจารณาในโครงการนั้นมีราคาขายที่สูง แต่เนื่องจากบริษัทผลิตภายในประเทศ ใช้วัตถุดิบภายใน อัตราของต้นทุนก็จะลดลงได้ ราคาขายที่ไม่สูงมากเกินไป มีผลที่ดีต่อการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย และการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค

พิจารณากลุ่มเป้าหมายจากตลาดอาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารสำเร็จรูปประเภทนี้



เนื่องจากกลุ่มที่ขายสินค้าประเภทนี้ให้กับร้านอาหาร ภัตตาคาร อัตราการซื้อของผู้บริโภคต้องการสินค้าในปริมาณมาก โดยคำนึงถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์น้อย คือไม่ให้ความสำคัญ เท่ากับการที่เราไปซื้อในห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาเกต ซึ่งต้องมีการแข่งขันสูง ฉะนั้น กลุ่มที่เราสนใจคือ

เอกสารนี้มีลิขสิทธิ์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อนุญาตให้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้

กลุ่มผู้บริโภคอาหารภายในภายในที่พักซึ่งต้องมีการซื้อจาก ซุปเปอร์มาร์เก็ต นั่นเอง โดยข้อมูลกลุ่มเป้าหมายมีเราศึกษาเพื่อการออกแบบมีลักษณะดังนี้

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ของผู้บริโภคภายในเมืองใหญ่นั้น มีลักษณะการใช้ชีวิต ที่รีบเร่ง มุ่งมั่นต่อการทำงาน เนื่องจากเมืองใหญ่อัตราการแข่งขันที่สูงและ การพักอาศัยภายในเมืองที่แออัด เพื่อสร้างตนเองกิจกรรมที่ทำของกลุ่มเป้าหมาย จึงต้องมีหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับงานหรือการพักผ่อนก็ตาม เมื่อความรีบเร่งมากำหนดช่วงชีวิตของคนเมือง เวลาที่จะดูแลตัวเองก็ลดน้อยลงด้วย โดยสรุป พฤติกรรมที่ได้ศึกษามาจากข้อมูล เพื่อมาวิเคราะห์นำไปออกแบบดังนี้

พฤติกรรมทางด้านการซื้อ ของกลุ่มเป้าหมาย

ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เกต และร้านสะดวกซื้อ เป็นหนทางที่ง่าย สะดวก สำหรับคนเมืองที่จะได้เลือก สินค้าที่สามารถตอบสนองพวกเขาได้ โดยจะเลือกราคาที่สมเหตุสมผล เลือกยี่ห้อที่เป็นชื่อตะวันตก เนื่องจากสินค้าที่มีความเป็นฝรั่ง กลุ่มเป้าหมายเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือมากกว่า และทำให้ดูมีรสนิยมด้วย

พฤติกรรมการรับประทานอาหาร

วัฒนธรรมตะวันตกทำให้ มีการชอบทานอาหารฝรั่งมากขึ้น และด้วยชีวิตที่รีบเร่ง กลุ่มเป้าหมายมีเวลาในการทำอาหารทานเองน้อย จึงมีการซื้อสินค้าประเภท อาหารกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปบ่อยครั้ง แต่พวกเขาก็ยังคงคำนึงถึง คุณค่าและความอร่อย น่ารับประทานด้วย

พฤติกรรมของการเลือกเพื่อสุขภาพ

แม้ว่าจะไม่มีเวลามากนักในการดูแลรักษาตัวเองเนื่องจากความรีบเร่ง กลุ่มเป้าหมายก็ยังคงคำนึงถึงการดูแลรักษาสุขภาพร่างกาย สนใจในรูปร่าง ความสะอาด เพราะพวกเขาต้องมีการเข้าสังคมบ่อยครั้ง

ข้อมูลด้านประชาการศาสตร์ผู้บริโภค

เพศ : ทั้งชายและหญิง ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

อายุ : 20-35 ซึ่งเป็นกลุ่ม เริ่มต้นการทำงาน

รายได้ : ปานกลาง ถึงระดับดี โดยเป็นกลุ่มของผู้บริโภคระดับ C+ ขึ้นไป

ระดับการศึกษา : มัธยมปลายขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจทางโภชนาการ

ที่อยู่อาศัย : อาศัยในเขตเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในโครงการทั้งหมด ประกอบกับคุณสมบัติที่พึงจะมี อันได้แก่เงื่อนไข 4 ประการ คือ

1.ด้านการบรรจุ (Containment)

2.ด้านการคุ้มครอง (Protection)

3.ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

4.ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

จึงสามารถสรุปเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบโดยกล่าวเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด ซึ่งจำแนกตามแต่ละหน้าที่ได้ดังนี้คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ตามขนาดบรรจุที่กำหนดไว้

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินค้าเกิดความเสียหายทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพ อันจะส่งผลต่อความสด ใหม่ และความอร่อยของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อากาศ ความชื้น ความร้อน และแรงกระทำต่างๆ จากภายนอก บรรจุภัณฑ์จึงจำเป็นต้องสามารถคุ้มครองป้องกันสินค้าภายในจากปัจจัยข้างต้นได้อย่างดี ด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมกันอายุของผลิตภัณฑ์

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

โดยสามารถอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

<u>สำหรับผู้ผลิต</u>

1.การผลิต

- ผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษ ควรมีขนาดที่สามารถผลิตได้โดยใช้ขนาดกระดาษมาตรฐานและมีปริมาณกระดาษที่เสียน้อยที่สุด

2.การบรรจุ

- มีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบรรจุสินค้า
- มีโครงสร้างที่สามารถบรรจุได้ด้วยเครื่องจักร หรือแรงงานคนเสริม

3.การขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์สามารถพับให้แบนราบเพื่อประหยัดพื้นที่ในการขนส่ง หรือสามารถใส่กล่องขนาดมาตรฐาน

4.การจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบกราฟฟิกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มสินค้า (Corporate Identity) เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวางจำหน่าย ในขณะที่ยังสามารถจำแนกชนิดและความแตกต่างของสินค้าแต่ละอย่างได้ชัดเจน โดยไม่ทำให้สับสน

- มีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้า เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ คำโฆษณา อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นชัดเจน

5.การโฆษณา

- บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคเมื่อพบเห็น มีความน่าเชื่อถือ คุ้มค่า สมราคา โดยดึงจุดขายของสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งมานำเสนอ

<u>สำหรับผู้บริโภค</u>

1.การสื่อความหมายต่อผู้บริโภค

- มีรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว แม้เพียงแรกเห็นตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น การใช้รูปภาพ หรือคำบรรยาย

- มีข้อความบอกข้อมูลสำคัญ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น ข้อมูลทางโภชนาการ น้ำหนักสุทธิ วันหมดอายุ บริษัทผู้ผลิต เป็นต้น

2.การใช้งาน

- โครงสร้างสามารถเปิดใช้ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถเก็บรักษาอาหารได้ แม้จะใช้ผลิตภัณฑ์ไม่หมด

3.การกำจัดซาก

- วัสดุที่นำมาผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

- เมื่อบริโภคสินค้าหมดแล้ว สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ หรือนำไปใช้ประโยชน์อื่นได้อีก

ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

การจำหน่ายสินค้าของบริษัท แพนเอเชียนั้น มีช่องทางการจัดจำหน่ายตาม ซุปเปอร์มาร์เกตขนาดใหญ่ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรทำหน้าที่สื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ภายใน และภาพลักษณ์ที่ดีบริษัทชัดเจน และควรมีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าไว้ในฉลาก ดังนี้ คือ

1.ตราสินค้า : เดลิซิโอโซ (Delizioso)

กรณีที่ชื่อตราสินค้าไม่มีการจดทะเบียน จำเป็นต้องมีสัญลักษณ์ “เครื่องหมายการค้า” หรือ Registration mark กำกับไว้

เอกสารนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.ชื่อสามัญของสินค้า

ให้มีข้อความ ต่อเนื่องในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ในการณีที่ไม่สามารถแสดงหมดภายในบรรทัดเดียว ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน และแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก

3.ข้อความแสดงรสชาติของอาหาร

มีสีที่ตัดกับพื้นฉลาก เพื่อทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน

4.ข้อความบรรยายคุณประโยชน์และลักษณะของผลิตภัณฑ์

เป็นข้อความที่ไม่โอ้อวด ไม่เป็นเท็จ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ โดยใช้สีที่ตัดกับพื้นฉลาก

5.ข้อมูลทางโภชนาการ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นสินค้าที่อยู่ใน ข่ายของผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องแสดงฉลากในบางผลิตภัณฑ์ จึงต้องแสดงฉลากโภชนาการตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาในข้างต้นนี้ จึงสามารถนำมาสรุปผลเป็นขั้นสุดท้ายเพื่อใช้ในการออกแบบในขั้นตอนต่อไป โดยจะแยกพิจารณา 4 เงื่อนไข กล่าวคือ

1.บริษัทผู้ผลิต (Manufacturer)

เมื่อบริษัทแพนเอเชีย จำกัด เป็นบริษัทที่มีพื้นฐานการผลิตส่งออกได้ถึง 90% และเป็นที่ได้รับความไว้วางใจจากต่างประเทศ ดังนั้น บรษัทจึงมีศักยภาพเพื่อการผลิตภายในประเทศโดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และสร้างจุดขาย ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายในประเทศได้ไม่ยากนัก และสามารถลดต้นทุนมีการขายในราคาที่ต่ำกว่าผู้จำหน่ายจากต่างประเทศได้ด้วย

2.ผู้บริโภค (Consumer)

ลักษณะของผู้บริโภคเป็นผู้ที่ดำเนินชีวิตประจำวันด้วยความรีบเร่ง และแข่งขันกับเวลา ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงควรมีโครงสร้างที่ใช้งานได้ง่าย สะดวกรวดเร็วและบอกการใช้งาน รายละเอียดที่ชัดเจน

3.การตลาด (Marketing)

ตลาดสินค้าที่เป็นกลุ่มอาหารกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูปที่พิจารณานี้ ส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากสินค้าเป็นอาหารฝรั่ง ดังนั้น บริษัทจึงควรสื่อถึงภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้ากับสินค้านำเข้า โดยผู้ผลิตภายในประเทศ สดใหม่ และสร้างเสริมสุขภาพคุณประโยชน์ที่ดีต่อผู้บริโภค

4.คู่แข่ง (Competition)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าในตลาดขณะนี้มีจุดขายที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือเน้นความอร่อย มีหลากหลายรสชาติ หลากหลายชนิดให้เลือกลิ้มลอง ดังนั้นแพนเอเชียจึงควรสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า โดยเน้นให้ความสำคัญกับความสด สะอาด ในการบริโภคที่มาพร้อมกับคุณค่าทางโภชนาการ เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ไม่ต้องเสียเวลาในการจัดเตรียมนาน อีกทั้งยังให้สารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายอีกด้วย

หลังจากการพิจารณาในตัวผลิตภัณฑ์ของสินค้าในขอบเขตของโครงการ จนได้เงื่อนไขที่มีส่วนสำคัญซึ่งจะส่งผลต่องานออกแบบ จึงเริ่มวิเคราะห์ทาด้านการตลาดต่อไป

ลักษณะภาพรวมของตลาดสินค้าอาหารสำเร็จรูปมีการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นมาก กล่าวคือมีการขยายตัวมากขึ้นอยู่ตลอด เนื่องจากสินค้าเอื้ออำนวย ต่อพฤติกรรมปัจจุบัน ซึ่งต้องการความรีบเร่งของคนในเมืองใหญ่

ผลิตภัณฑ์ในโครงการมีคู่แข่งอยู่มากมาย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะทำการวิเคราะห์คู่แข่ง เพื่อนำมาสรุปผลข้อมูลสำหรับการออกแบบต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแผนภาพการเปรียบเทียบ ระหว่างคู่แข่งบนชั้นวาง ด้วยเหตุที่ว่าบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่างมากสำหรับสินค้าประเภทอาหาร กล่าวคือนอกจากจะช่วยรักษาสภาพสินค้าให้คงความสดใหม่ทั้งด้านกายภาพและชีวภาพแล้ว บรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่สร้างความน่าสนใจ และดึงดูดต่อการตัดสินใจซื้อด้วย ดังนั้นในการศึกษาเปรียบเทียบคู่แข่งจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ลักษณะบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เพื่อกำหนดให้ตราสินค้าของบริษัท เกิดความแตกต่าง สร้างความโดดเน เกิดเป็นจุดสนใจ และช่วยให้จดจำได้ง่ายอีกด้วย

นอกจากนี้ เราควรทราบระดับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารในแต่ละประเภทด้วย โดยเปรียบเทียบได้จากแผนภาพดังนี้



โดยอธิบายได้ว่า ประเภทอาหารที่มีราคาที่สูงคือ ประเภท น้ำสลัด ซอสสปาเกตตี้ เส้นพาสต้าจากต่างประเทศ และน้ำมันมะกอก ซึ่งคาดว่าเมื่อมีการผลิตภายในประเทศอาหารเหล่านี้จะมีราคาลดลงได้ การพิจารณาราคาเนื่องจากมีส่วนสำคัญต่อต้นทุนเพื่อนำไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ นอกจากราคาแล้ว การเปรียบเทียบลักษณะบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งทางด้านการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สามารถนำมาแสดงบนแผนภาพดังนี้ คือ

แกนแนวตั้ง ด้านซ้าย คือ มีการตัดสินใจซื้อต่อเมื่อ สินค้านั้นมีให้เลือกหลากหลาย เช่น มีหลากรสให้เลือก หรือมีชนิดของผลิตภัณฑ์พิเศษให้เลือกทาน ต่างจากคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แกนแนวตั้ง ด้านขวา คือ มีการตัดสินใจซื้อต่อเมื่อ ผู้บริโภคยึดมั่นใน ตราสินค้าที่น่าเชื่อถือ หรืได้ยินจากสื่อโฆษณา

แกนแนวนอน ด้านบน คือ มีการตัดสินใจซื้อต่อเมื่อ ราคาสมเหตุสมผล หรือราคาที่ถูก

แกนแนวนอน ด้านล่าง คือ มีการตัดสินใจซื้อต่อเมื่อ ภาพลักษณ์คุณภาพสินค้าที่ดี

จากนั้นจึงพิจารณารูปแบบของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งทั้งหมดว่าอยู่ในตำแหน่งใดของแผนภาพนี้ ซึ่งได้ผลออกมาดังภาพ



จากการพิจารณาแผนภาพข้างต้น สรุปได้ว่าแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม

1.กลุ่ม A เป็นกลุ่มของสินค้าใหม่ที่มีราคาที่ไม่แพงมากนัก แต่มีลักษณะของสินค้าที่มีหลากหลาย

2.กลุ่ม B เป็นกลุ่มของสินค้าที่เป็นสินค้าราคาไม่แพงมากนัก และมี loyality ของตราสินค้า คือผู้บริโภครู้จักสินค้าจากสื่อ หรือสินค้าเป็นผู้ครองตลาดมานานอยู่แล้ว

3.กลุ่ม C เป็นกลุ่มสินค้าราคาแพงกว่ากลุ่ม B ส่วนมากมาจากต่างประเทศ เป็นการนำเข้า

4.กลุ่ม D เป็นกลุ่มสินค้าที่มีราคาสูง และเน้นคุณภาพ กลุ่มนี้ส่วนมากจะเป็นประเภทน้ำมันมะกอก และเส้นพาสต้าซึ่งนำเข้า ต้องมีความน่าเชื่อถือ จากผู้บริโภค

เราสามารถมองเห็นช่องว่างของคู่แข่งเพื่อนำมากำหนดลักษณะของเดลิซิโอโซ โดยตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ของโครงการ ควรมีความหลากหลายของสินค้า ราคาก็เป็นราคาที่ปานกลาง ไม่แพงมากนักและภาพของชื่อตราสินค้าที่มีความเป็นสากล เพื่อให้สินค้าของโครงการ มีความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค ซึ่งจะเชื่อถือต่อแบรนเนม ภาษาอังกฤษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ถึงทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากการพิจารณาการตัดสินใจซื้อแล้ว ต่อมาเป็นความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาแสดงบนแผนภาพดังนี้ คือ

แกนแนวตั้ง ด้านซ้าย คือ กราฟฟิกสีร้อน

แกนแนวตั้ง ด้านขวา คือ กราฟฟิกสีเย็น

แกนแนวนอน ด้านบนซ้าย คือ ความพอใจ

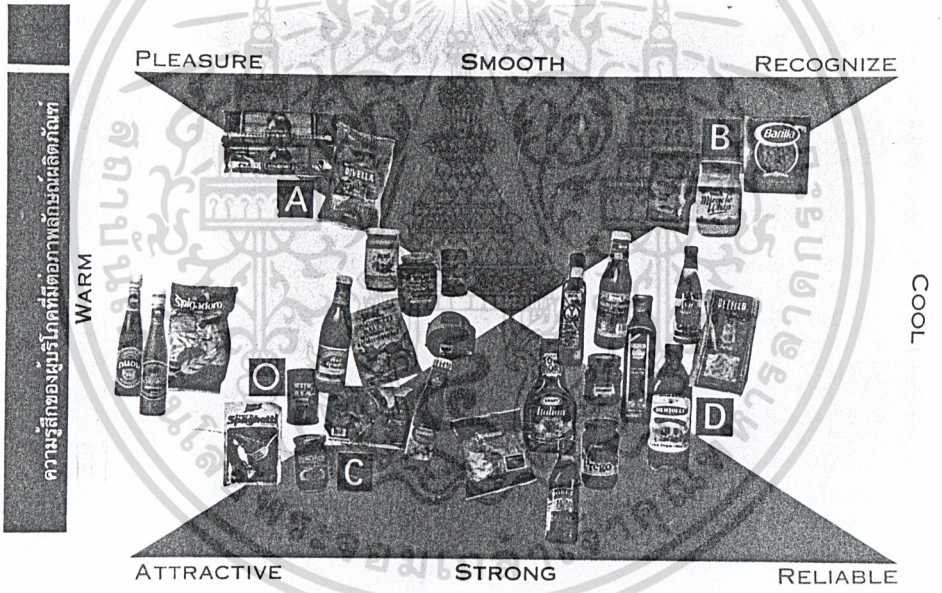
แกนแนวนอน ด้านล่างซ้าย คือ ความประทับใจ

แกนแนวนอน ด้านบนกลาง คือ ความเรียบง่าย

แกนแนวนอน ด้านล่างกลาง คือ ความเข้มแข็ง

แกนแนวนอน ด้านบนขวา คือ การระลึกได้

แกนแนวนอน ด้านล่างซ้าย คือ ความเชื่อถือได้



จากนั้นจึงพิจารณารูปแบบของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งทั้งหมดว่าอยู่ในตำแหน่งใดของแผนภาพนี้ ซึ่งได้ผลออกมาดังภาพ

แบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้คือ

1.A สินค้าที่ใช้ภาพ Illustrate และสีที่ร้อนแรง

2.B สินค้าที่เน้นที่ตราสินค้า ไม่เน้นที่ภาพผลิตภัณฑ์ หรืออาหารมากนัก

3.C สินค้าสีสด ที่เน้นความสดของทั้งสีและผลิตภัณฑ์ที่จะเน้นด้านในสินค้า

เอกสารนี้เป็น[illegible]นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ[illegible]ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.D สินค้าที่ต้องการความน่าเชื่อถือ จึงไม่ใช้สีที่แรงนัก แต่ก็ยังเห็นภาพความสด

จากการจับเป็นกลุ่ม กราฟฟิกของโครงการเพื่อให้ผู้บริโภค มีความยินดีและพอใจในสินค้า เราควรที่จะใช้ภาพที่ชัดเจนของอาหารที่เราต้องการเน้น และการให้สีสด เป็นการดึงดูดที่ดีต่อการวางบนชั้นวางอีกด้วย

การวางแผนทางการตลาด

โดยสินค้าทั้งหมดจะมีรายละเอียดของส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้คือ

Product

1.เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพของไทย

2.เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีต้นตำรับความเป็นอิตาลี

3.มีประโยชน์ มีคุณค่า

4.เหมาะสำหรับทานในช่วงเวลาที่รีบเร่ง และกลุ่มคนในเมืองใหญ่

Price

1.จำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าคู่แข่งที่นำเข้าจากต่างประเทศ ในขณะที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน

Place

1.ซุปเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

Promotion

1.มีการทำตลาดในลักษณะ Direct Marketing เช่น การจัดรายการส่งเสริม ณ จุดขายตามห้างสรรพสินคา หรือ ประชาสัมพันธ์พร้อมแจกตัวอย่างฟรี เป็นต้น

2.มีความสวยงามเพื่อเป็นการเพิ่มค่าผลิตภัณฑ์ (Value Added) ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

3.มีบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มได้ถูกต้อง ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)

จากการรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา จึงนำมาสรุปผลวิเคราะห์เพื่อนำมาสรุปสู่ แนวทางเพื่อการออกแบบต่อไป

โดยที่มีขั้นตอนดังนี้ โดยพิจารณาจากจุดขาย และแนวความคิดของผลิตภัณฑ์

Unique Selling Point : อร่อยง่ายจากบ้านคุณในสไตล์ต้นตำรับแท้

Product Concept อาหารสำเร็จรูป :

ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สดใหม่สะดวก ไม่ใส่ผงชูรสและวัตถุกันเสีย

Product Concept ผลิตภัณฑ์ปรุงรส :

เพิ่มรสชาติ ถูกปาก เมื่อไหร่ที่ได้ปรุง

เมื่อได้จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นให่มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งในท้องตลาด แล้วจึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

1. Keyword พื้นฐาน ของอาหาร คือ สะอาด, Nutrition, สดใหม่, รสชาติดี, น่ารับประทาน เอร็ดอร่อย, มีคุณค่า คุณภาพดี
2. จากจุดขายและ PRODUCT CONCEPT นำมาคิดแนวทางเพื่อการออกแบบต่อไปนี้คือ พิจารณาจาก ผลิตภัณฑ์สินค้าในโครงการ

ก.ต้นตำรับ (Traditional)

ข.ความเข้มข้นของผลิตภัณฑ์ (Thick Taste)

ค.เมนูอาหารที่หลากหลาย มากสีสัน (Colorful Menu)

ง.ง่ายต่อการใช้ปรุงอาหาร (Easy Time)

จ.คุณค่าจากอาหาร (Ingredient)

ฉ.มนต์เสน่ห์แห่งอาหาร (Magic Of Food)

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

มีการแบ่งขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็น 2 ส่วน คือ

1.การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยออกแบบโลโก้ และแนวทางที่จะนำไปทำเป็น LAYOUT ต่อไป

2.การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เมื่อสรุปหาแนวทางการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการออกแบบโลโก้ เพื่อทำการเลือกสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในลำดับต่อไป

การออกแบบโลโก้นี้ เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดี ให้สำหรับบริษัทได้ดี เนื่องจากชื่อ ตราสินค้าของ เดลิซิโอโซ มีลักษณะเป็นคำที่ยาว อาจจะทำให้อ่านได้ยาก เพราะฉะนั้นการออกแบบจึงควรทำให้ตราสินค้า มีเอกลักษณ์ และอ่านได้ไม่ยากนัก และเพื่อความเหมาะสมต่อการจัดวางบน LAYOUT ของบรรจุภัณฑ์ต่อไป

จากนั้นมีการวิเคราะห์เลือกแบบ โดยการใช้เงื่อนไขการพิจารณาต่างๆ ดังนี้

1.โดดเด่น สะดุดตา

2.มีความสวยงาม ดึงดูดผู้บริโภค

3.สื่อภาพลักษณ์ของสินค้าคุณภาพ

4.สื่อภาพลักษณ์ของอาหารต้นตำรับจากต่างประเทศ

5.สื่อภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิต



เมื่อออกแบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ถึงจุดประสงค์แล้วแบบ จึงนำแบบที่เลือกนั้นไปใช้กับการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป ซึ่งในการออกแบบเบื้องต้นยังไม่มีการเลือกเฉพาะลงไปกับโลโก้แบบใดแบบหน่ง เนื่องจากเพื่อให้มีแนวทาง ความเหมาะสมที่ดี กับแนวทางที่เลือกมา

เลือกผลิตภัณฑ์มา 3 ชิ้น เพื่อการนำไปออกแบบ อันได้แก่

1.ซอสสปาเกตตี้ บรรจุขวดแก้วที่มีขนาดบรรจุ 500 กรัม

เอกสารนี้เป็น... ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณี... ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.กล่องพาสต้า ขนาดบรรจุ 500 กรัม

3.อาหารแช่แข็งสำเร็จรูป แบบ Package Food ขนาด 250 กรัม

การเลือกสินค้าที่ต่างชนิดกันมาออกแบบ เนื่องจากต้องการให้เห็นลักษณะ ของการปรับแบบเพื่อให้เกิดการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของแต่ละแนวคิดว่าจะเป็นไปในทิศทางเช่นไร

การเลือกสินค้าเพียงน้อยชิ้น เนื่องจากต้องการให้ได้แบบที่มีความหลากหลายก่อน จากนั้นจึงมาวิเคราะห์สรุปเลือกแบบที่เหมาะที่สุด เพื่อนำมาแตกงานออกแบบสำหรับสินค้าอื่นๆ ในโครงการทั้งหมดต่อไป

การออกแบบเริ่มต้นตามแนวทางการออกแบบที่ได้กำหนดไว้ในข้างต้น ซึ่งได้แก่

Design Route 1 : Colorful Menu

Design Route 2 : Magic of Food

Design Route 3 : Concentrate

Design Route 4 : Ingredient

Design Route 5 : Traditional

Design Route 6 : Easy Time

โดยอาศัย Keyword ที่ได้ตั้งไว้แต่ละแนวทาง มากำหนดการออกแบบโดยคำนึงถึง Keyword พื้นฐานความเป็นอาหาร และ Keyword ทั้งหกร่วมด้วย ซึ่งพื้นฐานของอาหารที่ต้องการ จากบรรจุภัณฑ์ คือ ความสดใหม่ ความสะอาด อร่อยน่ารับประทาน ดูมีคุณค่า คุณภาพสูง และมีประโยชน์ จึงได้ออกแบบงานข้างต้นดังนี้

Design Route 1 : Colorful Menu

ลักษณะของมื้ออาหาร ที่สามารถเสิร์ฟได้หลากหลายรูปแบบ คือการให้ความสำคัญกับความรู้สึกของผู้บริโภคว่า ถ้าใช้ผลิตภัณฑ์ของเรา คุณสามารถนำไปประกอบมื้ออาหารของคุณได้หลากหลาย และสีสันของมื้ออาหารก็เป็นส่วนช่วยให้อาหารนั้นเพิ่มรสชาด นอกจากผู้บริโภคจะได้อาหารที่เอร็ดอร่อยยังได้รับอาหารที่ให้ความรู้สึกน่ารับประทานอีกด้วย

เลือกแนวความคิดมาออกแบบโดยใช้ สีสันที่สะดุดตา และการจัดวางองค์ประกอบอาหารในแต่ละเมนู

<u>แบบที่ 1</u>

เลือกเมนูอาหารมาหลายงานในแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อมาจัดวางเป็นแนว Perspective แสดงถึงมื้ออาหารที่หลากหลายที่เราสามารถทำอาหารหรือการรับประทานได้จากผลิตภัณฑ์เหล่านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 2

สื่อให้เห็นถึงเมนูอาหาร อาหารเพียงจานเดียว ก็มีสีสันของวัตถุดิบต่างๆ ซึ่งทั้งมีคุณค่าทางอาหาร และดูน่ารับประทาน เป็นอาหารทางสายตา ภาพที่ใช้เป็นภาพ Illustrate มาใส่ไว้ ด้านล่างของกราฟฟิก เพื่อแสดงถึง เมนูหลักที่ชัดเจน

แบบที่ 3

เลือกเมนูอาหารมาหลายแบบ หลายผลิตภัณฑ์ และจัดวางให้เห็นจากด้านบนของจาน โดยใช้เส้นสายความเป็นวงกลมของจานอาหาร มาสื่อในรูปแบบองค์ประกอบ

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางการออกแบบที่ เป็น Colorful Menu ดังตารางเพื่อนำแบบที่ได้ไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

Design Route 1 : Colorful Menu			
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
1.ชัดเจน สะดุดตา	O	O	
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	O	O	
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	O		O
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	O	O	
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า	O	O	
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	O	O	O
7.สามารถสื่อถึง Keyword ที่มีผลต่อการออกแบบ			
~ Colorful Menu		O	O
~ Magic of Food			O
~ Traditional		O	
~ Concentrate		O	O
~ Ingredient		O	
~ Easy Time	O	O	
รวม	7	10	5

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแนวทางการออกแบบที่ 1 คือ แบบที่ 2 จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Design Route 2 : Magic of Food

ลักษณะของ Magic ที่สื่อถึงแนวทาง คือ มนเสน่ห์แห่งอาหารความรู้สึกกับคำว่า มนเสน่ห์นั้น ให้ความรู้สึกของความลี้ลับที่ทำให้คนหลงใหล ถ้าเทียบออกมาเป็นสี ก็จะเป็นสีดำ ที่ดูลึกลับถูกต้องมนตรา สะกด หรือในแง่หนึ่งในคำภาษาไทย ถ้าพูดถึงเสน่ห์กับอาหาร ย่อมหมายความถึง เสน่ห์ปลายจวักของผู้หญิง ซึ่งเป็นมนเสน่ห์ที่ได้จากการประกอบอาหารที่ทำให้คนหลงใหล

แบบที่ 1

สื่อให้เห็นถึงความชดช้อย ของตัวหนังสือ ส่วนสีดำก็ได้มาจากแนวทางซึ่งดูมีมนต์ขลัง พร้อมทั้งใส่กราฟฟิก ภาพวาด Illustrate ของวัตถุดิบซึ่งสื่อภาพลักษณ์ของสินค้าลงไป

แบบที่ 2

นอกจากสีดำที่ใช่ ในกราฟฟิกนี้ ส่วนใหญ่แล้วก็ยังมีภาพที่แสดง ผลิตภัณฑ์ชัดเจนโดยภาพถ่าย

แบบที่ 3

" เสน่ห์ปลายจวัก " นำข้อความนี้มาตีความหมายออกมาเป็นองค์ประกอบ ด้วยภาพอาหารที่มีซ้อนที่กำลังตักลงไปในอาหาร สีที่ใช้ให้ความนุ่มสบายๆ

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางการออกแบบที่ เป็น Magic of Food ดังตารางเพื่อนำแบบที่ได้ไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 2 : Magic of Food			
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
1.ชัดเจน สะดุดตา		O	
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	O	O	O
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	O	O	
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค		O	
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า			O
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	O	O	O
7.สามารถสื่อถึง Keyword ที่มีผลต่อการออกแบบ			
~ Colorful Menu	O	O	O
~ Magic of Food	O	O	O
~ Traditional			
~ Concentrate	O		
~ Ingredient	O	O	O
~ Easy Time		O	
รวม	7	9	6

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแนวทางการออกแบบที่ 2 คือ แบบที่ 2 จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

Design Route 3 : Concentrate

ลักษณะของภาพที่นำมาใช้ในแนวทางนี้ คือ ความเข้มข้น ทั้งมาจากสี ที่สามารถสื่อถึงความเข้มข้น ผลิตภัณฑ์ก็สามารถให้ความรู้สึกเข้มข้นได้ด้วย นอกจากนี้การเน้นที่ตัวอาหารอย่างชัดเจนก็เป็นการสร้างความชัดเจนแก่การสื่อในแนวทางนี้ด้วย

<u>แบบที่ 1</u>

ใช้สีแดง สื่อถึงความเข้มข้น และเห็นอาหารที่ทำเร็จแล้วได้อย่างชัดเจน

<u>แบบที่ 2</u>

เน้นที่องค์ประกอบการจัดวาง โดยสื่อให้เห็นตราสินค้าและเน้นอาหารโดยทำให้เห็นชัดเจน

<u>แบบที่ 3</u>

ใช้ผลิตภัณฑ์ของสินค้า มาสื่อถึงความเข้มข้นโดยใช้เส้นสายและสีของผลิตภัณฑ์ มาเป็นภาพด้านหลัง

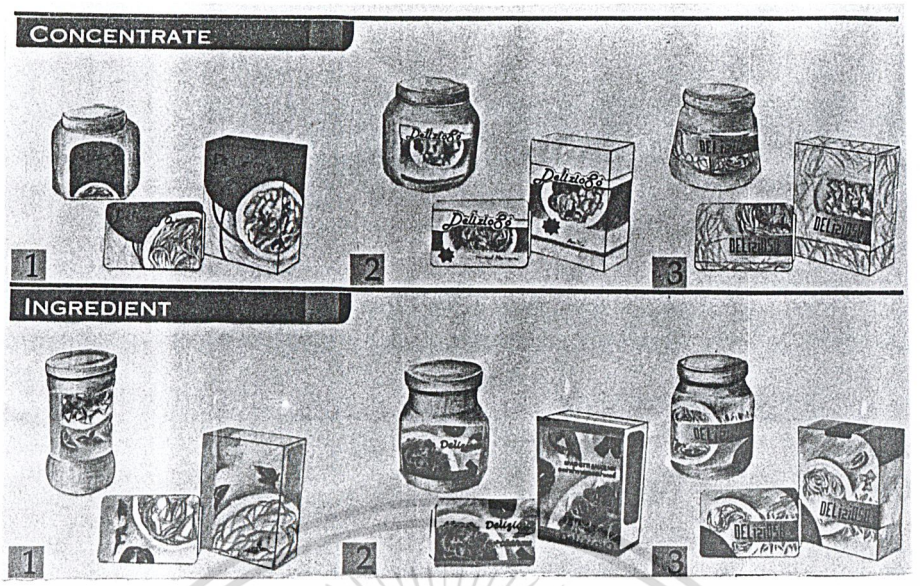
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางการออกแบบที่ เป็น Concentrate ดังตารางเพื่อนำแบบที่ได้ไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

Design Route 3 : Concentrate			
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
1.ชัดเจน สะดุดตา	O	O	
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	O	O	O
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	O	O	
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	O	O	
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า		O	
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	O	O	O
7.สามารถสื่อถึง Keyword ที่มีผลต่อการออกแบบ			
~ Colorful Menu	O	O	
~ Magic of Food	O		
~ Traditional		O	O
~ Concentrate	O	O	O
~ Ingredient	O	O	O
~ Easy Time	O	O	O
รวม	10	11	6

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแนวทางการออกแบบที่ 3 คือ แบบที่ 2 จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Design Route 4 : Ingredient

ส่วนประกอบของอาหารสามารถ บอกถึงรสชาดที่ได้รับมาจาก ส่วนผสมต่างๆ เช่น รสเผ็ดได้รับมาจากพริก รสขมได้มาจาก มะระ เหล่านี้ ได้บอกรสชาด และสื่อรสชาดของอาหารได้ นอกจากนี้ คุณค่าของอาหารต่างๆ ที่ได้รับนั้นต่างๆ กันในแต่ละเมนูอีกด้วย เมื่อมีการจัดวางองค์ประกอบ หรือนำส่วนประกอบ ส่วนผสม มาจัดวางก็ทำให้ผลงานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

แบบที่ 1

แสดงจานใส่อาหาร และวัตถุดิบที่นำมา นำมาเรียงองค์ประกอบ รอนๆ จานอาหาร โดยแสดงรายละเอียดบนกราฟฟิกด้วยภาพ Illustrate เพื่อให้มีลักษณะผ่อนคลาย

แบบที่ 2

ลักษณะของอาหารและส่วนผสมนั้นมีความสัมพันธ์กัน และไม่ต้องสื่อเป็นนามธรรมมากนัก อาหารและวัตถุดิบสามารถสื่อถึงคุณค่า โดยการใช้ภาพถ่ายอาหาร และส่วนประกอบ ส่วนผสมของอาหาร

แบบที่ 3

ใช้สีที่สด เพื่อแสดงความชัดเจน และดูน่ารับประทาน สื่องานออกมาให้สามารถเห็นส่วนประกอบของอาหาร ได้ชัดเจน

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางการออกแบบที่ เป็น Ingredient ดังตารางเพื่อนำแบบที่ได้ไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 4 : Ingredient			
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
1.ชัดเจน สะดุดตา	O	O	O
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	O	O	
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	O	O	
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	O	O	
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า	O	O	O
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	O	O	O
7.สามารถสื่อถึง Keyword ที่มีผลต่อการออกแบบ			
~ Colorful Menu	O	O	O
~ Magic of Food			O
~ Traditional	O	O	
~ Concentrate			O
~ Ingredient	O	O	O
~ Easy Time	O		
รวม	10	9	7

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแนวทางการออกแบบที่ 4 คือ แบบที่ 1 จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

Design Route 5 : Traditional

แนวทางนี้ได้สื่อลักษณะแนวทางของความเก่า ดั้งเดิม ซึ่งแสดงภาพลักษณ์ออกมาในงานด้วยแนวทางที่เน้นความเก่าแก่ มีคุณค่า ดังนั้นลักษณะของแบบจะเป็นภาพที่นำมาใช้ในรูปแบบของกราฟฟิกดั้งเดิม หรือแสดงด้วยภาพ Illustrate หรือสัญลักษณ์บางอย่าง ที่บอกลักษณะดั้งเดิมหรือต้นตำรับนั้นๆ ได้

<u>แบบที่ 1</u>

ลักษณะของรำข้าว ที่นำมาเป็น Background สื่อให้เห็นถึงความเป็นต้นตำรับดั้งเดิม ซึ่งใช้สีของผลงานออกเป็นสีน้ำตาล เพื่อใช้สีร่วมส่งเสริมงานให้ดูมีความดั้งเดิมมากขึ้นด้วย

<u>แบบที่ 2</u>

แสดงภาพผลิตภัณฑ์ โดยมองเห็นได้ชัดเจน และใช้สัญลักษณ์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นต้นตำรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบที่ 3

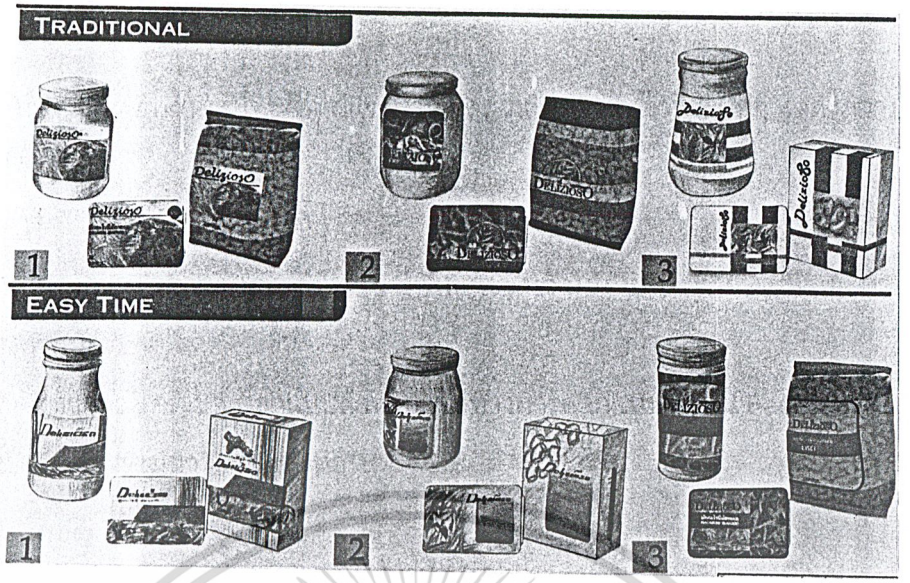
นอกจากจะแสดงออกด้วย ส่วนของสี แนวทางนี้จะนำธงซึ่งเป็นการบอกถึงประเทศอิตาลี หรือชาติต้นกำเนิดอาหารได้ส่วนหนึ่ง ซึ่งสินค้าเป็นอาหารที่มีต้นตำรับจากอิตาลี ฉะนั้นเราก็เลือกธงของชาตินั้นมาในการสื่อ

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางการออกแบบที่ เป็น Tradtional ดังตารางเพื่อนำแบบที่ได้ไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

Design Route 5 : Traditional			
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
1.ชัดเจน สะดุดตา			O
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	O	O	
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน			O
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	O		O
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า	O	O	
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	O	O	O
7.สามารถสื่อถึง Keyword ที่มีผลต่อการออกแบบ			
~ Colorful Menu	O	O	
~ Magic of Food			
~ Traditional	O	O	O
~ Concentrate	O	O	
~ Ingredient	O		
~ Easy Time	O		
รวม	9	6	5

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแนวทางการออกแบบที่ 5 คือ แบบที่ 1 จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Design Route 6 : Easy Time

การทานอาหารนอกจากเวลาที่เหมาะสม สถานที่ หรือบุคคลที่เราพึงรับประทานอาหารด้วยแล้ว คงเป็นการดีที่จะมีเวลา รับประทานอาหารโดยไม่รู้สึกว่ารีบเร่งมาก เป็นเวลาที่ผู้บริโภคจะได้สะดวกสบาย เมื่อถึงเวลาของมื้ออาหารนั่นเอง

แบบที่ 1

แสดงลักษณะความเรียบง่าย โดยใช้เส้นสายที่เป็นเส้นตรงเรียบ และภาพอาหารที่สื่อออกมาชัดเจน และเข้าใจไม่ยากนัก

แบบที่ 2

แสดงลักษณะที่เรียบง่าย มีโทนสีที่ไม่แรงมาก และ ภาพของสินค้าที่เบลอๆ แสดงความผ่อนคลาย

แบบที่ 3

ใส่กราฟฟิก ที่ทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ชัดเจน สื่อให้เห็นสินค้าได้ง่าย ชัดเจน โดยที่แสดงอย่างเรียบง่ายไม่ดูยุ่งยากนัก

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับแนวทางการออกแบบที่ เป็น Easy Time ดังตารางเพื่อนำแบบที่ได้ไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 6 : Easy Time			
เงื่อนไขการพิจารณา	1	2	3
1.ชัดเจน สะดุดตา	O		
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	O	O	O
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	O		O
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	O	O	
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า		O	
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร		O	O
7.สามารถสื่อถึง Keyword ที่มีผลต่อการออกแบบ			
~ Colorful Menu			O
~ Magic of Food			
~ Traditional			O
~ Concentrate			O
~ Ingredient			O
~ Easy Time	O	O	O
รวม	5	5	8

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแนวทางการออกแบบที่ 6 คือ แบบที่ 3 จึงเป็นแบบที่เลือกเพื่อจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

<u>สรุปผลการวิเคราะห์ในงานออกแบบขั้นต้น (Preliminary Design Sketches)</u>

จากการวิเคราะห์แบบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ข้างต้น จึงทำให้ได้แบบที่มีคะแนนสูงสุดของแต่ละแนวทางทั้งหมด 6 แบบ ด้วยกัน เพื่อการพัฒนากันต่อไปคือ

1. Design Route 1 : Colorful Menu แบบที่ 2
2. Design Route 2 : Magic of Food แบบที่ 2
3. Design Route 3 : Concentrate แบบที่ 2
4. Design Route 4 : Ingredient แบบที่ 1
5. Design Route 5 : Traditional แบบที่ 1
6. Design Route 6 : Easy Time แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development

ในขั้นตอนการพัฒนาแบบนี้ จะเป็นขั้นตอนของการปรับเปลี่ยนลักษณะการจัดวางองค์ประกอบ รูปแบบขององค์ประกอบ รูปภาพ สีสัน โดยยังคงแนวความคิดในการออกแบบเช่นเดิมไว้ เพื่อให้เกิดความลงตัว และเหมาะสมกับสินค้าที่สุด นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนรายละเอียด และเพิ่มแนวคิดเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ของส่วนต่างๆ ที่ได้ตั้งไว้แล้ว
โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.การพัฒนาแนวทาง Colorful Menu

การพัฒนาจะยังคงใช้เมนูอาหารในการสื่อความหมาย เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ได้ โดยใช้ภาพของอาหารที่เป็นภาพถ่าย เนื่องจาก ภาพอาหารจะแสดงความสดน่ารับประทานด้วยตัวของบรรจุภัณฑ์เอง นอกจากนี้ อีกส่วนยังใส่สีสันต่างๆ โดยการวาง องค์ประกอบศิลป์ เพื่อความลงตัวของบรรจุภัณฑ์ โดยพัฒนาออกมาเป็น 2 แบบ คือ Colorful Menu 1 และ 2 ดังภาพ





2.การพัฒนาแนวทาง Magic of Food

การพัฒนาจะเป็นการปรับเปลี่ยนการวางองค์ประกอบ โดยใช้ภาพของอาหารที่เป็นภาพถ่าย และการใช้สีดำ ตามแนวทางนี้ โดยพัฒนาออกมาเป็น 2 แบบ คือ Magic of Food 1 และ 2 ดังภาพ

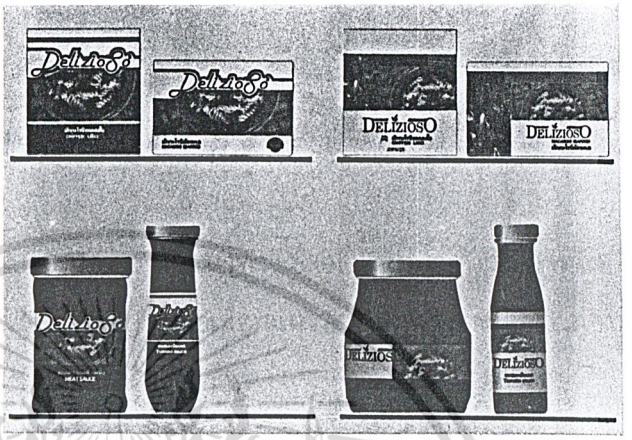




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ[illegible]นั้น ไม่อนุ[illegible]ะโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิใ[illegible]งอิงถึงเจ้าข[illegible]ที่มีการนำไปใช้

3.การพัฒนาแนวทาง Concentrate

นำแบบมาพัฒนาต่อไป โดยการวางองค์ประกอบใหม่ มีการปรับเปลี่ยนทางด้าน Logo และก็เปลี่ยนภาพ และสีสันของ บรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มแนวทางในการเลือกให้มากยิ่งขึ้น โดยพัฒนาออกมาเป็น 2 แบบ คือ Concentrate 1 และ 2 ดังภาพ



4.การพัฒนาแนวทาง Ingredient

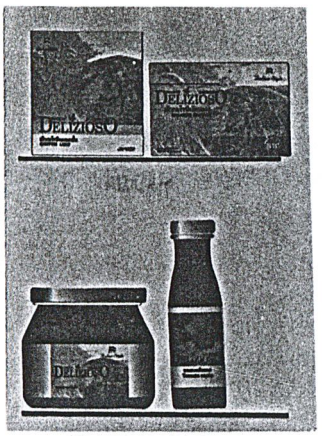
นำแบบมาพัฒนาต่อไป โดยการวางองค์ประกอบใหม่ มีการปรับเปลี่ยนทางด้าน Logo และก็เปลี่ยนภาพ และสีสันของ บรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มแนวทางในการเลือกให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนสำคัญของแนวทางนี้คือการเลือกนำผักหรือเครื่องเทศที่เป็นส่วนประกอบมาจัดเรียง โดยพัฒนาออกมาเป็น 2 แบบ คือ Ingredient 1 และ 2 ดังภาพ



5.การพัฒนาแนวทาง Traditonal

นำแบบมาพัฒนาต่อไป จะมีการปรับเปลี่ยนจากแนวทาง Sketch ไม่มากนัก มีการจัด Layout โดยเป็นการเพิ่มแนวทาง และการเปลี่ยน Logo เพื่อเลือกแนวทางที่ดีเพื่อการพัฒนาต่อไป โดยพัฒนาออกมาเป็น 2 แบบ คือ Traditional 1 และ 2 ดังภาพ

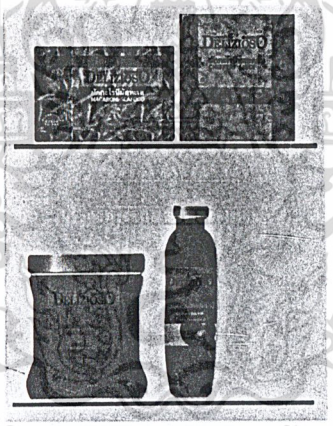
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





6.การพัฒนาแนวทาง Easy Time

นำแบบที่เลือกมาพัฒนา โดยการวางองค์ประกอบอีกครั้งหนึ่ง เพื่อสร้างความเหมาะสม และ ความชัดเจน เพื่อการนำแบบไปใช้ให้มีความเหมาะสมที่สุด โดยพัฒนาออกมาเป็น 2 แบบ คือ Easy Time 1 และ 2 ดังภาพ





จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบเป็นขั้นตอนสุดท้าย โดยเงื่อนไขที่ใช้ในการพิจารณานั้นยังคงมีลักษณะคล้ายกับเงื่อนไขของการวิเคราะห์แบบในขั้นตอนการเลือกแบบขั้นต้น (Preliminary Design Sketches) นั่นคือต้องการทราบว่าแบบใดสามารถแสดงความสะดุดตา ต้องใจ และสื่อความหมายได้มากที่สุด

ซึ่งได้ผลออกมาดังนี้คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการพิจารณา	แบบที่พัฒนาจาก Keyword ดังต่อไปนี้					
	Colorful Menu		Magic of Food		Concentrate	
	1	2	1	2	1	2
1.ชัดเจน สะดุดตา	4	4	4	4	3	3
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	3	4	2	2	3	3
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	4	4	4	4	3	3
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	4	4	3	4	3	4
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า	3	3	2	2	3	3
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	3	3	2	2	3	3
7.เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	3	3	3	3	3	3
รวม	24	25	20	21	21	22

เงื่อนไขการพิจารณา	Ingredient		Traditional		Easy Time	
	1	2	1	2	1	2
1.ชัดเจน สะดุดตา	3	4	2	2	2	2
2.สามารถสื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท	4	3	3	3	2	2
3.มีภาพลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน	4	4	3	3	2	2
4.สวยงาม ดึงดูดใจผู้บริโภค	4	4	2	2	2	2
5.สื่อได้ถึงสินค้าที่มีคุณค่า	3	2	3	3	4	4
6.สามารถสื่อถึง Keyword พื้นฐานที่ควรมีในอาหาร	4	4	3	3	3	4
7.เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	4	2	2	3	3	3
รวม	25	23	18	19	18	19

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก, 3 = ดี , 2 = ปานกลาง , 1 = ไม่ดี

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของขั้นตอนการพัฒนาแบบร่างนี้ ได้แก่ แบบ Colorful Menu 2 และ Ingredient 1

เนื่องจากมีแนวทางเพื่อหารสรุปสุดท้ายถึง 2 แนวทาง จึงเลือกเพียงหนึ่งเดียว เพื่อการนำไปพัฒนาแบบสุดท้ายโดย เลือกแนวทางที่เราสามารถ นำไปแตกออกมาเพื่อให้เกิด Coporate

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Identity ได้มากกว่า ดังนั้นจึงนำแบบ Ingredient 1 เพื่อการพัฒนา และเป็นแบบที่ถูกเลือกที่นำมาใช้ในโครงการส่วนที่เหลือต่อไป โดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลอง 3 มิติ ได้ดังภาพ





เอกสารนี้เป็นเอกสาร[illegible]สำหรับ[illegible]เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ โครงสร้างกล่อง และ โครงสร้างขวด

ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.โครงสร้างกล่อง

1.1.โครงสร้างกล่องทั่วไป

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องในขอบเขตของโครงการ ได้แก่ กล่องบรรจุเส้นพาสต้า กล่องพาสต้าผัด จะใช้โครงสร้างกล่อง Seal End ทั้งหมด กล่าวคือมีการปิดหัว และท้ายด้วยกาว

เหตุผลที่เราได้ใช้โครงสร้างแบบนี้ เนื่องจาก มีกรรมวิธีการผลิตหรือพับขึ้นรูปไม่ยุ่งยาก จึงมีต้นทุนในการผลิตต่ำ ด้วยสาเหตุที่โครงการเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนั้นเมื่อผู้บริโภครับประทานอาหารหมดแล้ว ก็จะทิ้งบรรจุภัณฑ์นี้ไป ดังนั้นในแง่ของการลงทุนจึงไม่ควรทุ่มงบประมาณให้กับรูปแบบของการพับกล่องที่วุ่นวาย หรือสวยงามแปลกตาเท่ากับบรรจุภัณฑ์สินค้าฟุ่มเฟือยอื่นๆ เช่น เครื่องสำอางเป็นต้น

นอกจากนี้กล่อง SEAL END ยังมีความเหมาะสม ในแง่การประหยัดกระดาษอีกด้วย

1.2.โครงสร้างกล่อง Display

สำหรับบรรจุครีมสลัดชนิดซอง ซึ่งมี 2 ชนิด 30 ซอง และ กล่อง Display บรรจุ 40 ซอง ของผงปรุงซอสสปาเกตตี้ ได้ออกแบบมาหลายแนวทาง ดังนี้คือ

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยมีเงื่อนไขของการเลือกดังนี้

1.สามารถคุ้มครองสินค้าภายในจากปัจจัยต่างๆ อันเป็นผลต่อความเสียหายได้เป็นอย่างดี

2.ป้องกันการกระจัดกระจายของสินค้าได้

3.ผู้บริโภคสามารถหยิบสินค้าที่บรรจุอยู่ใน Display นี้ได้อย่างสะดวก

4.สามารถพับให้แบบราบได้ เพื่อเป็นการประหนัดเนื้อที่ในการขนส่ง

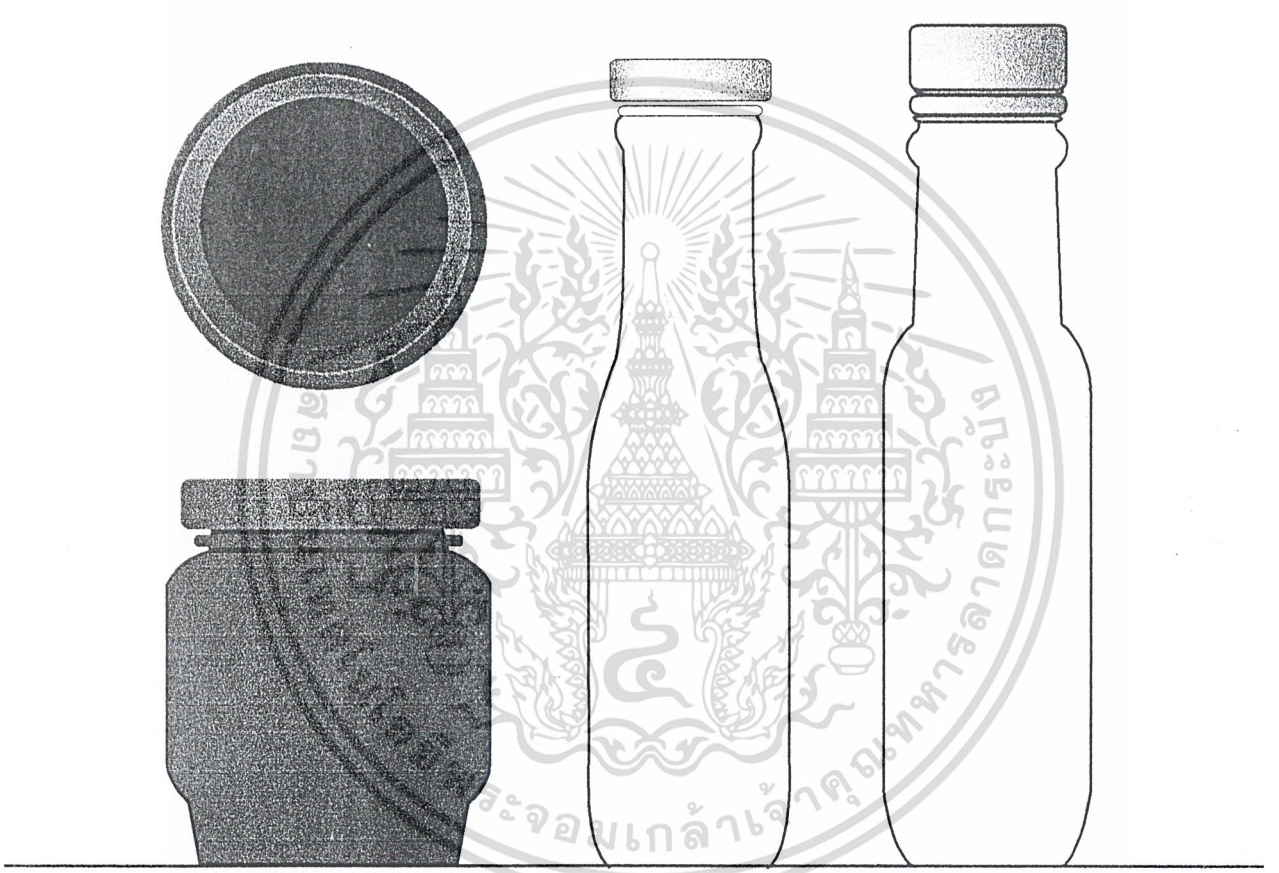
5.ประหยัดพื้นที่บนชั้นวางจำหน่ายสินค้า

6.มีพื้นที่บนกล่องสำหรับแสดงกราฟฟิกมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.โครงสร้างขวด

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดจะมีโครงสร้างที่ไม่ยุ่งยาก เพียงต้องการตวามสามารถการป้องกันสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ปราศจากอากาศ ความชื้น และความร้อนเท่านั้น ดังนั้นลักษณะการปิดของฝาขวดที่เหมาะที่สุดจึงเป็นแบบเกลียวมาตรฐาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของอาจารย์สำหรับผลงานในขั้นตอนแบบร่าง

1.การวางรูปแบบทางด้านกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับตัวขวดบรรจุภัณฑ์ ควรเน้นที่ตัวอักษรชื่อสินค้าให้ชัดเจนและสามารถแสดงตราสินค้าได้ชัดควบคู่กันไปด้วย

2.รูปแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ นอกจากประโยชน์ใช้สอยที่ต้องคำนึงในการออกแบบ ควรคำนึงถึงเอกลักษณ์ร่วมที่จะช่วยสื่อ และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์อีกด้วย

3.นอกจากออกแบบต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหลักแล้วในความเป็นจริงผลิตภัณฑ์ในโครงการโอกาสในการขายทั้งหมดมีการแข่งกับสินค้าทั้งหมดในตลาด เนื่องจากสินค้ามีช่อขทางการจัดจำหน่ายในซุปเปอร์มาร์เกต นอกจากภาพลักษณ์ทางด้านกราฟฟิกที่จะต้องสะดุดตาและชัดเจนแล้ว ควรคำนึงถึงคู่แข่งขันแวดล้อมด้วยดังนั้นควรนำข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ได้ศึกษามา มาตรวจสอบสิ่งที่ได้กำหนดไว้เสมอ เพื่อที่จะตอบโจทย์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

4.ควรตรวจสอบ ความถูกต้องตามกฎหมายตาม คณะกรรมการอาหารและยาด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 การเสนอผลงานออกแบบขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1-1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง โครงการทั้งหมด



4.1-2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง กลุ่มเส้นพาสต้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1-3 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง เส้นพาสต้าแท่งยาว



4.1-4 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง เส้นพาสต้ากล่องสั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1-5,6 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง กลุ่มน้ำสลัดและภาพ DISPLAY

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

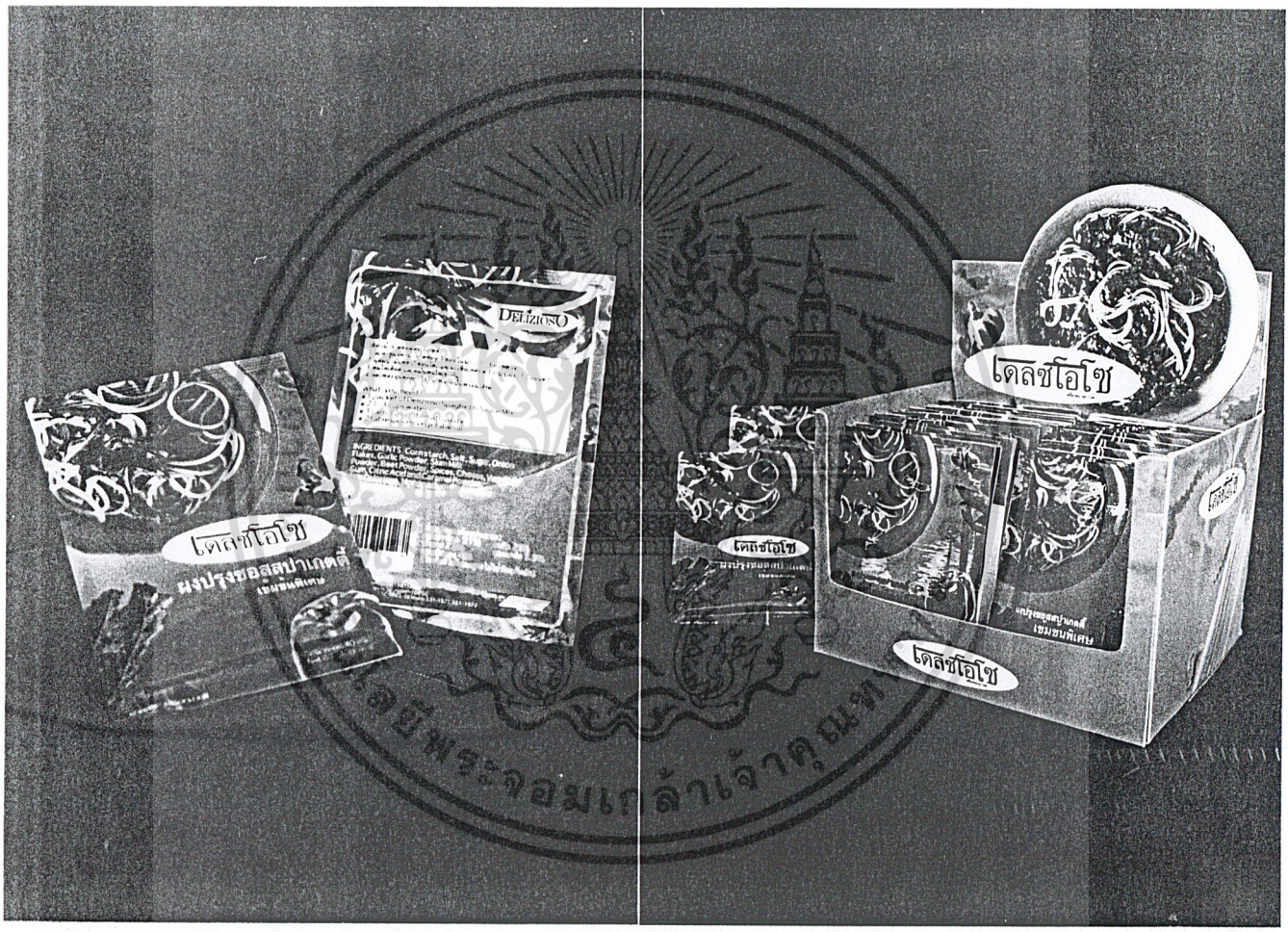


4.1-7 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง ซอสสปาเกตตี้ขวด



4.1-8 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง อาหารแพกเกจ ทีวี ดินเนอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1-9,10 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง ผงทำซอสสปาเกตตี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1-11 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง ซอสมะเขือเทศและซอสพริก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.1-12 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง น้ำมันมะกอก



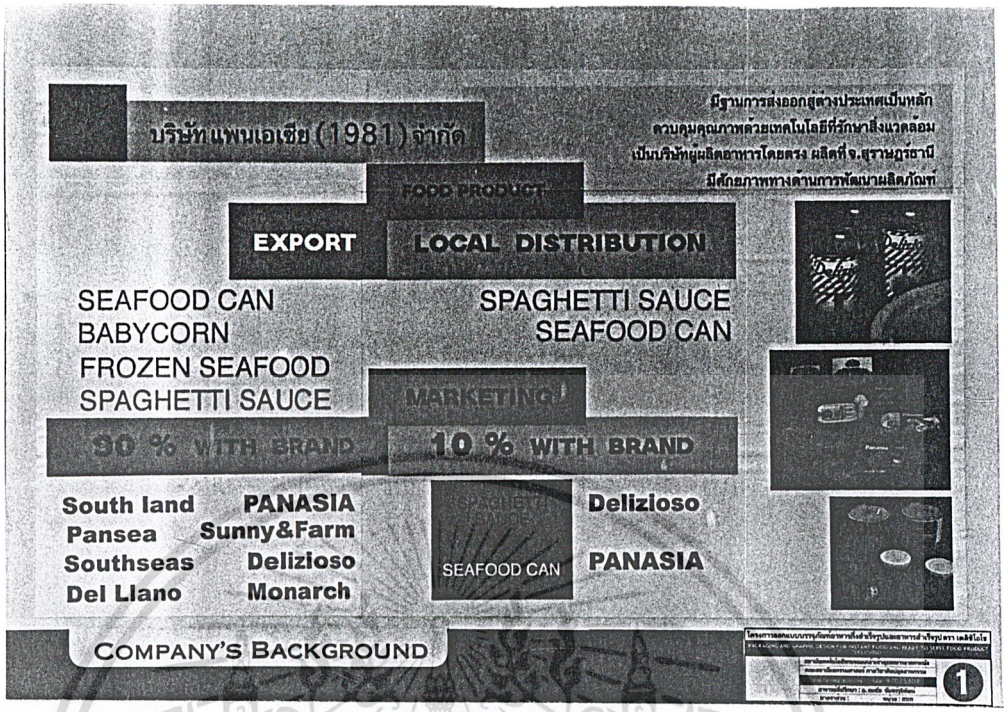
4.1-13 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง พาสต้าซุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

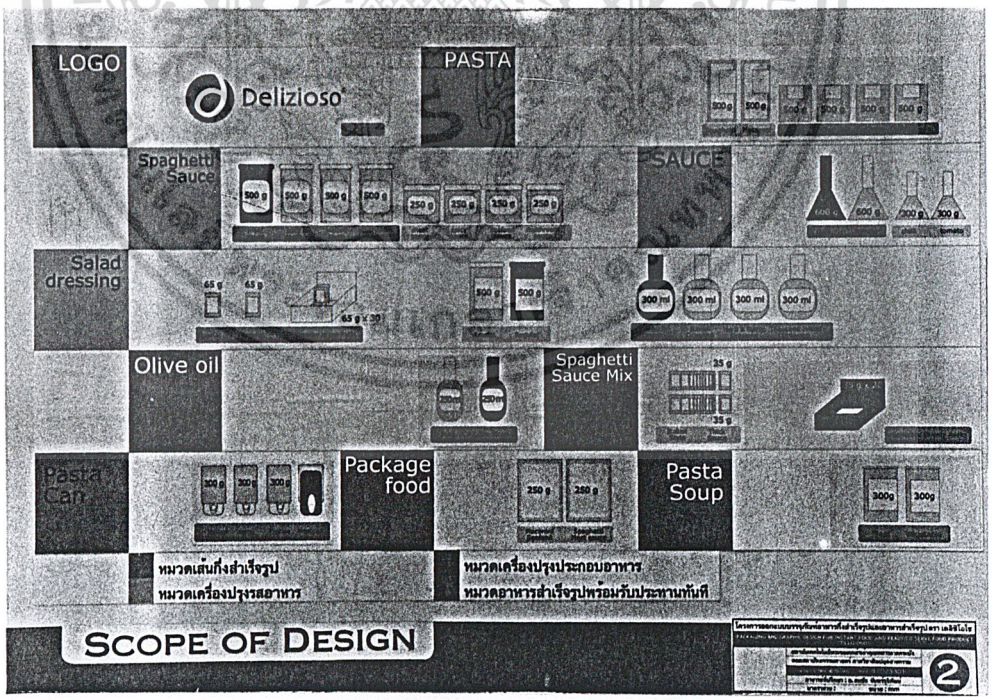


4.1-14 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง พาสต้าผัดกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

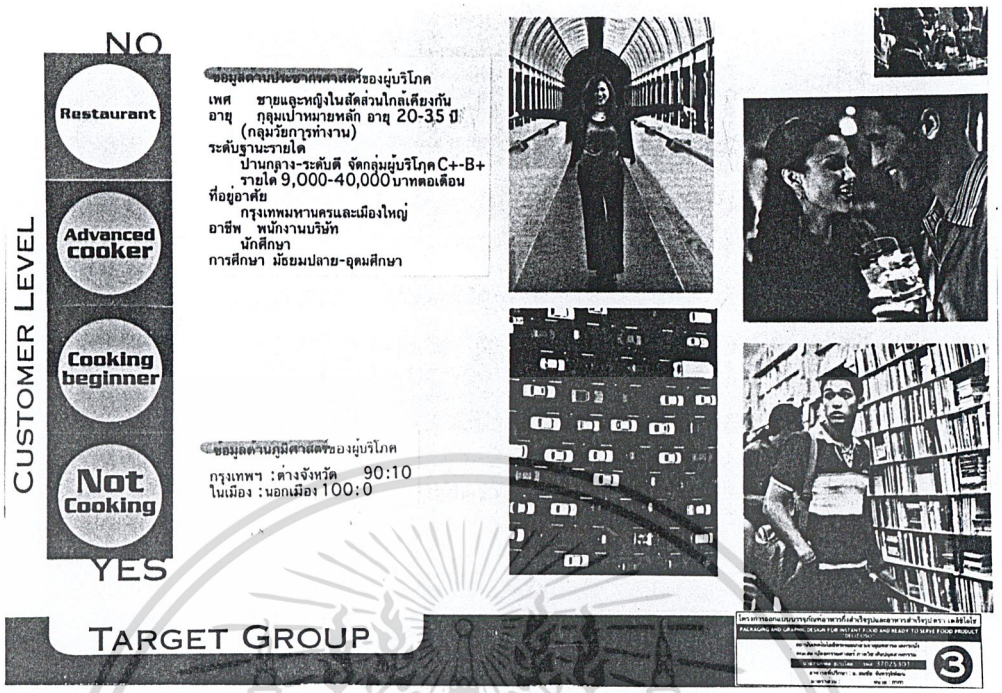


4.2.1-1 แผ่นเสนองาน ข้อมูลพื้นฐานของบริษัท แพนเอเชีย จำกัด

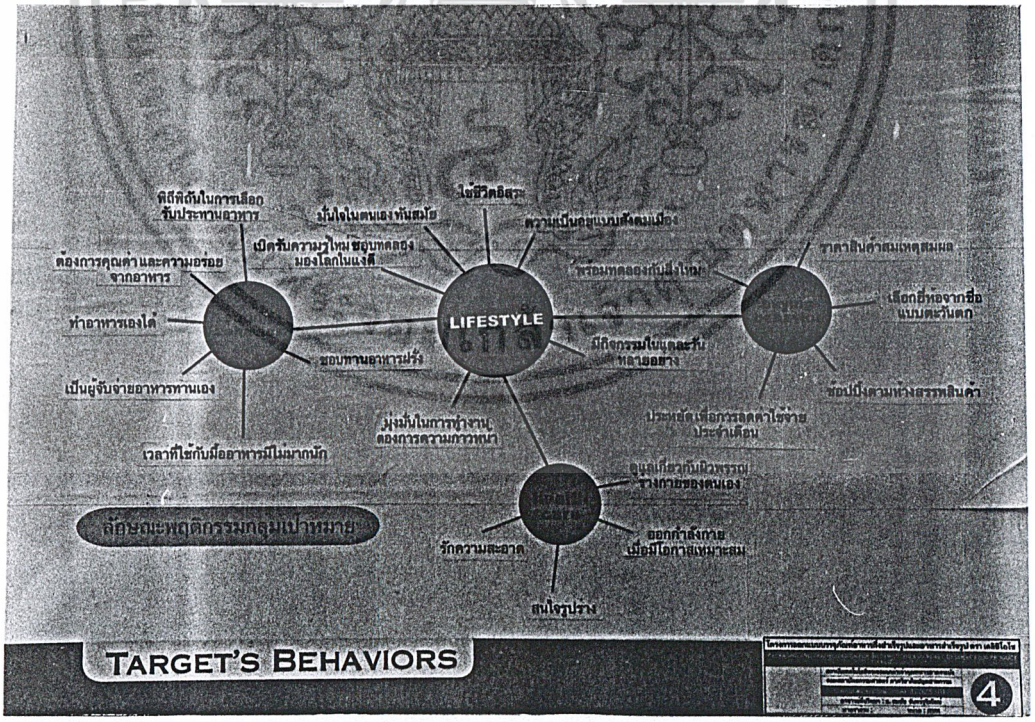


4.2.1-2 แผ่นเสนองาน ขอบเขตของโครงการทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

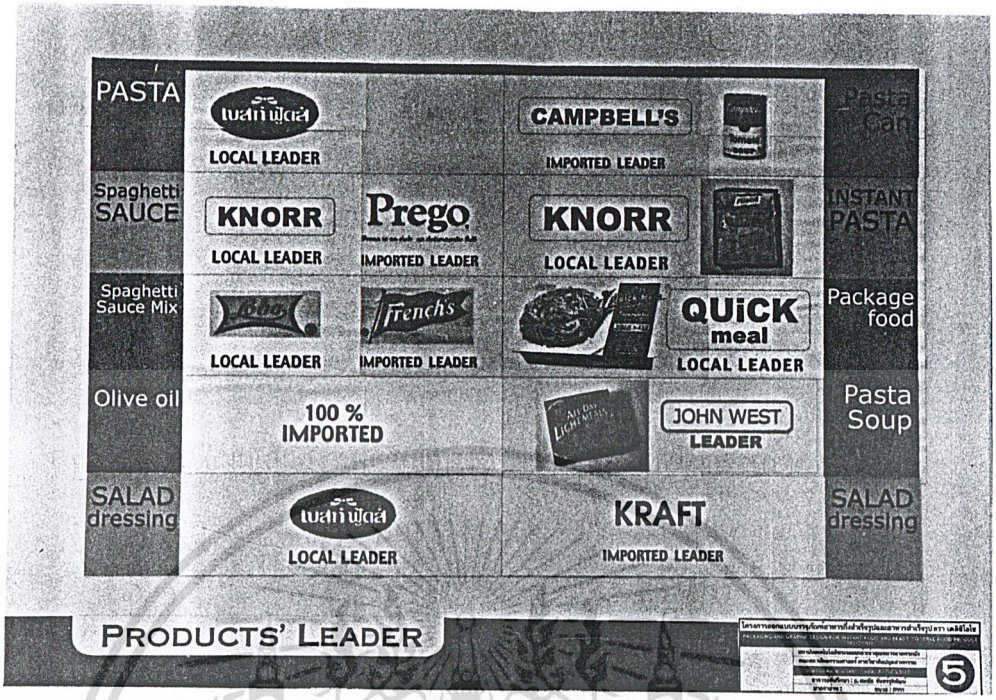


4.2.1-3 แผ่นเสนองาน ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายทางด้านพฤติกรรมและประชากรศาสตร์

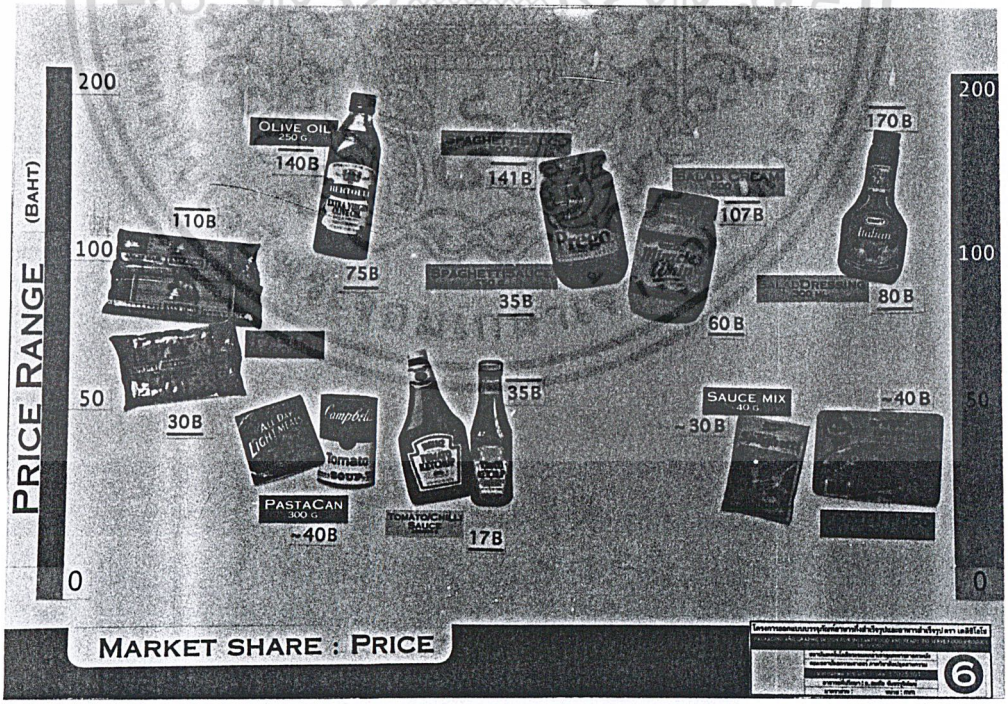


4.2.1-4 แผ่นเสนองาน พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

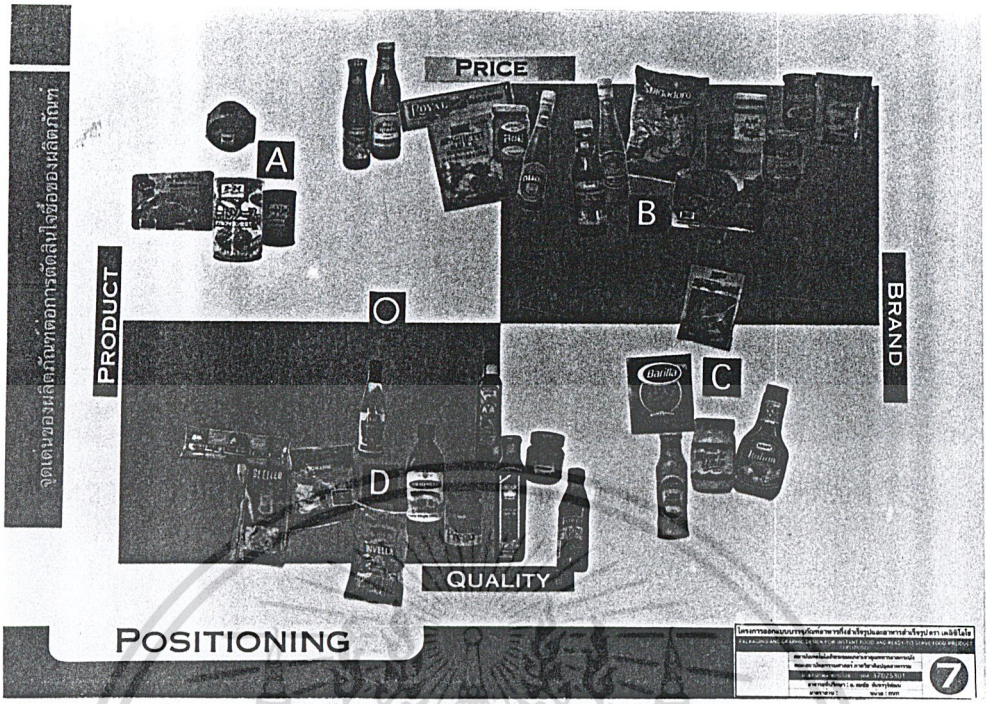


4.2.1-5 แผ่นเสนองาน ผู้นำด้านของตลาดรวมในแต่ละผลิตภัณฑ์

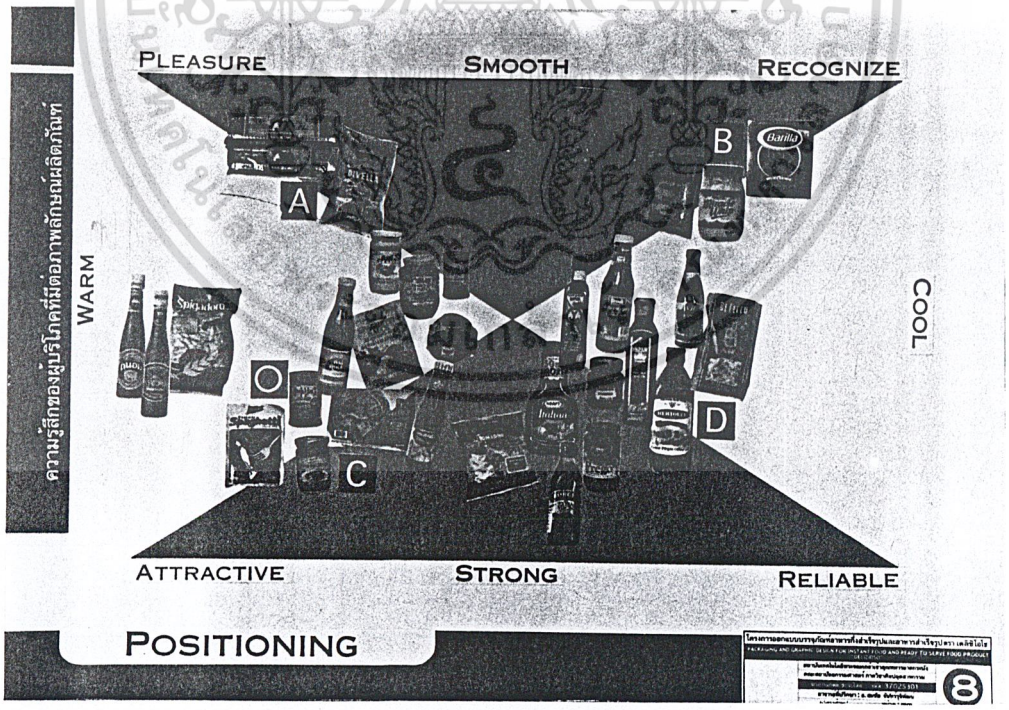


4.2.1-6 แผ่นเสนองาน ส่วนแบ่งของตลาดโดยพิจารณาจากราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.2.1-7 แผ่นเสนองาน จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อ

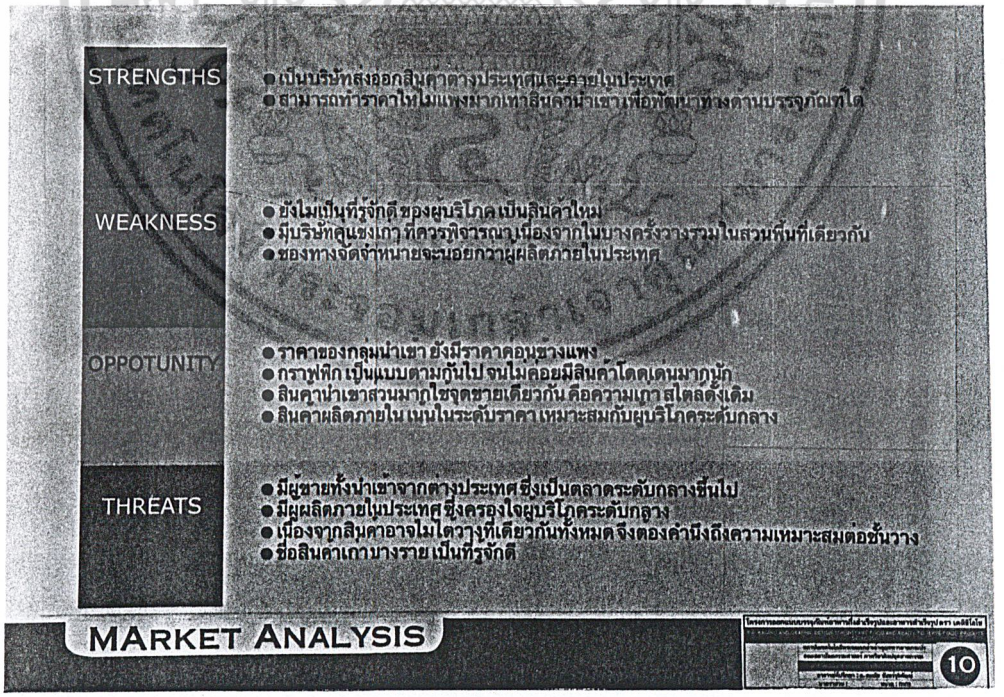


4.2.1-8 แผ่นเสนองานความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

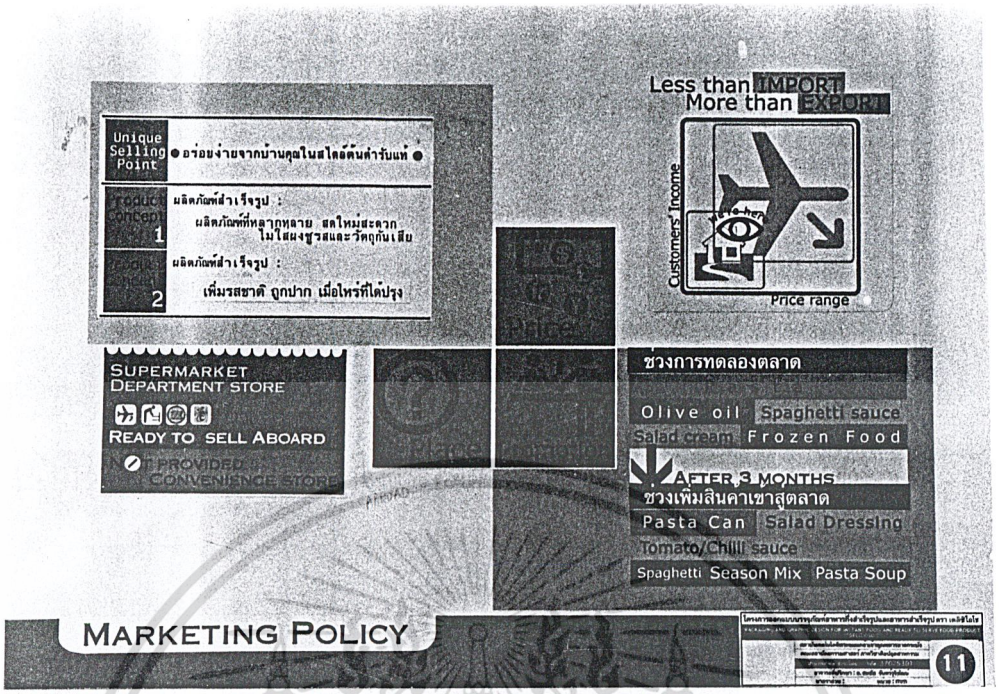


4.2.1-9 แผ่นเสนองาน วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากคู่แข่ง

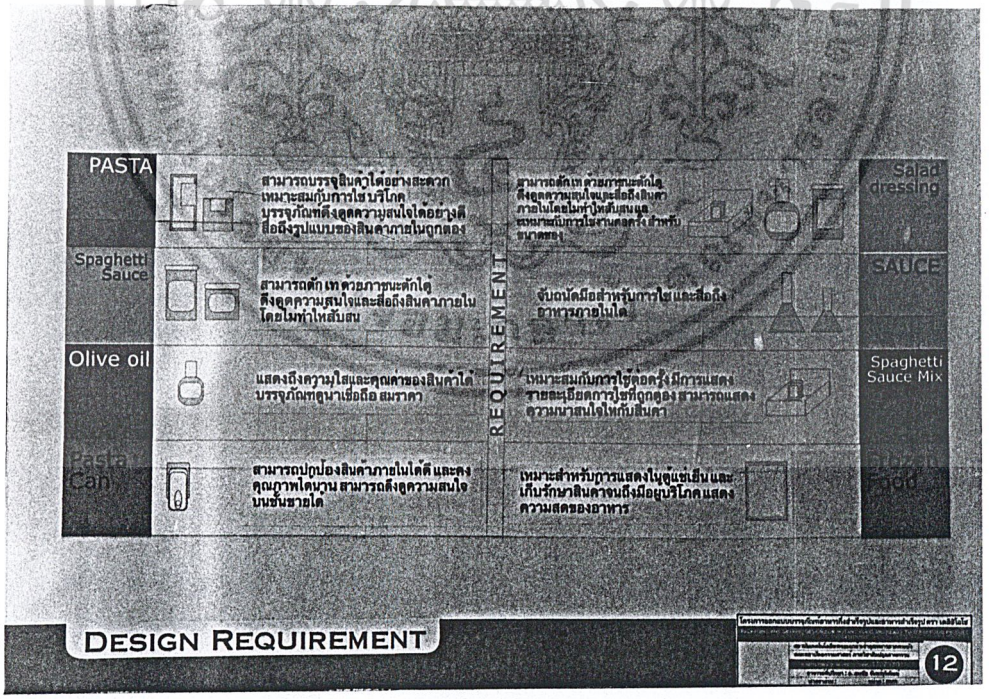


4.2.1-10 แผ่นเสนองาน วิเคราะห์ความได้เปรียบเสียเปรียบและโอกาสของช่องทางตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

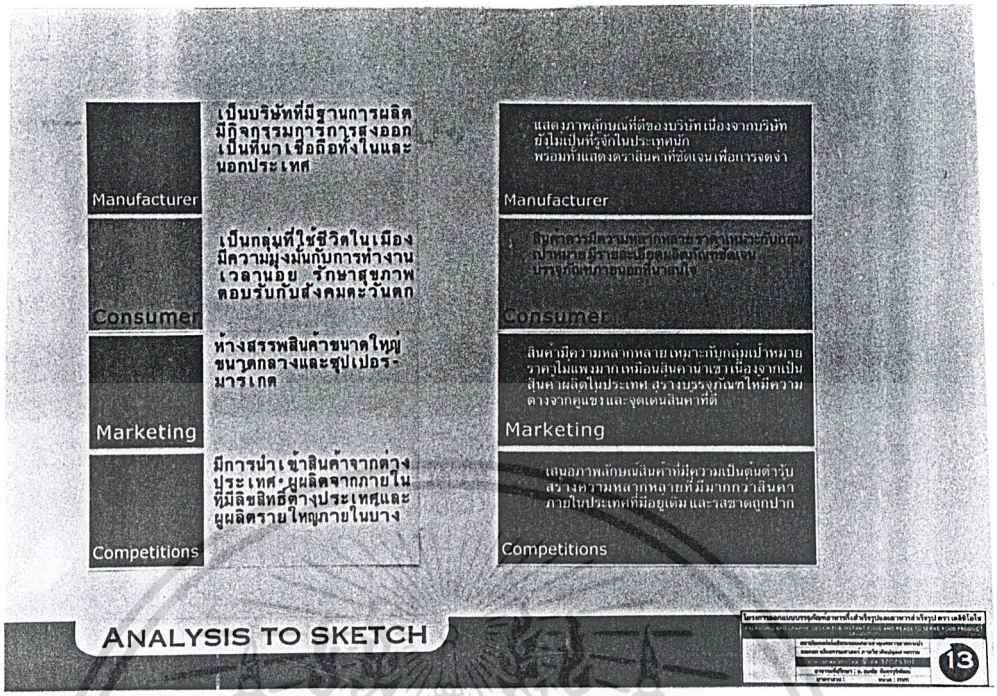


4.2.1-11 แผ่นเสนองาน นโยบายการตลาดพิจารณาจากหลัก 4P

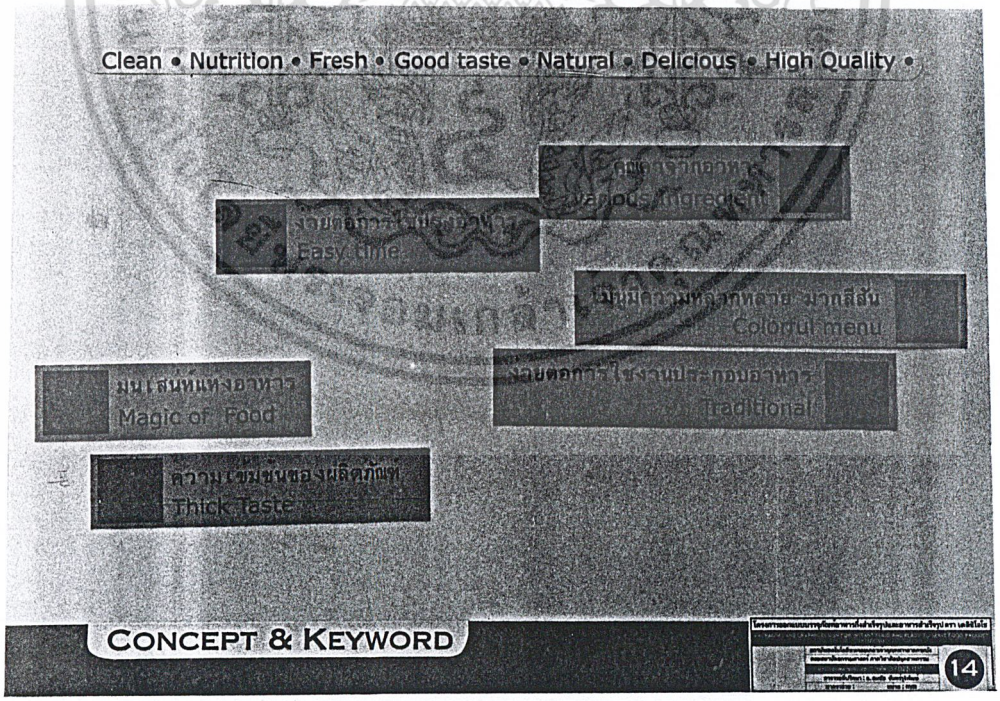


4.2.1-12 แผ่นเสนองาน ความต้องการที่มีผลต่อการออกแบบ design requirement

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.2.1-13 แผ่นเสนองาน สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อการออกแบบ



4.2.1-14 แผ่นเสนองาน แนวความคิดพื้นฐานและ Keyword

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

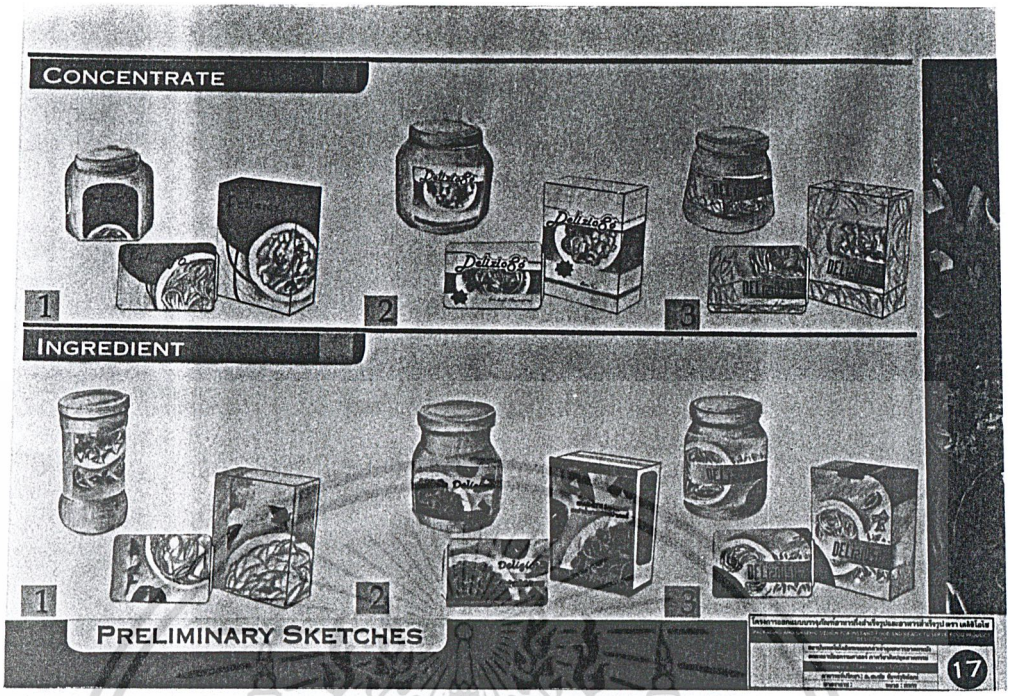


4.2.1-15 แผ่นเสนองาน การออกแบบโลโก้

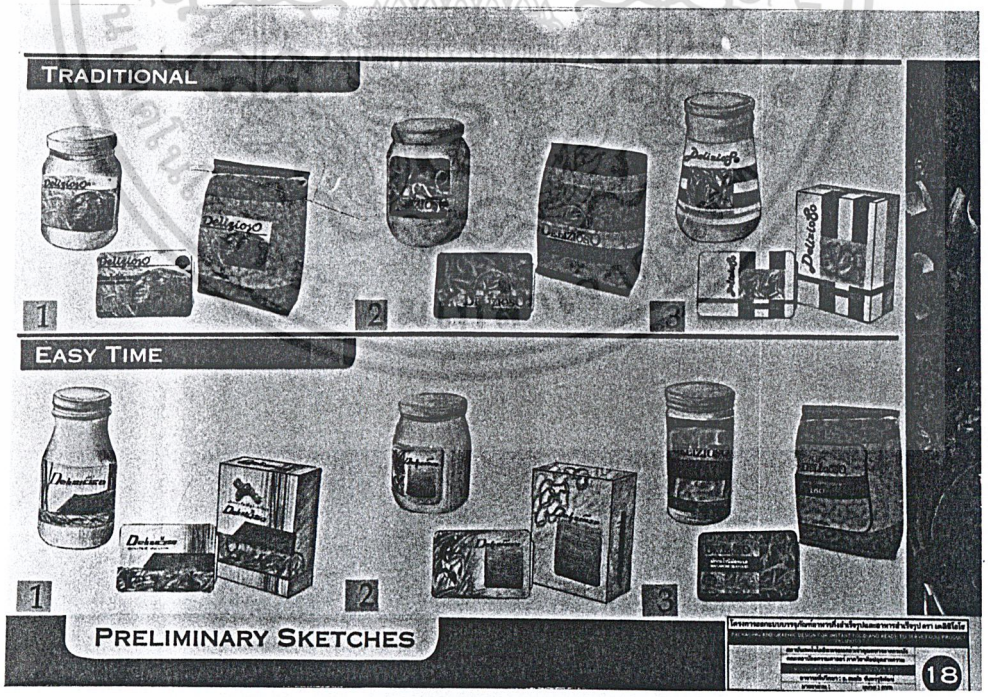


4.2.1-16 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนพื้นฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

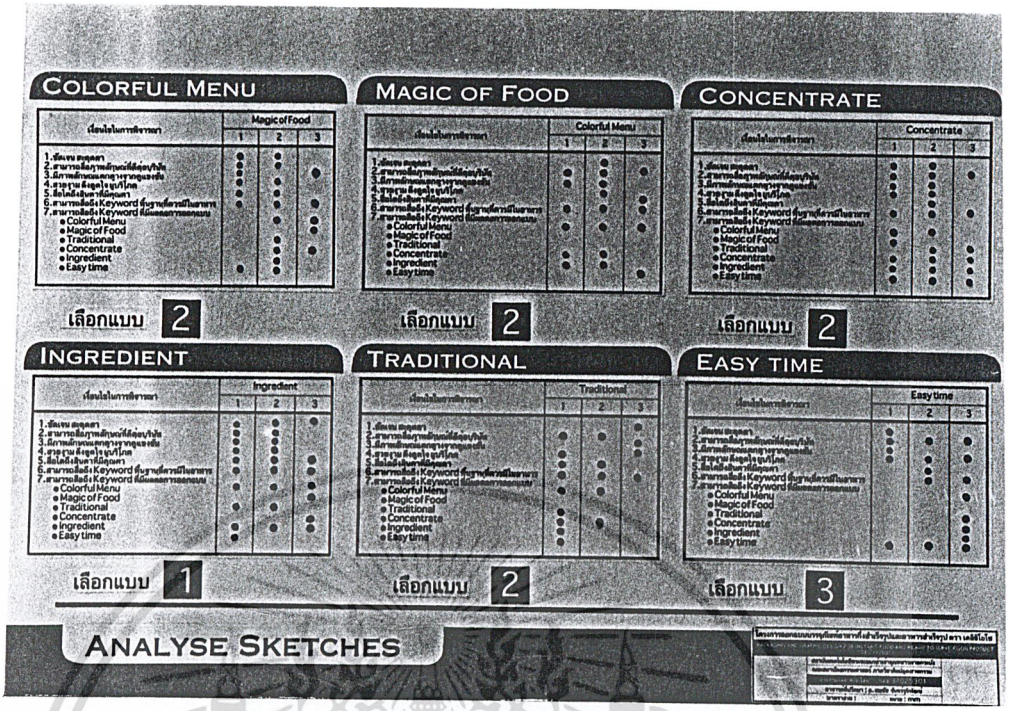


4.2.1-17 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนพื้นฐาน

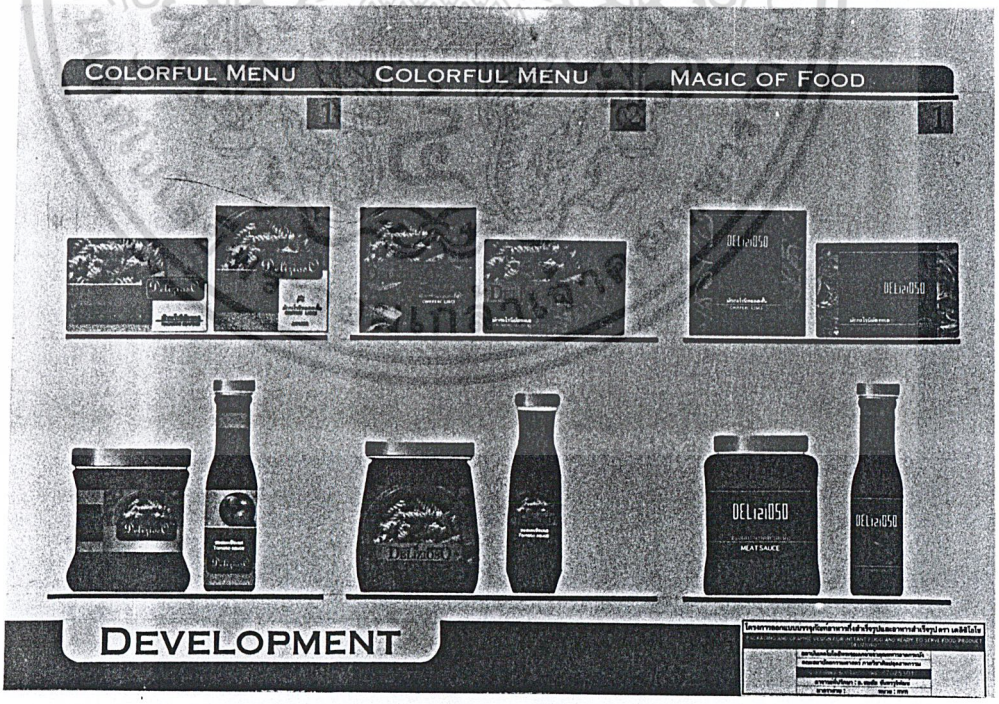


4.2.1-18 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนพื้นฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

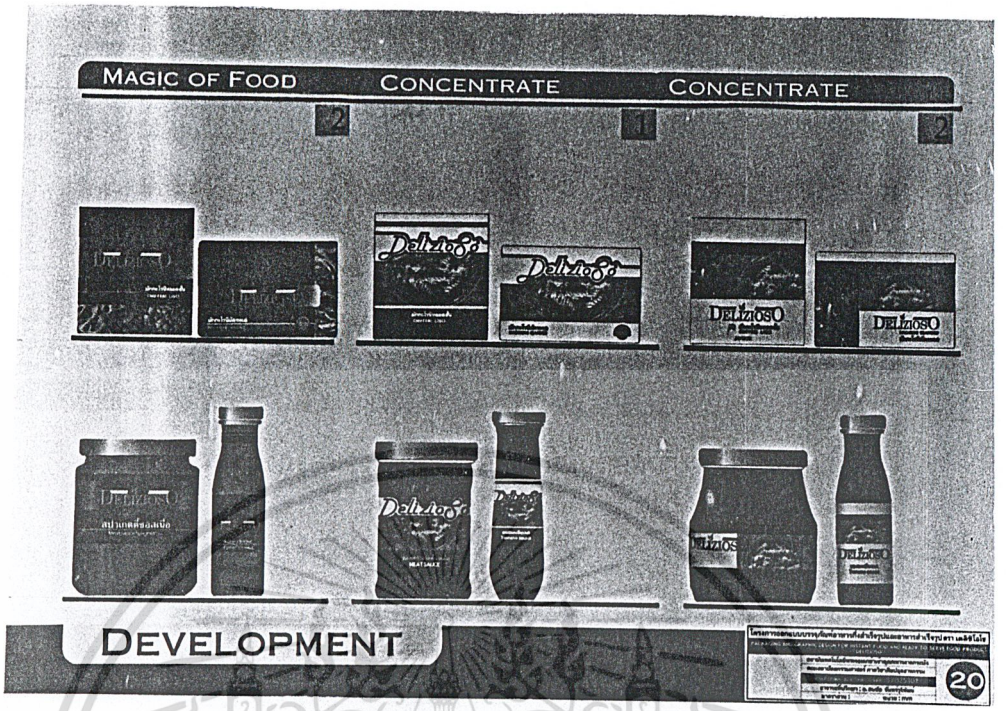


4.2.1-19 แผ่นเสนองาน การวิเคราะห์การออกแบบขั้นตอนพื้นฐาน

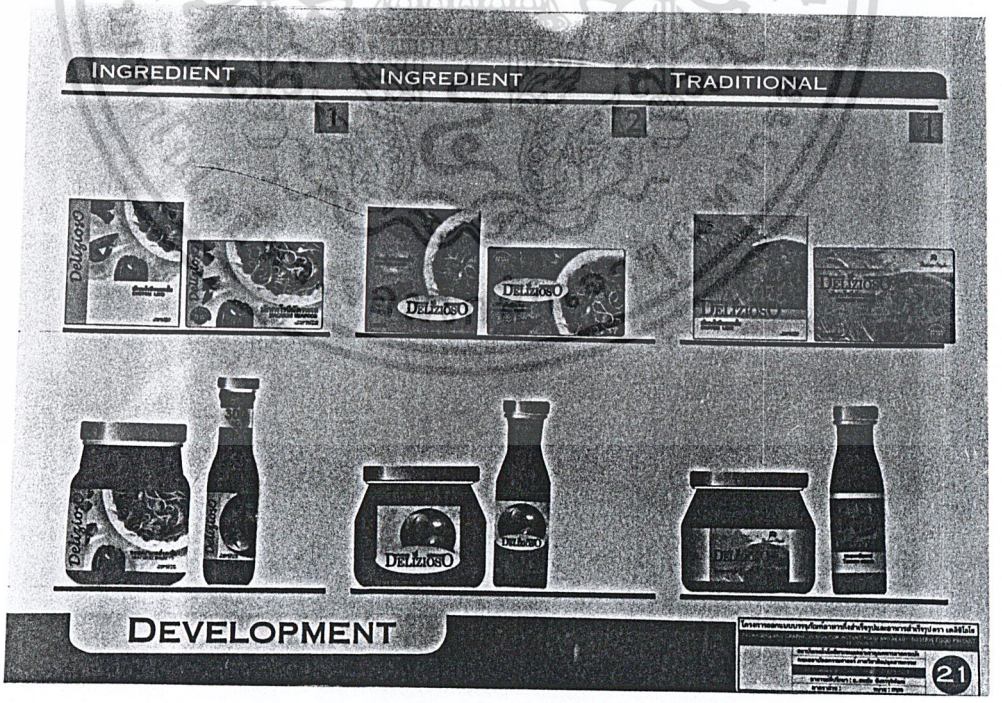


4.2.1-20 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

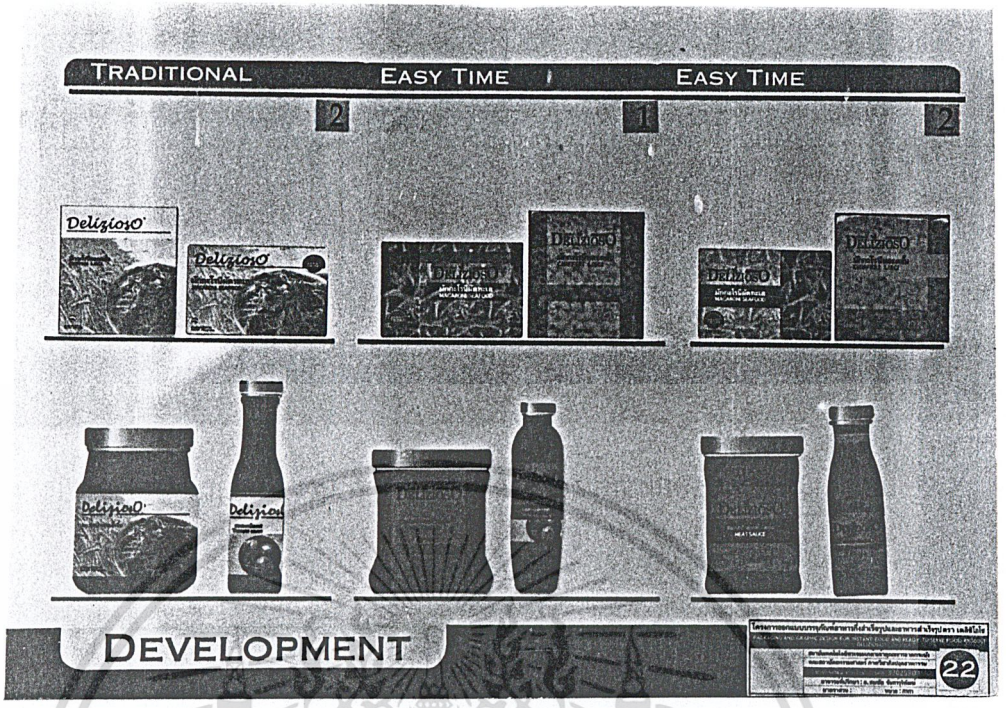


4.2.1-20 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบ

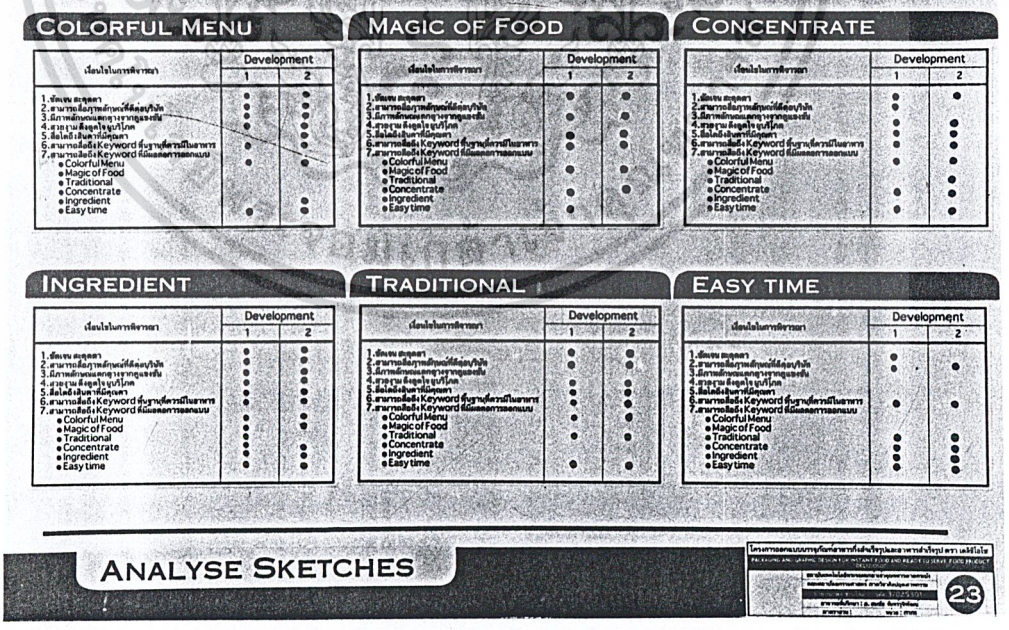


4.2.1-21 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

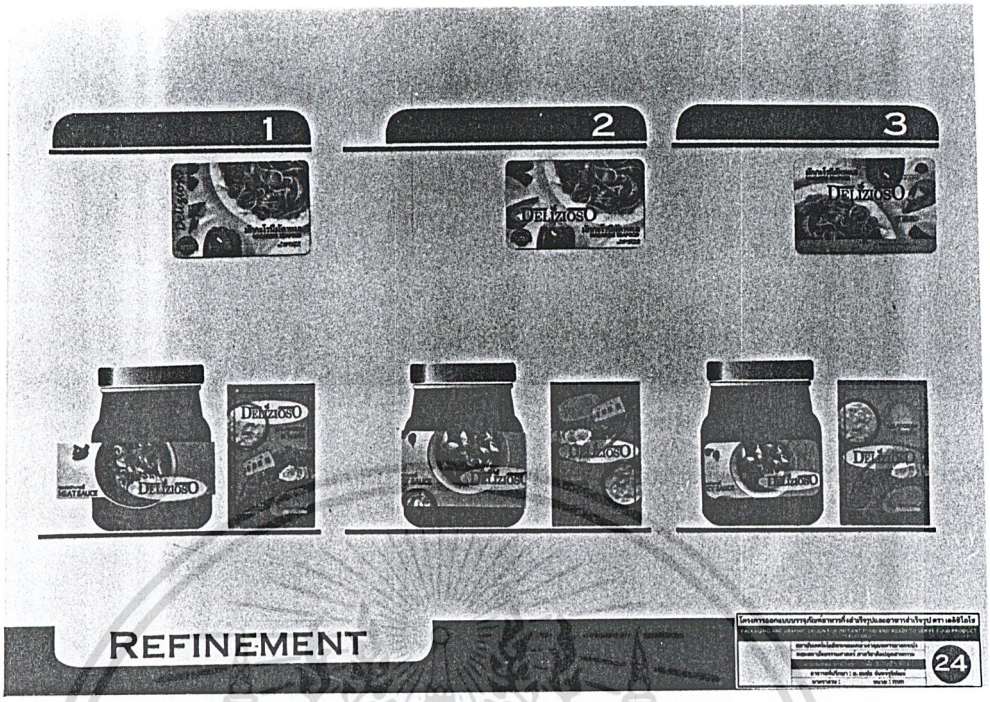


4.2.1-22 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบ

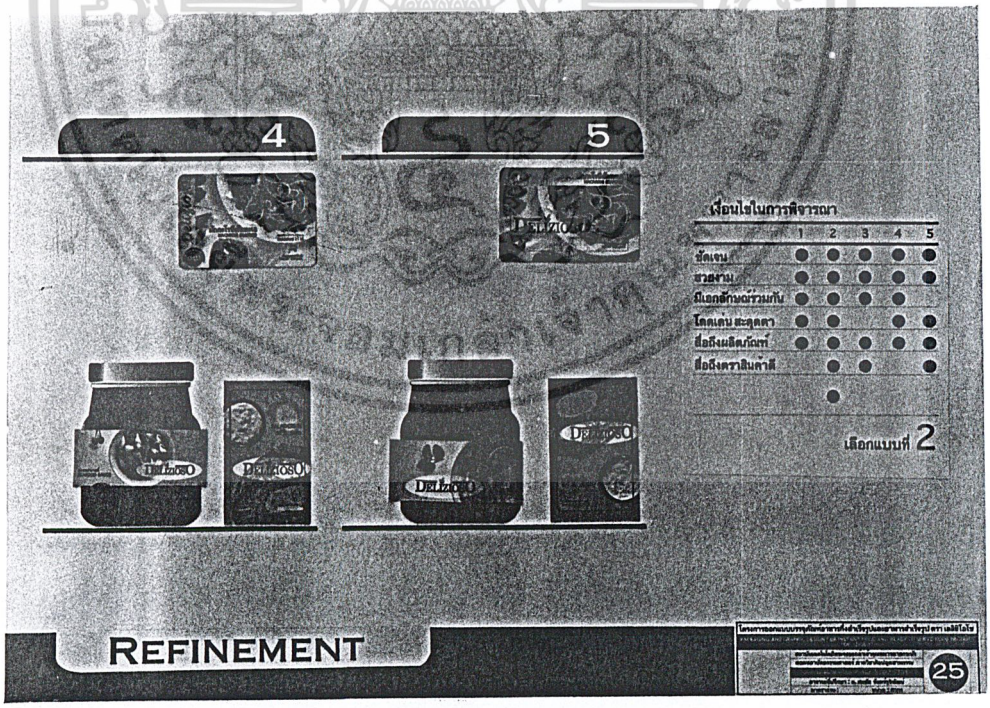


4.2.1-23 แผ่นเสนองาน การวิเคราะห์การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

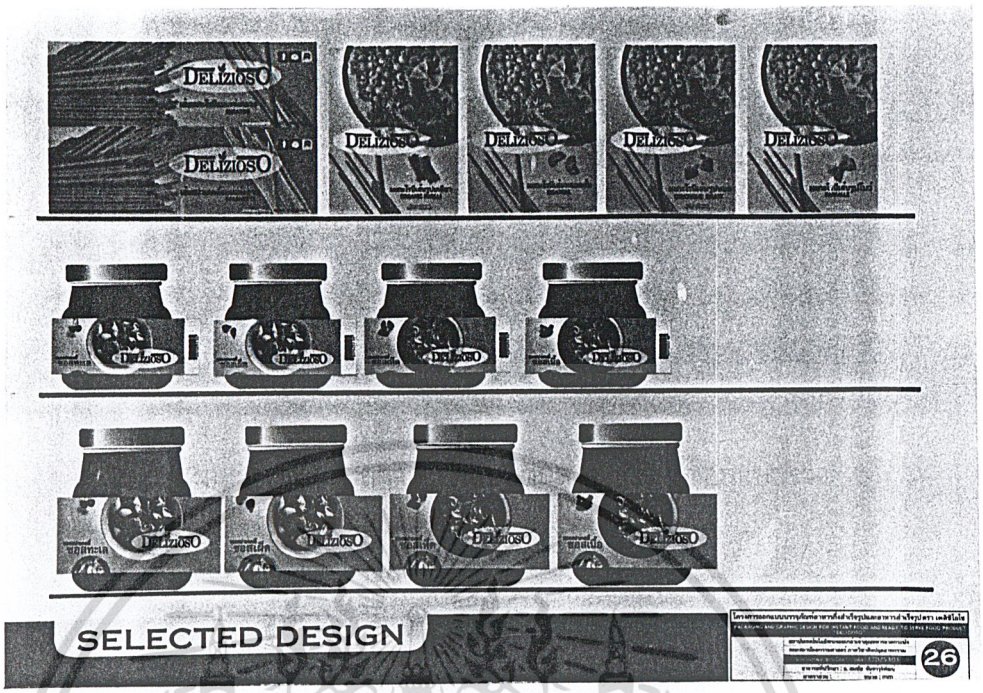


4.2.1-24 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้นสุดท้าย

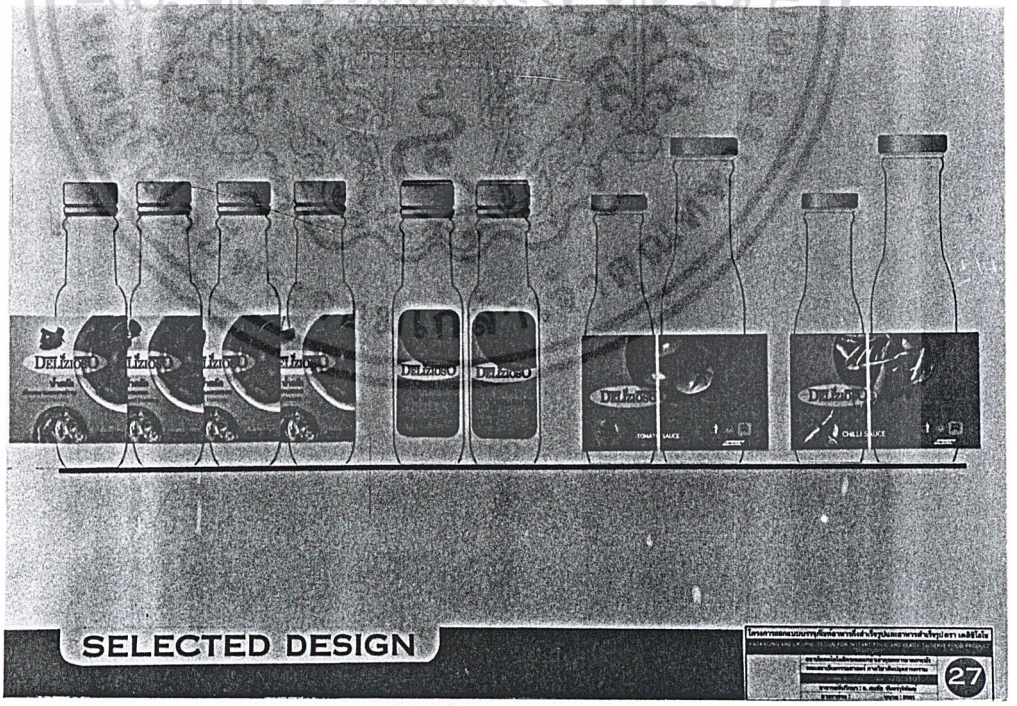


4.2.1-25 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้นสุดท้ายและการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

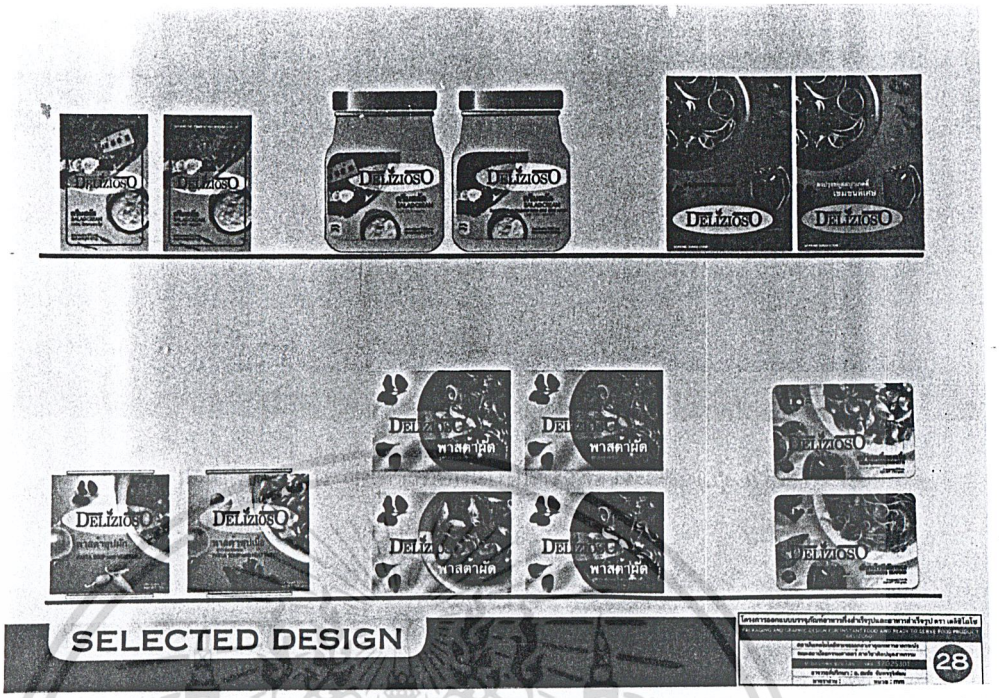


4.2.1-26 แผ่นเสนองาน ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย ขั้นตอนแบบร่าง

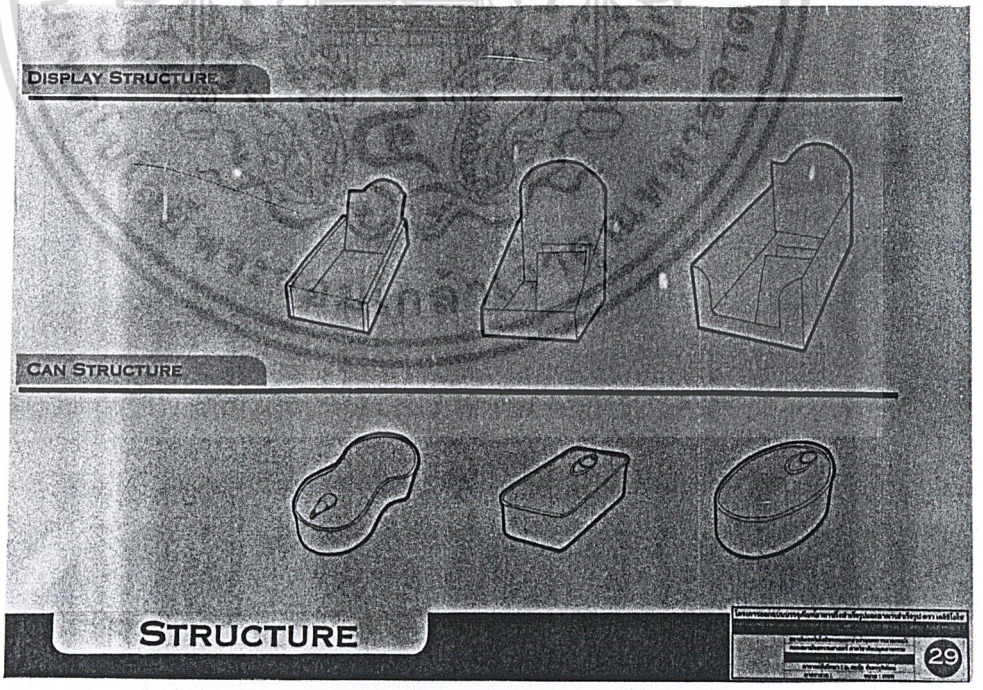


4.2.1-27 แผ่นเสนองาน ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย ขั้นตอนแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

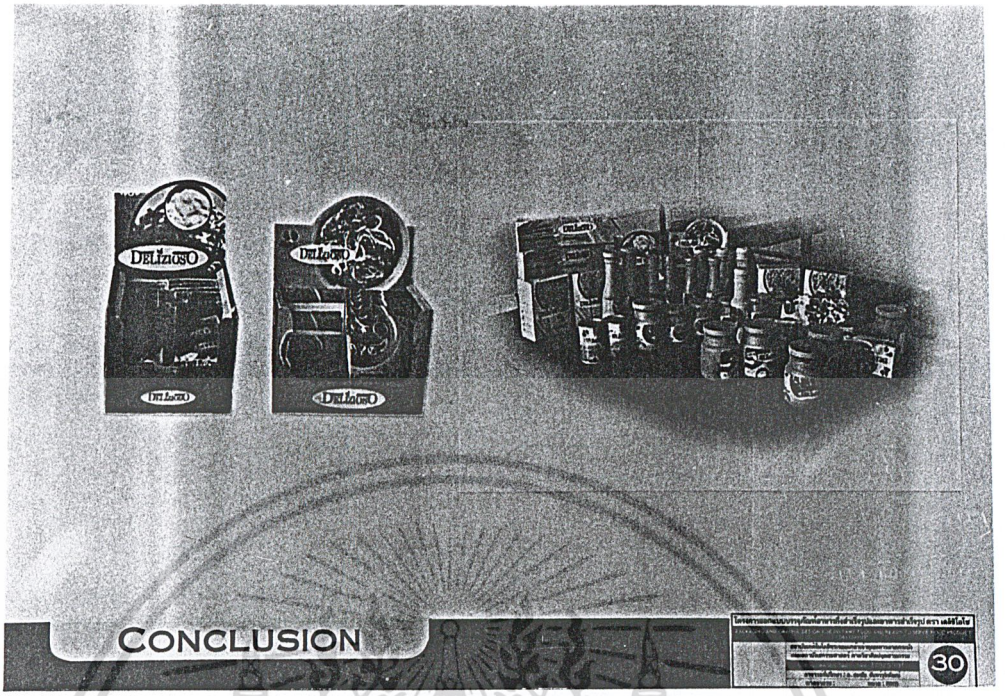


4.2.1-28 แผ่นเสนองาน ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย ขั้นตอนแบบร่าง



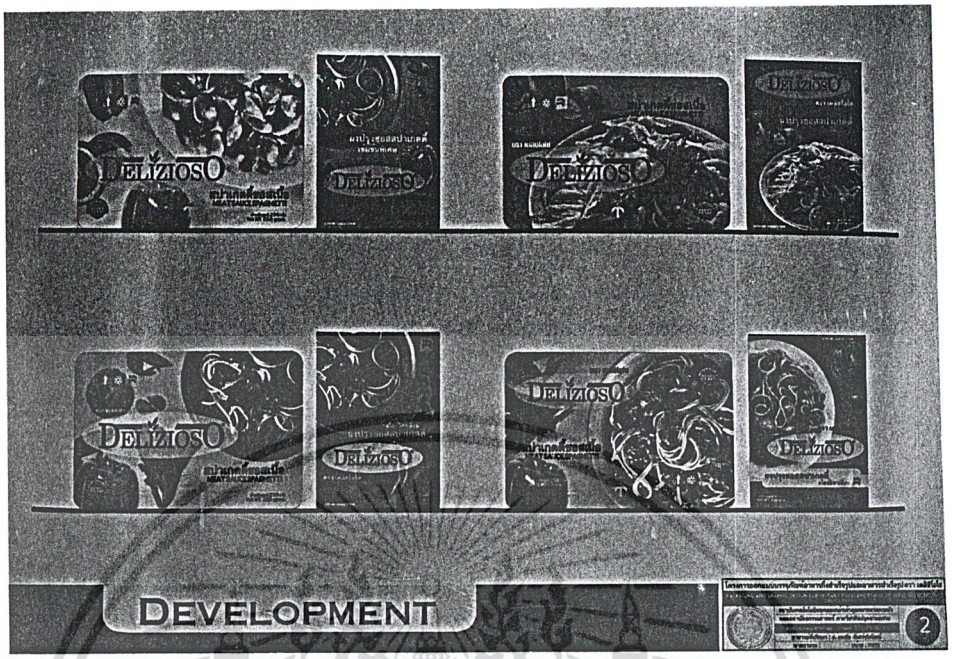
4.2.1-29 แผ่นเสนองาน ผลการออกแบบโครงสร้าง Display และกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

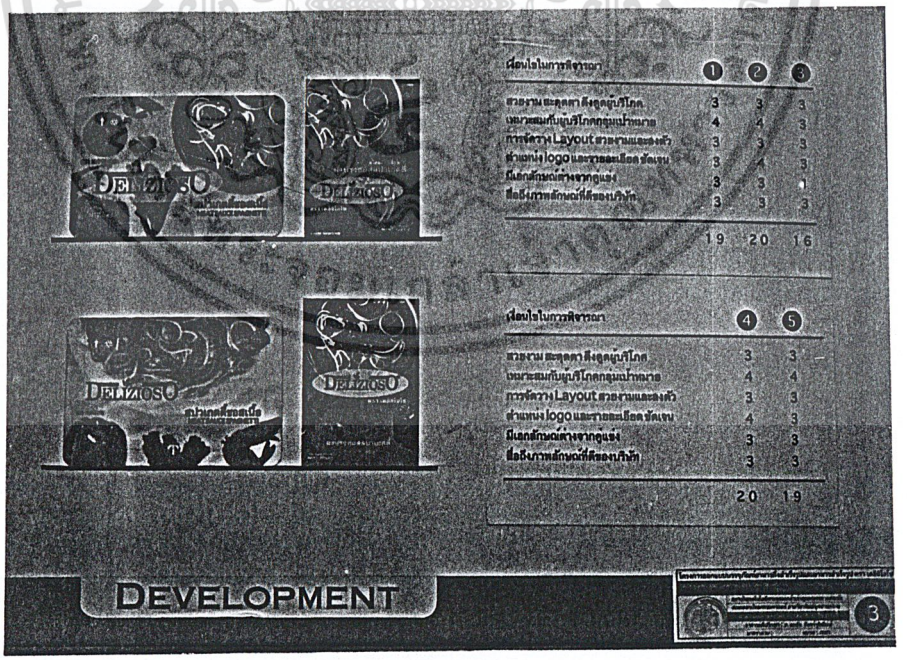


4.2.1-30 แผ่นเสนองาน ผลสรุปการออกแบบขั้นสุดท้าย ขั้นตอนแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

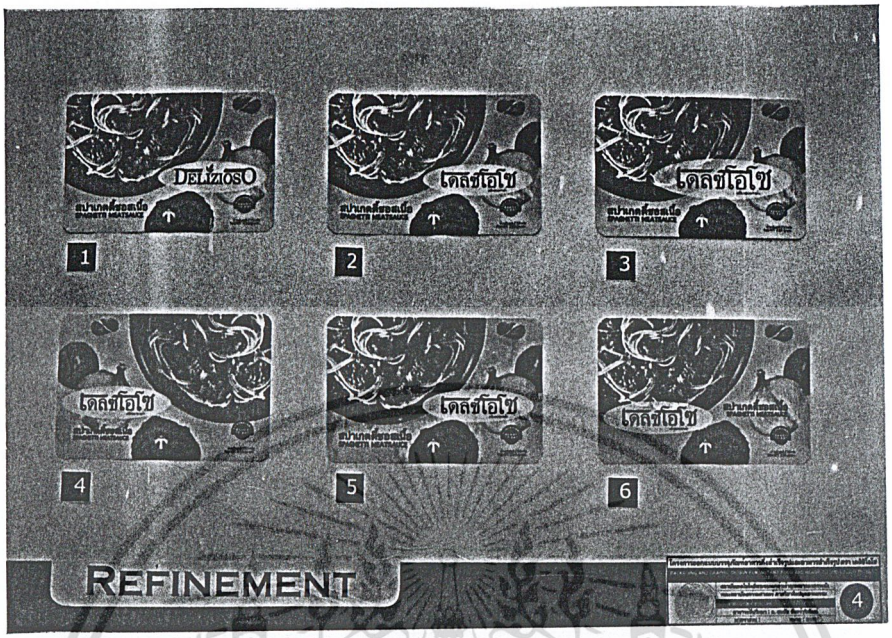


4.2.1-31 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นสุดท้าย ขั้นตอนพัฒนาแบบ

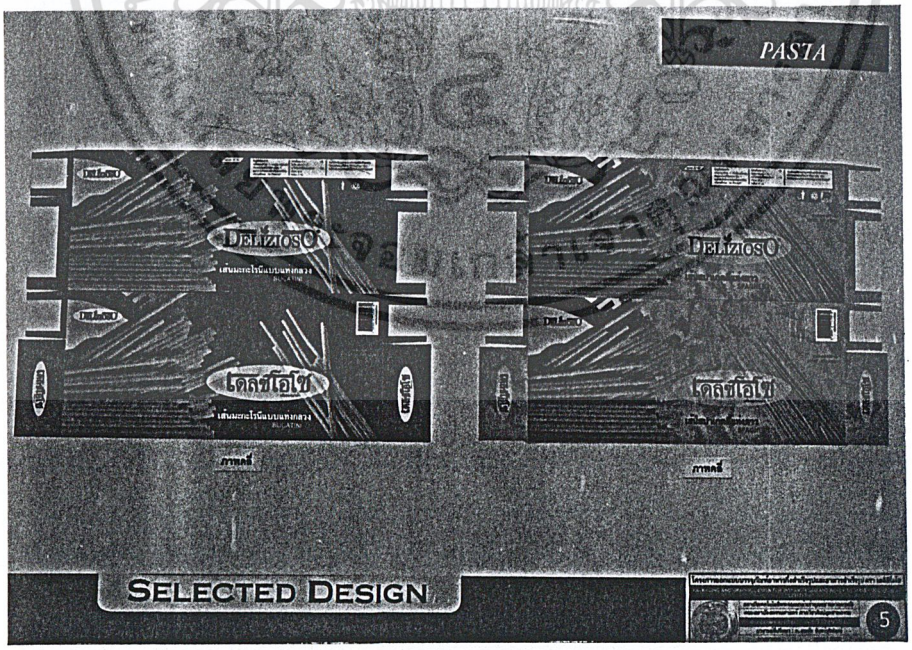


4.2.1-32 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นสุดท้าย ขั้นตอนพัฒนาแบบและการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

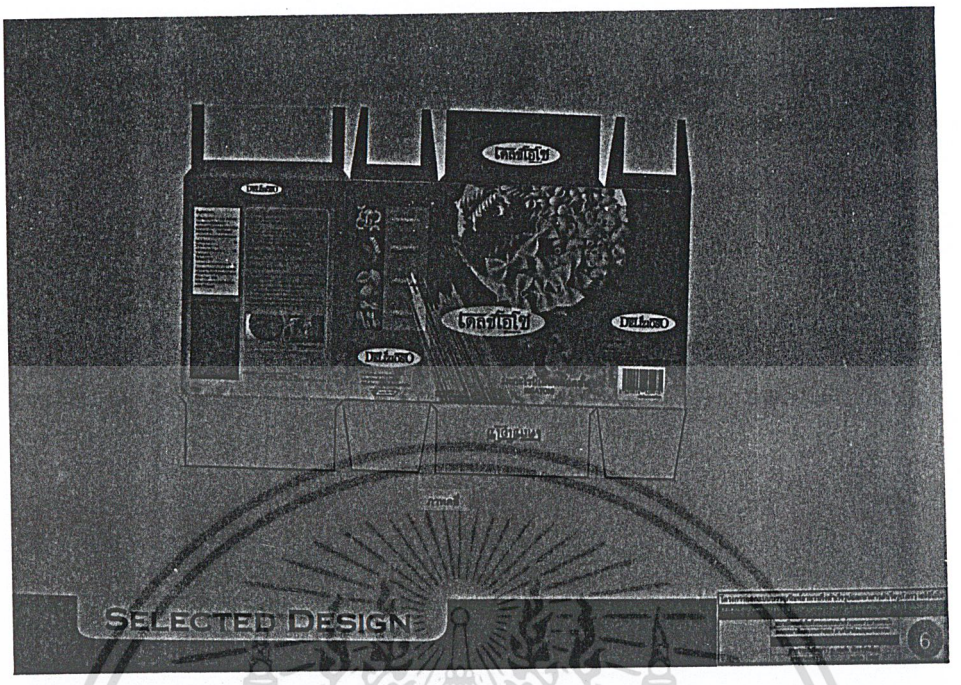


4.2.1-33 แผ่นเสนองาน การออกแบบขั้นสุดท้าย การเลือกแบบ

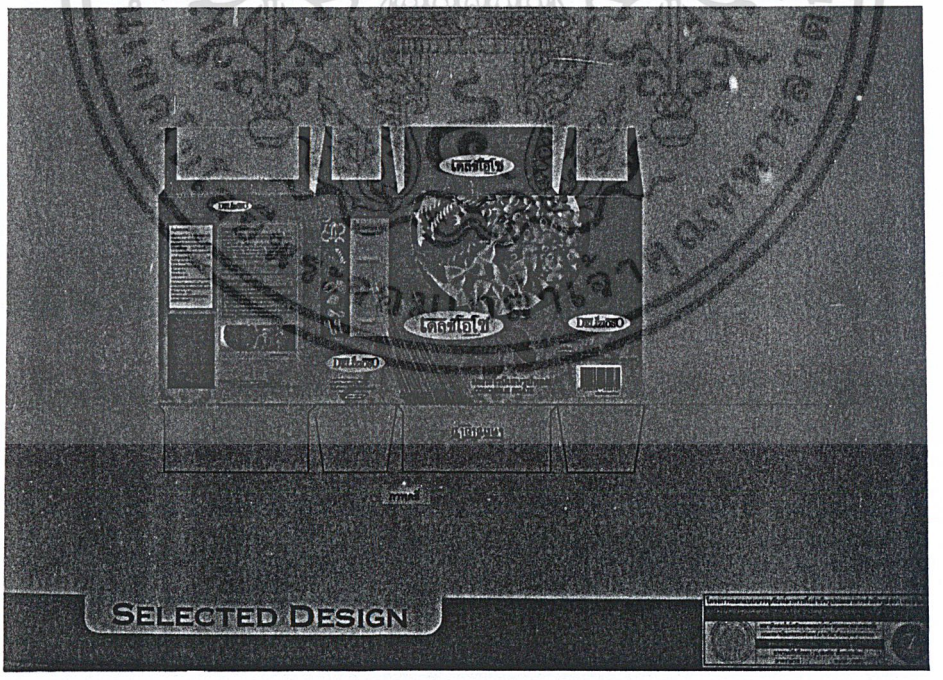


4.2.1-34 แผ่นเสนองาน เส้นพาสต้ากล่องยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

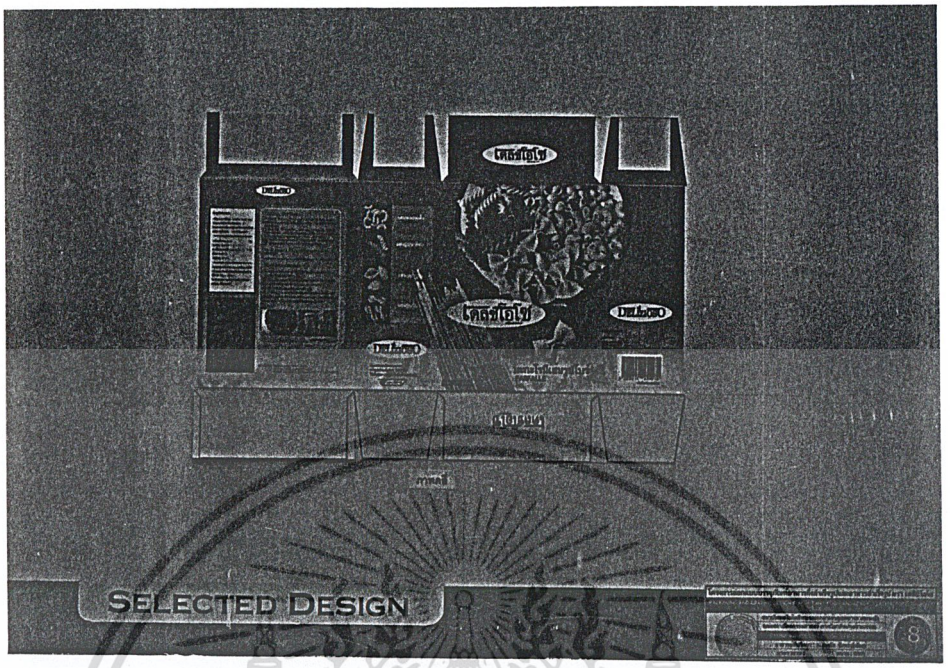


4.2.1-35 แผ่นเสนองาน เส้นพาสต้ากล่อง 1

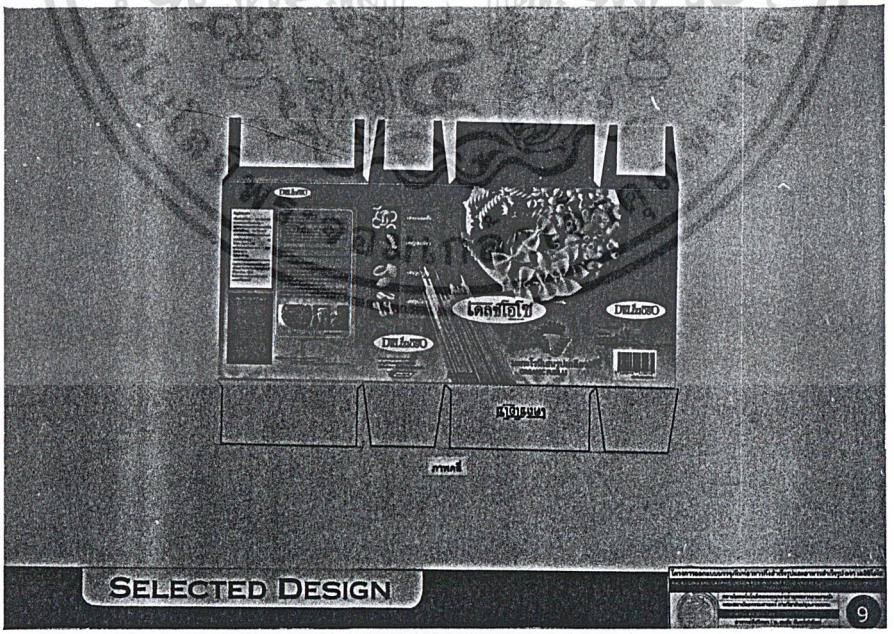


4.2.1-36 แผ่นเสนองาน เส้นพาสต้ากล่อง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

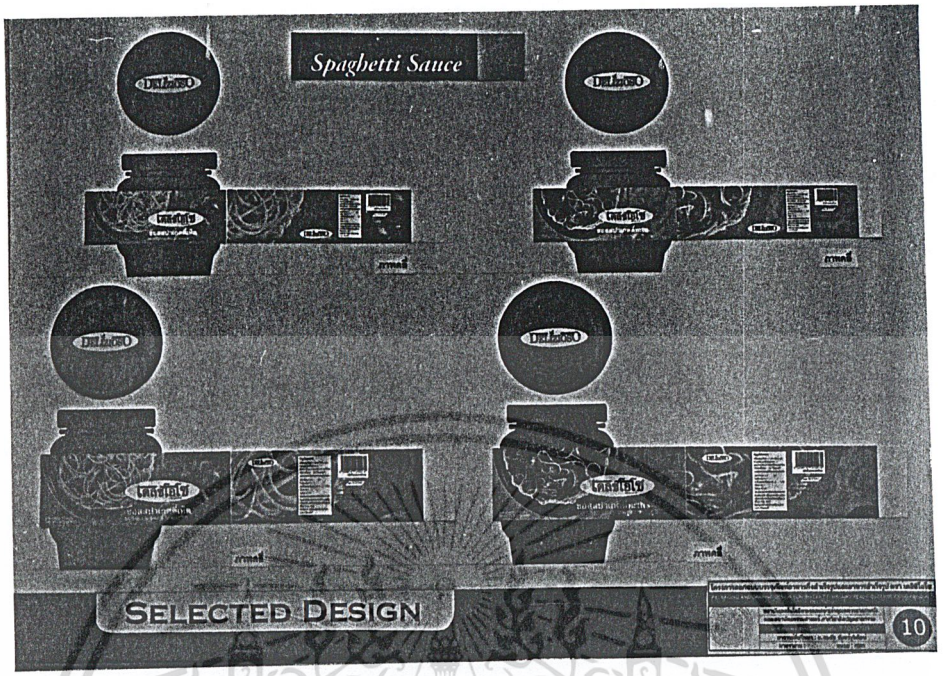


4.2.1-37 แผ่นเสนองาน เส้นพาสต้ากล่อง 3

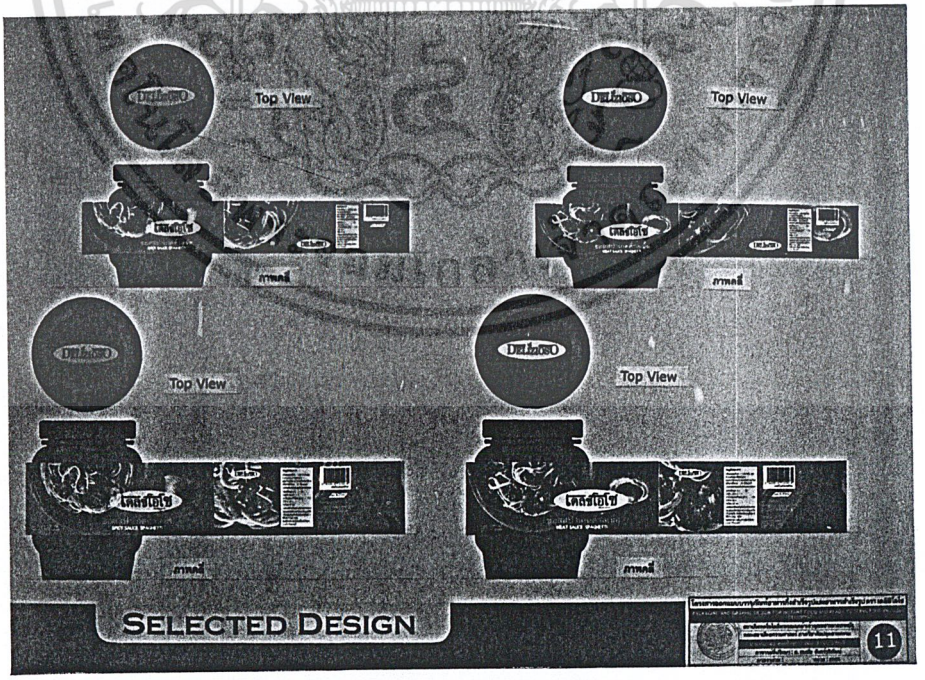


4.2.1-38 แผ่นเสนองาน เส้นพาสต้ากล่อง 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

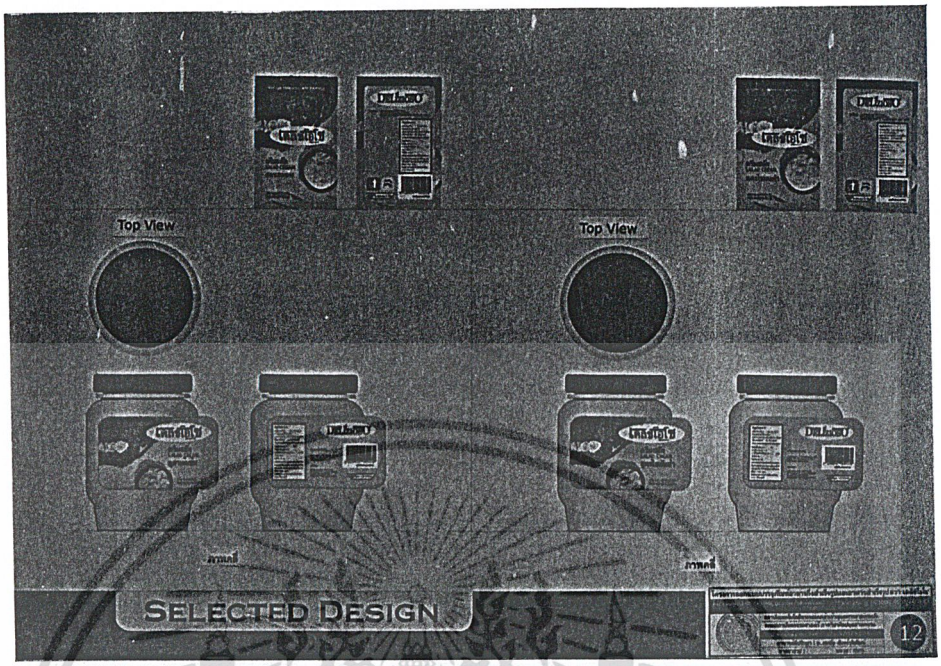


4.2.1-39 แผ่นเสนองาน ซอสสปาเกตตี้ 1

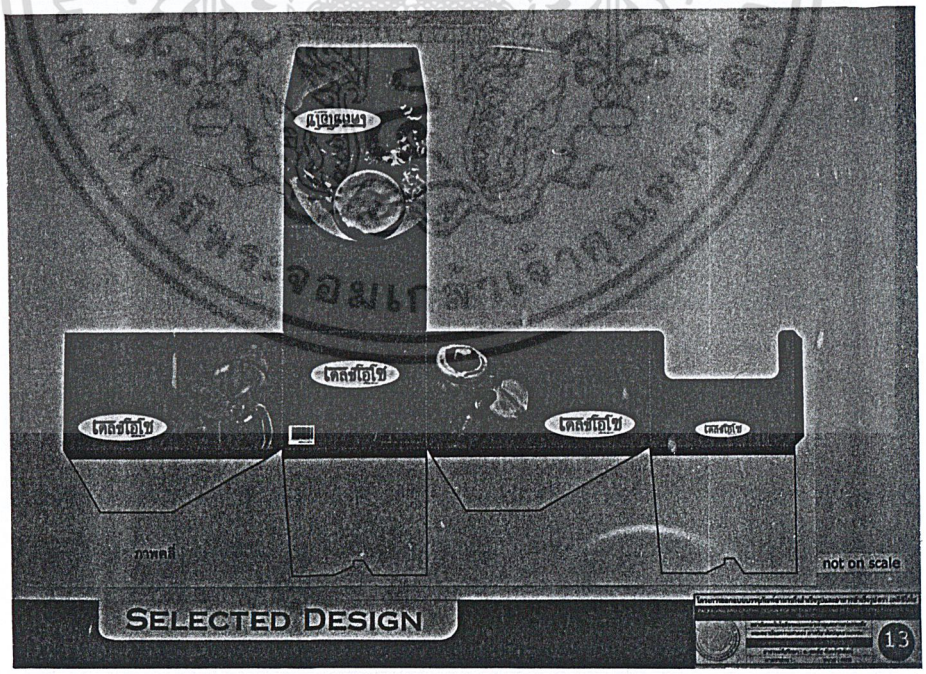


4.2.1-40 แผ่นเสนองาน ซอสสปาเกตตี้ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

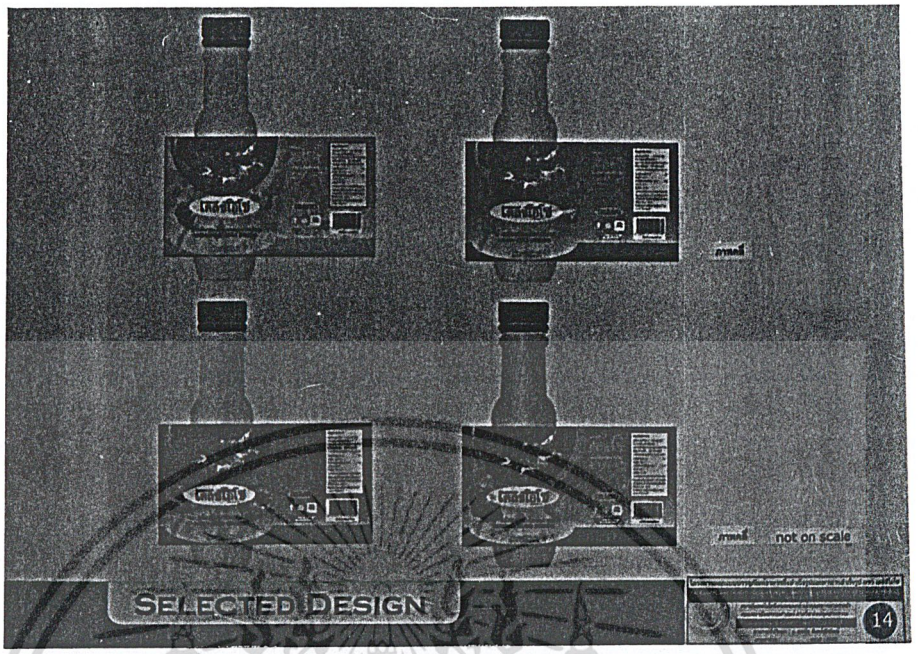


4.2.1-41 แผ่นเสนองาน ขวดและซองครีมสลัด

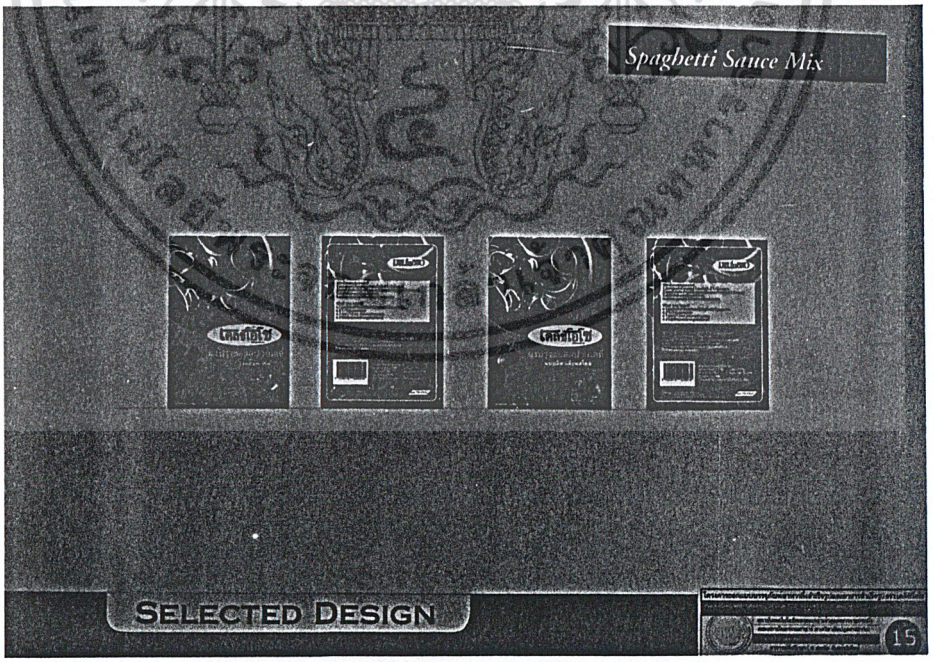


4.2.1-42 แผ่นเสนองาน DISPLAY ใส่ซองครีมสลัด 30 ซอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

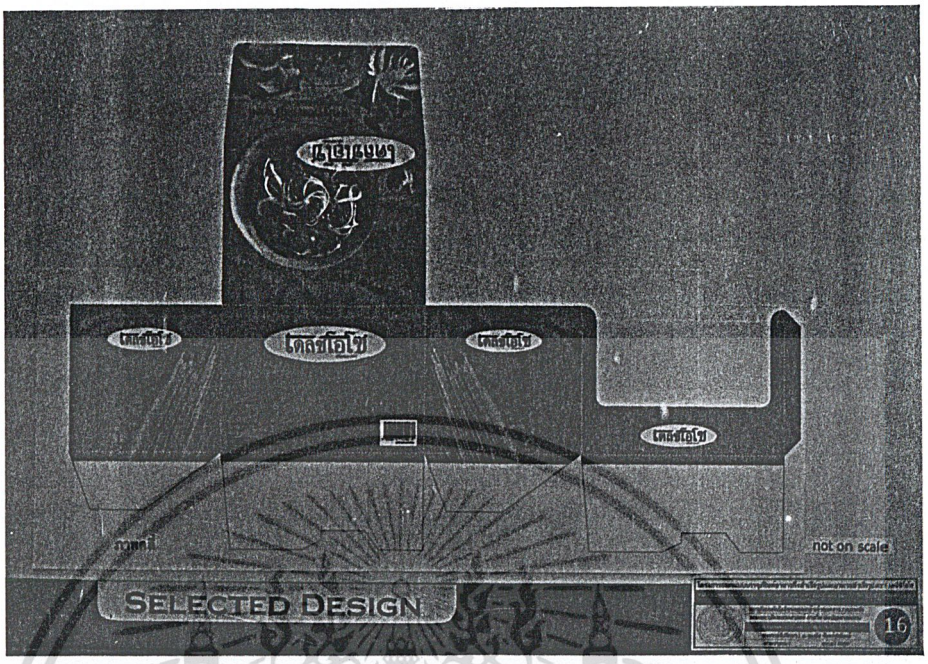


4.2.1-43 แผ่นเสนองาน ขวดน้ำสลัด

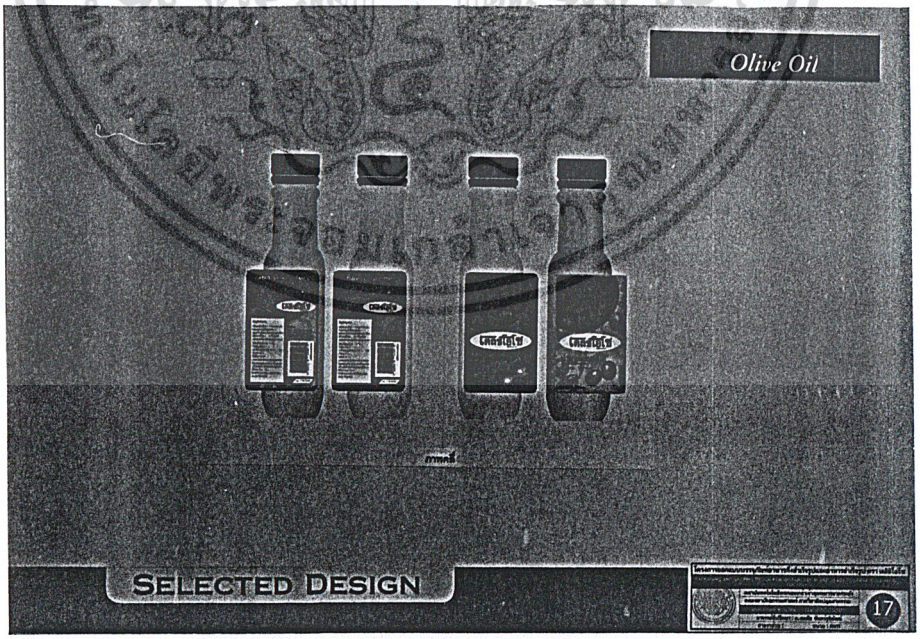


4.2.1-44 แผ่นเสนองาน ซองสำหรับผงซอสสปาเกตตี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

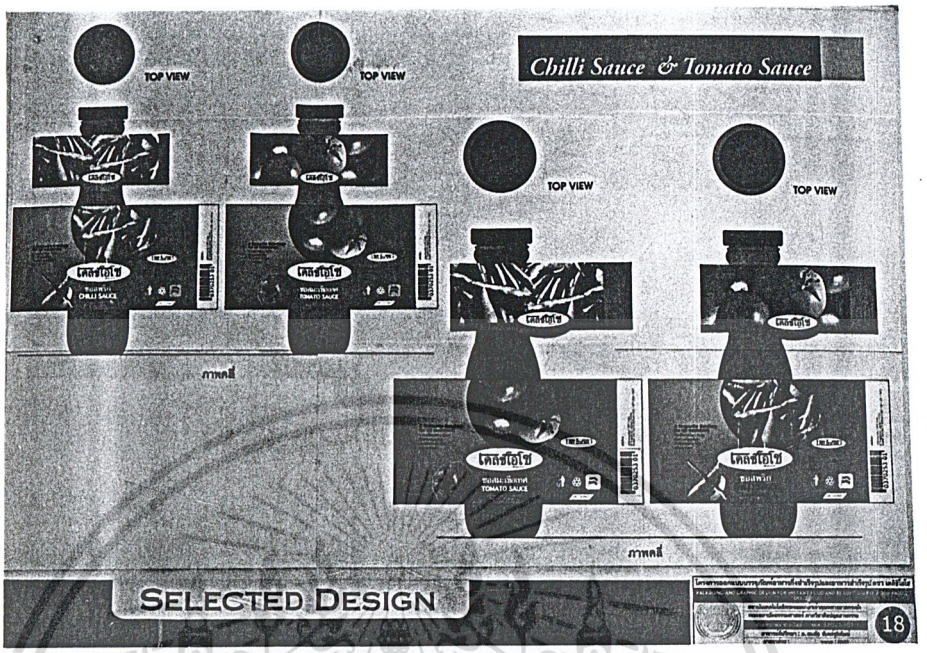


4.2.1-45 แผ่นเสนองาน DISPLAY ผงซอสปาเกตตี้

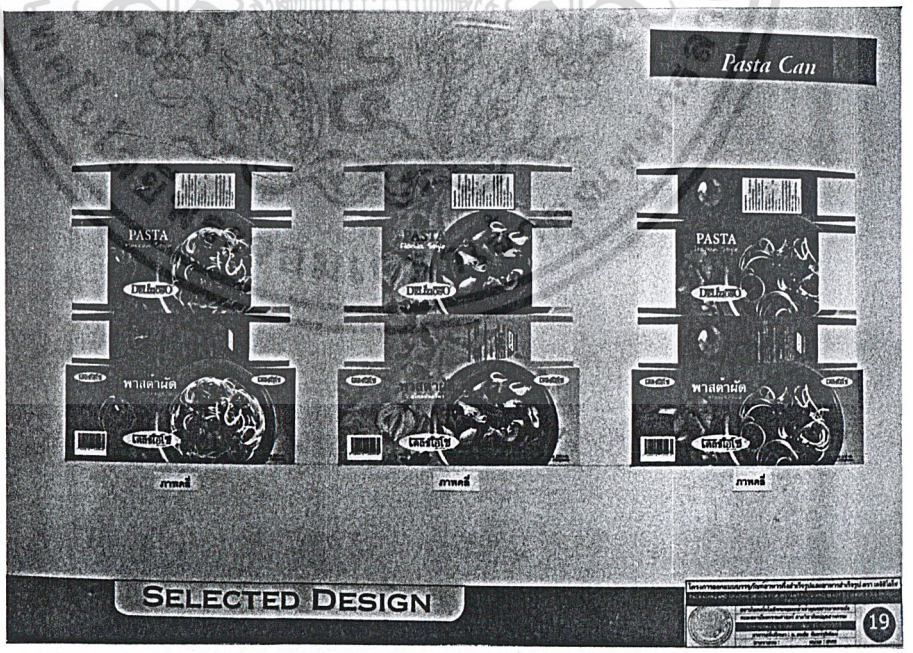


4.2.1-46 แผ่นเสนองาน น้ำมันมะกอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

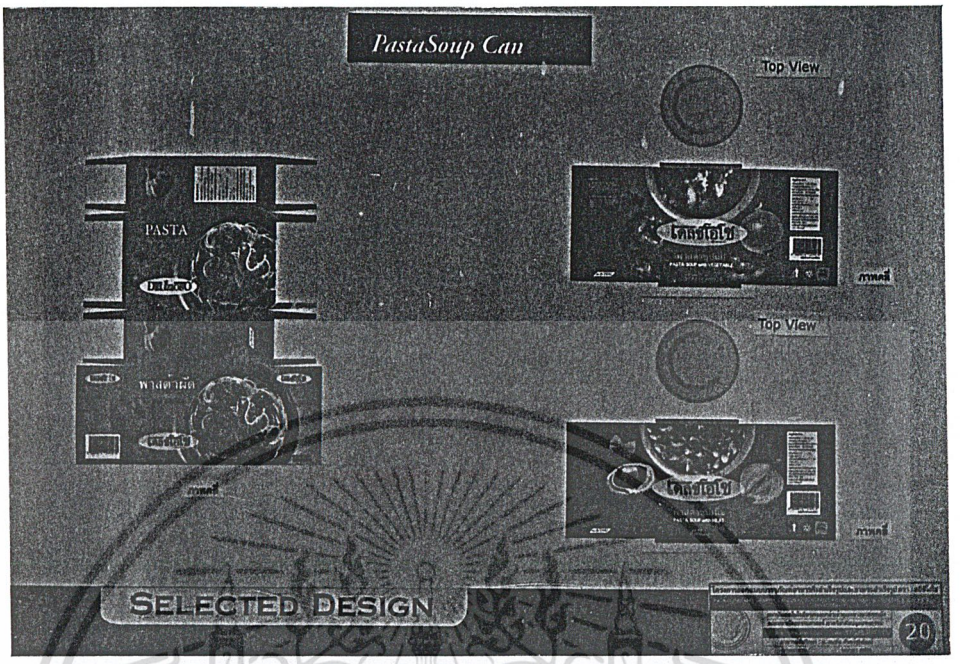


4.2.1-47 แผ่นเสนองาน ซอสมะเขือเทศและซอสพริก

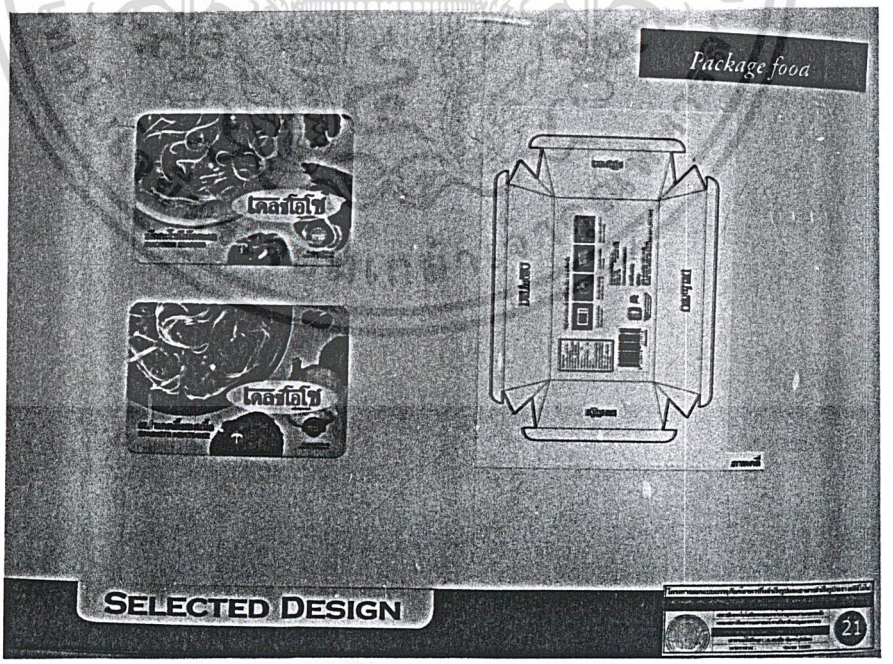


4.2.1-48 แผ่นเสนองาน พาสต้าผัดบรรจุกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

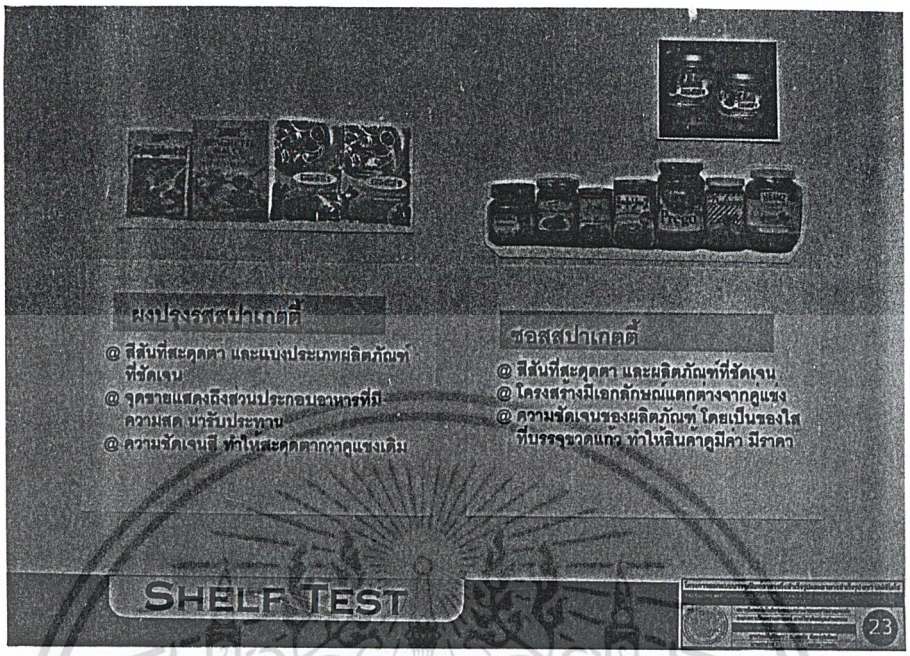


4.2.1-49 แผ่นเสนองาน พาสต้าผัดบรรจุกระป๋องและพาสต้าซุป

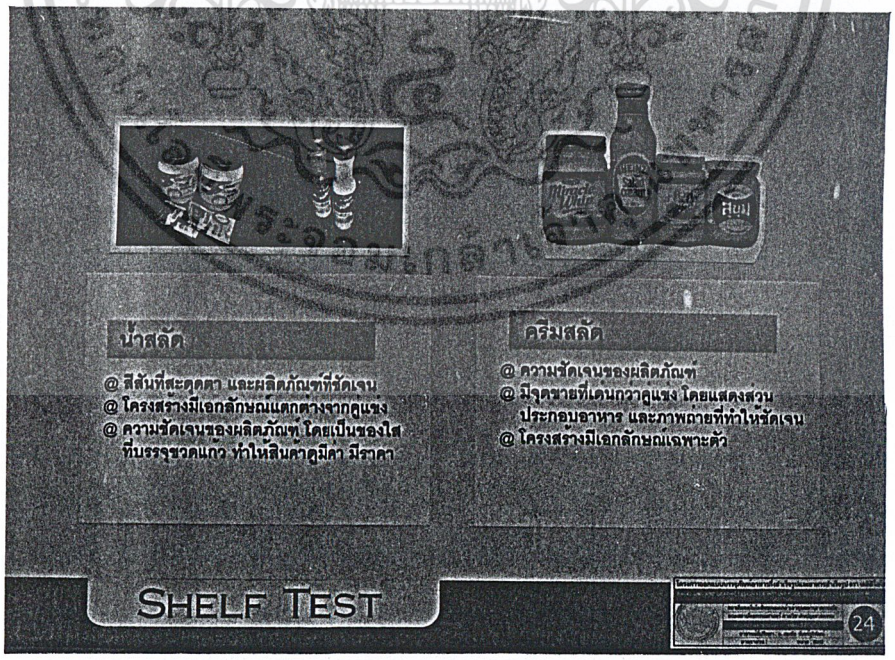


4.2.1-50 แผ่นเสนองาน อาหารแบบแพกเกจ TV DINNER

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

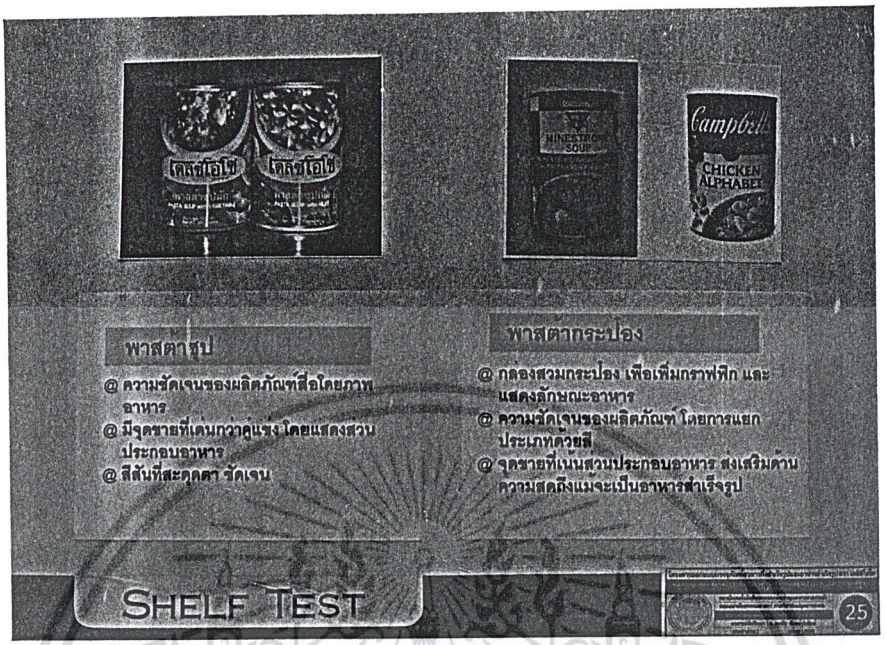


4.2.1-51 แผ่นเสนองาน เปรียบเทียบคู่แข่งตามผลิตภัณฑ์

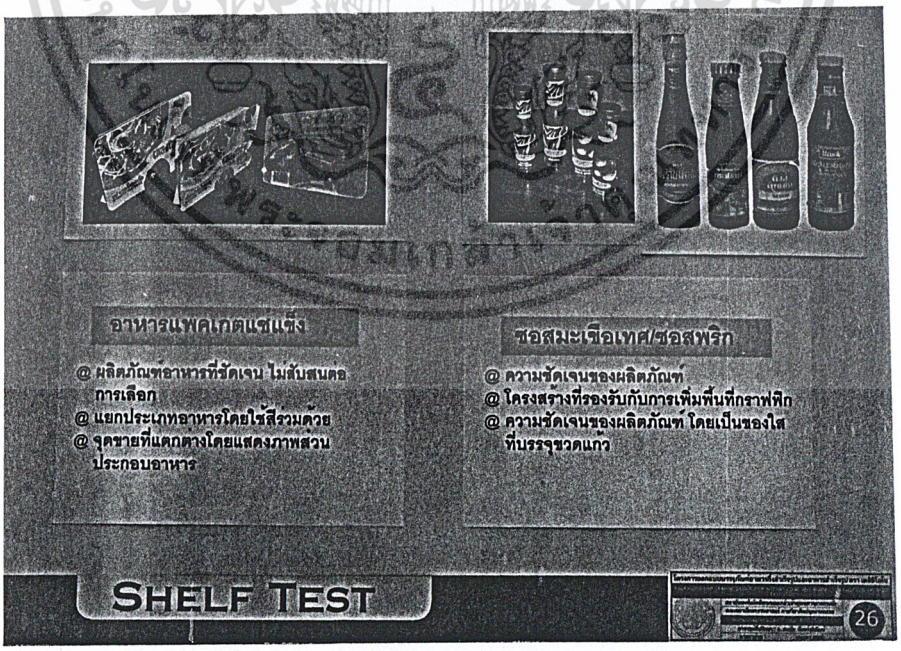


4.2.1-52 แผ่นเสนองาน เปรียบเทียบคู่แข่งตามผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

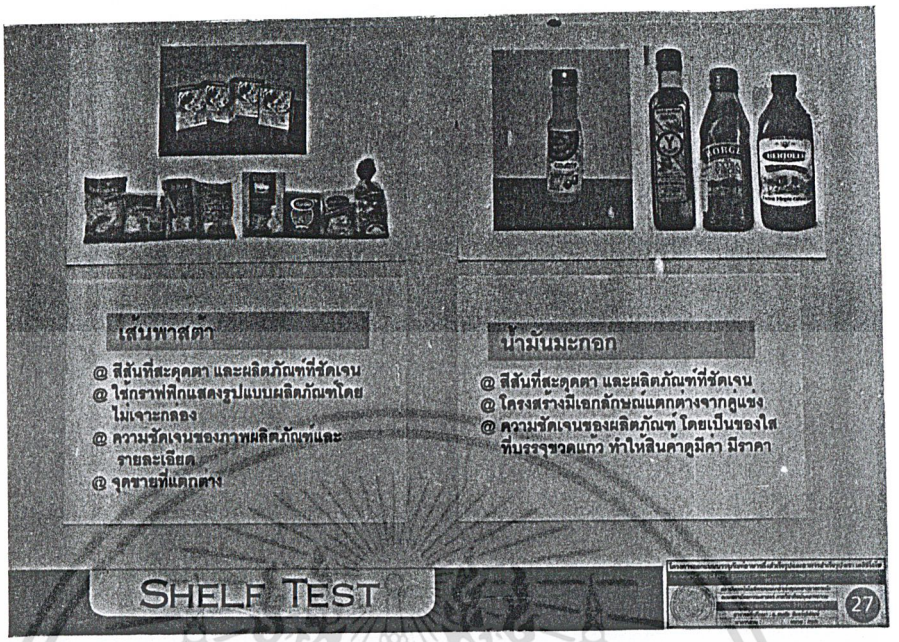


4.2.1-53 แผ่นเสนองาน เปรียบเทียบคู่แข่งตามผลิตภัณฑ์

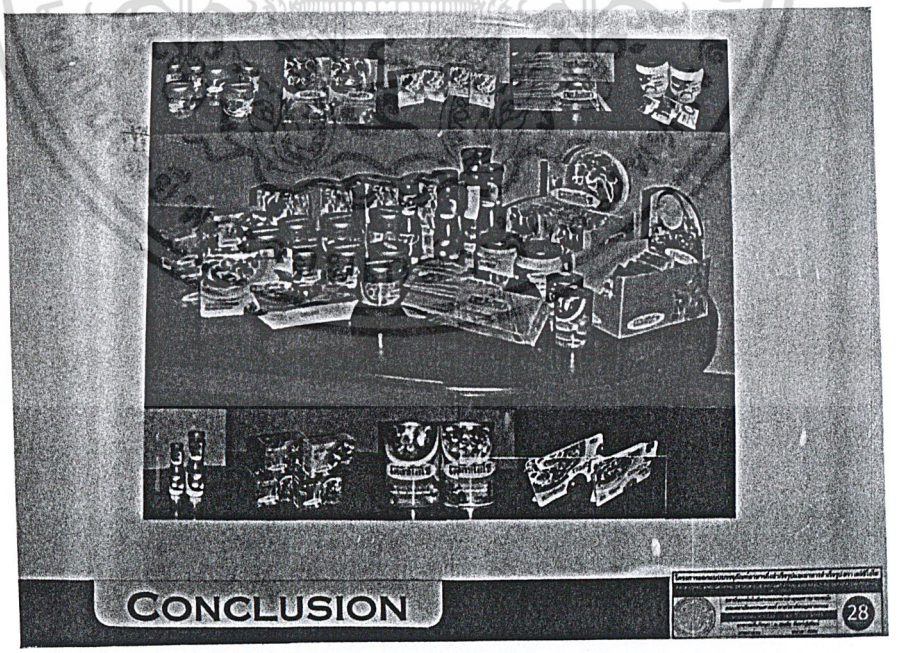


4.2.1-54 แผ่นเสนองาน เปรียบเทียบคู่แข่งตามผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



4.2.1-55 แผ่นเสนองาน เปรียบเทียบคู่แข่งตามผลิตภัณฑ์



4.2.1-56 แผ่นเสนองาน สรุปงานโครงการออกแบบอาหารสำเร็จรูปและอาหารกึ่งสำเร็จรูปตรา เดลิซิโอโซ

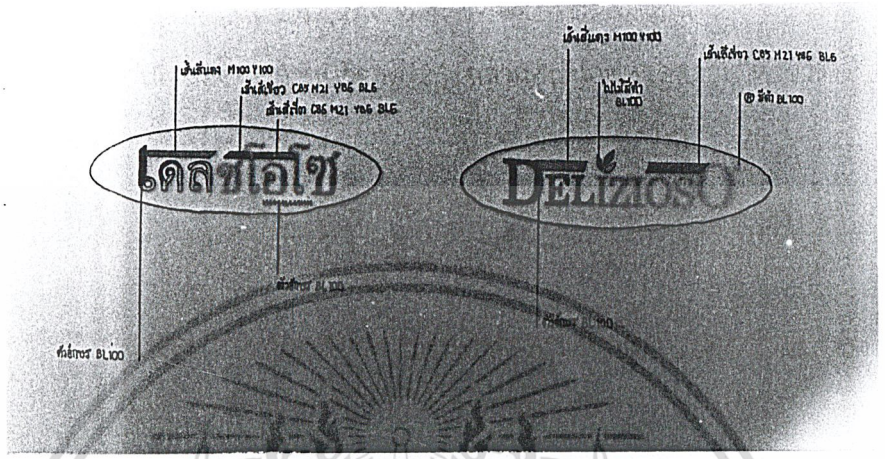
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นเสนองาน เขียนแบบและแผ่นเสนองานอาร์ตเวิร์ค

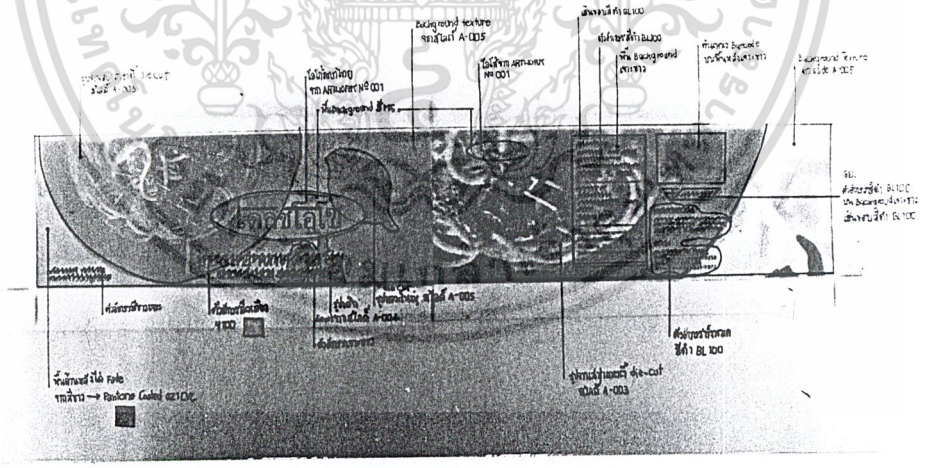
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 1 โลโก้
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 2.1 ฉลากสปาเกตตี้ซอสส่วน ตัวขวด
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 2.2 ฉลากสปาเกตตี้ซอสส่วน ฝา
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 3 กล่องเส้นพาสต้าแบบแท่งยาว
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 4 กล่อง Display สำหรับใส่ซองสลัดขนาด 30 ซอง
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 5.1-2 ฉลากซอสพริก
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 6 ฉลากขวดสลัดครีม
แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 7 สัญลักษณ์

แผ่นเสนองานเขียนแบบที่ 1 ขวดสปาเกตตี้ซอส
แผ่นเสนองานเขียนแบบที่ 2 ขวดซอสมะเขือเทศ
แผ่นเสนองานเขียนแบบที่ 3 ขวดน้ำมันมะกอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

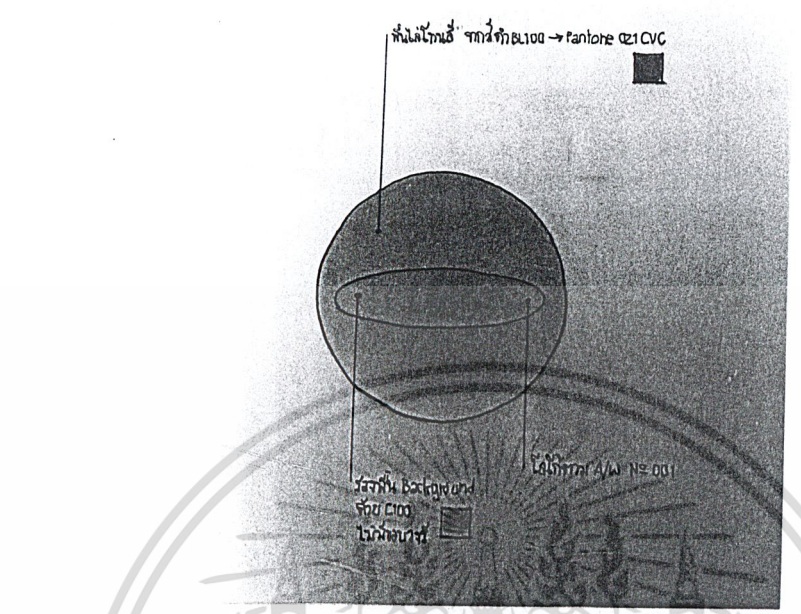


4.2.2-1 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 1 โลโก้

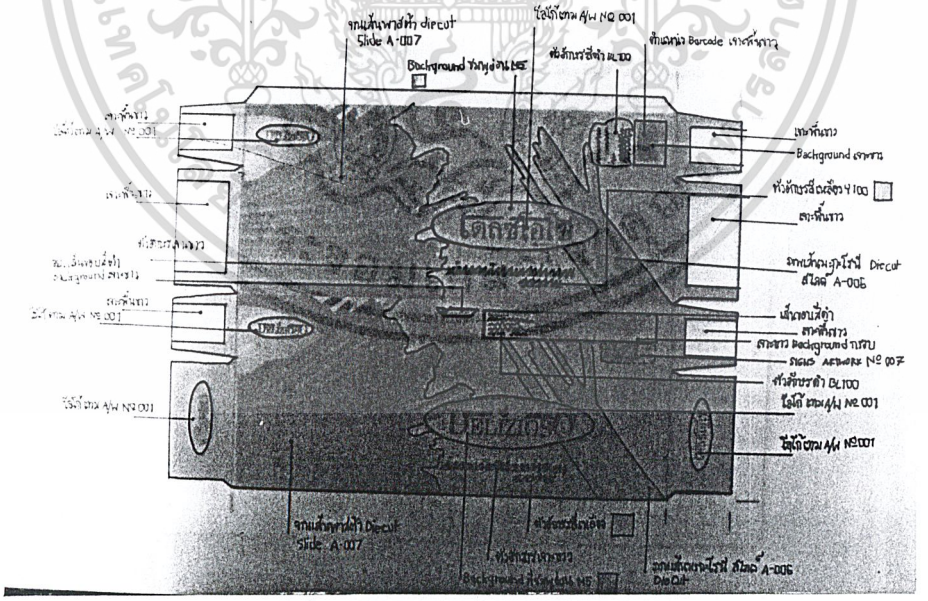


4.2.2-2 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 2.1 ฉลากสปาเกตตี้ซอสส่วน ตัวขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

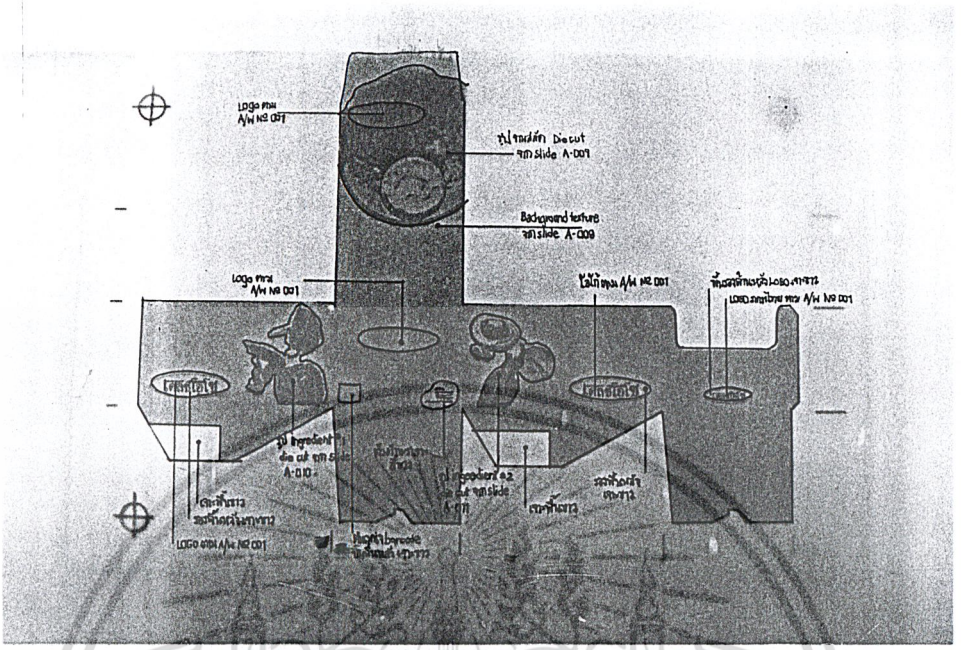


4.2.2-3 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 2.2 ฉลากสปาเกตตี้ซอสส่วน ฝา

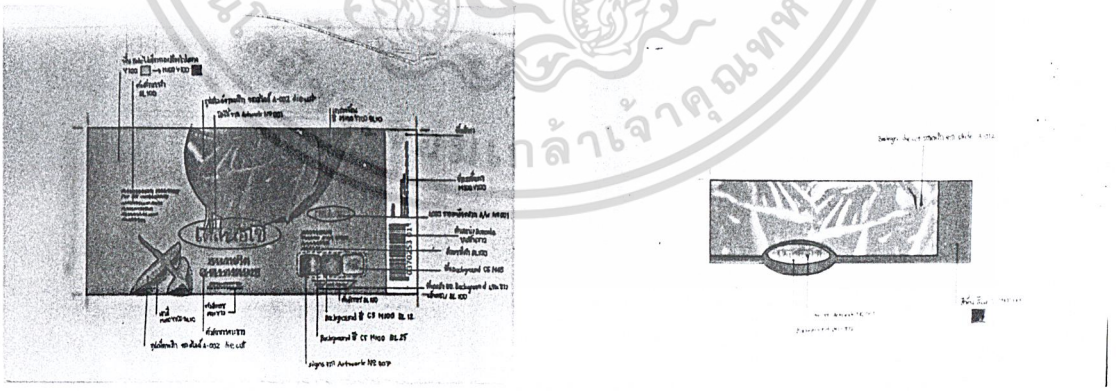


4.2.2-4 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 3 กล่องเส้นพาสต้าแบบแท่งยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

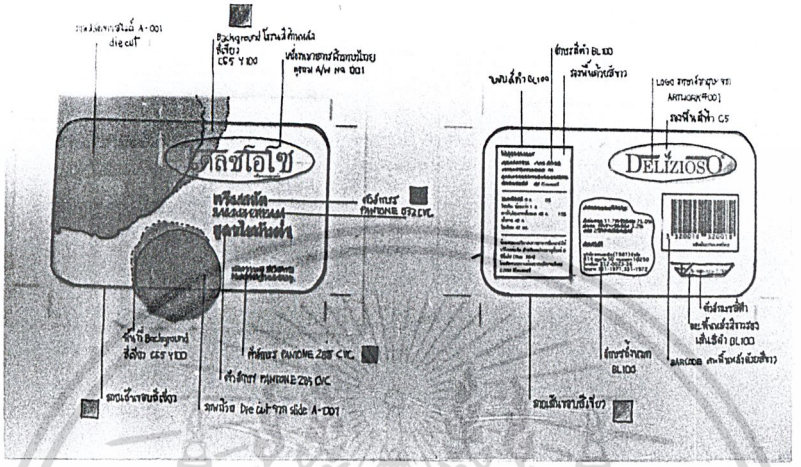


4.2.2-5 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 4 กล่อง Display สำหรับใส่ซองสลัดขนาด 30 ซอง

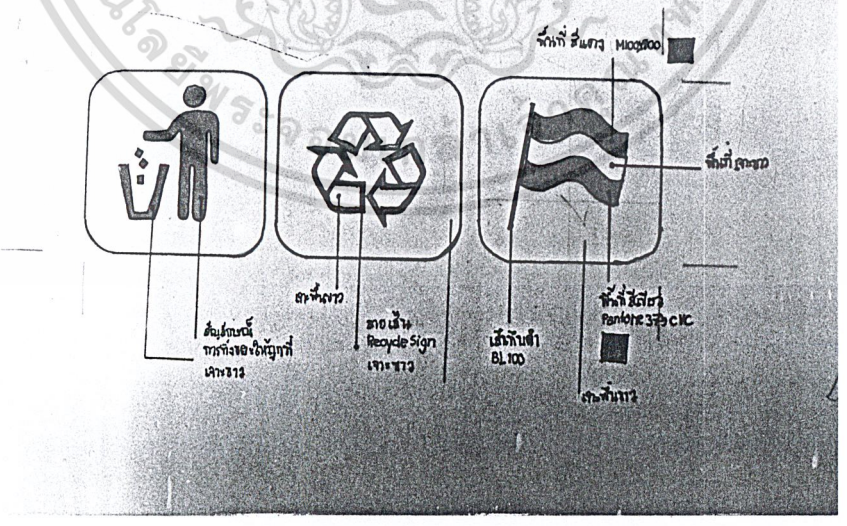


4.2.2-6 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 5.1-1.2 ฉลากซอสพริก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



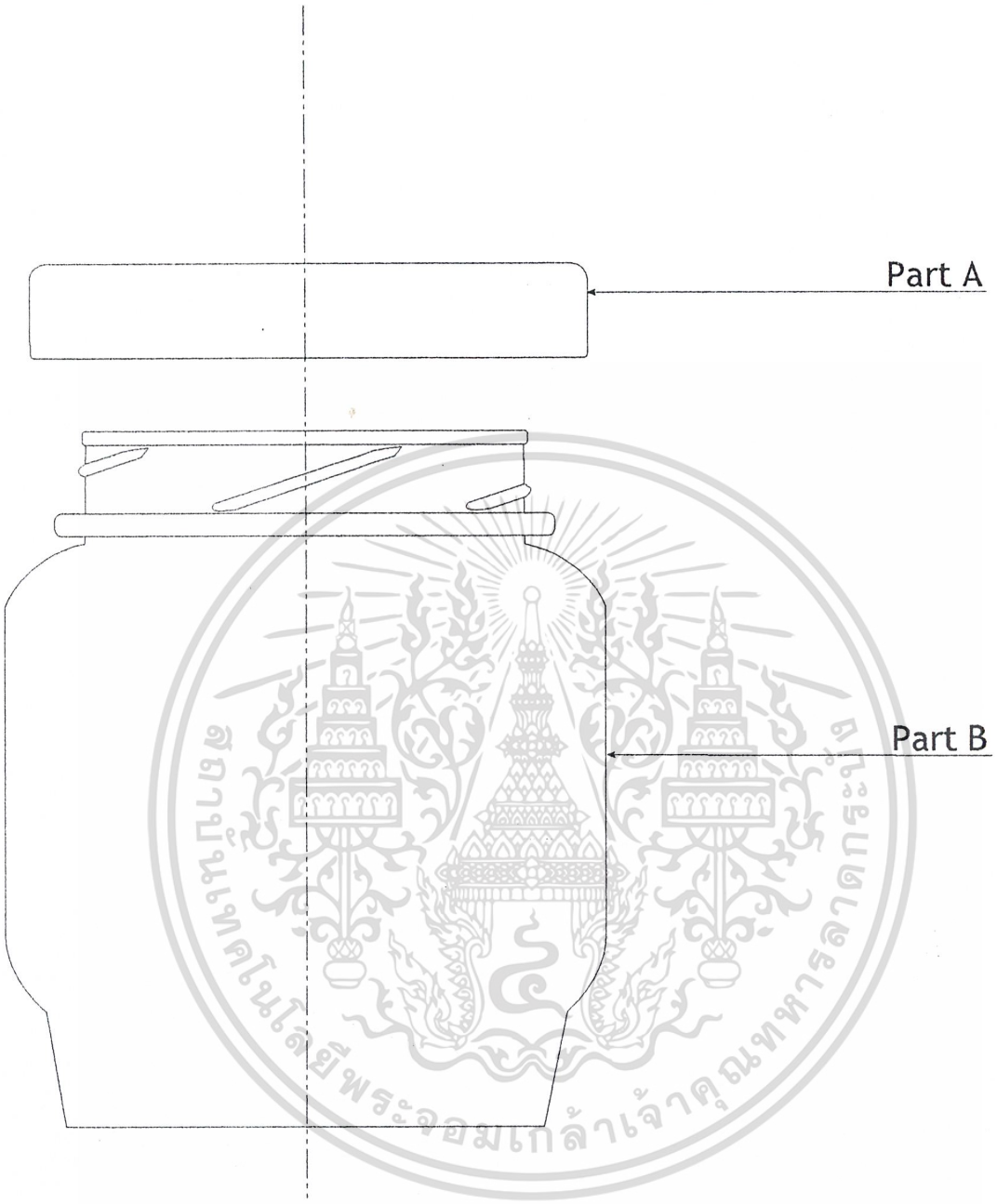
4.2.2-7 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 6 ฉลากขวดสลัดครีม



4.2.2-8 แผ่นเสนองาน อาร์ตเวิร์คที่ 7 สัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

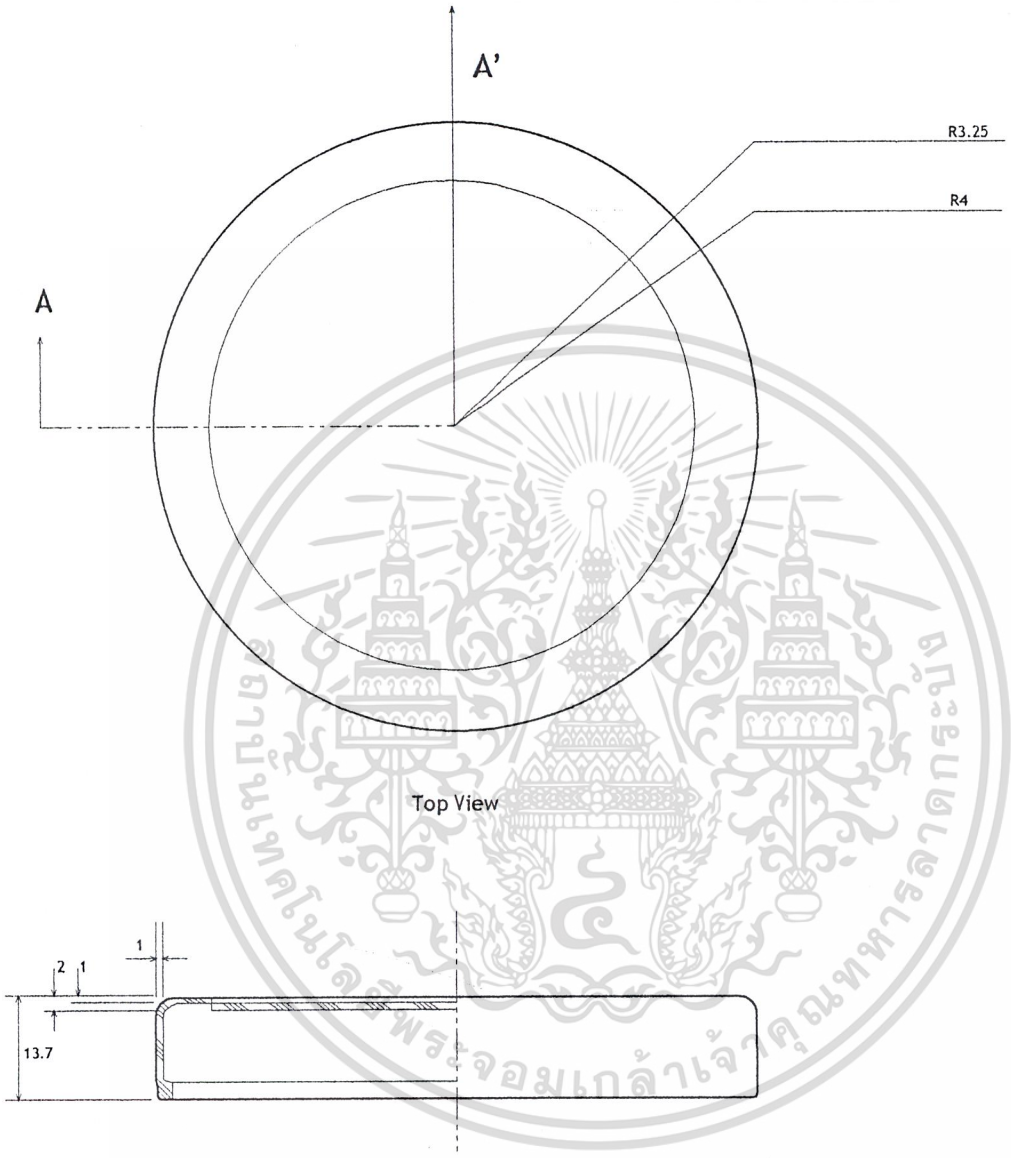
Spaghetti sauce bottle



Front View

Specification : Spaghetti sauce						
PART	NAME	QUA.	COLOUR	MAT.	PROCESS	REMARK
A	ฝาปิด	1	เหลืองทอง	โลหะ	Compress	-
B	ตัวขวด	1	ใส	แก้ว	Blow Mold	-

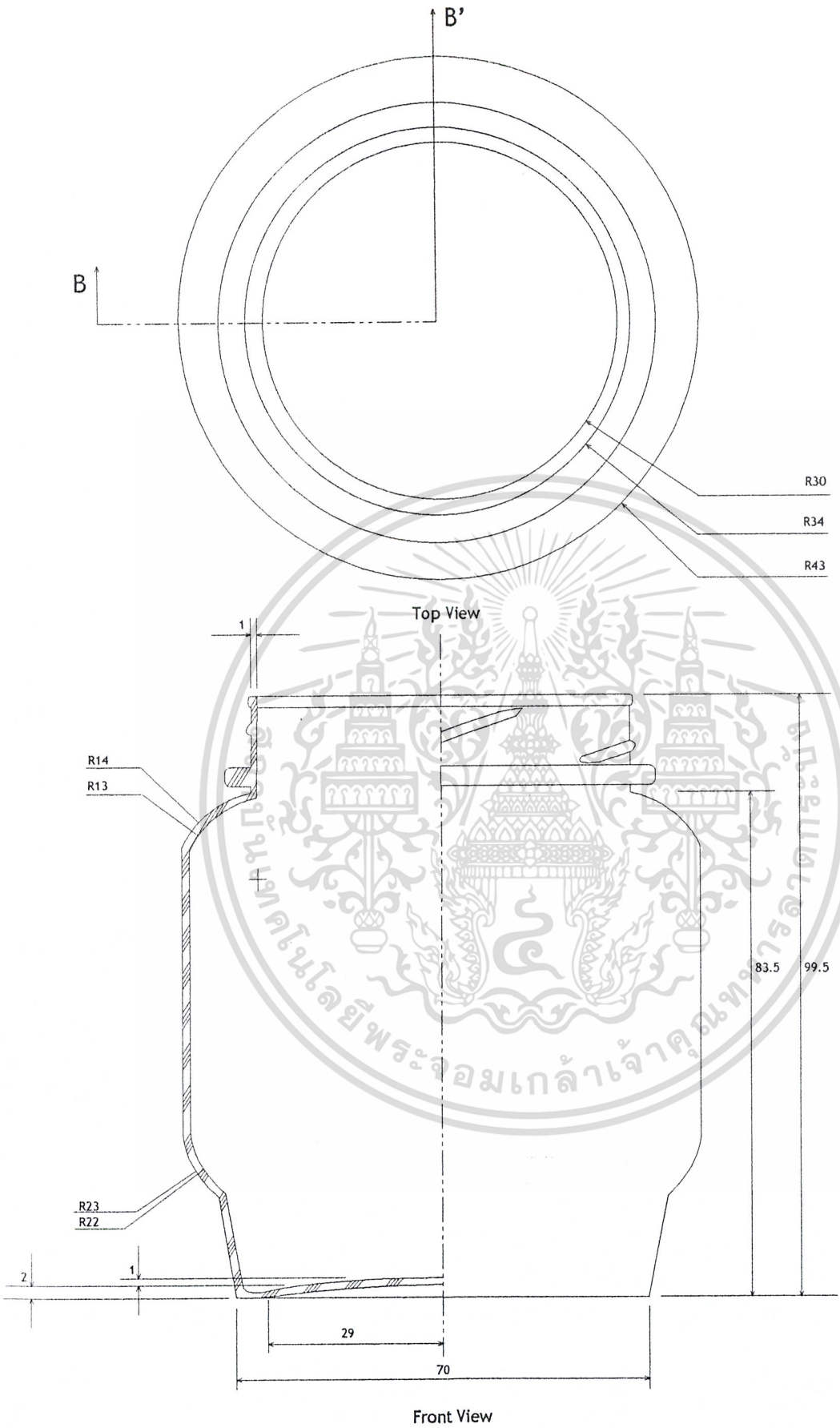
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Part A ฝาปิด

unit : cm scale 1:1

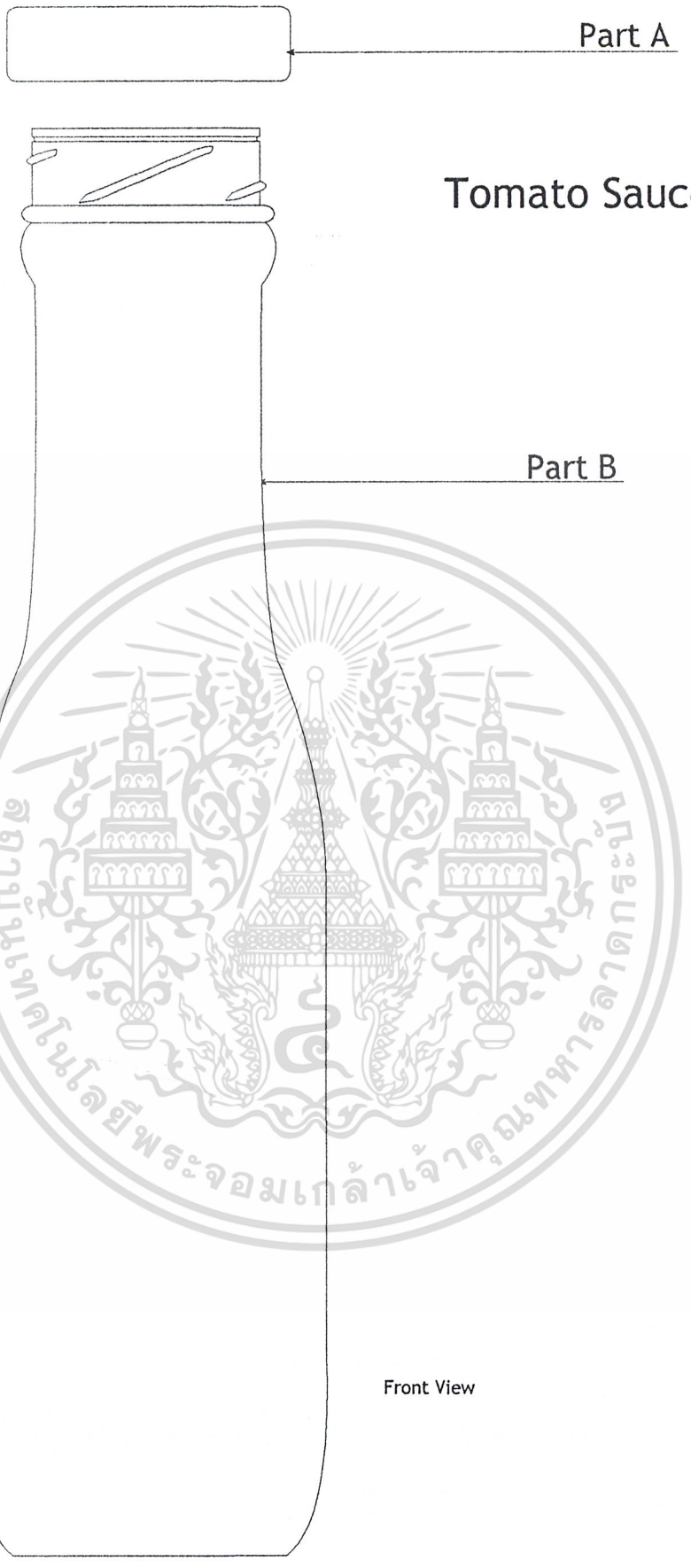
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึก
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและ

Part B ตัวขวด

unit : cm scale 1:1

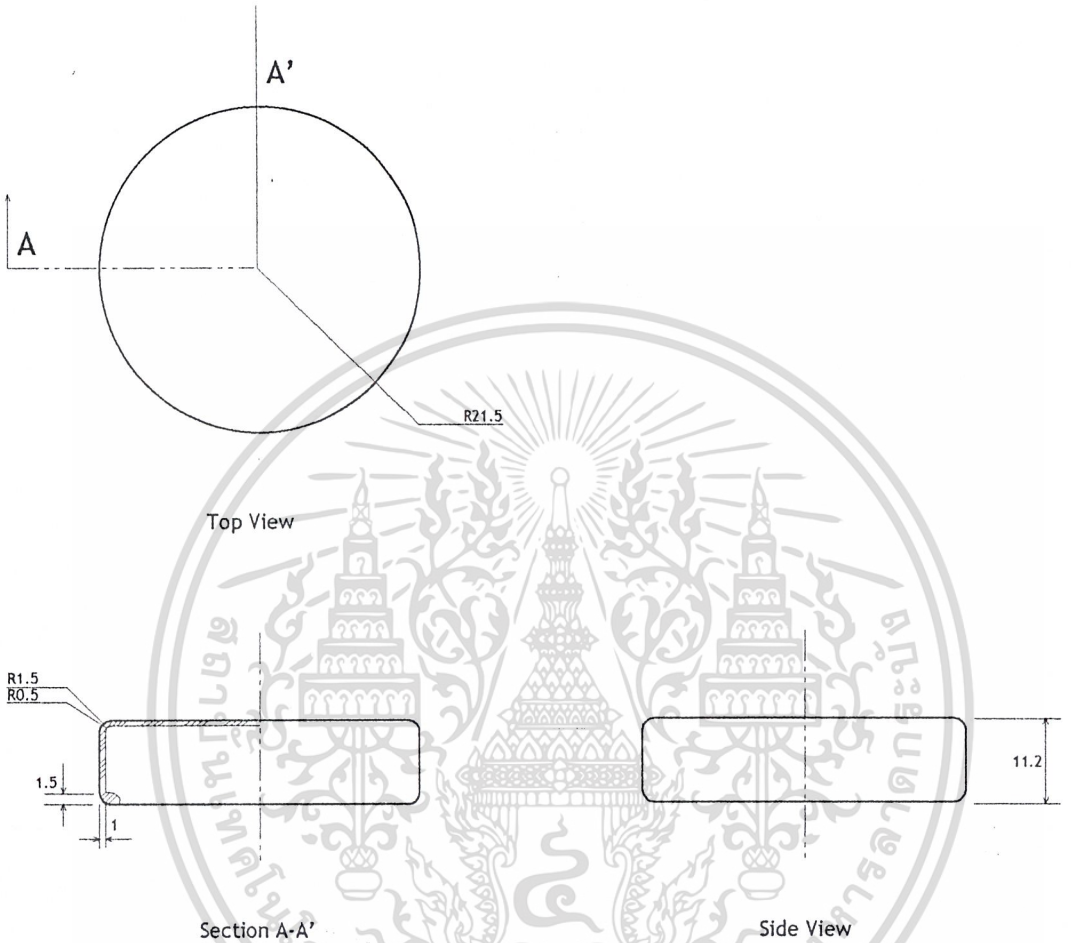


สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อี
ค้า
ช้

Specification : Tomato Sauce

PART	NAME	QUA.	COLOUR	MAT.	PROCESS	REMARK
A	ฝาปิด	1	ดำ	โลหะ	Compress	-
B	ตัวขวด	1	ใส	แก้ว	Blow Mold	-



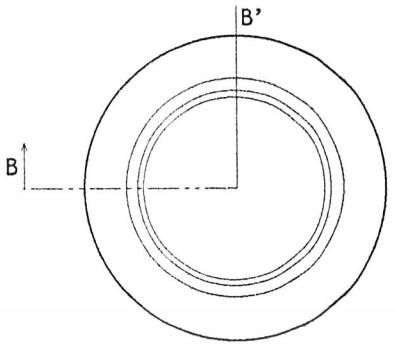
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและ

Part A ตัวฝา

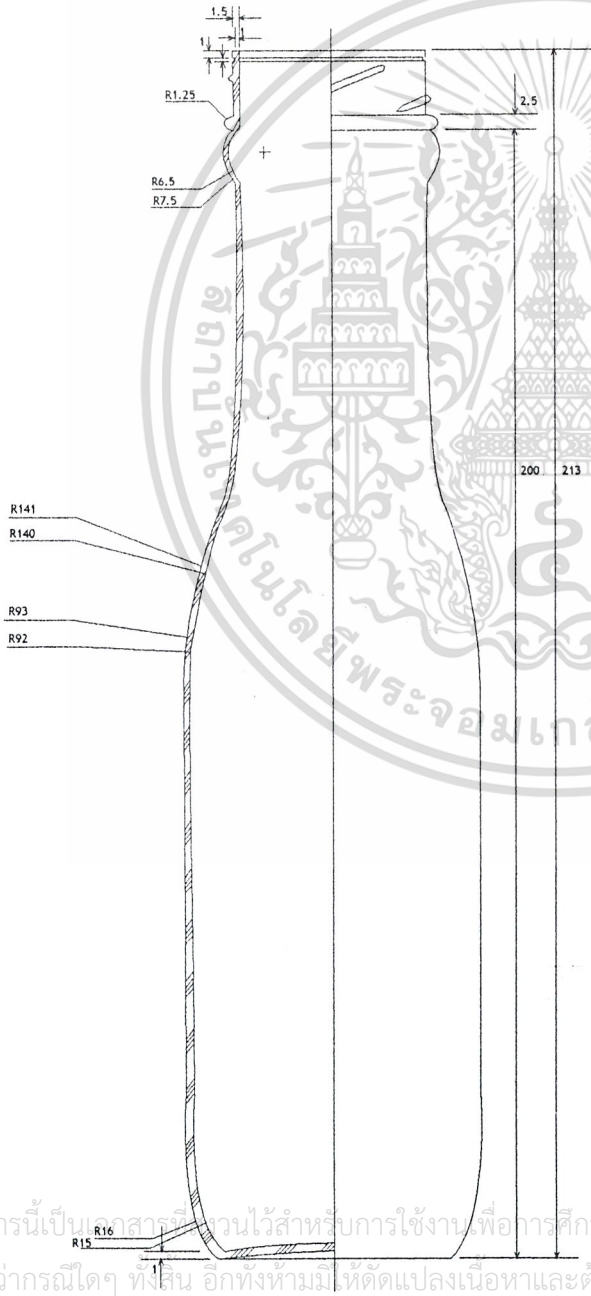
unit : cm scale 1:1

Part B ตัวขวด

unit : mm



Top View



Section B-B'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

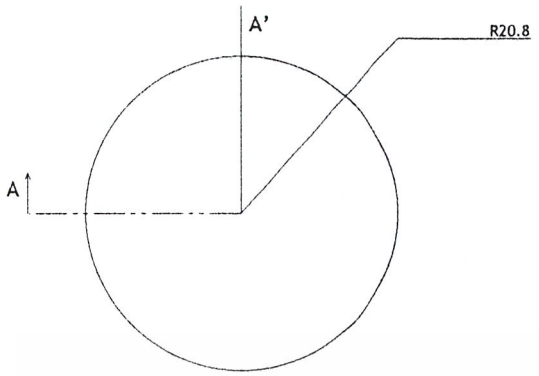
Olive oil bottle

Front View

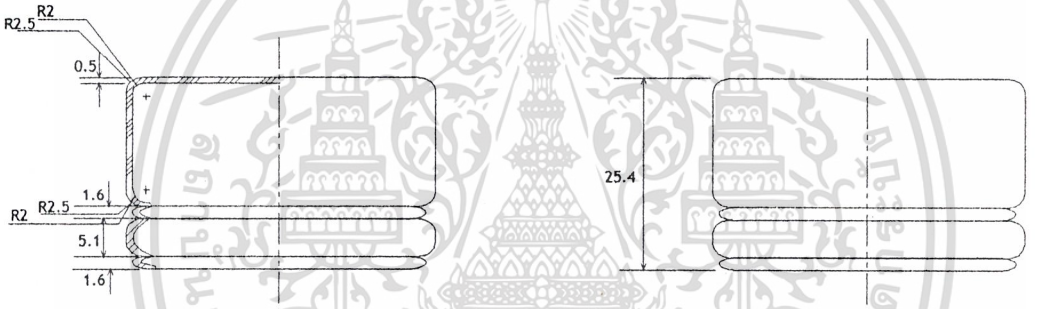
Specification : Salad Dressing

PART	NAME	QUA.	COLOUR	MAT.	PROCESS	REMARK
A	ฝาปิด	1	เขียว	โลหะ	Compress	-
B	ตัวขวด	1	ใส	แก้ว	Blow Mold	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Top View



Section A-A'

Side View

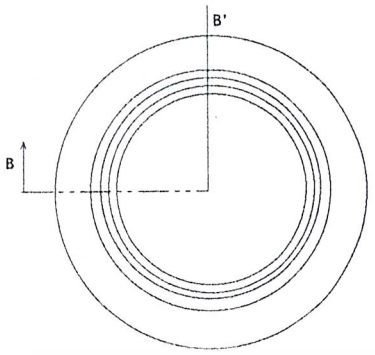
Part A ตัวฝา

unit : cm scale 1:1

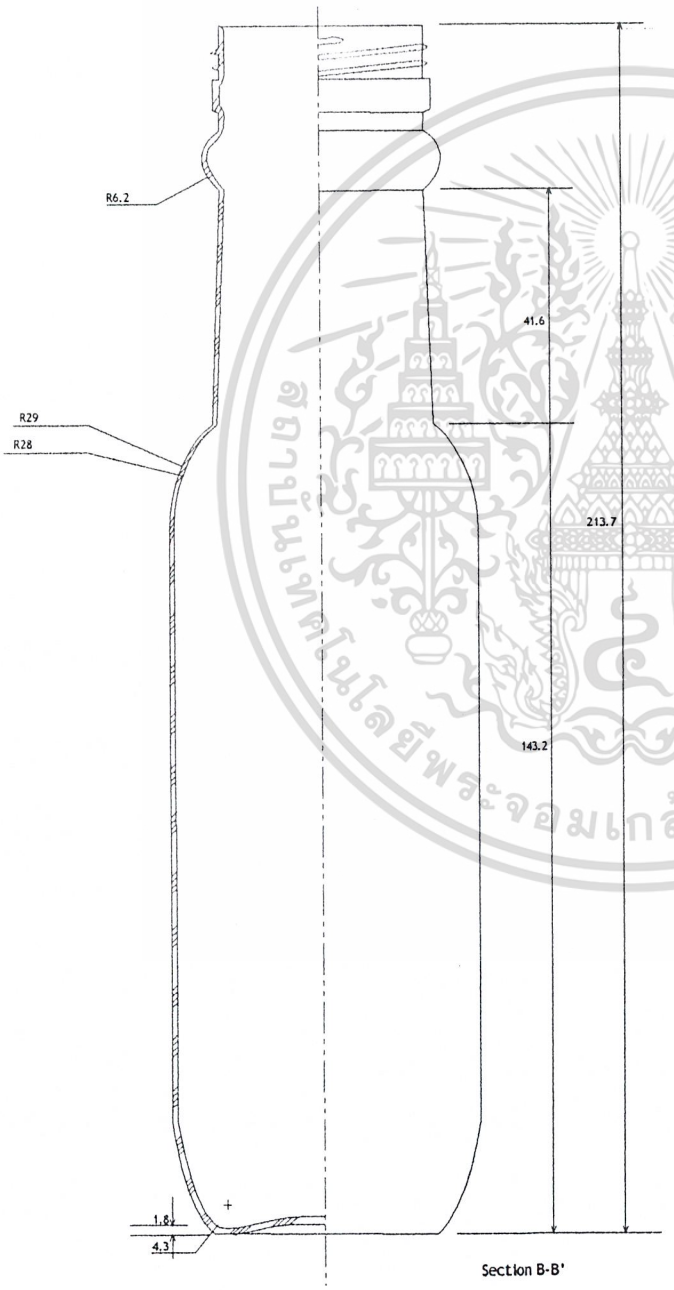
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Part B ตัวขวด

unit : cm



Top View



Section B-B'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะ ของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ควรแยกชนิดของผักที่ลอยเด่นอยู่ในแต่ละกล่องที่ต่างกันนั้น ให้สื่อถึงความหมายที่ชัดเจนกว่า ทำให้ชัดเจนว่าเป็นส่วนประกอบหลักหรือทำไมต้องต่างกัน

ในส่วนของโลโก้ภาษาไทย เพื่อความเป็นสากลมากขึ้น ควรเปลี่ยนเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากอาหารที่เลือกมาในโครงการมีความเหมาะสมในการใช้โลโก้ภาษาอังกฤษ และควรมีรายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อบอกคุณลักษณะอาหารด้านหน้าที่แสดงบนชั้นด้วย

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

ผลิตภัณฑ์อาหารกึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จรูป มีความสด แสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีและชัดเจนของประเภทอาหารโดยการแยกสีของแพกเกจ เปลี่ยนรูปแบบของจานอาหาร และรายละเอียดต่างๆ ในบรรจุภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งสามารถสื่อได้ถึงเอกลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. บรรจุภัณฑ์อาหาร . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์หยี่เฮง, 2541.

Donovan, J. Pasta Pasta Pasta . 2nd Edition, The Apple Press., 1998, ISBN 1-85076-943-5.

Cliff, S.F. 50 Trade Secrets of Great Design Packaging . Rockport Publishers., 1999, ISBN 1-56496-599-6.

Hazan, G.N. The Classic Pasta Cookbook . 5th Edition. Dorling Kindersley., 1996, ISBN 0-7513-0052-7.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข
(ฉบับที่ 175) พ.ศ.2539
เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องการแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุง และเรื่องการแสดงฉลากของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิก

1.1 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 124 (พ.ศ.2532) เรื่อง การแสดงฉลาก ของอาหารพร้อมปรุง ลงวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2532

1.2 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 147 (พ.ศ.2536) เรื่อง การแสดงฉลาก ของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ลงวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2536

ข้อ 2 ให้อาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีที่ผลิตภายในประเทศ เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก

ข้อ 3 ในประกาศฉบับนี้

3.1 อาหารพร้อมปรุง หมายความว่า อาหารที่ได้จัดเตรียมส่วนประกอบต่าง ๆ บรรจุไว้ในหน่วยภาชนะที่พร้อมจำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภคเพื่อนำไปปรุงเป็นอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ

3.2 อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที หมายความว่า อาหารที่ผลิตเรียบร้อยพร้อม บริโภคที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายได้ทันที

ข้อ 4 การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ.2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน พ.ศ.2525 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ.2528) เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2528 และให้ปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้

เอกสารนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น รวมทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 5 การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีที่จำหน่าย ต้องมีข้อความเป็นภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ โดยภาษาต่างประเทศนั้นต้องสอดคล้องกับภาษาไทย และอย่างน้อยต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 ชื่ออาหาร ให้ใช้ชื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

5.1.1 ชื่อเฉพาะของอาหาร หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ หรือชื่ออาหารเมื่อปรุงสำเร็จแล้วสำหรับอาหารพร้อมปรุง

5.1.2 ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้จะต้องมีข้อความแสดงชื่อตาม 5.1.1 กำกับชื่ออาหารทางการค้าด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวหรือต่างบรรทัดกับชื่อทางการค้าก็ได้ และจะมีขนาดตัวอักษรต่างกับชื่อทางการค้าก็ได้ แต่ต้องสามารถเห็นได้ชัดเจน

5.2 เครื่องหมายตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

5.3 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิตหรือแบ่งบรรจุหรือจัดจำหน่าย หรือชื่อและที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย หรือผู้จัดจำหน่าย แล้วแต่กรณี

5.4 วัน เดือน และปีที่ผลิต หรือวัน เดือน และปีที่หมดอายุ หรือวัน เดือน และปี ที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า "ผลิต" หรือ "หมดอายุ" หรือ "ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ด้วย แล้วแต่กรณี สำหรับอาหารพร้อมปรุง

5.5 วัน เดือน และปีที่ผลิต โดยมีข้อความว่า "ผลิต" กำกับไว้ และวัน เดือน และปีที่ หมดอายุ หรือวัน เดือน และปี ที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า "หมดอายุ" หรือ "ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ด้วย แล้วแต่กรณี สำหรับอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที

5.6 ข้อความว่า "ใช้วัตถุกันเสีย" ถ้ามีการใช้

5.7 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 6 ฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีที่ผลิตเพื่อส่งออกจะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

6.1 ชื่ออาหารในทางการค้า

6.2 ปริมาณสุทธิ

6.3 ข้อความ "ผลิตในประเทศไทย"

ข้อ 7 ฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ต้องปิด ติดหรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองเห็นได้ชัด

ข้อ 8 ฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ต้องไม่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งอาจทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกับอาหาร

ข้อ 9 ฉลากที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะเป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลาก ต้อง

9.1 ไม่เป็นเท็จ หรือหลอกลวง ให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

9.2 ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ

9.3 ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในอาหาร โดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

ข้อ 10 ข้อความในฉลากต้องมีลักษณะเห็นได้ชัดและอ่านได้ง่าย

การแสดงข้อความตามข้อ 5.1 ให้แสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก (Principal display panel) และข้อความตามข้อ 5.4 หรือ 5.5 จะแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลากหรือด้านบนหรือด้านล่างของภาชนะบรรจุก็ได้ แต่ถ้าแสดงไว้ที่ด้านล่างของภาชนะบรรจุ ต้องมีข้อความที่ฉลากนั้นว่าจะดูวัน เดือน และปีที่ผลิต วัน เดือน และปีที่หมดอายุ หรือวัน เดือน และปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดีได้ที่ใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 11 การแสดงสีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลาก ต้องใช้สีที่ตัดกันซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดของตัวอักษรหรือบริเวณพื้นที่ในฉลากที่ระบุข้อความนั้น ต้องมีขนาดตัวอักษรสัมพันธ์กับขนาดของพื้นที่ของฉลาก เว้นแต่เครื่องหมายตาม 5.2 ต้องมีขนาดตัวอักษรและแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

ข้อ 12 ฉลากที่มีเครื่องหมายการค้าแสดงไว้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจกำหนดให้ระบุคำว่า "ตรา" หรือ "เครื่องหมายการค้า" กำกับเครื่องหมายการค้าไว้ด้วย ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารนั้น

ข้อ 13 ชื่ออาหารตามข้อ 5.1 ต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิดหรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย และมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกัน ในกรณีที่ไม่อาจแสดงได้หมดในบรรทัดเดียวกัน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดก็ได้ หรือในกรณีที่ไม่อาจใช้ขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกัน ให้ใช้ขนาดของตัวอักษรที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเห็นสมควรก็ได้

ในกรณีที่มีชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศด้วย ขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาไทยต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าขนาดของตัวอักษรที่แสดงชื่ออาหารเป็นภาษาต่างประเทศ

เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจกำหนดให้ระบุข้อความหนึ่งข้อความใดประกอบชื่ออาหาร เช่น กรรมวิธีการผลิต รูปลักษณะของอาหาร ชนิดหรือส่วนของพืชหรือสัตว์ที่เป็นต้นกำเนิดของอาหาร

ข้อ 14 ประกาศฉบับนี้ไม่ใช้บังคับกับ

14.1 อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ซึ่งผู้ปรุงเป็นผู้จำหน่ายแก่ผู้บริโภคโดยตรง

14.2 อาหารควบคุมเฉพาะ อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน หรืออาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดเป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก เฉพาะที่เป็นอาหารพร้อมปรุง หรือเป็นอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 15 ผู้ผลิตอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ต้องแจ้งรายละเอียดของฉลากของอาหารดังกล่าวก่อนทำการผลิตเพื่อจำหน่าย ต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยให้กรอกรายละเอียดที่ระบุไว้ในแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด แล้วแต่กรณี จำนวน 2 ฉบับ และเมื่อได้รับหลักฐานการรับแจ้งรายละเอียดจากเจ้าหน้าที่แล้ว จะต้องแสดงเลขรับแจ้งดังกล่าวไว้บนฉลากด้วย

ข้อ 16 ให้ผู้ที่ได้จัดทำฉลากตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 124 (พ.ศ.2532) เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุง ลงวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2532 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 147 (พ.ศ.2536) เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ลงวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2536 อยู่ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ ให้คงใช้ฉลากเดิมไปพลางก่อนจนกว่าจะหมด แต่ต้องไม่เกินหนึ่งปีนับแต่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้น

ประกาศ ณ วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ.2539

เสนาะ เทียนทอง

(นายเสนาะ เทียนทอง)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

(ราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 113 ตอนที่ 103 ง. ลงวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ.2539)

สำเนาถูกต้อง

(นางรวิวรรณ หิมวัฒนา)

นักวิชาการเผยแพร่ 3

ดวงพร/พิมพ์

รวิวรรณ/ทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง ชี้แจงเกี่ยวกับประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที

เพื่อประโยชน์ในการเลือกซื้ออาหารและการติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด กระทรวงสาธารณสุขจึงได้กำหนดให้อาหารที่วางจำหน่ายในท้องตลาด ต้องมีเครื่องหมาย อย. และได้ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 175) พ.ศ.2539 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ลงวันที่ 6 พฤศจิกายน 2539 ซึ่งมีหลักการดังนี้

1. ยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข รวม 2 ฉบับ คือ

1.1 ยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 124 (พ.ศ.2532) เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุง ลงวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2532

1.2 ยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 147 (พ.ศ.2536) เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ลงวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2536

2. กำหนดให้อาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีที่ผลิตในประเทศเป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก โดยที่ได้กำหนดคำนิยามของอาหารดังกล่าวไว้ดังนี้

2.1 อาหารพร้อมปรุง หมายความว่า อาหารที่ได้จัดเตรียมส่วนประกอบต่าง ๆ บรรจุไว้ในหน่วยภาชนะที่พร้อมจำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค เพื่อนำไปปรุงเป็นอาหารชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น แกงส้มผักกะเฉดกับกุ้ง ซึ่งภายในภาชนะบรรจุจะมีผักกะเฉด กุ้ง และน้ำแกงส้มหรือเครื่องแกงส้มบรรจุรวมกัน ผักพริกขิง ซึ่งภายในภาชนะบรรจุจะมีชิ้นหมู พริกขิงหั่นฝอย และเครื่องแกง บรรจุรวมกัน

2.2 อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที หมายความว่า อาหารที่ผลิตเรียบร้อยพร้อมบริโภคที่บรรจุในภาชนะพร้อมจำหน่ายได้ทันที ยกตัวอย่างเช่น ข้าวโพดอบกรอบซึ่งบรรจุในถุงพลาสติก ขนมคุกกี้ซึ่งบรรจุในถุงหรือกล่องพลาสติก มะม่วงสามรสบรรจุในถุงหรือกล่องพลาสติก เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ข้อความที่กำหนดให้แสดงบนฉลาก ต้องเป็นภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ โดยข้อความภาษาต่างประเทศจะต้องสอดคล้องกับภาษาไทย และอย่างน้อยต้องมีข้อความแสดงรายละเอียด ดังนี้

3.1 ชื่ออาหาร ให้ใช้ชื่ออย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

3.1.1 ชื่อเฉพาะอาหาร หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ หรือชื่ออาหารเมื่อปรุงสำเร็จแล้ว สำหรับอาหารพร้อมปรุง ยกตัวอย่างเช่น แกงส้มกุ้งกับผักกะเฉด ผัดพริกขิง ข้าวโพดอบกรอบ ข้าวโพดอบเนย มะม่วงสามรส เป็นต้น

3.1.2 ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้จะต้องมีข้อความแสดงชื่อตาม 3.1.1 กำกับด้วย ยกตัวอย่างเช่น แม่มะลิแกงส้มกุ้งกับผักกะเฉด ตุ๊กตาข้าวโพดอบเนย เป็นต้น

3.2 เครื่องหมายดังต่อไปนี้

3.2.1 จ-พป-00/** หรือ จ-พป-xx-00/**

สำหรับอาหารพร้อมปรุง

3.2.2 จ-พท-00/** หรือ จ-พท-xx-00/**

สำหรับอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที

โดยที่ จ = จดแจ้ง

พป = กลุ่มอาหารพร้อมปรุง

พท = กลุ่มอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที

xx = อักษรย่อของจังหวัด

00 = ลำดับที่ของการจดแจ้งในแต่ละปี

** = เลขท้ายของปี พ.ศ. ที่จดแจ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิต หรือแบ่งบรรจุ หรือจัดจำหน่าย

3.4 การแสดง วันเดือนและปีที่ผลิต หมดอายุ ควรบริโภคก่อน

3.4.1 สำหรับอาหารพร้อมปรุงให้แสดงรายละเอียดดังนี้

(1) วันเดือนและปีที่ผลิต โดยมีข้อความว่า "ผลิต" กำกับไว้ด้วย

หรือ (2) วันเดือนและปีที่หมดอายุ โดยมีข้อความว่า "หมดอายุ" กำกับไว้ด้วย

หรือ (3) วันเดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า "ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ด้วย

3.4.2 สำหรับอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีให้แสดงรายละเอียดดังนี้

(1) วันเดือนและปีที่ผลิต โดยมีข้อความว่า "ผลิต" กำกับไว้ด้วย และ วันเดือนและปีที่หมดอายุ โดยมีข้อความว่า "หมดอายุ" กำกับไว้ด้วย

หรือ (2) วันเดือนและปีที่ผลิต โดยมีข้อความว่า "ผลิต" กำกับไว้ด้วย และ วันเดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า "ควรบริโภคก่อน" กำกับไว้ด้วย

3.5 ข้อความว่า "ใช้วัตถุกันเสีย" ถ้ามีการใช้

3.6 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

4. ฉลากที่ผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ จะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

4.1 ชื่ออาหารในทางการค้า

4.2 ปริมาณสุทธิ

4.3 ข้อความ "ผลิตในประเทศไทย"

5. ประกาศฉบับนี้ไม่ใช้บังคับกับ

5.1 อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ซึ่งผู้ปรุงเป็นผู้จำหน่ายแก่ผู้บริโภคโดยตรง

5.2 อาหารควบคุมเฉพาะ อาหารกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน หรืออาหารที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดเป็นอาหารที่ต้องมีฉลากเฉพาะที่เป็นอาหารพร้อมปรุง หรือเป็นอาหาร-สำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผู้ผลิตอาหารพร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที ต้องแจ้งรายละเอียดต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในกรณีที่สถานที่ผลิตอยู่ในกรุงเทพมหานคร หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิต โดยให้กรอกรายละเอียดที่ระบุไว้ในแบบ ฉ.8 สำหรับอาหารพร้อมปรุง และ ฉ.9 สำหรับอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ตามรายละเอียดในท้ายประกาศฯฉบับนี้ จำนวน 2 ฉบับ และเมื่อได้รับหลักฐานการรับแจ้งรายละเอียดจากเจ้าหน้าที่แล้ว จะต้องแสดงเลขรับแจ้งดังกล่าวไว้บนฉลากด้วย

ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ได้ประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 113 ตอนที่ 103 ง. วันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ.2539 มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2539 เป็นต้นไป สำหรับผู้ที่ได้จัดทำฉลากตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 124 (พ.ศ. 2532) เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารพร้อมปรุง ลงวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2532 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 147 (พ.ศ.2536) เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที ลงวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ.2536 อยู่ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ ให้คงใช้ฉลากเดิมไปพลางก่อนจนกว่าจะหมดแต่ต้องไม่เกินวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2540

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน และขอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขดังกล่าวด้วย หากมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อสอบถามได้ที่ กองควบคุมอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โทร.5907182 และ 5907175 ในเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ 17 มกราคม พ.ศ.2540

(ลงชื่อ) ภักดี โพธิศิริ

(นายภักดี โพธิศิริ)

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

สำเนาถูกต้อง

(นางรวิวรรณ ทิมวัฒนา)

นักวิชาการเผยแพร่ 3

ดวงพร/พิมพ์

รวิวรรณ/ทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

ฉบับที่ 144 (พ.ศ.2535)

เรื่อง อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

——— * ———

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ และมาตรา ๖ (๑) (๒) (๔) (๕) (๖) (๗) (๙) และ (๑๐) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.๒๕๒๒ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้ยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ ๖๙ (พ.ศ.๒๕๒๕) เรื่อง อาหารในภาชนะที่ปิดสนิท ลงวันที่ ๔ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๒๕

ข้อ ๒ ให้อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ

ข้อ ๓ อาหารในภาชนะที่ปิดสนิท หมายความว่า

(๑) อาหารที่ผ่านกรรมวิธีที่ใช้ทำลายหรือยับยั้งการขยายพันธุ์ของจุลินทรีย์ด้วยความร้อนภายหลังหรือก่อนการบรรจุหรือปิดผนึก ซึ่งเก็บรักษาไว้ในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทที่เป็นโลหะหรือวัตถุอื่นที่คงรูปที่สามารถป้องกันมิให้อากาศภายนอกเข้าไปในภาชนะบรรจุได้ และสามารถเก็บรักษาไว้ได้ในอุณหภูมิปกติ หรือ

(๒) อาหารในภาชนะบรรจุชนิดลามิเนต (laminate) ฉาบ เคลือบ อัด หรือติดด้วยโลหะหรือสิ่งอื่นใด หรืออาหารในภาชนะบรรจุที่เป็นขวดแก้วที่ฝามียางหรือวัสดุอื่นผนึก หรืออาหารในภาชนะบรรจุอื่น ซึ่งสามารถป้องกันมิให้ความชื้นหรืออากาศผ่านซึมเข้าภายในภาชนะบรรจุได้ในภาวะปกติและสามารถเก็บรักษาไว้ได้ในอุณหภูมิปกติ

ข้อ ๔ อาหารตามข้อ ๒ ต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐานดังต่อไปนี้

(๑) ไม่มีสี กลิ่นหรือรสที่ผิดจากสภาพของอาหารนั้น

(๒) ไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค

(๓) ไม่มีสารพิษจากจุลินทรีย์ในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(๔) ไม่มีสารปนเปื้อน เว้นแต่ ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.../2

(๔.๑) อาหารในภาชนะบรรจุที่เป็นโลหะ

ดีบุก	ไม่เกิน	๒๕๐ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม
สังกะสี	ไม่เกิน	๑๐๐ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม
ทองแดง	ไม่เกิน	๒๐ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม
ตะกั่ว	ไม่เกิน	๑ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม

เว้นแต่อาหารที่มีสารตะกั่วปนเปื้อนตามธรรมชาติในปริมาณสูง ให้มีได้ตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สารหนู	ไม่เกิน	๒ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม
ปรอท	ไม่เกิน	๐.๕ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม

สำหรับอาหารทะเล และไม่เกิน ๐.๐๒ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม สำหรับอาหารอื่น

(๔.๒) อาหารในภาชนะบรรจุที่ไม่เป็นโลหะ

ตะกั่ว	ไม่เกิน	๑ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม

เว้นแต่อาหารที่มีสารตะกั่วปนเปื้อนตามธรรมชาติในปริมาณสูง ให้มีได้ตามที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สารหนู	ไม่เกิน	๒ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม
ปรอท	ไม่เกิน	๐.๕ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม

สำหรับอาหารทะเล และไม่เกิน ๐.๐๒ มิลลิกรัมต่ออาหาร ๑ กิโลกรัม สำหรับอาหารอื่น

ข้อ ๕ อาหารตามข้อ ๓ (๑) ที่ผ่านกรรมวิธีให้ความร้อนภายหลังการบรรจุหรือปิดผนึก นอกจากต้องมีคุณภาพหรือมาตราฐานตามข้อ ๔ แล้ว ต้องมีคุณภาพหรือมาตราฐานเฉพาะดังนี้ด้วย คือไม่มีวัตถุกันเสีย เว้นแต่วัตถุกันเสียที่ติดมากับวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น

ความในวรรคหนึ่งไม่รวมถึงการใช้โพแทสเซียมไนไตรท์หรือโซเดียมไนไตรท์หรือโพแทสเซียมไนเตรทหรือโซเดียมไนเตรท ในปริมาณที่ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาสำหรับเนื้อหมักชนิด เคียวมีทโพรดัก (cured meet product)

ข้อ ๖ อาหารตามข้อ ๓(๑) ชนิดที่มีความเป็นกรด-ด่าง สูงกว่า ๔.๕ นอกจากต้องมีคุณภาพหรือมาตราฐานตามข้อ ๔ และข้อ ๕ แล้ว ต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐานเฉพาะดังนี้ด้วยคือ ไม่มีจุลินทรีย์ที่สามารถเจริญเติบโตได้ในระหว่างการเก็บที่อุณหภูมิปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.../3

ข้อ ๗ อาหารตามข้อ ๓(๑) ชนิดที่มีความเป็นกรด-ด่าง ตั้งแต่ ๔.๕ ลงมาและข้อ ๓(๒) นอกจากต้องมีคุณภาพหรือมาตราฐานตามข้อ ๔ และข้อ ๕ แล้ว ต้องมีคุณภาพหรือมาตราฐานเฉพาะดังนี้ด้วยคือ

(๑) ตรวจพบจุลินทรีย์ที่เจริญเติบโตได้ที่อุณหภูมิ ๓๗ องศาเซลเซียส หรือ ๕๕ องศาเซลเซียส

(๑.๑) ไม่เกิน ๑๐๐๐ ต่ออาหาร ๑ กรัม สำหรับอาหารตามข้อ ๓(๑)

(๑.๒) ไม่เกิน ๑๐๐๐๐ ต่ออาหาร ๑ กรัม สำหรับอาหารตามข้อ ๓(๒)

(๒) ตรวจพบยีสต์และราไม่เกิน ๑๐๐ ต่ออาหาร ๑ กรัม

(๓) ตรวจไม่พบบักเตรีชนิดโคลิฟอร์มหรือตรวจพบบักเตรีชนิดโคลิฟอร์มน้อยกว่า ๓ ต่ออาหาร ๑ กรัม ในกรณีที่ตรวจโดยวิธี เอ็ม พี เอ็น (most probable number)

ข้อ ๘ ภาชนะบรรจุอาหารตามข้อ ๒ ต้อง

(๑) สะอาด

(๒) ไม่เคยใช้ใส่อาหารหรือวัตถุอื่นใดมาก่อน ถ้าภาชนะบรรจุนั้นเป็นโลหะ

(๓) ไม่มีตะกั่ว สนิมเหล็ก หรือสีอื่นใดติดอยู่ที่ด้านในของภาชนะบรรจุ นอกจากสีของแล็กเคอร์หรือสีของดีบุก และด้านในของภาชนะบรรจุที่ทำด้วยแผ่นเหล็ก ต้องเคลือบดีบุกหรือสารอื่นใดที่ป้องกันมิให้อาหารสัมผัสกับแผ่นเหล็กได้โดยตรง

(๔) ไม่รั่วหรือบวม

(๕) เป็นภาชนะบรรจุที่ไม่มีสารออกมาปนเปื้อนกับอาหารในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ข้อ ๙ อาหารตามข้อ ๒ ต้องมีน้ำหนักเนื้ออาหาร (drained weight) ตามที่กำหนดไว้ในบัญชีท้ายประกาศนี้ เว้นแต่อาหารประเภทที่ไม่อาจแยกเนื้ออาหารได้

การตรวจหาน้ำหนักเนื้ออาหารให้ใช้วิธีตามที่กำหนดในหนังสือ เอ โอ เอ ซี (association of official analytical chemists) ของประเทศสหรัฐอเมริกา ฉบับพิมพ์ครั้งที่ ๑๓

ข้อ ๑๐ การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก

ข้อ ๑๑ ประกาศฉบับนี้ไม่ใช้บังคับกับอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทตามข้อ ๓(๒)ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ประกาศยกเว้นไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.../4

ข้อ ๑๒ ให้ถือว่าผู้ที่ได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหารหรือผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ ๖๙ (พ.ศ. ๒๕๒๕) เรื่อง อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทลงวันที่ ๔ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๒๕ ที่มีรายละเอียดถูกต้องตรงตามประกาศฉบับนี้เป็นผู้ได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหารหรือได้รับอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารตามประกาศฉบับนี้

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๓๕

(ลงชื่อ) ไพโรจน์ นิงสานนท์

(นายไพโรจน์ นิงสานนท์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

(คัดจากราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 109 ตอนที่ 112 ลงวันที่ 8 กันยายน 2535)

รับรองสำเนาถูกต้อง

(น.ส.สุกัญญา จันทรอารีย์)

นักวิชาการเผยแพร่ 4

สุนีย์/พิมพ์

สุกัญญา/ทาน

เอกสารนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เรื่อง กำหนดชนิดของอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 144 (พ.ศ.2535) ไม่ใช้บังคับ

———— ✻ ————

อาศัยอำนาจตามความในข้อ 11 แห่งประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 144 (พ.ศ.2535) เรื่อง อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ลงวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ.2535 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ให้อาหารในภาชนะบรรจุชนิดลามิเนต (laminate) ฉาบ เคลือบ อัด หรือติดด้วยโลหะหรือสิ่งอื่นใด หรืออาหารในภาชนะบรรจุที่เป็นขวดแก้วที่ผ่ามียางหรือวัสดุอื่นผนึก หรืออาหารในภาชนะบรรจุอื่น ซึ่งสามารถป้องกันมิให้ความชื้นหรืออากาศผ่านซึมเข้าภายในภาชนะบรรจุนั้นได้ในภาวะปกติ และสามารถเก็บรักษาไว้ได้ในอุณหภูมิปกติดังต่อไปนี้ เป็นอาหารที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 144 (พ.ศ.2535) เรื่อง อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ลงวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ.2535 ไม่ใช้บังคับ

1. อาหารขบเคี้ยว ประเภท คุกกี้ เวเฟอร์ แครกเกอร์ บิสกิต อาหารอบกรอบชนิดที่ไม่มีการสอดไส้ และข้าวเกรียบ
2. ผงเครื่องเทศ ผงเครื่องปรุงต่าง ๆ
3. แป้งประกอบอาหาร
4. อาหารอัดเม็ด อาหารบรรจุแคปซูล
5. พืชผัก ผลไม้ ที่ทำให้แห้ง
6. เนื้อสัตว์ที่ทำให้แห้ง

ทั้งนี้ตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 29 กันยายน พ.ศ.2535

(ลงชื่อ) มรกต กรเกษม

(นายมรกต กรเกษม)

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

(คัดจากราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 109 ตอนที่ 139 ลงวันที่ 29 ตุลาคม 2535)

รับรองสำเนาถูกต้อง

(น.ส.สุกัญญา จันทรอารีย์)

นักวิชาการเผยแพร่ 4

สุนีย์/พิมพ์

สุกัญญา/ทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีน้ำหนักเนื้ออาหาร

ประเภทอาหาร	ชนิด	น้ำหนักเนื้ออาหารเป็นร้อยละของน้ำหนักสุทธิ
ผลไม้	1. ชิ้นหรือแว่น	ไม่น้อยกว่า 60
	2. ทั้งผล	ไม่น้อยกว่า 40
พืชผัก	1. ชิ้น	ไม่น้อยกว่า 60
	2. เมล็ด	ไม่น้อยกว่า 50
	3. ผักหรือหัว	ไม่น้อยกว่า 40
	4. ตองเค็มหรือหวาน เช่น ซีเซกฉ่าย กึงฉ่าย ตั้งฉ่าย	ไม่น้อยกว่า 65
	5. เต้าหู้ยี้	ไม่น้อยกว่า 60
	6. เต้าเจี้ยว	ไม่น้อยกว่า 50
เนื้อสัตว์	1. บรรจุในน้ำเกลือ ซอส น้ำมัน หรือสิ่งอื่นที่ไม่ใช่เครื่องปรุง	ไม่น้อยกว่า 60
	2. เนื้อหอยในน้ำเกลือ ซอส น้ำมัน หรือสิ่งอื่นที่ไม่ใช่เครื่องปรุง	ไม่น้อยกว่า 50
	3. ไส้กรอกในน้ำเกลือ	ไม่น้อยกว่า 60
อาหารปรุงสำเร็จที่ทำให้สุกแล้ว	1. แกงเผ็ดต่าง ๆ	ไม่น้อยกว่า 50
	2. พะแนงต่าง ๆ	ไม่น้อยกว่า 65
	3. แกงกะหรี่ หรือมัสหมั่น	ไม่น้อยกว่า 60
	4. ผัดเผ็ดอย่างแห้ง เช่น ผัดพริกขิง ผัดเผ็ดปลาหรือกุ้ง	ไม่น้อยกว่า 90
	5. กุ้งเค็มหรือหวาน	ไม่น้อยกว่า 80
	6. หมูหวาน	ไม่น้อยกว่า 75
	7. ไก่หรือหมูพะโล้/ไก่หรือหมูหรือขาหมูต้มเค็ม	ไม่น้อยกว่า 55

อาหารประเภทหรือชนิดตามที่กำหนดไว้ในบัญชีแต่มีลักษณะพิเศษที่มิอาจกำหนดเนื้ออาหารให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในบัญชีได้ หรืออาหารประเภทอื่นที่มิได้กำหนดไว้ในบัญชีให้มีน้ำหนักเนื้ออาหารตามที่ได้รับความเห็นชอบจาก สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

* ฉลากโภชนาการ *

(สำเนา)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

(ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

เรื่อง ฉลากโภชนาการ

โดยที่เป็นการสมควรกำหนดให้มีการแสดงฉลากโภชนาการ เพื่อให้ข้อมูลและความรู้ด้านคุณค่าทางโภชนาการของอาหารแก่ประชาชน อันเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านอาหารและโภชนาการ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้อาหารดังต่อไปนี้เป็นอาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ

1.1 อาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

1.2 อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย

1.3 อาหารที่ระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขาย

1.4 อาหารอื่นตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการอาหาร

ข้อ 2 ในประกาศนี้

"อาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ" หมายถึง อาหารที่แสดงข้อมูลทางโภชนาการบนฉลากเกี่ยวกับชนิดหรือปริมาณสารอาหาร ปริมาณสารอาหารโดยเปรียบเทียบ หรือหน้าที่ของสารอาหาร แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงอาหารที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ

"อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย" หมายถึง อาหารที่มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับคุณประโยชน์หรือหน้าที่ของตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ หรือสารอาหารอย่างหนึ่งอย่างใดของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อร่างกายหรือสุขภาพ มาใช้เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย

"อาหารที่ระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขาย" หมายถึง อาหารที่มุ่งจะใช้กับกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยเรียน กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงอาหารที่มีการระบุกลุ่มผู้บริโภคเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ

"สารอาหาร" หมายถึง สารอาหารที่กำหนดไว้ในบัญชีหมายเลข 3 แนบท้ายประกาศฉบับนี้ และให้หมายความรวมถึงพลังงานที่ได้จากสารอาหารด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บังคับ และเมื่อได้ยื่นคำขอดังกล่าวแล้วให้คงใช้ฉลากนั้นไปพลางก่อนได้ จนกว่าจะได้รับอนุญาต หรือถึงวันที่ผู้อนุญาตได้แจ้งให้ทราบถึงการไม่อนุญาตให้ใช้ฉลากนั้นต่อไป

ในการอนุญาตให้ใช้ฉลากใหม่ตามวรรคหนึ่ง ถ้าปรากฏว่าฉลากเดิมที่ได้จัดทำไว้ใช้ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับเหลืออยู่ และไม่ถูกต้องตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ ผู้อนุญาตจะอนุญาตให้ใช้ฉลากเดิมไปพลางก่อนจนกว่าจะหมดก็ได้ แต่ต้องไม่เกินหนึ่งปีนับแต่วันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับ

ประกาศ ณ วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2541

(ลงชื่อ) รักเกียรติ สุขธนะ

(นายรักเกียรติ สุขธนะ)
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

(คัดจากราชกิจจานุเบกษาฉบับทั่วไป เล่ม 115 ตอนที่ 47 ง. ลงวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2541)

รับรองสำเนาถูกต้อง

(นางหัทยา กองจันทึก)
นักวิชาการอาหารและยา 7 ว.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีหมายเลข 1
แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

รูปแบบและเงื่อนไขของการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ

1. **รูปแบบของกรอบข้อมูลโภชนาการ** ต้องมีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ สำหรับรูปแบบที่นอกเหนือจากนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

1.1 การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็ม

(1) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มรูปแบบมาตรฐาน

ส่วนที่ 1	**ข้อมูลโภชนาการ** หนึ่งหน่วยบริโภค :.....(.....) จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... : .....
ส่วนที่ 2 ช่วงที่ 1	คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี (พลังงานจากไขมัน ..... กิโลแคลอรี)
ช่วงที่ 2	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน * ไขมันทั้งหมด ..... ก. .....% ไขมันอิ่มตัว ..... ก. .....% โคเลสเตอรอล ..... มก. .....% โปรตีน ..... ก. คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ..... ก. .....% ใยอาหาร ..... ก. .....% น้ำตาล ..... ก. โซเดียม ..... มก. .....%
ช่วงที่ 3	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน * วิตามินเอ .....% วิตามินบี 1 .....% วิตามินบี 2 .....% แคลเซียม .....% เหล็ก .....% * ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี
ส่วนที่ 3	ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่าง ๆ ดังนี้ ไขมันทั้งหมด น้อยกว่า 65 ก. ไขมันอิ่มตัว น้อยกว่า 20 ก. โคเลสเตอรอล น้อยกว่า 300 มก. คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด 300 ก. ใยอาหาร 25 ก. โซเดียม น้อยกว่า 2,400 มก. พลังงาน (กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9 ; โปรตีน = 4 ; คาร์โบไฮเดรต = 4

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

(2) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มรูปแบบขวาง สำหรับฉลากที่มีพื้นที่แนวตั้งจำกัดและมีพื้นที่ตั้งแต่ 250 ตารางเซนติเมตร ขึ้นไป

ข้อมูลโภชนาการ	คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *
หนึ่งหน่วยบริโภค : .....(.....)	ไขมันทั้งหมด ..... ก.	.....%
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... :	ไขมันอิ่มตัว ..... ก.	.....%
	โคเลสเตอรอล ..... มก.	.....%
พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี	โปรตีน ..... ก.	
(พลังงานจากไขมัน ..... กิโลแคลอรี)	คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ..... ก.	.....%
	ใยอาหาร ..... ก.	.....%
	น้ำตาล ..... ก.	
	โซเดียม ..... มก.	.....%
	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *	
	วิตามินเอ .....% วิตามินบี 1 ..... % วิตามินบี 2 .....%	
	แคลเซียม .....% เหล็ก .....%	

* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี

ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่าง ๆ ดังนี้

ไขมันทั้งหมด	น้อยกว่า	65	ก.
ไขมันอิ่มตัว	น้อยกว่า	20	ก.
โคเลสเตอรอล	น้อยกว่า	300	มก.
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด		300	ก.
ใยอาหาร		25	ก.
โซเดียม	น้อยกว่า	2,400	มก.

พลังงาน (กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9 ; โปรตีน =4 ; คาร์โบไฮเดรต =4

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

(3) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มรูปแบบขวาง สำหรับฉลากที่มีพื้นที่แนวตั้งจำกัดและมีพื้นที่น้อยกว่า 250 ตารางเซนติเมตร

ข้อมูลโภชนาการ	คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *
หนึ่งหน่วยบริโภค : .....(.....)		
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... :	ไขมันทั้งหมด ..... ก.	.....%
	ไขมันอิ่มตัว ..... ก.	.....%
พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี	โคเลสเตอรอล ..... มก.	.....%
(พลังงานจากไขมัน ..... กิโลแคลอรี)	โปรตีน ..... ก.	
	คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ..... ก.	.....%
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน สำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี	ใยอาหาร ..... ก.	.....%
	น้ำตาล ..... ก.	
	โซเดียม ..... มก.	.....%

ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *		
วิตามินเอ .....%	วิตามินบี 1 ..... %	วิตามินบี 2 .....%
แคลเซียม .....%	เหล็ก .....%	

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง “.....” ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ “คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก.” หรือ “คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล.” แทนข้อความ “คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค

(4) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มรูปแบบข้อความต่อเนื่อง สำหรับฉลากที่มีพื้นที่น้อยกว่า 80 ตารางเซนติเมตร

ข้อมูลโภชนาการ หนึ่งหน่วยบริโภค : ..... (.....); จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... : ..... **คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค : พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี;** พลังงานจากไขมัน ..... กิโลแคลอรี; **ไขมันทั้งหมด** ... ก. (.....%)*; ไขมันอิ่มตัว ..... ก. (.....%)*; **โคเลสเตอรอล** ..... มก. (.....%)*; **โปรตีน** ..... ก.; **คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด** ... ก. (.....%)*; ใยอาหาร ..... ก. (.....%)*; **น้ำตาล** ..... ก.; **โซเดียม** ..... มก. (.....%)*; **วิตามินเอ** (.....%)*; **วิตามินบี 1** (.....%)*; **วิตามินบี 2** (.....%)*; **แคลเซียม** (.....%)*; **เหล็ก** (.....%)* ***ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี**

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อ

ให้เลือกแสดงได้เมื่อสารอาหารที่กำหนดในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มส่วนที่ 2 จำนวนตั้งแต่ 8 รายการขึ้นไป จาก 15 รายการ มีปริมาณที่น้อยมากไม่มีความสำคัญจนถือว่าเป็นศูนย์ตามหลักเกณฑ์ในข้อ 2.5 ของบัญชีนี้ ทั้งนี้ หากปริมาณสารอาหารใดที่กำหนดให้แสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็ม แต่ไม่กำหนดให้แสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อ มีค่าที่มีนัยสำคัญก็ต้องแสดงไว้ในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อด้วย

(1) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อรูปแบบมาตรฐาน

ข้อมูลโภชนาการ	
หนึ่งหน่วยบริโภค : .....(.....) จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... :	
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี	
	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน *
ไขมันทั้งหมด ..... ก.	..... %
โปรตีน ..... ก.	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ..... ก.	..... %
น้ำตาล ..... ก.	
โซเดียม ..... มก.	..... %
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี	

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อรูปแบบขวาง สำหรับฉลากที่มีพื้นที่แนวตั้งจำกัด

ข้อมูลโภชนาการ	คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน
*		
หนึ่งหน่วยบริโภค : .....(.....)	ไขมันทั้งหมด ..... ก.	.....%
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... :	โปรตีน ..... ก.	
	คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ..... ก.	.....%
พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี	น้ำตาล ..... ก.	
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี	โซเดียม ..... มก.	.....%

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

(3) การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อรูปแบบข้อความต่อเนื่อง สำหรับฉลากที่มีพื้นที่น้อยกว่า 80 ตารางเซนติเมตร

ข้อมูลโภชนาการ หนึ่งหน่วยบริโภค : ..... (.....); จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... : ..... **คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค : พลังงานทั้งหมด ..... กิโลแคลอรี; ไขมันทั้งหมด** ..... ก. (.....%)*; **โปรตีน** ..... ก.; **คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด** ..... ก. (.....%)*; **น้ำตาล** ..... ก.; **โซเดียม** ..... มก (.....%)* * ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี

<u>หมายเหตุ</u> 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 การแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบควบคู่

ใช้เสดงเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นอาจต้องผสมกับส่วนประกอบอื่น และ/หรือนำไปผ่านกรรมวิธีตามที่ระบุไว้บนฉลาก ให้แสดงข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในสภาพตามที่จำหน่ายและในสภาพหลังเตรียมตามคำแนะนำบนฉลาก ดังนี้

ข้อมูลโภชนาการ		
หนึ่งหน่วยบริโภค : .....(.....)		
จำนวนหน่วยบริโภคต่อ ..... :		
คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค	**ผลิตภัณฑ์**	**ผลิตภัณฑ์หลังเตรียม**
พลังงานทั้งหมด กิโลแคลอรี	.....	.....
(พลังงานจากไขมัน กิโลแคลอรี)	.....	.....
คุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์	ร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน*	
ไขมันทั้งหมด ..... ก.	.....%	.....%
ไขมันอิ่มตัว ..... ก.	.....%	.....%
โคเลสเตอรอล ..... มก.	.....%	.....%
โปรตีน ..... ก.		
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด ..... ก.	.....%	.....%
ใยอาหาร ..... ก.	.....%	.....%
น้ำตาล ..... ก.		
โซเดียม ..... มก.	.....%	.....%
วิตามินเอ	.....%	.....%
วิตามินบี 1	.....%	.....%
วิตามินบี 2	.....%	.....%
แคลเซียม	.....%	.....%
เหล็ก	.....%	.....%
* ร้อยละของปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคต่อวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) โดยคิดจากความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี		
ความต้องการพลังงานของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ผู้ที่ต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ควรได้รับสารอาหารต่าง ๆ ดังนี้		
ไขมันทั้งหมด	น้อยกว่า 65 ก.	
ไขมันอิ่มตัว	น้อยกว่า 20 ก.	
โคเลสเตอรอล	น้อยกว่า 300 มก.	
คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด	300 ก.	
ใยอาหาร	25 ก.	
โซเดียม	น้อยกว่า 2,400 มก.	
พลังงาน (กิโลแคลอรี) ต่อกรัม : ไขมัน = 9 ; โปรตีน = 4 ; คาร์โบไฮเดรต = 4		

หมายเหตุ 1. ให้เติมข้อมูลในช่องว่าง "....." ให้สมบูรณ์ตามรูปแบบของกรอบ

2. ในกรณีที่อาหารดังกล่าวไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

3. คำว่า "ผลิตภัณฑ์" และ "ผลิตภัณฑ์หลังเตรียม" ให้ระบุเป็นชื่อชนิดของอาหารตามข้อเท็จจริง เช่น "แป้งเค้กผสม" และ "เค้ก" ตามลำดับ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งไม่อนุญาตให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เงื่อนไขการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ

2.1 ต้องแสดงตามรูปแบบที่กำหนด การแสดงสีของพื้นกรอบข้อมูลให้ใช้สีเดียวกันและสีของข้อความในกรอบข้อมูลต้องใช้สีที่ตัดกันกับสีของพื้นกรอบ ซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ตัวอักษรต้องใช้สีเดียวกันและต้องมีขนาดสัมพันธ์กับพื้นที่ของกรอบ

2.2 ต้องแสดงข้อมูลพลังงานหรือสารอาหารทุกรายการตามที่กำหนดให้แสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการแต่ละแบบ แม้ว่าพลังงานหรือสารอาหารนั้น ๆ จะมีปริมาณที่น้อยมากไม่มีความสำคัญจนถือว่าเป็นศูนย์ตามหลักเกณฑ์ในเงื่อนไขการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการข้อ 2.5

2.3 การแสดงข้อมูลสารอาหารอื่นนอกเหนือจากที่กำหนดให้โดยที่สารอาหารนั้นมีอยู่ในบัญชีหมายเลข 3 แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ ต้องแสดงสารอาหารนั้นในกรอบข้อมูลโภชนาการส่วนที่ 2 ช่วงที่ 1 ถึง 3 และจะต้องแสดงตามลำดับก่อนหลังดังต่อไปนี้ สำหรับสารอาหารที่ไม่มีอยู่ในบัญชีหมายเลข 3 ดังกล่าว ให้แสดงชนิดและปริมาณสารอาหารนั้นนอกกรอบข้อมูลโภชนาการเท่านั้น

ส่วนที่ 2	ช่วงที่ 1	พลังงานทั้งหมด* พลังงานจากไขมัน* พลังงานจากไขมันอิ่มตัว
	ช่วงที่ 2	ไขมันทั้งหมด* ไขมันอิ่มตัว* ไขมันไม่อิ่มตัวตำแหน่งเดียว ไขมันไม่อิ่มตัวหลายตำแหน่ง โคเลสเตอรอล* โปรตีน* คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด* ใยอาหาร* ใยอาหารที่ละลายน้ำได้ ใยอาหารที่ไม่ละลายน้ำ น้ำตาล* น้ำตาลแอลกอฮอล์ คาร์โบไฮเดรตส่วนอื่น โซเดียม* โพแทสเซียม
	ช่วงที่ 3	วิตามินเอ* วิตามินบี 1* วิตามินบี 2* แคลเซียม* เหล็ก* วิตามินและแร่ธาตุตัวอื่นที่มีอยู่ในบัญชีสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) ให้แสดงปริมาณเป็นร้อยละของ Thai RDI โดยเรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย

หมายเหตุ * เป็นข้อมูลโภชนาการที่บังคับให้แสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็ม

2.4 หากผลิตภัณฑ์มีการเติมสารอาหารลงในอาหาร หรือมีการกล่าวอ้างถึงสารอาหารใดบนฉลาก โดยสารอาหารนั้นมิได้บังคับให้แสดงในกรอบข้อมูลโภชนาการ ต้องแสดงสารอาหารนั้นตามเงื่อนไขการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการข้อ 2.3 ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 หลักเกณฑ์การปัดตัวเลขของการแสดงค่าปริมาณสารอาหารบนฉลากโภชนาการ

พลังงานและสารอาหาร	หน่วย	ผลการวิเคราะห์	การแสดงค่าปริมาณสารอาหาร*	ผลการคำนวณเป็นร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน**	การแสดงค่าปริมาณสารอาหารเป็นร้อยละของปริมาณที่แนะนำต่อวัน**	ปริมาณที่น้อยมากไม่มีความสำคัญจนถือว่าเป็นศูนย์
พลังงาน, พลังงานจากไขมัน	กิโลแคลอรี	< 5 ≤ 50 > 50	แสดงค่าเป็น 0 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 5 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 10	ค่าที่ได้ทุกระดับ	ปัดเป็นจำนวนเต็มให้ใกล้เคียงมากที่สุด	< 5 กิโลแคลอรี
ไขมันทั้งหมด, ไขมันอิ่มตัว	กรัม	< 0.5 < 5 ≥ 5	แสดงค่าเป็น 0 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 0.5 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 1			< 0.5 กรัม
โคเลสเตอรอล	มิลลิกรัม	< 2 2-5 > 5	แสดงค่าเป็น 0 แสดงค่า "น้อยกว่า 5" แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 5			< 2 มิลลิกรัม
โปรตีน คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด, ใยอาหาร, น้ำตาล	กรัม	< 0.5 ≤ 1 > 1	แสดงค่าเป็น 0 แสดงค่า "น้อยกว่า 1" แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 1			< 1 กรัม (เฉพาะน้ำตาล < 0.5 กรัม)
โซเดียม	มิลลิกรัม	< 5 5-140 > 140	แสดงค่าเป็น 0 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 5 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 10			< 5 มิลลิกรัม
วิตามิน, เกลือแร่ (ยกเว้นโซเดียม)			(ไม่ต้องแสดง)	< 2 ≤ 10 > 10-50 > 50	แสดงค่าเป็น 0 หรือ "น้อยกว่า 2" แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 2 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 5 แสดงค่าขึ้นลงขั้นละ 10	< ร้อยละ 2 ของปริมาณที่แนะนำต่อวัน

หมายเหตุ * แสดงต่อปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก ถ้าไม่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง หรือไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้แล้วให้แสดงต่อ 100 ก. หรือต่อ 100 มล.

**ปริมาณที่แนะนำต่อวัน หมายถึง สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai Recommended Daily Intakes-Thai RDI)

">" หมายถึง "มากกว่า" "<"หมายถึง " น้อยกว่า" "≤" หมายถึง "น้อยกว่าหรือเท่ากับ" "≥" หมายถึง "มากกว่าหรือเท่ากับ"

เอกสารอ้างอิง

1.. Codex Alimentarius. 1993. Codex Guidelines on Nutrition Labelling CAC/GL 2-1985 (Rev.1-1993)

2. U.S. Food and Drug Administration . 1995. Code of Federal Regulations 21 CFR part 101 : Food Labeling.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีหมายเลข 2

แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

วิธีการกำหนดปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคกับจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ

1. **หนึ่งหน่วยบริโภค** หมายถึง ปริมาณอาหารที่คนไทยปกติทั่วไปรับประทานได้หมดใน 1 ครั้ง ปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่ระบุในฉลากโภชนาการเป็นปริมาณอาหารที่ผู้ผลิตแนะนำให้ผู้บริโภครับประทานผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในแต่ละครั้ง หรือเรียกว่า "กินครั้งละ" นั่นเอง

ปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคนี้กำหนดได้จากปริมาณ "หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง" ซึ่งเป็นค่าปริมาณอาหารโดยน้ำหนักหรือปริมาตรของการรับประทานแต่ละครั้งที่ประมวลได้จากการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคและข้อมูลจากผู้ผลิตเป็นเกณฑ์ ทั้งนี้ปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคดังกล่าวอาจไม่เท่ากับปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงก็ได้ แต่จะต้องเป็นค่าที่ใกล้เคียงตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

2. **จำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ** หมายถึง จำนวนครั้งของการบริโภคอาหารนั้นที่มีอยู่ในหนึ่งหน่วยภาชนะบรรจุ

3. **ตารางปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงของผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ** เพื่อประโยชน์ในการแสดง "หนึ่งหน่วยบริโภค" ในฉลากโภชนาการ จึงกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงของผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ โดยจัดเป็น 7 กลุ่มตามลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือลักษณะการบริโภคผลิตภัณฑ์ ได้แก่

3.1 กลุ่มนมและผลิตภัณฑ์ (Dairy products)

3.2 กลุ่มเครื่องดื่ม (พร้อมดื่ม) (Beverages)

3.3 กลุ่มอาหารขบเคี้ยวและขนมหวาน (Snack food and desserts)

3.4 กลุ่มอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Semi- processed foods)

3.5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมอบ (Bakery products)

3.6 กลุ่มธัญพืชและผลิตภัณฑ์ (Cereals and grain products)

3.7 กลุ่มอื่น ๆ (Miscellaneous)

3.1 กลุ่มนมและผลิตภัณฑ์ (Dairy products)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	
1.	นมและผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม	200	มล.
2.	นมข้นไม่หวาน (นมข้นจืด) (condensed, evaporated, undiluted)	15	มล.
	นมข้นหวาน (sweetened, condensed)	20	ก.
4.	โยเกิร์ตชนิดครึ่งแข็งครึ่งเหลว	150	ก.
5.	โยเกิร์ตชนิดพร้อมดื่ม	150	มล.
6.	โยเกิร์ตแช่แข็ง	80	ก.
7.	ครีมและครีมเทียม (เหลว)	15	มล.
8.	ครีมและครีมเทียม (ผง)	3	ก.
9.	ครีมเปรี้ยว	30	ก.
10.	ครีมพร่องมันเนย (half & half)	30	มล.
11.	ครีมชีสและชีสสเปรด	30	ก.
12.	เนยแข็งชนิดคอตเตจ	110	ก.
13.	เนยแข็งชนิดริคอตตาและคอตเตจชนิดแห้ง	55	ก.
14.	เนยแข็งชนิดพาร์มีซาน โรมาโน	5	ก.
15.	เนยแข็งชนิดอื่น	30	ก.

3.2 กลุ่มเครื่องดื่ม (พร้อมดื่ม) (Beverages)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	
1.	น้ำผลไม้	200	มล.
2.	เครื่องดื่มจากพืช ผัก และธัญพืช รวมทั้งนมถั่วเหลือง		
3.	เครื่องดื่มที่มีหรือไม่มีกาซผสมอยู่ (รวมทั้งน้ำบริโภคและน้ำแร่)		
4.	ชา กาแฟ และเครื่องดื่มอื่น ๆ		

3.3 กลุ่มอาหารขบเคี้ยวและขนมหวาน (Snack food and desserts)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	
1.	ข้าวเกรียบ ข้าวโพดคั่ว มันฝรั่งทอด ขนมกรอบ กล้วยฉาบ และ extruded snack ต่าง ๆ	30	ก.
2.	ถั่วและนัต (เช่น ถั่วอบเกลือ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์อบเกลือ)	30	ก.
3.	ช็อกโกแลตและขนมโกโก้	40	ก.
4.	คัสตาร์ด พุดดิ้ง	140	ก.
5.	ขนมหวานไทย เช่น สังขยา วุ้น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด	80	ก.
6.	วุ้นสำเร็จรูปและขนมเยลลี่	20	ก.
7.	ไอศกรีมนม ไอศกรีมดัดแปลง ไอศกรีมผสม รวมทั้งส่วนเคลือบและกรวย	80	ก.
8.	ไอศกรีมหวานเย็น น้ำผลไม้แช่แข็ง	80	ก.
9.	ไอศกรีมซันเดย์	80	ก.
10.	ลูกอม ลูกกวาด ทอฟฟี่ อมยิ้ม มาร์ชแมลโลว์	6	ก.
11.	หมากฝรั่ง	3	ก.
12.	ขนมที่ทำจากธัญพืช ถั่ว นัต และน้ำตาลเป็นหลัก (Grain-based bars) ทั้งชนิดที่มีและไม่มีไส้หรือเคลือบ เช่น Granola bars, rice cereal bars กระยาสารท ถั่วตัด ข้าวพอง ข้าวแตน นางเล็ด	40	ก.

3.4 กลุ่มอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Semi-processed food)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	
1.	บะหมี่ เส้นหมี่ วุ้นเส้น ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยจั๊บ	50	ก.
2.	ข้าวต้ม โจ๊ก	50	ก.

3.5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมอบ (Bakery products)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง
1.	ขนมปัง (Bread)	50 ก.
2.	บราวนี	30 ก.
3.	คุกกี้	30 ก.
4.	เค้ก - ชนิดหนัก เช่น ชีสเค้ก เค้กผลไม้ ซึ่งมีส่วนผสมของผลไม้นัต ตั้งแต่ 35% ขึ้นไป - คัพเค้ก เอแคลร์ ครีมพัฟ ชิฟฟอน สปันจ์เค้กที่มีหรือไม่มีไอซิ่ง หรือไส้	80 ก. 55 ก.
5.	เค้กกาแฟ โดนัต และมัฟฟิน	55 ก.
6.	ขนมปังกรอบ แครกเกอร์ เวเฟอร์ บิสกิต	30 ก.
7.	แครกเกอร์ที่เป็นกรวยไอศกรีม	15 ก.
8.	แพนเค้ก	110 ก.
9.	วอฟเฟิล	85 ก.
10.	พาย เพสตรี้ ทั้งชนิดที่มีและไม่มีไส้	55 ก.

3.6 กลุ่มธัญพืชและผลิตภัณฑ์ (Cereals and grain products)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง
1.	อาหารเช้าจากธัญพืช (Breakfast cereal) (พร้อมบริโภค) - ที่มีน้ำหนักน้อยกว่า 20 กรัมต่อ 1 ถ้วย - ที่มีน้ำหนักระหว่าง 20 กรัมถึงน้อยกว่า 43 กรัมต่อ 1 ถ้วย - ที่มีน้ำหนักตั้งแต่ 43 กรัมขึ้นไปต่อ 1 ถ้วย	 15 ก. 30 ก. 55 ก.
2.	รำข้าว (Bran) หรือจมูกข้าวสาลี (Wheat germ)	15 ก.
3.	แป้งสาลี แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งท้าวยายม่อม และ Cornmeal	30 ก.
4.	แป้งข้าวโพด แป้งมันสำปะหลัง แป้งมันฝรั่ง	10 ก.
5.	พาสต้า (มะกะโรนี สปาเกตตี และอื่น ๆ)	55 ก. (ดิบ) 140 ก. (ต้มสุก) 25 ก. (ทอดกรอบ)
6.	ข้าวเจ้า ข้าวบาร์เล่ย์	50 ก. (ดิบ) 130 ก. (สุก)

3.7 กลุ่มอื่น ๆ (Miscellaneous)

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	
1.	อาหารที่บรรจุกระป๋อง ขวดแก้วที่ปิดสนิท ซองอลูมิเนียมฟอยล์ retort pouch		
	- เนื้อสัตว์ ปลา หอย ในน้ำ น้ำมัน น้ำเกลือ (ไม่รวมของเหลว)	55	ก.
	- เนื้อสัตว์ ปลา หอย ในซอส เช่น ซาร์ดีนในซอสมะเขือเทศ	85	ก.
	- เนื้อสัตว์ ปลา หอย ทอดแล้วบรรจุแบบแห้ง เช่น ปลาเกล็ดขาวทอดกรอบ	25	ก.
	- เนื้อสัตว์ ปลา หอย ทอดแล้วบรรจุกับของเหลว เช่น หอยลายผัดพริก ปลาดุกอุยสามรส	85	ก.
	- ปลาแอนโชวี	15	ก.
	- ผัก (ไม่รวมของเหลว) เช่น ถั่วฝักยาวในน้ำเกลือ ข้าวโพดอ่อนในน้ำเกลือ	130	ก.
	- ผักหรือถั่วในซอส	130	ก.
	- ผลไม้ (รวมของเหลว)	140	ก.
	- ซุปพร้อมบริโภคและแกงต่าง ๆ	200	ก.
	- ซุปสกัด	40	มล.
	- น้ำกะทิพร้อมบริโภค	80	มล.
2.	เบคอน	15	ก.
3.	ไส้กรอกที่มีอัตราส่วนความชื้น : โปรตีน น้อยกว่า 2 : 1 เช่น กุนเชียง เปปเปอโรนี รวมทั้งเนื้อสวรรค์ หมูสวรรค์	40	ก.
4.	ไส้กรอกชนิดอื่น ๆ และหมูยอ	55	ก.
5.	เนื้อสัตว์แห้ง เช่น หมูหยอง เนื้อทุบ	20	ก.
6.	เนื้อสัตว์ดอง รมควัน	55	ก.
7.	ผักแช่อิ่มหรือดอง (ไม่รวมของเหลว)	20	ก.
8.	ผลไม้แช่อิ่มหรือดอง (ไม่รวมของเหลว)	30	ก.
9.	ผลไม้แห้งและผลไม้กวน	30	ก.
10.	เนย มาการีน น้ำมัน และไขมันบริโภค	1	ชต.
11.	มายองเนส แซนด์วิชสเปรด สังขยาทาขนมปัง เนยถั่ว น้ำพริกเผา	15	ก.
12.	น้ำสลัดชนิดต่าง ๆ	30	ก.
13.	ซอสสำหรับจิ้ม เช่น ซอสมัสตาร์ด	1	ชต.

ลำดับที่	ชนิดอาหาร	หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	
14.	ซอสที่ใช้กับอาหารเฉพาะอย่าง (entrée sauce)		
	- ซอสสปาเกตตี	125	ก.
	- ซอสพิซซ่า	30	ก.
	- น้ำจิ้มสุกี้	30	ก.
	- น้ำจิ้มไก่ น้ำจิ้มสะเต๊ะ หน้าตั้ง น้ำปลาหวาน	50	ก.
15.	เครื่องปรุงรส		
	- น้ำส้มสายชู น้ำปลา น้ำเกลือปรุงอาหาร	1	ชต.
	- ซอสมะเขือเทศ ซีอิ๊ว ซอสพริก ซอสมะละกอ ซอสแป้ง ซีอิ๊วหวาน เต้าเจี้ยว	1	ชต.
	- ซอสเปรี้ยว	1	ชช.
	- น้ำพริกคลุกข้าว เช่น น้ำพริกตาแดง น้ำพริกสวรรค์	1	ชต.
16.	น้ำผึ้ง แยม เยลลี่	1	ชต.
17.	น้ำเชื่อม เช่น เมเปิลไซรัปและผลิตภัณฑ์ราดหน้าขนมต่าง ๆ	30	มล.
18.	น้ำตาล	4	ก.
19.	เกลือ (รวมทั้งวัตถุทดแทนเกลือ เกลือปรุงรส)	1	ก.

4. วิธีการกำหนดปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ

4.1 <u>วิธีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภค</u>

(1) ใช้หน่วยวัดทั่วไป ได้แก่ ถ้วย แก้ว ชต. (ช้อนโต๊ะ) ชช. (ช้อนชา) ตามความเหมาะสมของอาหารแล้วกำกับด้วยน้ำหนักหรือปริมาตรในระบบเมตริกไว้ในวงเล็บด้วย เช่น "หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ขวด (250 มล.)" เว้นแต่ถ้าไม่สามารถใช้หน่วย ถ้วย แก้ว ชต. ชช. จึงจะใช้หน่วย แผ่น ถาด ขวด ชิ้น ผล ลูก หัว หรืออื่น ๆ แล้วแต่กรณี หรือเศษส่วนแทนได้ เช่น ขนมปังชนิดแผ่นใช้ "หนึ่งหน่วยบริโภค : 2 แผ่น (46 กรัม)" อย่างไรก็ตามถ้าไม่สามารถระบุตามปริมาณดังกล่าวข้างต้นได้หรือผลิตภัณฑ์ที่โดยธรรมชาติมีขนาดแตกต่างกัน เช่น ปลาทั้งตัว ให้แจ้งน้ำหนักโดยการประมาณขนาดของผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงที่สุด เช่น "หนึ่งหน่วยบริโภค : ประมาณ 1/2 ตัว (80 กรัมรวมซอส)"

(2) ถ้าอาหารในภาชนะบรรจุนั้นสามารถบริโภคได้หมดใน 1 ครั้ง ให้ใช้ปริมาณทั้งหมด เช่น "หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 กล่อง (200 กรัม)"

(3) อาหารที่เป็นหน่วยใหญ่และจะต้องแบ่งรับประทานเป็นชิ้น ๆ (เช่น เค้ก พิซซ่า นมเปรี้ยวขนาด 1,000 มล.) ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคให้ระบุเป็นเศษส่วนของอาหาร โดยใช้ค่าเศษส่วนที่มีน้ำหนักหรือปริมาตรใกล้เคียงกับปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงที่สุด เศษส่วนที่อนุญาตให้ใช้คือ 1/2 1/3 1/4 1/5 1/6 1/8 ตัวอย่างเช่น เค้ก "หนึ่งหน่วยบริโภค : 1/8 อัน (60 กรัม)"

(4) อาหารที่แยกเป็นชิ้นแต่บรรจุรวมกันในภาชนะบรรจุใหญ่ เช่น ขนมปังแผ่นหรือลูกอม โดยแต่ละชิ้นจะมีภาชนะบรรจุแยกจากกันหรือไม่ก็ตาม ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลากของภาชนะบรรจุใหญ่ให้กำหนดดังนี้

- ถ้าผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้น มีน้ำหนักน้อยกว่า 50% ของปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ระบุจำนวนหน่วยที่รวมแล้วได้น้ำหนักใกล้เคียงกับปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงที่สุด

- ถ้าผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้น มีน้ำหนักมากกว่า 50% แต่น้อยกว่า 200% ของปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงแต่สามารถรับประทานได้ใน 1 ครั้ง ให้ถือว่า 1 ชิ้นเป็น 1 หน่วยบริโภคได้

- ถ้าผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้น มีน้ำหนักเท่ากับหรือมากกว่า 200% ของปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงแต่สามารถรับประทานได้ใน 1 ครั้ง ให้ถือว่า 1 ชิ้นเป็น 1 หน่วยบริโภค หากไม่สามารถรับประทานหมดใน 1 ครั้งให้ใช้เกณฑ์ตามข้อ 4.1 (3) แทน

(5) อาหารที่มีลักษณะเป็นเนื้อเดียวกัน เช่น แป้ง น้ำตาล หน่วยวัดที่ใช้ต้องเหมาะสมเพื่อให้ปริมาณที่วัดได้ใกล้เคียงกับปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงมากที่สุด เช่น หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงของน้ำตาลเป็น 4 กรัม ควรวัดด้วยช้อนชาเพื่อให้ได้น้ำหนักใกล้เคียงกับ 4 กรัมมากที่สุด

(6) อาหารที่บรรจุในน้ำ น้ำเกลือ น้ำมัน หรือของเหลวอื่นที่ปกติไม่ได้รับประทาน ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคจะคิดจากส่วนที่เป็นเนื้ออาหาร (drained solid) เท่านั้น

4.2 <u>การปัดเศษของหน่วยวัดทั่วไป</u> เพื่อกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภค

<u>ถ้วยตวง</u> - ปรับส่วนที่เพิ่มเป็น 1/4 หรือ 1/3 ถ้วย ถ้าส่วนที่เพิ่มมากกว่าหรือเท่ากับ 2 ชต. แต่น้อยกว่า 1/4 ถ้วย ให้แจ้งส่วนที่เพิ่มเป็นจำนวน ชต. ตัวอย่างเช่น "หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ถ้วย 3 ชต. (255 กรัม)"

<u>ช้อนโต๊ะ</u> - ถ้าส่วนที่เพิ่มมากกว่าหรือเท่ากับ 1 ชช. แต่น้อยกว่า 1 ชต. ให้แจ้งส่วนที่เพิ่มเป็นจำนวน ชช.

- ระหว่าง 1-2 ชต. สามารถแจ้งส่วนที่เพิ่มเป็น 1 1 1/3 1 1/2 1 2/3 2 ชต.

<u>ช้อนชา</u> - ส่วนเพิ่มน้อยกว่า 1 ชช. ให้แจ้งเพิ่มครั้งละ 1/4 ชช.

<u>หมายเหตุ</u> กรณีที่ตวงวัดได้ค่ากึ่งกลางพอดี เช่น 2.5 ชต. (อยู่กึ่งกลางระหว่าง 2 กับ 3 ชต.) สามารถปัดขึ้นเป็น 3 ชต. หรือปัดลงเป็น 2 ชต. ก็ได้

1 ถ้วย = 14 ชต. (ของแข็ง) หรือ 16 ชต. (ของเหลว)

1 ชต. = 3 ชช.

4.3 <u>วิธีกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคในระบบเมตริก</u>

(1) อาหารเป็นของเหลวให้ใช้หน่วยเป็น มล. (มิลลิลิตร) หรือ ซม.^{3} (ลูกบาศก์เซนติเมตร) สำหรับอาหารที่มีลักษณะอื่นให้ใช้หน่วยน้ำหนักเป็นกรัม โดยการชั่ง ตวง วัด จริง

(2) การปัดเศษปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคในระบบเมตริก

- ค่ามากกว่า 5	-ให้ใช้เลขจำนวนเต็ม โดยการปัดเศษให้เป็นเลขจำนวนเต็มที่ใกล้เคียง เช่น น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15.5 มล. ปัดเป็น 15 มล. มากกว่า 15.5 มล. ปัดเป็น 16 มล.
- ค่าตั้งแต่ 2-5	-ให้ปัดเศษได้ครั้งละ 0.5 เช่น 2.3 กรัม ปัดเป็น 2.5 กรัม หรือ 2.1 กรัม ปัดเป็น 2 กรัม
- ค่าน้อยกว่า 2	-ให้ปัดเศษได้ครั้งละ 0.1

(3) ถ้าผลิตภัณฑ์สามารถบริโภคได้หมดภายใน 1 ครั้ง ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคในระบบเมตริกคือน้ำหนักหรือปริมาตรสุทธิของผลิตภัณฑ์ที่ระบุในฉลากด้านหน้า

4.4 <u>วิธีการกำหนดจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ</u> โดยทั่วไปแล้วคำนวณจากการหารปริมาณส่วนที่รับประทานได้ทั้งหมดในภาชนะบรรจุนั้น ด้วยปริมาณของหนึ่งหน่วยบริโภคซึ่งกำหนดได้ตามวิธีในข้อ 4.1 4.2 และ 4.3 ที่กล่าวแล้ว

(1) วิธีการปัดเศษของจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ

- กรณีค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 2-5 ให้แจ้งจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ โดยปัดเศษทีละ 0.5 ที่ใกล้เคียง เช่น 2 2.5 3 .....
- กรณีค่าที่ได้มากกว่า 5 ให้ปัดเศษเป็นเลขจำนวนเต็ม เช่น 6 7 8 ..... หากค่าที่ได้อยู่กึ่งกลางพอดี เช่น 7.5 ให้ปัดเป็น 7 เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ทั้งนี้หากมีการปัดเศษขึ้นหรือลงให้เพิ่มข้อความ "ประมาณ" กำกับ เช่น ปัดจาก 3.6 เป็น 3.5 ให้ใช้จำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุเป็น "ประมาณ 3.5"

(2) ถ้าอาหารทั้งภาชนะบรรจุรวมแล้วมีน้ำหนักน้อยกว่า 50% ของปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ให้ระบุจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุเป็น 1

(3) ถ้าอาหารทั้งภาชนะบรรจุรวมแล้วมากกว่า 150% แต่น้อยกว่า 200% ของปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง โดยที่ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงมีค่า 100 ก. (หรือ 100 มล.) หรือมากกว่า ผู้ผลิตสามารถระบุจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุเป็น 1 หรือ 2 ได้ เช่น โยเกิร์ตชนิดครึ่งแข็ง-ครึ่งเหลว กำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงเป็น 150 ก. ถ้าผลิตภัณฑ์บรรจุ 250 ก. ผลิตภัณฑ์นี้อาจระบุจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุเป็น 1 หรือ 2 ก็ได้

4.5 <u>รูปแบบการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ</u> อาหารใดมีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้แล้วตามบัญชีข้างต้น หรือมิได้กำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้โดยตรงแต่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารในบัญชีดังกล่าวให้แสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคโดยใช้หน่วยวัดทั่วไป แล้วกำกับด้วยปริมาณในระบบเมตริก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 กล่อง (200 มล.)

จำนวนหน่วยบริโภคต่อกล่อง : 1

สำหรับอาหารที่ไม่อยู่ในเกณฑ์ข้างต้น ให้ยกเว้นการแสดงปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ และให้แสดงข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 ก." หรือ "คุณค่าทางโภชนาการต่อ 100 มล." แทนข้อความ "คุณค่าทางโภชนาการต่อหนึ่งหน่วยบริโภค"

5. ตัวอย่างการกำหนดปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคและจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ

<u>ตัวอย่างที่ 1</u> ข้าวเกรียบกุ้งบรรจุถุงพลาสติก น้ำหนักสุทธิ 75 กรัม

	คำอธิบาย
1.หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงคือ 30 กรัม	-บัญชีหมายเลข 2 ข้อ 3.3 ลำดับที่ 1
2.ชั่งข้าวเกรียบให้ได้น้ำหนักใกล้เคียง 30 ก. แล้วนับจำนวนชิ้นได้ 64 ชิ้น	-อาหารนี้ไม่สามารถใช้หน่วยถ้วย แก้ว หรือ ชต. ชช. ได้ จึงใช้หน่วยชิ้นแทน (บัญชีหมายเลข 2 ข้อ 4.1(1) และ 4.1(4))
3.ดังนั้น หนึ่งหน่วยบริโภค : 64 ชิ้น (30 กรัม)	
4.หาค่าจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ โดยหารน้ำหนักสุทธิ 75 กรัม ด้วยปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภค 30 กรัม ได้ดังนี้ 75 / 30 = 2.5 ดังนั้นจำนวนหน่วยบริโภคต่อถุงเป็น 2.5	-ค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 2-5 ให้ปัดเศษทีละ 0.5 ที่ใกล้เคียง (บัญชีหมายเลข 2 ข้อ 4.4(1))
5.แสดงข้อมูลบนฉลากดังนี้ หนึ่งหน่วยบริโภค : 64 ชิ้น (30 กรัม) จำนวนหน่วยบริโภคต่อถุง : 2.5	

ตัวอย่างที่ 2 ซีอิ๊วขาวบรรจุขวดแก้วปริมาตร 700 มิลลิลิตร

	คำอธิบาย
1.หนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงคือ 1 ชต.	-บัญชีหมายเลข 2 ข้อ 3.7 ลำดับที่ 15
2.ตวงซีอิ๊วขาว 1 ชต. ได้ปริมาตร 15 มล.	
3.ดังนั้น หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ชต. (15 มล.)	
4.หาค่าจำนวนหน่วยบริโภคต่อภาชนะบรรจุ โดยหารปริมาตรสุทธิ 700 มล. ด้วยปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภค 15 มล. ได้ดังนี้ 700 / 15 = 46.6 ดังนั้นจำนวนหน่วยบริโภคต่อขวดเป็น 47	-ค่าที่ได้มากกว่า 5 ให้ปัดเศษเป็นเลขจำนวนเต็ม โดยเพิ่มข้อความ "ประมาณ" กำกับด้วย (บัญชีหมายเลข 2 ข้อ 4.4(1))
5.แสดงข้อมูลบนฉลากดังนี้ หนึ่งหน่วยบริโภค : 1 ชต. (15 มล.) จำนวนหน่วยบริโภคต่อขวด : ประมาณ 47	

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บัญชีหมายเลข 3

แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ.2541

สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป
(THAI RECOMMENDED DAILY INTAKES-THAI RDI)

"มาตรการสำคัญในการดำเนินการปรับปรุงและส่งเสริมให้ประชาชนมีภาวะโภชนาการที่ดีสามารถดำรงสุขภาพอนามัยอย่างสมบูรณ์คือ การวางแผนจัดการด้านอาหารบริโภค โดยมุ่งให้ประชาชนส่วนรวมของประเทศได้รับอาหารบริโภคประจำวันซึ่งประกอบด้วยสารอาหารชนิดต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างเหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการของร่างกาย ซึ่งความต้องการอาหารและโภชนาการในระดับบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชน จะเปลี่ยนแปลงและแตกต่างกันเป็นอย่างมากเนื่องจากปัจจัยแวดล้อมและองค์ประกอบอื่น ๆ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ประเทศต่าง ๆ จะต้องจัดให้มีแนวทางหรือหลักการในการแนะนำอาหารบริโภคสำหรับประชาชนในประเทศของตน ให้บริโภคอาหารมีคุณค่าสารอาหารชนิดต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการด้านโภชนาการอย่างแท้จริง..."

กรมอนามัยได้จัดทำข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทย (Recommended Daily Dietary Allowances for Healthy Thais) ซึ่งใช้ชื่อย่อว่า RDA ขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2532 บัญชี RDA นี้กำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันสำหรับคนไทยไว้ รวม 17 ชนิด โดยแบ่งกลุ่มคนไทยเป็นกลุ่มใหญ่ 8 กลุ่มตามอายุและเพศ และเนื่องจากความต้องการสารอาหารบางชนิดแตกต่างกันตามอายุ แต่ละกลุ่มจึงยังมีการแบ่งเป็นกลุ่มย่อยตามระดับอายุอีกด้วย ข้อกำหนดนี้จึงจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีสารอาหารตามความต้องการสำหรับแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามการจัดทำฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์อาหารทั่ว ๆ ไป กำหนดไว้ว่าต้องแสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารนั้นโดยแจ้งชนิดและปริมาณของสารอาหารที่มี รวมถึงให้แจ้งด้วยว่าปริมาณสารอาหารที่มีนั้นมีอยู่เป็นสัดส่วนเท่าใดของปริมาณที่ผู้บริโภคต้องการต่อวัน และเนื่องจากผู้บริโภคในที่นี้หมายถึงบุคคลทั่วไปตั้งแต่เด็กถึงผู้ใหญ่จึงจำเป็นจะต้องมีค่าความต้องการสารอาหารต่อวันสำหรับบุคคลทั่วไปนี้เพียงค่าเดียวเป็นค่ากลาง เพื่อใช้สำหรับการคำนวณและเปรียบเทียบ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงได้พิจารณาจัดทำบัญชีสารอาหารที่แนะนำให้ควรบริโภคประจำวันสำหรับคนไทย อายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai Recommended Daily Intakes – Thai RDI) นี้ขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์หลักในการเป็นค่าอ้างอิงสำหรับคำนวณในแสดงคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากของอาหาร อย่างไรก็ตามค่า Thai RDI ซึ่งเป็นค่ากลางสำหรับคนไทยทั่วไปนั้นสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาสูตรอาหาร ใช้เป็นเกณฑ์สำหรับการกำหนดนโยบายทางโภชนาการกว้าง ๆ สำหรับบุคคลทั่วไป เช่น การเติมสารอาหารหรือการประยุกต์ใช้อื่น ๆ ได้ตามความเหมาะสมโดยต้องคำนึงด้วยว่าข้อกำหนดนี้ใช้สำหรับผู้ที่มีสุขภาพปกติ

(healthy) มิใช่ผู้ป่วย เด็กทารก หญิงมีครรภ์ หรือกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งมีความต้องการทางโภชนาการต่างไปจากกลุ่มบุคคลปกติ นอกจากนั้นการได้รับสารอาหารต่าง ๆ ตามที่กำหนดนี้ควรได้รับจากการบริโภคอาหารหลัก 5 หมู่ เป็นสำคัญ เนื่องจากยังมีสารอาหารอื่น ๆ อีกมากในอาหารหลักของเราที่ยังไม่ได้รับการแยกออก และเป็นที่รู้จักเป็นตัวเดี่ยว ๆ แต่ก็มีความสำคัญและจำเป็นต่อระบบการทำงานตามปกติของร่างกาย

สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงคุณค่าทางโภชนาการบนฉลากของอาหาร หรือที่เรียกว่า "ฉลากโภชนาการ" (Nutrition Labeling) โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานจากค่า Recommended Daily Dietary Allowances for Healthy Thais (Thai RDA) โดยเลือกค่าสูงสุดจากค่าที่แนะนำสำหรับคนอายุ 20-29 ปีทั้ง 2 เพศ, ค่า Daily Values (DV), Daily Reference Values (DRV), Reference Daily Intakes (RDI) (หรือค่า US RDA เดิม) ซึ่งกำหนดโดย United States Food and Drug Administration และค่า Nutrient Reference Values (NRV) จาก Codex โดยกำหนดให้ค่าความต้องการพลังงานวันละ 2,000 กิโลแคลอรี ซึ่งเป็นระดับที่คนไทย (ผู้ใหญ่) ส่วนใหญ่ที่มีสภาวะทางสุขภาพปกติต้องการ เป็นฐานหรือเป็นตัวเลขกลางในการคำนวณ เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงฉลากโภชนาการเท่านั้น ทั้งนี้ความต้องการพลังงานที่แท้จริงต่อวันของแต่ละบุคคลอาจน้อยหรือมากกว่า 2,000 กิโลแคลอรีได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ และความแตกต่างของระดับการใช้พลังงานทางกายภาพ (physical activity level) ของแต่ละบุคคล

ลำดับที่ (No.)	สารอาหาร (Nutrient)	ปริมาณที่แนะนำต่อวัน (Thai RDI)	หน่วย (Unit)
1.	ไขมันทั้งหมด (Total Fat)	65*	กรัม (g)
2.	ไขมันอิ่มตัว (Saturated Fat)	20*	กรัม (g)
3.	โคเลสเตอรอล (Cholesterol)	300	มิลลิกรัม (mg)
4.	โปรตีน (Protein)	50*	กรัม (g)
5.	คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด (Total Carbohydrate)	300*	กรัม (g)
6.	ใยอาหาร (Dietary Fiber)	25	กรัม (g)
7.	วิตามินเอ (Vitamin A)	800	ไมโครกรัม อาร์ อี (μg RE)
8.	วิตามินบี 1 (Thiamin)	1.5	มิลลิกรัม (mg)
9.	วิตามินบี 2 (Riboflavin)	1.7	มิลลิกรัม (mg)
10.	ไนอะซิน (Niacin)	20	มิลลิกรัม เอ็น อี (mg NE)
11.	วิตามินบี 6 (Vitamin B6)	2	มิลลิกรัม (mg)

ลำดับที่ (No.)	สารอาหาร (Nutrient)	ปริมาณที่แนะนำต่อวัน (Thai RDI)	หน่วย (Unit)
12.	โฟเลต (Folate)	200	ไมโครกรัม (μg)
13.	ไบโอติน (Biotin)	150	ไมโครกรัม (μg)
14.	กรดแพนโทธินิค (Pantothenic Acid)	6	มิลลิกรัม (mg)
15.	วิตามินบี 12 (Vitamin B12)	2	ไมโครกรัม (μg)
16.	วิตามินซี (Vitamin C)	60	มิลลิกรัม (mg)
17.	วิตามินดี (Vitamin D)	5	ไมโครกรัม (μg)
18.	วิตามินอี (Vitamin E)	10	มิลลิกรัม แอลฟา-ที อี (mgα-TE)
19.	วิตามินเค (Vitamin K)	80	ไมโครกรัม (μg)
20.	แคลเซียม (Calcium)	800	มิลลิกรัม (mg)
21.	ฟอสฟอรัส (Phosphorus)	800	มิลลิกรัม (mg)
22.	เหล็ก (Iron)	15	มิลลิกรัม (mg)
23.	ไอโอดีน (Iodine)	150	ไมโครกรัม (μg)
24.	แมกนีเซียม (Magnesium)	350	มิลลิกรัม (mg)
25.	สังกะสี (Zinc)	15	มิลลิกรัม (mg)
26.	ทองแดง (Copper)	2	มิลลิกรัม (mg)
27.	โพแทสเซียม (Potassium)	3,500	มิลลิกรัม (mg)
28.	โซเดียม (Sodium)	2,400	มิลลิกรัม (mg)
29.	แมงกานีส (Manganese)	3.5	มิลลิกรัม (mg)
30.	ซีลีเนียม (Selenium)	70	ไมโครกรัม (μg)
31.	ฟลูออไรด์ (Fluoride)	2	มิลลิกรัม (mg)
32.	โมลิบดินัม (Molybdenum)	160	ไมโครกรัม (μg)
33.	โครเมียม (Chromium)	130	ไมโครกรัม (μg)
34.	คลอไรด์ (Chloride)	3,400	มิลลิกรัม (mg)

* ปริมาณของไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว โปรตีน และคาร์โบไฮเดรต ที่แนะนำให้บริโภคต่อวันคิดจากการเปรียบเทียบพลังงานที่ควรได้จากสารอาหารดังกล่าวเป็นร้อยละ 30, 10, 10 และ 60 ตามลำดับของพลังงานทั้งหมดหากพลังงานทั้งหมดที่ควรได้รับต่อวันเป็น 2,000 กิโลแคลอรี

(ไขมัน 1 กรัมให้พลังงาน 9 กิโลแคลอรี, โปรตีน 1 กรัมให้พลังงาน 4 กิโลแคลอรี, คาร์โบไฮเดรต 1 กรัม ให้พลังงาน 4 กิโลแคลอรี)

หมายเหตุ 1. สำหรับน้ำตาลไม่ควรบริโภคเกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมดที่ได้รับต่อวัน

2. คำอธิบายหน่วยของวิตามินเอ ไนอะซิน วิตามินอี และวิตามินดี

2.1 วิตามินเอ RE = Retinol equivalent

1 RE = 1 μg retinol = 6 μg β-carotene = 3.33 IU

2.2 ไนอะซิน NE = Niacin equivalent

1 NE = 1 mg niacin = 60 mg tryptophan

2.3 วิตามินอี α-TE = α-Tocopherol equivalent

1 α-TE = 1 mg D-α-tocopherol = 1.5 IU

2.4 วิตามินดีมีหน่วยเป็น ไมโครกรัม โดยคำนวณเป็น cholecalciferol

1 μg = 40 IU

เอกสารอ้างอิง 1. กรมอนามัย. 2532. ข้อกำหนดสารอาหารที่ควรได้รับประจำวันและแนวทางการบริโภคสำหรับคนไทย

2. Codex Alimentarius. 1993. Codex Guidelines on Nutrition Labelling CAC/GL 2-1985 (Rev.1-1993)

3. U.S. Food and Drug Administration . 1995. Code of Federal Regulations 21 CFR part 101 : Food Labeling.

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บัญชีหมายเลข 4

แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ. 2541

หลักเกณฑ์ในการกล่าวอ้างทางโภชนาการบนฉลากอาหาร

1. การกล่าวอ้างทางโภชนาการ (Nutrition claim) หมายถึง การแสดงข้อความหรือข้อมูลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการของอาหารนั้น เช่น การระบุถึงปริมาณของพลังงาน โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต ตลอดจนวิตามินหรือเกลือแร่ต่าง ๆ การกล่าวอ้างทางโภชนาการแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร (Nutrient content claim) การกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบ (Comparative claim) และการกล่าวอ้างหน้าที่ของสารอาหาร (Nutrient function claim)

1.1 <u>การกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร</u> (Nutrient content claim) คือ การกล่าวอ้างถึงระดับ (level) ของสารอาหารหรือพลังงานในอาหารนั้น เช่น "เป็นแหล่งของแคลเซียม (source of calcium)" "มีปริมาณใยอาหารสูงและไขมันต่ำ (high in fiber and low in fat)" เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ไม่อนุญาตการกล่าวอ้าง "ปราศจาก" หรือ "ต่ำ" หากอาหารนั้นหรืออาหารชนิดนั้นโดยธรรมชาติทั่วไปเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้วโดยมิได้มีการใช้กระบวนการผลิตพิเศษ มีกระบวนการปรับโดยเฉพาะ หรือมีการปรับสูตรเพื่อให้อาหารนั้นมีปริมาณสารอาหารที่จะกล่าวอ้างลดลงจนเป็นไปตามเงื่อนไข เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าอาหารจากผู้ผลิตนั้นแต่เพียงผู้เดียวที่มีคุณสมบัตินี้ ตัวอย่างเช่น ไม่อนุญาตให้น้ำบริโภคแสดงข้อความ "ปราศจากพลังงาน" หรือ "ไขมันต่ำ" เนื่องจากน้ำบริโภคทั่วไปจากผู้ผลิตทุกรายก็มีคุณสมบัตินี้ด้วย ในทางกลับกัน หากอาหารจากผู้ผลิตรายหนึ่งมีการปรับสูตรหรือใช้วัตถุดิบที่แตกต่างไปจากปกติทั่วไปจนสารอาหารที่จะกล่าวอ้างมีปริมาณที่เป็นไปตามเงื่อนไขแล้ว อาหารนั้นก็สามารถกล่าวอ้างว่า "ปราศจาก" หรือ "ต่ำ" ได้

1.2 <u>การกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบ</u> (Comparative claim) เป็นการเปรียบเทียบปริมาณของสารอาหารหรือพลังงานที่มีในอาหารตั้งแต่สองอย่างขึ้นไป ตัวอย่างการกล่าวอ้าง ได้แก่ "น้อยกว่า (less than หรือ fewer)" "มากกว่า (more than)" "ลดปริมาณลง (reduced)" "พลังงานน้อย (lite, light)" "เสริม (added, fortified, enriched)" เป็นต้น ในกรณีกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบเช่นนี้ อาหารที่ถูกเปรียบเทียบโดยอาหารที่มีการกล่าวอ้างเรียกว่า "อาหารอ้างอิง" อาหารอ้างอิงสำหรับใช้เปรียบเทียบเพื่อแสดงข้อกล่าวอ้างโดยเปรียบเทียบ อนุญาตได้เพียงสองแบบคือ อนุญาตให้เปรียบเทียบกับ

(1) ผลิตภัณฑ์สูตรปกติของผู้ผลิตเอง

(2) ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันทั่ว ๆ ไปที่เป็นตัวแทนของอาหารประเภทดังกล่าวที่มีจำหน่ายในประเทศ

ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่เปรียบเทียบจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน เท่านั้น เช่น ซอสปรุงรสกับซอสปรุงรส ที่สำคัญคือ **ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบหากอาหารอ้างอิงมีสารอาหารหรือพลังงานที่จะเปรียบเทียบนั้น อยู่ในปริมาณที่เป็นไปตามเงื่อนไขของ "ต่ำ" หรือ "น้อยมาก" อยู่แล้ว**

การแสดงข้อกล่าวอ้างโดยเปรียบเทียบจะต้องระบุชื่อชนิดของอาหารอ้างอิงและแสดงการเปรียบเทียบระดับของสารอาหารหรือพลังงานนั้นที่ลดลงหรือเพิ่มขึ้นเป็นเปอร์เซ็นต์หรือเศษส่วนเทียบกับปริมาณที่มีอยู่ในอาหารอ้างอิง และระบุปริมาณสารอาหารนั้นต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่ระบุที่ฉลากด้วย เช่น การกล่าวอ้าง "ลดโซเดียม" จะต้องกำกับด้วยข้อความว่า "ลดปริมาณโซเดียมลง 50% เทียบกับซอสปรุงรสสูตรปกติ, ซอสปรุงรสชนิดโซเดียมน้อยมีโซเดียม 200 มก. ต่อ 30 มล. ซอสปรุงรสสูตรปกติมีโซเดียม 400 มก. ต่อ 30 มล."

1.3 <u>การกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหาร</u> (Nutrient function claim) คือ การกล่าวถึงหน้าที่ของสารอาหารที่มีต่อร่างกาย มีเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ

(1) สารอาหารที่มีการกล่าวอ้างถึง ต้องมีอยู่ในบัญชีสารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai RDI) ซึ่งเป็นบัญชีหมายเลข 3 แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้

(2) ผลิตภัณฑ์ที่กล่าวอ้างต้องมีสารอาหารนั้นอยู่ในระดับที่จัดว่า "เป็นแหล่งของ" ของสารอาหารนั้นในปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง<u>และ</u>ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก สำหรับในกรณีที่ไม่มีการกำหนดค่าหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้ และอาหารนั้นไม่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดค่าหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้ ให้คำนวณต่อปริมาณผลิตภัณฑ์ 100 กรัม หรือ 100 มิลลิลิตร

(3) การกล่าวอ้างหน้าที่ของสารอาหาร ต้องเป็นการกล่าวถึงสารอาหารตามข้อ 1.3 (1) โดยไม่ใช่การกล่าวอ้างถึงตัวผลิตภัณฑ์เป็นการเฉพาะ

(4) การกล่าวอ้างดังกล่าวต้องมีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เชื่อถือได้

(5) การกล่าวอ้างจะต้องไม่มีข้อความระบุหรือมีความหมายให้เข้าใจว่าการบริโภคสารอาหารนั้นจะสามารถป้องกันหรือบำบัดรักษาโรคได้

<u>ตัวอย่างการกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหาร</u>

"แคลเซียมเป็นส่วนประกอบสำคัญของกระดูกและฟัน"

"แคลเซียมช่วยในกระบวนการสร้างกระดูกและฟันที่แข็งแรง"

"โฟเลตเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างเม็ดเลือดแดง"

"วิตามิน บี 1 และวิตามิน บี 12 ช่วยในการทำงานของระบบประสาท"

อนึ่ง ข้อความกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหารจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2. เงื่อนไขในการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

2.1 เกณฑ์การกล่าวอ้างทางโภชนาการประเภทการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร และการกล่าวอ้างปริมาณโดยเปรียบเทียบตามข้อ 1.1 และ 1.2 ตามลำดับ มีการกำหนดเงื่อนไขไว้เป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 สำหรับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้ตามบัญชีหมายเลข 2 แนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ และอาหารที่มีลักษณะการบริโภคใกล้เคียงกับอาหารที่มีการกำหนดปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไว้แล้วซึ่งสามารถอนุโลมใช้ค่าปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงตามบัญชีดังกล่าวได้ให้แสดงการกล่าวอ้างทางโภชนาการตามเงื่อนไขในตารางที่ 1 ของบัญชีนี้

อนึ่ง เฉพาะอาหารที่มีปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไม่เกิน 30 กรัม หรือ ไม่เกิน 2 ช้อนโต๊ะ เงื่อนไขในการแสดงข้อกล่าวอ้างตามตารางที่ 1 นี้ ให้คำนวณต่อปริมาณอาหารนั้น 50 กรัม แทนการคำนวณต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก (กรณีที่เป็นอาหารแห้งที่โดยทั่วไปแล้วจะต้องเติมน้ำหรือของเหลวที่มีคุณค่าทางโภชนาการน้อยจนไม่มีนัยสำคัญก่อนจึงจะบริโภค น้ำหนัก 50 กรัมนี้ ให้หมายถึงน้ำหนักอาหารหลังจากที่เติมน้ำหรือของเหลวแล้ว อย่างไรก็ตาม ข้อกำหนดนี้ไม่ใช้บังคับกับเครื่องดื่มแห้ง หรือผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกัน เช่น นมผง ซึ่งจะใช้ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงของเครื่องดื่ม คือ 200 มิลลิลิตรของอาหารหลังเติมน้ำ)

กรณีที่ 2 สำหรับอาหารที่ไม่เป็นไปตามกรณีที่ 1 เท่านั้น ที่จะให้กล่าวอ้างทางโภชนาการโดยคำนวณต่อปริมาณอาหาร 100 กรัม หรือ 100 มิลลิลิตร ตามเงื่อนไขที่กำหนดในตารางที่ 2 ของบัญชีนี้

2.2 อาหารที่อยู่ในเกณฑ์ที่จะแสดงการกล่าวอ้างทางโภชนาการตามตารางที่ 1 หรือตารางที่ 2 ของบัญชีนี้ได้ หรือ อาหารที่มีการกล่าวอ้างเกี่ยวกับหน้าที่ของสารอาหารจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขเพิ่มเติมดังนี้ด้วยคือ

<u>สำหรับอาหารในกรณีที่ 1 ของข้อ 2.1</u> หากอาหารนั้นในปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก (หรือ ในปริมาณอาหาร 50 กรัม เฉพาะอาหารที่มีปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไม่เกิน 30 กรัม หรือ ไม่เกิน 2 ช้อนโต๊ะ) มีปริมาณ

ไขมันทั้งหมด	มากกว่า 13 กรัม	หรือ
ไขมันอิ่มตัว	มากกว่า 4 กรัม	หรือ
โคเลสเตอรอล	มากกว่า 60 มิลลิกรัม	หรือ
โซเดียม	มากกว่า 360 มิลลิกรัม	

หรือ

<u>สำหรับอาหารในกรณีที่ 2 ของข้อ 2.1</u> หากอาหารนั้นในปริมาณ 100 กรัม หรือ 100 มิลลิลิตร มีปริมาณ

ไขมันทั้งหมด	มากกว่า 13 กรัม	หรือ
ไขมันอิ่มตัว	มากกว่า 4 กรัม	หรือ
โคเลสเตอรอล	มากกว่า 60 มิลลิกรัม	หรือ
โซเดียม	มากกว่า 360 มิลลิกรัม	

การแสดงข้อกล่าวอ้างใดก็ตามจะต้องกำกับด้วยข้อความแสดงปริมาณไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว โคเลสเตอรอล หรือโซเดียม ที่อยู่ในระดับเกินปริมาณดังกล่าวไว้ติดกับข้อกล่าวอ้างนั้นที่มีขนาดใหญ่ที่สุด หรือเห็นได้ชัดที่สุดบนฉลากด้วย โดยข้อความกำกับนี้จะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง

ตัวอย่าง

"โซเดียมต่ำ

ไขมันทั้งหมด 14 กรัมต่อ 200 มิลลิลิตร"

2.3 เงื่อนไขการแสดงข้อความที่เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น "เพื่อสุขภาพ (healthy, healthful, healthiness, health)" หรือข้อความในลักษณะเดียวกัน มีดังต่อไปนี้คือ

(1) อาหารนั้นจะต้องเข้าข่ายเงื่อนไขการแสดงข้อความ "ไขมันต่ำ (low fat)" และ "ไขมันอิ่มตัวต่ำ (low saturated fat)" ได้ตามเกณฑ์ในตารางที่ 1 หรือตารางที่ 2 แล้วแต่กรณี และ

(2) อาหารนั้นในปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและในปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก หรือในปริมาณ 100 กรัม (หรือ 100 มิลลิลิตร) แล้วแต่ว่าเข้าข่ายในกรณีที่ 1 หรือกรณีที่ 2 ตามข้อ 2.1 จะต้องประกอบด้วย

โซเดียม ไม่เกิน 360 มิลลิกรัม และ

โคเลสเตอรอล ไม่เกิน 60 มิลลิกรัม และ

วิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 โปรตีน แคลเซียม เหล็ก และใยอาหาร อย่างน้อยร้อยละ 10 ของ Thai RDI

หมายเหตุ สำหรับผักสดหรือผลไม้สดให้ยกเว้นข้อกำหนดด้านปริมาณวิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 โปรตีน แคลเซียม เหล็ก และใยอาหาร

2.4 เงื่อนไขอื่น ๆ

หากมีการกล่าวถึงชนิดและปริมาณสารอาหารใดเป็นการเฉพาะบนฉลากนอกกรอบข้อมูลโภชนาการ โดยที่ไม่มุ่งหมายเพื่อเป็นการกล่าวอ้างแต่เพื่อเป็นการแจ้งปริมาณให้ผู้บริโภคทราบ ทั้งนี้รวมถึงการกล่าวถึงชนิดและปริมาณสารอาหารที่เป็นส่วนหนึ่งของชื่ออาหารด้วย โดยที่อาหารนั้นไม่อยู่ในเกณฑ์ที่จะแสดงข้อกล่าวอ้างตามเงื่อนไขได้ ให้ระบุข้อความที่สื่อว่าไม่มีจุดมุ่งหมายในการกล่าวอ้างใด ๆ กำกับข้อมูลปริมาณสารอาหารดังกล่าวไว้ด้วย เช่น "มีโซเดียม 200 มก. ต่อ 30 มิลลิลิตร – ไม่ใช่อาหารชนิดโซเดียมต่ำ"

3. ตัวอย่างการกล่าวอ้างทางโภชนาการ

ตัวอย่างที่ 1 โยเกิร์ตพร้อมดื่ม ยูเอชที ตราตาร์ตาร์ ขนาดบรรจุกล่องละ 180 มิลลิลิตร

อาหารนี้มีผลวิเคราะห์ต่อ 100 มล. ดังนี้ ไขมันทั้งหมด 1.83 ก. ไขมันอิ่มตัว 0.70 ก. โคเลสเตอรอล 0 มก. โซเดียม 36.44 มก.	คำอธิบาย
1. ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง คือ 150 มล.	-จากบัญชีหมายเลข 2 ข้อ 3.1 ลำดับที่ 5
2. ปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก : 1 กล่อง (180 มล.)	-ถ้าอาหารในภาชนะบรรจุนั้นสามารถบริโภคได้หมดใน 1 ครั้ง ให้ใช้ปริมาณทั้งหมด เช่น 1 กล่อง (บัญชีหมายเลข 2 ข้อ 4.1 (2))
3. โยเกิร์ตพร้อมดื่มนี้ มีการพัฒนาสูตรขึ้นเป็นการเฉพาะ จึงอยู่ในข่ายที่จะแสดงข้อกล่าวอ้าง เช่น ไขมันต่ำ ได้ ถ้าคำนวณแล้วพบว่าอยู่ในเกณฑ์	-ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้าง "ปราศจาก" หรือ "ต่ำ" หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติทั่วไป เป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว (บัญชีหมายเลข 4 ข้อ 1.1)
4. <u>คำนวณ</u> 4.1 ปริมาณไขมันทั้งหมดต่อหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง	-อาหารนี้ เป็นอาหารในข้อ 2.1 กรณีที่ 1 ของบัญชีหมายเลข 4 จึงต้องใช้ตารางที่ 1 ในการคำนวณว่าเป็นไปตามเกณฑ์หรือไม่
= (1.83/100) x 150 = 2.7 กรัม ปัดเศษเป็น <u>3.0 กรัม</u>	-ปัดเศษตามหลักเกณฑ์ในบัญชีหมายเลข 1 ข้อ 2.5 ได้ไขมันไม่เกิน 3 กรัม
4.2 ปริมาณไขมันต่อปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก = (1.83/100) x 180 = 3.3 กรัม ปัดเศษเป็น <u>3.5 กรัม</u>	-ปัดเศษตามหลักเกณฑ์ในบัญชีหมายเลข 1 ข้อ 2.5 ได้ไขมันเกิน 3 กรัม
<u>สรุป</u> โยเกิร์ตพร้อมดื่มนี้ไม่สามารถกล่าวอ้าง "ไขมันต่ำ" ได้	-เงื่อนไขคือ ต้องมีไขมันไม่เกิน 3 กรัม ทั้งต่อหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง และต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก (บัญชีหมายเลข 4 ตารางที่ 1)

ตัวอย่างที่ 2 อาหารเช่นเดียวกับ ตัวอย่างที่ 1 แต่มีขนาดบรรจุกล่องละ 150 มิลลิลิตร (เท่ากับหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง)

	คำอธิบาย
1. อาหารนี้จะแสดงข้อกล่าวอ้างว่า "ไขมันต่ำ" ได้ เนื่องจากมีไขมันทั้งหมดไม่เกิน 3 กรัม ทั้งต่อหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก	
2. อย่างไรก็ตามต้องตรวจสอบปริมาณไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว โคเลสเตอรอล และโซเดียม ทั้งต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลากเพิ่มเติมด้วย เนื่องจากอาจต้องแสดงข้อความกำกับข้อกล่าวอ้าง	-ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของบัญชีหมายเลข 4 ข้อ 2.2 ด้วย
ไขมันทั้งหมด (1.83/100) x 150 = 2.7 กรัม ปัดเศษเป็น 3.0 กรัม	-ต้องไม่เกิน 13 กรัม
ไขมันอิ่มตัว (0.70/100) x 150 = 1.05 กรัม ปัดเศษเป็น 1.0 กรัม	-ต้องไม่เกิน 4 กรัม
โคเลสเตอรอล (0/100) x 150 = 0 มิลลิกรัม	-ต้องไม่เกิน 60 มิลลิกรัม
โซเดียม (36.44/100) x 150 = 54.66 มิลลิกรัม ปัดเศษเป็น 55 มิลลิกรัม	-ต้องไม่เกิน 360 มิลลิกรัม -ปัดเศษตามหลักเกณฑ์ในบัญชีหมายเลข 1 ข้อ 2.5
สรุป โยเกิร์ตพร้อมดื่มตามตัวอย่างที่ 2 นี้สามารถกล่าวอ้าง "ไขมันต่ำ" ได้ โดยไม่ต้องมีข้อความแสดงปริมาณไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว โคเลสเตอรอล หรือโซเดียม กำกับ	

ตัวอย่างที่ 3 ข้าวเกรียบกุ้ง บรรจุถุงพลาสติกน้ำหนักสุทธิ 75 กรัม

อาหารนี้มีผลวิเคราะห์ต่อ 100 ก. ดังนี้	คำอธิบาย
ไขมันทั้งหมด 32.14 ก. ไขมันอิ่มตัว 12.99 ก. โคเลสเตอรอล 0 มก. โซเดียม 981.5 มก. แคลเซียม 70.5 มก. เหล็ก 3.0 มก.	
1. ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง คือ 30 ก.	-จากบัญชีหมายเลข 2 ข้อ 3.3 ลำดับที่ 1
2. คำนวณการกล่าวอ้างปริมาณสารอาหาร เทียบกับข้าวเกรียบน้ำหนัก 50 กรัม	-หากปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงมีค่าไม่เกิน 30 ก. หรือไม่เกิน 2 ชต.ให้คำนวณการกล่าวอ้างเทียบกับอาหารปริมาณ 50 ก. (บัญชีหมายเลข 4 ข้อ 2.1 กรณีที่ 1)

2.1 แคลเซียม (70.5/100) x 50 = 35.25 มิลลิกรัม คิดเป็นร้อยละของ Thai RDI ได้ (35.25/800) x 100 = 4.41 % ปัดเศษเป็น 4 % ดังนั้น อาหารนี้ไม่สามารถกล่าวอ้างปริมาณแคลเซียมได้	-Thai RDI ของแคลเซียมคือ 800 มิลลิกรัม (บัญชีหมายเลข 3 ลำดับที่ 20) -ปัดเศษตามหลักเกณฑ์ในบัญชีหมายเลข 1 ข้อ 2.5 -การกล่าวอ้างได้ จะต้องมีปริมาณตั้งแต่ร้อยละ 10 ของ Thai RDI ขึ้นไป
2.2 เหล็ก (3.0/100) x 50 = 1.5 มิลลิกรัม คิดเป็นร้อยละของ Thai RDI ได้ (1.5/15) x 100 = 10 % ดังนั้น อาหารนี้จะกล่าวอ้างว่า "มีเหล็ก" หรือ "เป็นแหล่งของเหล็ก" ได้	-Thai RDI ของเหล็กคือ 15 มิลลิกรัม (บัญชีหมายเลข 3 ลำดับที่ 22) -การกล่าวอ้างได้ จะต้องมีปริมาณตั้งแต่ร้อยละ 10 ของ Thai RDI ขึ้นไป
3. อย่างไรก็ตามต้องตรวจสอบปริมาณไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว โคเลสเตอรอล และโซเดียม ต่ออาหารปริมาณ 50 กรัมเพิ่มเติมด้วย เนื่องจากอาจต้องแสดงข้อความกำกับข้อกล่าวอ้าง ไขมันทั้งหมด (32.14/100) x 50 = 16.07 กรัม ปัดเศษเป็น 16 กรัม ไขมันอิ่มตัว (12.99/100) x 50 = 6.495 กรัม ปัดเศษเป็น 6 กรัม โคเลสเตอรอล (0/100) x 50 = 0 มิลลิกรัม โซเดียม (981.5/100) x 50 = 490.75 มิลลิกรัม ปัดเศษเป็น 490 มิลลิกรัม สรุป ข้าวเกรียบนี้ จะแสดงข้อกล่าวอ้างว่า "มีเหล็ก" หรือ "เป็นแหล่งของเหล็ก" ได้โดยจะต้องมีข้อความแสดงปริมาณไขมันทั้งหมด ไขมันอิ่มตัว และโซเดียม กำกับ โดยข้อความกำกับนี้จะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง ดังนี้ "เป็นแหล่งของเหล็ก ไขมันทั้งหมด 16 ก. ไขมันอิ่มตัว 6 ก. โซเดียม 490 มก. ต่อข้าวเกรียบ 50 ก."	-ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของบัญชีหมายเลข 4 ข้อ 2.2 ด้วย สำหรับในกรณีนี้ ใช้การคำนวณต่ออาหาร 50 กรัม เนื่องจากปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงมีค่าไม่เกิน 30 กรัม -ต้องไม่เกิน 13 กรัม -ต้องไม่เกิน 4 กรัม -ต้องไม่เกิน 60 มิลลิกรัม -ต้องไม่เกิน 360 มิลลิกรัม -ปัดเศษตามหลักเกณฑ์ในบัญชีหมายเลข 1 ข้อ 2.5

4. เอกสารอ้างอิง

4.1 United States Food And Drug Administration. 1997. Code of Federal Regulations 21 CFR Part 101 Subpart D : Specific Requirements for Nutrient Content Claims.

4.2 Codex Alimentarius. 1997. Guidelines for Use of Nutrition Claims.

ตารางที่ 1 เงื่อนไขการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยใช้เกณฑ์ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภค (สำหรับอาหารที่เป็นไปตามข้อ 2.1 กรณีที่ 1)

พลังงาน/ สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
พลังงาน	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no, zero)	มีพลังงานน้อยกว่า 5 กิโลแคลอรี	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low, few, low source of, low in)	มีพลังงานไม่เกิน 40 กิโลแคลอรี	
	ลด, น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, fewer, lower, lower in)	ลดปริมาณพลังงานลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็นอาหาร "พลังงานต่ำ" อยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	พลังงานน้อย (light, lite)	1.ลดปริมาณไขมันลงตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไปเทียบกับอาหารอ้างอิง (สำหรับผลิตภัณฑ์นั้นมีพลังงานจากไขมันตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป ของพลังงานทั้งหมด) หรือ 2.ลดพลังงานลงตั้งแต่ 1/3 ส่วนขึ้นไปเทียบกับอาหารอ้างอิง (สำหรับผลิตภัณฑ์นั้นมีพลังงานจากไขมันน้อยกว่าร้อยละ 50 ของพลังงานทั้งหมด)	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็นอาหาร "ไขมันต่ำ" หรือ "พลังงานต่ำ" อยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย 3.ถ้าอาหารที่แสดงข้อกล่าวอ้างนี้มีพลังงานน้อยกว่า 40 กิโลแคลอรี หรือมีไขมันน้อยกว่า 3 กรัมต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงร้อยละหรือสัดส่วนของพลังงานที่ลดลง

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
ไขมันทั้งหมด	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no, zero, nonfat)	มีไขมันทั้งหมดน้อยกว่า 0.5 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ถ้ามีส่วนผสมที่เป็นไขมันหรือส่วนผสมที่เข้าใจโดยทั่วไปว่ามีไขมัน ให้ทำเครื่องหมายกำกับชื่อส่วนผสมนั้น แล้วอธิบายว่า "มีผลต่อปริมาณไขมันน้อยมาก" 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low, low in, low source of, little)	มีไขมันทั้งหมดไม่เกิน 3 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้น โดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลด, น้อยกว่า (reduced, reduced in, lower, lower in, less)	ลดปริมาณไขมันทั้งหมดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไปเมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็นอาหาร "ไขมันต่ำ" อยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
ไขมันอิ่มตัว	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no, zero)	1.มีกรดไขมันอิ่มตัวน้อยกว่า 0.5 กรัม และ 2.ปริมาณกรดไขมันรูปแบบทรานส์น้อยกว่า 0.5 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ถ้ามีส่วนผสมที่เป็นไขมันอิ่มตัวหรือเข้าใจโดยทั่วไปว่ามีไขมันอิ่มตัว ให้ทำเครื่องหมายกำกับชื่อส่วนผสมนั้น แล้วอธิบายว่า "มีผลต่อปริมาณไขมันอิ่มตัวน้อยมาก" 3.ต้องแสดงปริมาณไขมันทั้งหมดและโคเลสเตอรอลควบคู่กับข้อกล่าวอ้างเกี่ยวกับปริมาณไขมันอิ่มตัวทุกแห่ง โดยมีขนาดไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง <u>ยกเว้น</u> ก. ถ้าผลิตภัณฑ์มีโคเลสเตอรอลน้อยกว่า 2 มิลลิกรัม ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงปริมาณโคเลสเตอรอลกำกับ ข.หากผลิตภัณฑ์มีไขมันทั้งหมดไม่เกิน 0.5 กรัม ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงปริมาณไขมันทั้งหมดกำกับข้อกล่าวอ้างเกี่ยวกับไขมันอิ่มตัว 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
ไขมันอิ่มตัว	ต่ำ (low, low in, low source of, a little)	1.มีกรดไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 1 กรัม และ 2.พลังงานจากกรดไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 15 ของพลังงานทั้งหมด	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ต้องแสดงปริมาณไขมันทั้งหมดและโคเลสเตอรอลควบคู่กับข้อกล่าวอ้างเกี่ยวกับปริมาณไขมันอิ่มตัวทุกแห่ง โดยมีขนาดไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง <u>ยกเว้น</u> ก. ถ้าผลิตภัณฑ์มีโคเลสเตอรอลน้อยกว่า 2 มิลลิกรัมต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงปริมาณโคเลสเตอรอลกำกับ ข.หากผลิตภัณฑ์มีไขมันทั้งหมดไม่เกิน 3 กรัม ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงปริมาณไขมันทั้งหมดกำกับข้อกล่าวอ้างเกี่ยวกับไขมันอิ่มตัว 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลด, น้อยกว่า (reduced, reduced in, lower, lower in, less)	ลดปริมาณกรดไขมันอิ่มตัวลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็น "ไขมันอิ่มตัวต่ำ" อยู่แล้ว 2.ต้องแสดงปริมาณไขมันทั้งหมดและโคเลสเตอรอลควบคู่กับข้อกล่าวอ้างเกี่ยวกับปริมาณไขมันอิ่มตัวทุกแห่ง โดยมีขนาดไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของ ข้อกล่าวอ้าง <u>ยกเว้น</u> ก. ถ้าผลิตภัณฑ์มีโคเลสเตอรอลน้อยกว่า 2 มิลลิกรัมต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงปริมาณโคเลสเตอรอลกำกับ ข.หากผลิตภัณฑ์มีไขมันทั้งหมดไม่เกิน 3 กรัม ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง ไม่ต้องแสดงปริมาณไขมันทั้งหมดกำกับข้อกล่าวอ้างเกี่ยวกับไขมันอิ่มตัว 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
โคเลสเตอรอล	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no, zero)	1.มีโคเลสเตอรอลน้อยกว่า 2 มิลลิกรัม และ 2.กรดไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 2 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ถ้ามีส่วนผสมที่เข้าใจโดยทั่วไปว่ามีโคเลสเตอรอลเป็นส่วนประกอบ ให้ทำเครื่องหมายกำกับชื่อส่วนผสมนั้นแล้วอธิบายว่า "มีผลต่อปริมาณโคเลสเตอรอลน้อยมาก" 3.ถ้ามีปริมาณไขมันทั้งหมดเกิน 13 กรัม ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก ต้องระบุปริมาณไขมันทั้งหมดต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก โดยแสดงควบคู่กับข้อกล่าวอ้างทุกด้าน หากแสดงข้อกล่าวอ้างหลายแห่งในฉลากด้านเดียวกัน ให้แสดงติดกับข้อกล่าวอ้างที่เด่นที่สุด และใช้ตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้างดังกล่าว 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low, low in, low source of, little)	1.มีโคเลสเตอรอลไม่เกิน 20 มิลลิกรัม และ 2.กรดไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 2 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ถ้ามีปริมาณไขมันทั้งหมดเกิน 13 กรัม ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก ต้องระบุปริมาณไขมันทั้งหมดต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก โดยแสดงควบคู่กับข้อกล่าวอ้างทุกด้าน หากแสดงข้อกล่าวอ้างหลายแห่งในฉลากด้านเดียวกัน ให้แสดงติดกับข้อกล่าวอ้างที่เด่นที่สุด และใช้ตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้างดังกล่าว 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
โคเลสเตอรอล	ลด, น้อยกว่า (reduced, reduced in, lower, lower in, less)	1.ลดปริมาณโคเลสเตอรอลลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง และ 2.มีกรดไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 2 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็นอาหาร "โคเลสเตอรอลต่ำ" อยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย 3.หากมีปริมาณไขมันทั้งหมดมากกว่า 13 กรัมต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก ให้กำกับข้อความระบุปริมาณโคเลสเตอรอลที่ลดลง เทียบกับที่มีอยู่ในอาหารอ้างอิง ด้วยปริมาณไขมันทั้งหมดที่มีอยู่ในปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก โดยใช้ตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง
โซเดียม	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no, zero)	มีโซเดียมน้อยกว่า 5 มิลลิกรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.คิดเป็นปริมาณโซเดียมในอาหาร ไม่ใช่เกลือ (โซเดียมคลอไรด์) และ 3.ถ้ามีส่วนผสมที่เป็นเกลือ (โซเดียมคลอไรด์) หรือส่วนผสมที่เข้าใจโดยทั่วไปว่ามีโซเดียม ให้ทำเครื่องหมายกำกับชื่อส่วนผสมนั้นแล้วอธิบายว่า "มีผลต่อปริมาณโซเดียมน้อยมาก" 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ปราศจากเกลือ (salt free)	ต้องได้ตามเงื่อนไขและเงื่อนไขเพิ่มเติมของ "ปราศจากโซเดียม"	
	ต่ำมาก (very low, very low in)	มีโซเดียมน้อยกว่า 35 มิลลิกรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.คิดเป็นปริมาณโซเดียมในอาหาร ไม่ใช่เกลือ (โซเดียมคลอไรด์) และ 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low, low in, low source of, little)	มีโซเดียมน้อยกว่า 140 มิลลิกรัม	
	ลด, น้อยกว่า (reduced, reduced in, lower, lower in, less)	ลดปริมาณโซเดียมลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไปเมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็นอาหาร "โซเดียมต่ำ" อยู่แล้ว 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย

ลังงาน/ รอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
เดียม	โซเดียมน้อย (light, lite)	ลดปริมาณโซเดียมลงตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไปเมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารอ้างอิงเป็นอาหาร "โซเดียมต่ำ" อยู่แล้ว 2.หากอาหารอ้างอิงมีพลังงานมากกว่า 40 กิโลแคลอรี หรือมีไขมันมากกว่า 3 กรัมต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิง การกล่าวอ้างว่า "light" สำหรับโซเดียมในกรณีนี้ต้องกำกับว่า "โซเดียมน้อย (light in sodium)" เนื่องจาก "light, lite" อาจหมายถึง "พลังงานน้อย" ได้อีกด้วย 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ไม่เติมเกลือ / ไม่ใส่เกลือ (unsalted, no salt, no salt added, without salt added)	1.ไม่มีการเติมเกลือระหว่างกระบวนการผลิต และ 2.อาหารที่ใช้เปรียบเทียบต้องเป็นอาหารที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งโดยปกติแล้วใช้เกลือในการผลิต	หากผลิตภัณฑ์ไม่ได้ตามเงื่อนไข "ปราศจากโซเดียม" ต้องกำกับว่า "ไม่ใช่อาหารที่ปราศจากโซเดียม" ด้วย
	ใส่เกลือเล็กน้อย (lightly salted)	ใส่เกลือน้อยกว่าอาหารปกติ ตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป	ต้องกำกับว่า "ไม่ใช่อาหารโซเดียมต่ำ" ด้วย
ตาล มายถึง no- ะ di- cha- es)	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no, zero, sugarless)	มีน้ำตาลน้อยกว่า 0.5 กรัม	1.ห้ามใช้ข้อกล่าวอ้างนี้ หากอาหารนั้นโดยธรรมชาติเป็นไปตามเงื่อนไขอยู่แล้ว 2.ถ้าอาหารมีส่วนผสมที่เป็นน้ำตาลหรือส่วนผสมที่เข้าใจโดยทั่วไปว่ามีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ให้ทำเครื่องหมายกำกับชื่อส่วนผสมนั้นแล้วอธิบายว่า "มีผลต่อปริมาณน้ำตาลน้อยมาก" 3. ถ้าอาหารเป็นไปตามเงื่อนไข "พลังงานต่ำ" หรือ "ลดพลังงาน" หรือ "พลังงานน้อย" ให้แสดงข้อกล่าวอ้างดังกล่าวบนฉลากด้วย 4.ถ้าอาหารไม่เป็น "พลังงานต่ำ" หรือ "ลดพลังงาน" หรือ "พลังงานน้อย" ให้กำกับว่า "ไม่ใช่อาหารพลังงานต่ำ" หรือ "ไม่ใช่อาหารลดพลังงาน" หรือ "ไม่ใช่สำหรับการควบคุมน้ำหนัก" ตามลำดับ 5.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
น้ำตาล (หมายถึง mono- และ di-saccha-rides)	ลดปริมาณลง, น้อยกว่า (reduced, reduced in, lower, lower in, less)	ลดปริมาณน้ำตาลลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป เมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง	ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.2 และ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	ไม่เติมน้ำตาล / ไม่ใส่น้ำตาล (no added sugar, without added sugar, no sugar added)	1.ไม่มีการเติมน้ำตาลหรือส่วนผสมที่มีน้ำตาลในระหว่างการผลิตหรือการบรรจุ และ 2.ไม่มีส่วนผสมที่มีการเติมหรือเพิ่มปริมาณน้ำตาล เช่น แยม เยลลีหรือน้ำผลไม้เข้มข้น และ 3.ต้องไม่มีน้ำตาลเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต หรือถ้ามีต้องรวมกันแล้วได้ตามเงื่อนไข "ปราศจาก/ไม่มี" และ 4.อาหารอ้างอิงมีการเติมน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ส่วนอาหารนี้ไม่มีการเติม	ถ้าอาหารนั้นไม่เป็นไปตามเงื่อนไขของ "พลังงานต่ำ" หรือ "ลดพลังงาน" ต้องกำกับว่า "ไม่ใช่อาหารพลังงานต่ำ" หรือ "ไม่ใช่อาหารลดพลังงาน"
	"ไม่ปรับความหวานเพิ่ม" หรือ "ไม่เติมวัตถุให้ความหวาน" (unsweetened, contains no added sweeteners)	ใช้กับอาหารที่มีปริมาณน้ำตาลสูงอยู่แล้วโดยธรรมชาติ เช่น น้ำผลไม้ อย่างไรก็ตามห้ามใช้ข้อความ "ปราศจากน้ำตาล (sugar free)"	

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข (ต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก) *	เงื่อนไขเพิ่มเติม
โปรตีน ใยอาหาร วิตามิน เกลือแร่ (ไม่รวมโซเดียม)	สูง, อุดม (high, rich in, excellent source of)	มีสารอาหารนั้นอยู่ในปริมาณตั้งแต่ร้อยละ 20 ของ Thai RDI** ขึ้นไป	1.สำหรับใยอาหาร หากปริมาณไขมันทั้งหมดไม่เป็นไปตามเงื่อนไข "ต่ำ" การกล่าวอ้างปริมาณใยอาหารต้องกำกับด้วยปริมาณไขมันทั้งหมดต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลากด้วยอักษรที่มีขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	เป็นแหล่งของ, มี (good source, contains, provides)	มีสารอาหารนั้นอยู่ในปริมาณร้อยละ 10-19 ของ Thai RDI**	1.สำหรับใยอาหาร หากปริมาณไขมันทั้งหมดไม่เป็นไปตามเงื่อนไข "ต่ำ" การกล่าวอ้างปริมาณใยอาหารต้องกำกับด้วยปริมาณไขมันทั้งหมดต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลากด้วยอักษรที่มีขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย
	เสริม, เพิ่ม, มากกว่า (increased, more, added, fortified, enriched)	เมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิงแล้ว อาหารนี้มีสารอาหารที่จะกล่าวอ้างอยู่ในปริมาณที่สูงกว่าระดับที่มีอยู่ในอาหารอ้างอิง โดยปริมาณค่าความแตกต่างนั้นจะต้องไม่น้อยกว่าปริมาณร้อยละ 10 ของ Thai RDI**	1.ต้องระบุอาหารอ้างอิงด้วย 2.สำหรับใยอาหาร หากปริมาณไขมันทั้งหมดไม่เป็นไปตามเงื่อนไข "ต่ำ" การกล่าวอ้างปริมาณใยอาหารต้องกำกับด้วยปริมาณไขมันทั้งหมดต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลากด้วยอักษรที่มีขนาดไม่เล็กกว่าครึ่งหนึ่งของข้อกล่าวอ้าง 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 2.2 ของบัญชีนี้ด้วย

หมายเหตุ

*เฉพาะอาหารที่มีปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงไม่เกิน 30 กรัม หรือ ไม่เกิน 2 ช้อนโต๊ะ เงื่อนไขในการแสดงข้อกล่าวอ้างตามตารางที่ 1 นี้ ให้คำนวณต่อปริมาณอาหารนั้น 50 กรัม แทนการคำนวณต่อปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงและต่อปริมาณอาหารหนึ่งหน่วยบริโภคที่แสดงบนฉลาก (กรณีที่เป็นอาหารแห้งที่โดยทั่วไปแล้วจะต้องเติมน้ำหรือของเหลวที่มีคุณค่าทางโภชนาการน้อยจนไม่มีนัยสำคัญก่อนจึงจะบริโภค น้ำหนัก 50 กรัมนี้ ให้หมายถึงน้ำหนักอาหารหลังจากที่เติมน้ำหรือของเหลวแล้ว อย่างไรก็ตาม ข้อกำหนดนี้ไม่ใช้บังคับกับเครื่องดื่มแห้ง หรือผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกัน เช่น นมผง ซึ่งจะใช้ปริมาณหนึ่งหน่วยบริโภคอ้างอิงเป็น 200 มิลลิลิตรของอาหารหลังเติมน้ำ)

**Thai RDI หมายถึง สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai Recommended Daily Intakes)

ตารางที่ 2 เงื่อนไขการกล่าวอ้างทางโภชนาการโดยใช้เกณฑ์ต่อ 100 กรัม หรือ 100 มิลลิลิตร (สำหรับอาหารที่เป็นไปตามข้อ 2.1 กรณีที่ 2)

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข	
		ต่ออาหาร 100 กรัม (ของแข็ง)	ต่ออาหาร 100 มิลลิลิตร (ของเหลว)
พลังงาน	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no)	-	1.ไม่เกิน 4 กิโลแคลอรี และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low)	1.ไม่เกิน 40 กิโลแคลอรี และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 20 กิโลแคลอรี และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลดปริมาณลง, น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, less than, fewer, lower, lower in)	1.ลดพลังงานลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณพลังงานที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 40 กิโลแคลอรีด้วย	1.ลดพลังงานลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณพลังงานที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 20 กิโลแคลอรีด้วย
ไขมันทั้งหมด	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no)	1.ไม่เกิน 0.5 กรัม และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 0.5 กรัม และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low)	1.ไม่เกิน 3 กรัม และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 1.5 กรัม และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลดปริมาณลง,น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, less than, lower, lower in)	1.ลดไขมันทั้งหมดลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณไขมันทั้งหมดที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 3 กรัมด้วย	1.ลดไขมันทั้งหมดลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณไขมันทั้งหมดที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 1.5 กรัมด้วย

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข	
		ต่ออาหาร 100 กรัม (ของแข็ง)	ต่ออาหาร 100 มิลลิลิตร (ของเหลว)
ไขมันอิ่มตัว	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no)	1.ไม่เกิน 0.1 ก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 0.1 ก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low)	1.ไม่เกิน 1.5 ก. และ 2.พลังงานจากไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมด และ 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 0.75 ก. และ 2.พลังงานจากไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมดและ 3.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลดปริมาณลง,น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, less than, lower, lower in)	1.ลดไขมันอิ่มตัวลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณไขมันอิ่มตัวที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 1.5 ก. ด้วย	1.ลดไขมันอิ่มตัวลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณไขมันอิ่มตัวที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 0.75 ก. ด้วย
โคเลสเตอรอล	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no)	1.ไม่เกิน 5 มก. และ 2.ไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 1.5 ก. และ 3.พลังงานจากไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมด และ 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 5 มก. และ 2.ไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 0.75 ก. และ 3.พลังงานจากไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมด และ 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low)	1.ไม่เกิน 20 มก. และ 2.ไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 1.5 ก. และ 3.พลังงานจากไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมด และ 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 10 มก. และ 2.ไขมันอิ่มตัวไม่เกิน 0.75 ก. และ 3.พลังงานจากไขมันอิ่มตัวไม่เกินร้อยละ 10 ของพลังงานทั้งหมด และ 4.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลดปริมาณลง,น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, less than, lower, lower in)	1.ลดโคเลสเตอรอลลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณโคเลสเตอรอลที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 20 มก. ด้วย	1.ลดโคเลสเตอรอลลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณโคเลสเตอรอลที่ลดลงจะต้องไม่น้อยกว่า 10 มก. ด้วย

พลังงาน/สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข	
		ต่ออาหาร 100 กรัม (ของแข็ง)	ต่ออาหาร 100 มิลลิลิตร (ของเหลว)
น้ำตาล	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no)	1.ไม่เกิน 0.5 ก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 0.5 ก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลดปริมาณลง, น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, less than, lower, lower in)	ลดน้ำตาลลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป	ลดน้ำตาลลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป
โซเดียม	ปราศจาก, ไม่มี (free, without, free of, no)	1.ไม่เกิน 5 มก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 5 มก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำมาก (very low)	1.ไม่เกิน 40 มก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 20 มก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ต่ำ (low)	1.ไม่เกิน 120 มก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย	1.ไม่เกิน 60 มก. และ 2.ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในข้อ 1.1 ของบัญชีนี้ด้วย
	ลดปริมาณลง,น้อยกว่า (reduced, reduced in, less, less than, lower, lower in)	1.ลดโซเดียมลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไปและ 2.ปริมาณโซเดียมที่ลดลงจะต้องไม่น้อย	1.ลดโซเดียมลงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยลดลงตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไปและ 2.ปริมาณโซเดียมที่ลดลงจะต้องไม่น้อย

พลังงาน/ สารอาหาร	ข้อกล่าวอ้าง	เงื่อนไข	
		ต่ออาหาร 100 กรัม (ของแข็ง)	ต่ออาหาร 100 มิลลิลิตร (ของเหลว)
โปรตีน	เป็นแหล่งของ, มี (good source, contains, provides)	ไม่น้อยกว่า 5 ก. ต่ออาหาร 100 ก. หรือ ไม่น้อยกว่า 2.5 ก. ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี	ไม่น้อยกว่า 2.5 ก. ต่อ 100 มล. หรือต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี
	สูง, อุดม (high, rich, rich in, excellent source of)	ไม่น้อยกว่า 10 ก. ต่ออาหาร 100 ก. หรือ ไม่น้อยกว่า 5 ก. ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี	ไม่น้อยกว่า 5 ก. ต่อ 100 มล. หรือต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี
	เสริม, เพิ่ม, มากกว่า (increased, more than, added, enriched, fortified)	1.เพิ่มโปรตีนขึ้นเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณโปรตีนที่เพิ่มขึ้นจะต้องไม่น้อยกว่า 5 ก. ต่ออาหาร 100 ก. หรือไม่น้อยกว่า 2.5 ก. ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี	1.เพิ่มโปรตีนขึ้นเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นอาหารชนิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน โดยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป และ 2.ปริมาณโปรตีนที่เพิ่มขึ้นจะต้องไม่น้อยกว่า 2.5 ก. ต่ออาหาร 100 ก. หรือต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี
วิตามินและเกลือแร่ (ไม่รวมโซเดียม)	เป็นแหล่งของ, มี (good source, contains, provides)	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 15ของ Thai RDI* ต่ออาหาร 100 ก. หรือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของ Thai RDI* ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 7.5ของ Thai RDI* ต่ออาหาร 100 มล. หรือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของ Thai RDI* ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี
	สูง, อุดม (high, rich, rich in, excellent source of)	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของ Thai RDI* ต่ออาหาร 100 ก. หรือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10ของ Thai RDI* ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของ Thai RDI* ต่ออาหาร 100 มล. หรือ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10ของ Thai RDI* ต่อพลังงาน 100 กิโลแคลอรี
	เสริม, เพิ่ม, มากกว่า (increased, more than, added, enriched, fortified)	เพิ่มวิตามินหรือเกลือแร่ขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปเมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง โดยระดับปริมาณที่แตกต่างนั้นจะต้องไม่น้อยกว่าปริมาณร้อยละ 10 ของ Thai RDI* ของวิตามินหรือเกลือแร่นั้น	เพิ่มวิตามินหรือเกลือแร่ขึ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไปเมื่อเทียบกับอาหารอ้างอิง โดยระดับปริมาณที่แตกต่างนั้นจะต้องไม่น้อยกว่าปริมาณร้อยละ 10 ของ Thai RDI* ของวิตามินหรือเกลือแร่นั้น

*Thai RDI หมายถึง สารอาหารที่แนะนำให้บริโภคประจำวันสำหรับคนไทยอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป (Thai Recommended Daily Intakes)

(สำเนา)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

ฉบับที่ 22 (พ.ศ.2522)

เรื่อง กำหนดน้ำมันและไขมันเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ

และกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน วิธีการผลิต

และฉลากสำหรับน้ำมันและไขมัน

##########

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (1) (2) (4) (5) (6) (7) และ (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้น้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารได้ ซึ่งได้แก่กลีเซอร์ไรด์ของกรดไขมันต่างๆ ที่ได้จากพืชหรือสัตว์ ซึ่งใช้เป็นอาหาร และบรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท กล่อง ซอง หรือสิ่งห่อหุ้มที่ปิดผนึก เพื่อจำหน่ายเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงเนยและเนยเทียม

ข้อ 2 น้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารแบ่งออกเป็นสามชนิด

(1) น้ำมันและไขมันที่ได้จากพืช

(2) น้ำมันและไขมันที่ได้จากสัตว์

(3) น้ำมันและไขมันผสม ได้แก่ น้ำมันและไขมันที่ได้จากพืชต่างชนิดผสมกัน น้ำมันและไขมันที่ได้จากสัตว์ต่างชนิดผสมกัน หรือน้ำมันและไขมันที่ได้จากพืชผสมกับน้ำมันและไขมันที่ได้จากสัตว์

ข้อ 3 การผลิตน้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหาร ให้ทำได้เพียงสองวิธี คือ

(1) ธรรมชาติ ทำโดยการบีบอัด หรือบีบอัดโดยใช้ความร้อน และทำให้สะอาดโดยการล้าง การตั้งไว้ให้ตกตะกอน การกรอง หรือการหมุนเหวี่ยง

(2) ผ่านกรรมวิธี ทำโดยนำน้ำมันและไขมันที่ได้จากวิธีธรรมชาติ หรือที่ได้จากการสกัดด้วยสารละลายตามที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข แล้วมาผ่านกรรมวิธีทำให้บริสุทธิ์อีกครั้งหนึ่ง

ข้อ 4 พืชหรือไขมันของสัตว์ที่จะนำมาผลิตเอาน้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหาร ต้องมีสภาพที่เหมาะจะใช้ผลิตอาหาร และอยู่ในสภาพที่ให้น้ำมันและไขมันซึ่งบริโภคได้โดยปราศจากอันตราย

../2

ข้อ 5 น้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่ายเพื่อใช้รับประทานหรือใช้ปรุงแต่งในอาหารต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

(1) มีค่าของกรด (Acid Value) คิดเป็นมิลลิกรัมโปตัสเซี่ยมไฮดรอกไซด์ต่อน้ำมันหรือไขมัน 1 กรัม

(ก) ได้ไม่เกิน 4.0 สำหรับน้ำมันและไขมันซึ่งทำโดยวิธีธรรมชาติ

(ข) ได้ไม่เกิน 0.6 สำหรับน้ำมันและไขมันซึ่งทำโดยวิธีผ่านกรรมวิธี

(ค) ได้ไม่เกิน 4.0 สำหรับน้ำมันและไขมันผสมซึ่งทำโดยวิธีธรรมชาติ

(ง) ได้ไม่เกิน 0.6 สำหรับน้ำมันและไขมันผสมซึ่งทำโดยวิธีผ่านธรรมวิธี

(จ) ได้ไม่เกิน 1.0 สำหรับน้ำมันและไขมันซึ่งทำโดยวิธีผ่านกรรมวิธีผสมกับน้ำมันและไขมันซึ่งทำโดยวิธีธรรมชาติ

(2) มีค่าเพอร์ออกไซด์ (Peroxide Value) คิดเป็นมิลลิกรัมสมมูลย์ต่อน้ำมันหรือไขมัน 1 กิโลกรัม ได้ไม่เกิน 10

(3) มีน้ำและสิ่งที่ระเหยได้ (Water and Volatile Matter) ที่อุณหภูมิ 105 องศาเซลเซียส ได้ไม่เกินร้อยละ 0.2 ของน้ำหนัก

(4) มีปริมาณสบู่ (Soap Content) ได้ไม่เกินร้อยละ 0.005 ของน้ำหนัก

(5) มีสิ่งอื่นที่ไม่ละลาย (Insoluble Impurities) ได้ไม่เกินร้อยละ 0.05 ของน้ำหนัก

(6) มีกลิ่นและรสตามลักษณะเฉพาะของน้ำมันและไขมัน ยกเว้นน้ำมันและไขมันผสม

(7) ไม่มีกลิ่นหืน

ข้อ 6 น้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารนั้นถ้ามีวัตถุเจือปนในอาหาร (Food Additives) หรือสารปนเปื้อน (Contaminants) ให้มีได้ตามชนิดและปริมาณที่กำหนดไว้ในบัญชีท้ายประกาศนี้

ข้อ 7 ภาชนะบรรจุน้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารต้อง

(1) สะอาด

(2) ทนต่อการละลาย

(3) เป็นภาชนะบรรจุที่ไม่มีสารออกมาปนเปื้อนกับอาหารในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

../3

ข้อ 8 น้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหาร ที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้า เพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่ายต้องมีฉลาก ข้อความในฉลากต้องเป็นภาษาไทยปรากฏให้เห็นชัดและอ่านได้ชัดเจน และอย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

(1) ชนิดของน้ำมันและไขมันตามข้อ 2 และวิธีที่ผลิตตามข้อ 3 ด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า5 มิลลิเมตร ใต้ชื่อทางการค้าของน้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารนั้น ดังต่อไปนี้

(ก) ถ้าเป็นน้ำมันและไขมันที่ได้จากพืช ตามข้อ 2 (1) ให้ระบุว่า "น้ำมัน.." หรือ "ไขมัน.." (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของพืชที่มาของน้ำมันหรือไขมันที่ใช้เป็นอาหารนั้น และวิธีที่ผลิตโดยวิธีธรรมชาติหรือวิธีผ่านกรรมวิธี)

(ข) ถ้าเป็นน้ำมันและไขมันที่ได้จากสัตว์ตามข้อ 2 (2) ให้ระบุว่า "น้ำมัน.." หรือ "ไขมัน.." (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของสัตว์ที่มาของน้ำมันหรือไขมันที่ใช้เป็นอาหารนั้น และวิธีที่ผลิตโดยวิธีธรรมชาติ หรือวิธีผ่านกรรมวิธี)

(ค) ถ้าเป็นน้ำมันและไขมันผสม ตามข้อ 2 (3) ให้ระบุว่า "น้ำมันผสม" หรือ "ไขมันผสม" แล้วแต่กรณี

(2) ชนิด วิธีที่ผลิตและอัตราส่วนของน้ำมันหรือไขมันที่ผสมอยู่ ด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 3 มิลลิเมตร ถัดจากข้อความที่ต้องระบุตาม (1)

(3) ชื่อและเลขทะเบียนอาหาร

(4) ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิต

(5) น้ำหนักสุทธิหรือปริมาณสุทธิเป็นระบบเมตริก

(6) วัน เดือน ปีที่ผลิต จากโรงงานผลิต และวัน เดือน ปีที่แบ่งบรรจุด้วยสำหรับอาหารที่นำเข้ามาแบ่งบรรจุในประเทศ

(7) ระหัสของครั้งที่ผลิต (ถ้ามี)

(8) ถ้าใช้วัตถุเจือปนในอาหารให้ระบุคำว่า "ใช้วัตถุเจือปนในอาหาร" ถ้าใช้สีด้วยให้ระบุคำว่า "เจือสี" กำกับไว้ด้วยและถ้าใช้วัตถุเจือปนในอาหารเพื่อการแต่งกลิ่นอีกด้วย ให้ระบุคำว่า "เจือกลิ่น" และชนิดของกลิ่นด้วย

../4

ข้อ 9 น้ำมันและไขมันที่ใช้เป็นอาหารแต่มีวัตถุประสงค์ที่จะนำมาใช้เพื่อประโยชน์อย่างอื่นนอกจากใช้รับประทานหรือใช้ปรุงแต่งในอาหาร ให้ได้รับการยกเว้นไม่ต้องมีคุณภาพมาตรฐานตามที่ระบุไว้ในข้อ 5 ข้อ 6 และไม่ต้องปฏิบัติตามข้อ 7 และข้อ 8 แต่ต้องแสดงฉลากไว้ที่ภาชนะบรรจุว่า "ห้ามใช้รับประทาน" ด้วยตัวอักษรสีแดงขนาดไม่เล็กกว่า 1 เซนติเมตร และในฉลากนั้นให้แสดงระหัสครั้งที่ผลิตไว้ด้วย

ประกาศฉบับนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 13 กันยายน 2522

บุญสม มาร์คัน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

(คัดจากราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 96 ตอนที่ 163 วันที่ 21 กันยายน 2522)

สำเนาถูกต้อง

นักวิชาการเผยแพร่ 4

พุทธชาด/พิมพ์

สุกัญญา/ทาน

ลำดับ	ประเภทวัตถุเจือปนในอาหาร	ชื่อวัตถุเจือปนในอาหาร	ปริมาณสูงสุดที่ให้ใช้ได้ เป็นร้อยละของน้ำหนัก	หมายเหตุ
1.	สี (colour) : ให้ใช้ได้เพื่อความมุ่งหมายที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีสีเหมือนธรรมชาติ	ก) เบตา-คาโรทีน (beta-carotene)	-	
		ข) สีคำแสด (annatto)	-	
		ค) เคอร์คิวมิน (curcumin)	-	
		ง) แคนธาแซนธิน (canthaxanthine)	-	
		จ) เบตา-อะโป-8'-คาโรทีนาล (beta-apo-8'-carotenal)	-	
		ฉ) เมทิลและเอทิลเอสเทอร์ของกรดเบตา-อะโป-8'-คาโรทีโนอิค (methyl and ethyl ester of beta-apo-8'-carotenoic acid)	-	
2.	การแต่งกลิ่น (Flavours) : ให้ใช้กลิ่นสังเคราะห์ได้ ทั้งนี้วัตถุประสงค์ดังกล่าวจะต้องไม่เป็นอันตรายแก่สุขภาพ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเป็นการปิดบังซ่อนเร้นความด้อยคุณภาพของน้ำมันหรือไขมันหรือทำให้น้ำมันหรือไขมันนั้นมีคุณค่าสูงกว่าความเป็นจริง			

ลำดับ	ประเภทวัตถุเจือปนในอาหาร	ชื่อวัตถุเจือปนในอาหาร	ปริมาณสูงสุดที่ให้ใช้ได้เป็นร้อยละของน้ำหนัก	หมายเหตุ
3.	อีมัลซิไฟเออร์ (emulsifiers)	ก) โมโนและไดกลีเซอไรด์ของกรดไขมัน (mono and diglycerides of fatty acid)	2	อีมัลซิไฟเออร์ตามข้อ(ข)ถึง(ฎ)จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 2 ของน้ำหนัก
		ข) โมโนและไดกลีเซอร์ไรด์ของกรดไขมัน (mono and diglycerides of fatty acid) ซึ่งทำให้เป็นเอสเทอร์ด้วยกรดต่อไปนี้ อะซีติค (acetic) ทาร์ทาริค (trataric) ซิตริค (citrie) อะซีติล ทาร์ทาริค (acetyl tartaric) แลคติค(lactic) รวมทั้งเกลือโซเดียมและเกลือคัลเซียมของกรดข้างต้น จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 2 ของน้ำหนัก	2	
		ค) เลซีธินและองค์ประกอบของเลซีธิน (lecithins and components of commercial lecithin)	2	
		ง) โพลีกลีเซอรอลเอสเทอร์ของกรดไขมัน (polyglycerol esters of fatty acid)	2	
		จ) เอสเทอร์ของกรดไขมันกับโพลีอัลกอฮอล์ที่มิใช่กลีเซอรอล (esters of fatty acid with polyalcohols other than glycerol) ดังต่อไปนี้	2	

เลขที่	ประเภทวัตถุเจือปนในอาหาร	ชื่อวัตถุเจือปนในอาหาร	ปริมาณสูงสุดที่ให้ใช้ได้เป็นร้อยละของน้ำหนัก	หมายเหตุ
		ซอร์โบแทน โมโนพัลมิเตท (sorbotan monopalmitate)		
		ซอร์บิแทน โมโนสเตียเรท(sorbitan monotearate)		
		ซอร์บิแทน ไตรสเตียเรท (sorbitan tristearate)		
		จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 2 ของน้ำหนัก		
		ฉ) โพรพิลีเกลัยคอลเอสเทอร์ของกรดไขมัน	2	
		(1,2-propylene glycol esters of fatty acid)		
		ช) ซูโครสเอสเทอร์ของกรดไขมันรวมทั้งซูโครกลีเซอไรด์	2	
		(sucrose esters of fatty acid including sucroglyceride)		
		ซ) กรดสเตียริลแลคทิลิคและเกลือคัลเซียมของกรดนี้	2	
		(stearyl lactylic acid and its calcium salts)		
		ฌ) โพลีกลีเซอรอลเอสเทอร์ของกรดริซิโนเลอิกที่ถูกอินเตอร์เอสเตอริไฟด์	2	
		(polyglycerol esters of interesterified ricinoleic acid)		
		ญ) โพลิออกซีเอธิลีน (20) ซอร์บิแทนโมโนโอลีเอท	2	
		(polyoxyeth ylene (20) sorbitan monostearate)		
		ฎ) โพลิออกซีเอธิลีน (20) ซอร์บิแทนโมโนสเตียเรท	2	
		(polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate)		

ลำดับ	ประเภทวัตถุเจือปนในอาหาร	ชื่อวัตถุเจือปนในอาหาร	ปริมาณสูงสุดที่ให้ใช้ได้เป็นร้อยละของน้ำหนัก	หมายเหตุ
๑.	วัตถุกันหืน (anti oxidants)	ก) โพรพิล ออกทิล และโดเดซิลแกลเลท (propyl, octyl and dodecyl gallates)	0.01	จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือรวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 0.01 ของน้ำหนัก
		ข) บิวทิเลเตด ไฮดรอกซีโทลูอีน (butylated hydroxytoluene, BHT) บิวทิเลเตด ไฮดรอกซีอะนิโซล (butylated hydroxyanisole, BHA)	0.02	จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง รวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 0.02 ของน้ำหนัก
		ค) สารพวกแกลเลท (gallates) รวมกับ BHA หรือ BHT หรือรวมทั้งสองอย่างใช้รวมกัน	0.02 แต่จะใช้แกลเลทได้ไม่เกินร้อยละ 0.01 ของน้ำหนัก	
		ง) แอสคอร์บิลพัลมิเตท (ascorbyl palmitate)	0.02	วัตถุกันเสียตาม(ง)และ(จ)
		จ) แอสคอร์บิลสเตียเรท (ascorbyl stearate)	0.02	จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือรวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 0.02 ของน้ำหนัก
		ฉ) โทโคเฟอรอลส์ชนิดธรรมชาติและชนิดสังเคราะห์ (natural and synthetic tocopherols)	0.02	

ลำดับ	ประเภทวัตถุเจือปนในอาหาร	ชื่อวัตถุเจือปนในอาหาร	ปริมาณสูงสุดที่ให้ใช้ได้เป็นร้อยละของน้ำหนัก	หมายเหตุ
		ช) ไดลอริล ไธโอไดโพรพิโอเนท(dilauryl thiodipropionate)	0.02	
5.	สารเสริมฤทธิ์วัตถุกันหืน (antioxdant synergists)	ก) กรดซิตริคและโซเดียมซิเตรท (citric acid and sodium citrate)	-	
		ข) ไอโซโพรพิลซิเตรท (isopropyl citrate)	0.01	สารเสริมฤทธิ์วัตถุกันหืนตามข้อ(ข)(ค)และ(ง)จะใช้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 0.01 ของน้ำหนัก
		ค) กรดฟอสฟอริค (phosphoric acid)	0.01	
		ง) โมโนกลีเซอไรด์ซิเตรท(monoglyceride citrate)	0.01	
6.	วัตถุกันฟอง (antifoaming agents)	ไดเมทิลโพลีซิลอคเซน (dimethyl polysiloxane) หรือผสมกับซิลิคอนไดออกไซด์(silicon dioxide)	0.001	ใช้อย่างเดียว
7.	วัตถุกันตกผลึก (crystallisation inhibitors)	ออกซีสเตียริน (oxystearin)	0.125	

อันดับ	สารปนเปื้อน	ปริมาณสูงสุดที่ให้มีได้ เป็นมิลลิกรัมต่อกิโลกรัม	หมายเหตุ
1.	น้ำมันแร่ (mineral oil)	ไม่มี	
2.	ปริมาณเหล็ก : ในน้ำมันหรือไขมันธรรมชาติ และในน้ำมันหรือไขมันผสม	5.0	
	ในน้ำมันหรือไขมันผ่านกรรมวิธี	2.5	
3.	ปริมาณทองแดง : ในน้ำมันหรือไขมันธรรมชาติ และในน้ำมันหรือไขมันผสม	0.4	
	ในน้ำมันหรือไขมันผ่านกรรมวิธี	0.1	
4.	ปริมาณตะกั่ว	0.1	
5.	ปริมาณสารหนู	0.1	
6.	ปริมาณอาฟลาท็อกซิน (aflatoxin)	ไม่เกิน 20 ไมโครกรัมต่อ 1 กิโลกรัม (ไม่เกิน 20 ส่วนในพันล้านส่วน)	
7.	ปริมาณไซโคลโพรพีนอย แฟตตี้แอซิด (cyclopropenoid fatty acid)	ไม่เกินร้อยละ 0.4 โดยน้ำหนัก	

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(สำเนา)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

ฉบับที่ 42 (พ.ศ.2522)

เรื่อง กำหนดซอสบางชนิดเป็นอาหารควบคุมเฉพาะ

และกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

——— * ———

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (1) (2) (4) (5) และ (6) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ ซอสมะละกอ ซอสแป้งหรือซอสแป้งผสมสี และซอสผสม เป็นอาหารควบคุมเฉพาะ

ข้อ 2 ในประกาศนี้ *ซอส* หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งหมายใช้เป็นเครื่องปรุงรส มีลักษณะเหลวหรือข้นเป็นเนื้อเดียวกัน ได้แก่

(1) ซอสพริก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีพริก และน้ำส้มสายชู หรือกรดอื่นที่ใช้รับประทานได้ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

(2) ซอสมะเขือเทศ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมะเขือเทศเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

(3) ซอสมะละกอ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมะละกอ และน้ำส้มสายชู หรือกรดอื่นที่ใช้รับประทานได้ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

(4) ซอสแป้ง หรือซอสแป้งผสมสี ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแป้ง และน้ำส้มสายชู หรือกรดอื่นที่ใช้รับประทานได้ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

(5) ซอสผสม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบที่สำคัญของซอสตาม (1)(2)(3) หรือ (4) ผสมกันตั้งแต่สองชนิดขึ้นไป

ข้อ 3 ซอส ต้องมีคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

(1) มีกลิ่นรสเฉพาะของซอสนั้น

(2) มีความเป็นกรด คำนวณเป็นกรดอะซิติก ได้ดังนี้

ก. ไม่เกินร้อยละ 10 ของน้ำหนัก สำหรับซอสพริก และซอสผสม

ข. ไม่เกินร้อยละ 7 ของน้ำหนัก สำหรับซอสมะเขือเทศ

ค. ไม่เกินร้อยละ 3 ของน้ำหนัก สำหรับซอสมะละกอ และซอสแป้งหรือซอสแป้งผ

(3) มีปริมาณสารทั้งหมด (Total Sloid) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนัก สำหรับซอสมะเขือเทศ และซอสแป้ง หรือซอสแป้งผสมสี และไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของน้ำหนัก สำหรับซอสมะละกอ

(4) มีบักเตรีไม่เกิน 10,000 ในอาหาร 1 กรัม

.../2

(5) มีบักเตรีชนิด อี.โคไล (ตรวจโดยวิธี Most Probable Number) น้อยกว่า 3 ในอาหาร 1 กรัม

(6) มียีสต์และรารวมกันไม่เกิน 10 ในอาหาร 1 กรัม

(7) ไม่มีเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค

(8) ไม่มีสารเป็นพิษจากจุลินทรีย์ในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(9) ไม่ใช้วัตถุที่ให้ความหวานแทนน้ำตาล

ข้อ 4 การผลิตซอส หากจำเป็นต้องใช้วัตถุเจือปนในอาหาร ให้ใช้ตามที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 18 (พ.ศ.2522) เรื่อง การใช้วัตถุเจือปนในอาหาร (Food Additives) และฉลากสำหรับอาหารที่มีวัตถุเจือปนในอาหาร หรือตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่จะแก้ไขเพิ่มเติมหรือประกาศขึ้นใหม่ต่อไป

ข้อ 5 ภาชนะบรรจุอาหารตามข้อ 1 ต้อง

(1) สะอาด

(2) ไม่เคยใช้ใส่อาหารหรือวัตถุอื่นใดมาก่อน เว้นแต่ภาชนะบรรจุที่เป็นแก้ว

(3) เป็นภาชนะบรรจุที่ไม่มีสารออกมาปนเปื้อนกับอาหารในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวันนับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 13 กันยายน พ.ศ.2522

บุญสม มาร์ติน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

(คัดจากราชกิจจานุเบกษาเล่มที่ 96 ตอนที่ 163 ลงวันที่ 21 กันยายน 2522)

รับรองสำเนาถูกต้อง

(น.ส.สุกัญญา จันทรอารีย์)

นักวิชาการเผยแพร่ 4

สุนีย์/พิมพ์

สุกัญญา/ทาน

ประวัติการศึกษา

นาย กนกพล ชะระไสย์

การศึกษา

ประถมศึกษา	โรงเรียนสวนบัว
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนราชวินิต มัธยม
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนวัดราชาธิวาส
อุดมศึกษา	สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
	2537-2543

