

โครงการเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป
สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

The Product Development of Processed-Banana for
"One Tambon One Product" Project



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2545-2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1	บทนำ	1
	วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
	แนวทางการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	3
	ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	4
	ขอบเขตของโครงการ	7
	ความเป็นไปได้ของโครงการ	9
	แนวทางการศึกษาวิจัย	10
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2	การค้นคว้าและการวิเคราะห์ข้อมูล	
2.1	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	
2.1.1	ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	12
2.1.2	นโยบายและการดำเนินการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	14
2.1.3	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	16
2.2	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกล้วย	
2.2.1	ความเป็นมาของต้นกล้วย	17
2.2.2	ชนิดของกล้วยที่รู้จักกัน	19
2.2.3	ประโยชน์ของกล้วย	25
2.2.4	กล้วยกับวิถีชีวิตคนไทย	30
2.2.5	การแปรรูปกล้วย	34
2.2.6	ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป	37
2.2.7	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับกล้วยและการแปรรูป	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มา	
2.2.8 รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งที่มา	41
2.2.9 ลักษณะพิเศษและข้อได้เปรียบของแต่ละแหล่งที่มา	56
2.2.10 วิเคราะห์และสรุปความสัมพันธ์ของกล้วยกับแหล่งที่มา	57
2.4 ข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
2.4.1 ลักษณะของผู้บริโภค	58
2.4.2 สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์	62
2.4.3 พฤติกรรมการบริโภคและการจับจ่ายผลิตภัณฑ์	62
2.4.4 ความต้องการของผู้บริโภคต่อบริการต่างๆในการเลือกซื้อ	65
2.4.5 สรุปความสัมพันธ์ของผู้บริโภคและสถานการณ์การบริโภค	66
2.5 ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	
2.4.6 ขนาดของตลาด ส่วนแบ่งตลาดและแนวโน้มของตลาด	67
2.4.7 ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	70
2.4.8 ระยะเวลาในการจัดจำหน่าย	70
2.4.9 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	71
2.6 ข้อมูลด้านคู่แข่ง	
2.6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด จำแนกประเภทผลิตภัณฑ์	72
2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	
2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	106
2.7.2 วิเคราะห์เรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองของความต้องการของผลิตภัณฑ์	107
2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
2.8.1 พระราชบัญญัติอาหาร เรื่อง ผลิต	109
2.8.2 รหัสแท่งหรือบาร์โคด	113
2.8.3 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กล้วยอบ	114
2.9 แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	
2.9.1 การประสมปัจจัยจากแผ่นพลิก	119
2.9.2 การแปลงรหัสเป็นศัพท์บรรยาย	120
2.9.3 โจทย์ตัวอย่างที่นำมาเป็นกรณีศึกษาในโครงการ	121
2.9.4 การจำแนกหมวดผลิตภัณฑ์ในโครงการ	123
2.9.5 การระบุการกำหนดตำแหน่งสินค้าของโจทย์ตัวอย่าง	124

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3	การนำเสนอแนวทางการออกแบบ	
3.1	โจทย์และสิ่งเชื่อมโยงการออกแบบ	126
3.2	การนำเสนอแนวทางการออกแบบตามโจทย์	127
	- สิ่งเชื่อมโยงการออกแบบ	
	- การพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการคัดเลือกแบบ	
3.3	สรุปแบบที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อทำต้นแบบ	161
บทที่ 4	การเสนองานออกแบบ	
4.1	คู่มือเสนอแนะแนวทางการแสวงหาโอกาส (handbook)	163
4.2	แผ่นพลิก (flipbook)	247
4.3	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง (model) และแบบแสดงรายละเอียด	249
4.4	แผ่นซีดีนำเสนอาน (compact disc)	290
บทที่ 5	บทสรุป	
5.1	สรุปผลงานการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	291
5.2	สรุปผลงานการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	292
ภาคผนวก		293
ประวัติการศึกษา		300



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผศ. อรสา จิรปัญญา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป
สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
The Product Development of Processed-Banana for "One Tambon
One Product" Project

ชื่อนักศึกษา นางสาว สุชুমล ตรีชัยพร รหัส 41025333
ภาควิชา ศิลปประยุกต์สาขากรรม
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2545-2546

บทคัดย่อ

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป จัดเป็นสินค้าบริโภคประเภท สินค้าสะดวกซื้อ สินค้าสวน
ใหญ่มาจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรในชุมชน ในภาพรวมของสินค้า
ประเภทนี้ กล้วยจัดได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งปลูกเพื่อใช้ใบ
รับประทานสด นำไปประกอบอาหารหรือแปรรูป และใช้เส้นใย

กล้วย จัดได้ว่าเป็นพืชหาง่าย ปลูกและเจริญเติบโตได้ดีกระจายไปทั่วทุกภูมิภาค
สมควรที่จะคัดเลือกนำมาเป็นกรณีศึกษาในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่อไป

บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมสินค้าให้มีความโดดเด่น เกิดการจดจำตรา
สินค้า เอกลักษณ์ของสินค้า และสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดได้เช่นกัน โดยเฉพาะ
ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป

ในด้านการเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป สำหรับโครง
การหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้แนวคิดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพ
และบุคลิกภาพที่แตกต่าง โดยจัดทำขึ้นนำเสนอต่อหน่วยงานที่สามารถเผยแพร่ความรู้สู่ผู้ประกอบ
การรายย่อยได้

มีการแสดงแนวทางการพัฒนาแนวความคิด ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
วิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆแบ่งเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปัจจัยอันเกี่ยวแก่กล้วย โดยอาศัยข้อมูลค้นคว้าในเรื่อง กล้วย ตั้งแต่ความเป็นมาของกล้วย ชนิดของกล้วยที่รู้จักกัน ประโยชน์ของกล้วย ลักษณะการแปรรูปและรูปทรง ความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป
- ปัจจัยอันเกี่ยวกับผู้บริโภคและสถานการณ์บริโภค โดยอาศัยข้อมูลจากการศึกษาและประเมินผลจากแบบสอบถามในเรื่องของพฤติกรรม การบริโภคและการจับจ่ายผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป ได้แก่ วย, เหตุซื้อ, แหล่งที่ซื้อ, ความสัมพันธ์ผู้บริโภค, จำนวนผู้บริโภค, สถานการณ์บริโภค (เวลา(t), สถานที่(p), โอกาส(o), และ อิริยาบถ (m))

2. แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง การพิจารณาจากต่างมุมมอง

กรณีที่ 1 พิจารณามุมมองของผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปลักษณะเดิม กับ สถานการณ์การบริโภค



กรณีที่ 2 พิจารณาจากมุมมองของสถานการณ์การบริโภค เพื่อมองหาผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป ลักษณะใหม่



3. กระบวนการคิดและลำดับขั้นในการแสวงหาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เกิดจากการประสมปัจจัยใน flipbook

ในขั้นนี้เกิดผลิตภัณฑ์และสถานการณ์การบริโภคที่เกิดจากการประสมปัจจัย มากมายมีใจยกตัวอย่าง ทั้งสิ้น 11 โจทย์ นำไปพิจารณาเรื่องแนวทางการออกแบบต่อไป

4. แนวทางการออกแบบ

มีสิ่งเชปเงื่อนไขการออกแบบ ดังนี้

- ด้านการบรรจุ (containment)
- ด้านความคุ้มครอง (protection)
- ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)
- ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (communication & promotion)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อตอบสนองเงื่อนไขการออกแบบและจุดขายของสินค้า ได้อย่างเหมาะสมโดยคำนึง การควบคุมระดับราคาการผลิตและประเภทบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำไปเป็นกรณีศึกษาจริงได้

โจทย์ 11 โจทย์จะมีแนวทางการออกแบบ 5 แบบ แต่ละแบบจะสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภครวมทั้งมีจุดขายตรงกับการกำหนดตำแหน่งสินค้าที่ได้ กำหนดไว้ ทั้ง 5 แบบจะได้รับการคัดเลือก แบบที่ผ่านการพิจารณาเปรียบเทียบกับหัวข้อ

- เอกลักษณ์ของแหล่งผลิต
- บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์
- ความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน
- ตอบสนองด้านความคุ้มครองผลิตภัณฑ์

จะนำไปทำต้นแบบเพื่อใช้ในสอนหรือฝึกอบรมต่อไป

นอกจากนี้การออกแบบยังต้องคำนึงถึงเรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์และการผลิต ที่ตอบสนอง ความต้องการด้านความคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ใหม่นั้นเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้จริงได้มากที่สุด



คำนำ

ผลิตภัณฑ์มากมายถูกจัดวางขายในร้านค้าต่างๆ ทั้งเล็กและใหญ่ ในชุมชนและเมืองใหญ่ หลากหลายทั้งรูปแบบและรสชาติ ที่ผู้ผลิตต่างคิดสรร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค และสามารถขายได้สร้างรายได้ให้ชุมชนของตน หนึ่งในผลิตภัณฑ์จากหลายผลิตภัณฑ์เหล่านั้น มีไม่มากนักที่เราจะได้เห็นความต่างอย่างที่เราจะสังเกตได้เมื่อแรกพบ

สิ่งหนึ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดการจดจำและสร้างภาพลักษณ์ใหม่นั้นคือการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ซึ่งแท้จริงแล้ว เรามีบรรจุภัณฑ์มาตั้งแต่สมัยก่อนเก่าตั้งแต่การนำวัตถุดิบจากธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน นำมาห่อรัด มัดของ อย่างเช่นใบตอง จนพัฒนามาเป็นวัตถุดิบในระบบอุตสาหกรรมอย่างกระดาษและพลาสติกอย่างในปัจจุบัน คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า บรรจุภัณฑ์ก็เป็นหน้าตาบานหนึ่งที่ตั้งใจให้ใครตือใครมองเข้ามาและแวะชมหลายๆโครงการอย่างโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ ถึงกับเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ในแต่ละชุมชนมีความหวังที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาด และเข้าเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งของโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ด้วยเหตุนี้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการแปรรูปพืชผลทางการเกษตรในชุมชน จึงออกมามากมายแต่มีรูปร่างหน้าตาคือคล้ายกัน ด้วยเหตุนี้ แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างน่าจะเกิดขึ้น นักออกแบบบรรจุภัณฑ์น่าจะมีส่วนเข้ามาพัฒนาและสร้างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ไทย และหวังว่าสักวันหนึ่งจะได้เห็นบรรจุภัณฑ์ที่ รูปร่างหน้าตามีสีสัน และมีเอกลักษณ์มาวางเรียงราย เพื่อดึงดูดใจใครหลายๆคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ถ้าเปรียบ การเรียนการทำงาน และการทำวิทยานิพนธ์นี้เป็นการเดินทางมันเป็นวันที่ได้เดินทางมาถึงจุดพักขม
วิจุดหนึ่ง ทางข้างหน້ายังไม่รู้ว่าจะต้องพบเจออะไรให้ค้นหา ทางจะสวยงามหรือขรุขระยังไม่อาจรู้ แต่จาก
ประสบการณ์ที่ผ่านมาฉันคงทำให้เราได้เรียนรู้ว่า ไม่มีใครจะได้อะไรมาอย่างง่ายดาย

กราบขอบพระคุณ แม่ ป้าและน้านะคะ กับการดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลาที่ผ่านมา การเดินทางครั้งนี้ได้
กำลังใจจากทุกคนคะ แม้ว่าบางครั้งอาจจะไม่เข้าใจว่าทำไมต้อง.....ต้อง.....

รู้แล้วแหละคะว่าทุกคนเป็นห่วง

กราบขอบพระคุณ อาจารย์อรสา อาจารย์สมชัย อาจารย์พิมพ์ปวีณาและ อาจารย์ญาดา(พี่อ้อ)

สำหรับความมั่นใจที่มีให้กับหนูว่า สุขุมลนทำได้คะ และความช่วยเหลือ คอยเสนอแนะ
จนหนูได้ทำหัวข้อนี้จนได้

กราบของพระคุณอาจารย์อรสา สำนัรบความตั้งใจ ความทุ่มเท ของอาจารย์ อาจารย์เหมือนเป็น...แม่อีก
คน สิ่งต่างๆที่อาจารย์สอนสั่งทำให้รู้ซึ่ง เข้าใจ มองอะไรได้ได้อย่างละเอียด รอบคอบ คะ

ขอบคุณพี่ธนปัญญ์และพี่ๆทุกคนที่ให้ข้อมูลในเรื่องวัสดุและการผลิตคะ.....

ขอบคุณ พี่รัน นะคะ อยู่ด้วยกันจนเข้าเลย ถ้าไม่ได้พี่รันช่วยวันนั้นแย่แน่ๆ ขอบคุณ พี่แก๊ง พี่ดี กับลาย

เส้นสวยๆ และความห่วงใยคอยถามไถ่ไม่ขาดสาย กับพี่เปรมและพี่เอ็ม อีกคน.....

ขอบคุณพี่สมยศ ดีกว่า ยังอุตสาห์มาทิ้งๆที่ไม่ได้ออน.....

ขอบคุณแก้ม สำหรับการเดินทางในระยะทางและเวลาที่ใกล้เคียงกัน...คล้ายกันตั้งแต่ต้นจนจบ :)

ขอบคุณนุ้ย, เน้นนะที่คอยรอกันเสมอออออ.....เราทำให้เข้ากันทุกทีเลย

.....ขอบคุณ เกด มี ฝน ทัง ลักษณ์ เอิร์ธ พี่อ้อม (Aoommy) สำหรับจุดตรวจเช็คด้านแรก หุย เน้น
มิก ยศ เบน ปลา และเพื่อนๆทุกคนนะ สำหรับกำลังใจและความห่วงใยที่มีให้กันตลอดการเดินทางนะ
ตอนนี้รู้สิกว่า 5 ปีมันผ่านไปเร็วจัง ขอบคุณนะ

.....ขอบคุณจ๊ิก บ๊อง วอ นะภาพวาดสีน้ำสวยสุดๆ...เลยบริการส่งถึงที่อีกต่างหาก

.....ใหม่เอ๊ย.....ขอบคุณนะ อีๆโดนเราใช้งานหนักเลย...กินให้น้อยลงขยับๆนะสู้เค้า.....

ขอบคุณน้องหยกนะจ๊ะ กล้ามขึ้นป่าวเอ๊ย.....น้องหมีน้องผู้นำรักพี่สาวคนนี้ขอบคุณครับ....

ขอบคุณน้องตอง..น้องทิพย์นะจ๊ะโดนมากกับบริเวณที่บ้านเรา..ฮ่า ฮ่า แล้วก็น้องๆรหัสและน้องๆทุกคนที่
คอยถามไถ่นะคะ.....

ขอบคุณน้องป้อ สน.กับภาพสีน้ำในจินตนาการ ขอขอบคุณครับ

ขอบคุณบุธ แสนร้อนอบอ้าวที่ทำให้รู้ว่าแค่เดินออกมาพ้นประตูก็เย็นสบาย

และท้ายสุดนี้.....ขอบคุณเจ้าฟุงปอง สำหรับทุกๆอย่างนะคะ และสำหรับการเดินทางที่ไม่เคยเหงา :)-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1

บทนำ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

แนวทางการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ขอบเขตของโครงการ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

จากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจส่งผลให้ประชาชนในทุกระดับประสบปัญหา ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้า คือ ปัญหาความยากจน ซึ่งก่อให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ที่เจริญกว่าเป็นปัญหาตามมา รัฐบาลจึงได้จัดให้มีโครงการ"หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์"เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

โครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จากหมู่บ้านอันเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้นจนเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบลสามารถสร้างความเจริญและยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขายสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปไกลสามารถจำหน่ายได้ทั่วทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

ทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นของประเทศไทยที่สามารถนำมาแปรรูปก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อไป ทั้งอาหาร, ของใช้, เครื่องเรือน, ของตกแต่ง, รวมทั้งศิลปกรรมต่างๆส่วนหนึ่งได้มาจากการอาศัยใช้พืชผลทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบ เมื่อนำความคิด, ความรู้และภูมิปัญญามาประยุกต์ใช้กับทรัพยากรเหล่านี้ย่อมสามารถก่อให้เกิดสินค้ารูปแบบต่างๆ

หากแต่ประเทศไทย แม้จะแบ่งออกเป็นภูมิภาคต่างๆ แต่ก็ยังมีลักษณะภูมิประเทศที่มีได้แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงและ การประกอบอาชีพส่วนใหญ่ของคนในแต่ละภูมิภาคยังเป็นการทำเกษตรกรรม ดังนั้นพืชผลทางการเกษตรทั้งพืชไร่ พืชสวน นานาชนิด จึงสามารถผลิตได้ทั่วไปทั้งประเทศ และเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สินค้าที่เกิดขึ้นจากการแปรรูปผลิตผลเหล่านั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันเกือบทั้งสิ้น

การที่สินค้าใหม่จะเกิดขึ้นและประสบความสำเร็จในตลาดได้นั้น การสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สินค้าได้มีความแปลกใหม่และน่าสนใจมากกว่าสินค้าเดิมที่มีอยู่นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาในชั้นวางแผนพัฒนาของสินค้า

วิทยานิพนธ์นี้จึงมุ่งที่จะนำเสนอแนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปเผยแพร่จัดการอบรมสำหรับผู้สนใจต่อไป

กล้วย เป็นพืชที่เก่าแก่มาชนิดหนึ่งที่คนรู้จักและใช้ประโยชน์นับพันปีแล้ว เป็นพืชที่หาง่ายปลูกและเจริญเติบโตได้ กระจายไปทั่วทุกภูมิภาค สมควรคัดเลือกนำมาเป็นกรณีศึกษาในโครงการ"หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นโครงการนำร่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อให้แนวคิดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพและบุคลิกภาพที่แตกต่าง โดยจะนำเสนอต่อหน่วยงานที่สามารถเผยแพร่ความรู้สู่ผู้ประกอบการรายย่อยได้

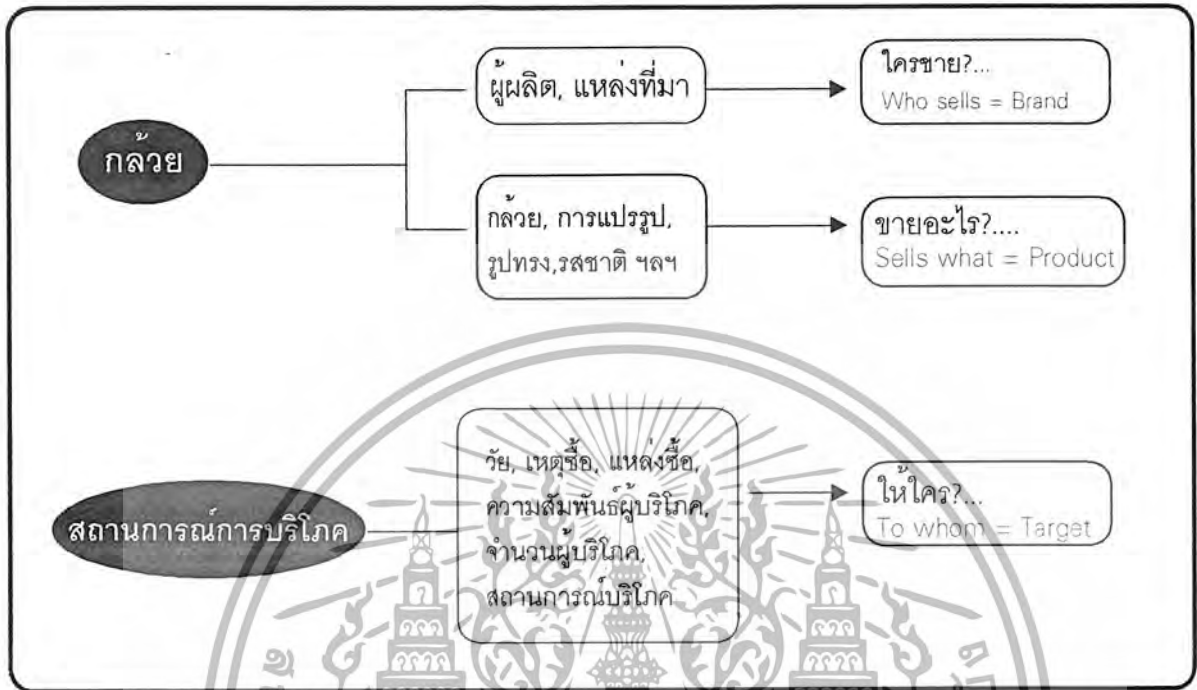
ประโยชน์ของโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

วิเคราะห์จากปัจจัยต่างๆดังนี้



จากปัจจัยต่างๆนี้เมื่อพิจารณาจากต่างมุมมอง

ทำให้เกิดสองมุมมองในการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์



กรณีที่ 1 พิจารณามุมมองของผลิตภัณฑ์กลยุทธ์แปรรูปลักษณะเดิม กับ สถานการณ์การบริโภค

$$\text{กลยุทธ์} + \text{สถานการณ์การบริโภค} \longrightarrow \text{บรรจุภัณฑ์ใหม่}$$

กรณีที่ 2 พิจารณาจากมุมมองของสถานการณ์การบริโภค เพื่อมองหาผลิตภัณฑ์กลยุทธ์แปรรูปลักษณะใหม่

$$\text{สถานการณ์การบริโภค} + \text{ } \longrightarrow \text{ผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

1. ปัจจัยอันเกี่ยวแก่กล้วย

- ชนิดของกล้วยและแหล่งที่มา

ได้คัดเลือกเอาตัวอย่างของกล้วย 5 พันธุ์ และแหล่งที่มาที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องมาจากการคัดเลือกชนิดของกล้วยเป็นที่รู้จักและนิยมนำมาแปรรูป

- การแปรรูปและรูปทรง

พิจารณาคัดเลือกลักษณะการแปรรูปจากการผลิตที่อาศัยกระบวนการจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน และพิจารณารูปทรงที่ผลิตจำหน่ายในปัจจุบัน

2. ปัจจัยอันเกี่ยวกับผู้บริโภคและสถานการณ์บริโภค : วัย, เพศ... ฯลฯ

พิจารณา ผู้บริโภคและสถานการณ์บริโภคเพื่อหาช่องทางของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคและหาช่องทางและโอกาสเกิดของผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่าง

ปัจจัยพิจารณาแนวทางแสวงหาโอกาสสร้างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง



เอกสาร... ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ละปัจจัยจะมีการพิจารณาถึงรายละเอียดต่างๆดังนี้

1. แหล่งที่มา , ผู้ผลิต (BRAND , WHO)

จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงในด้านของกล้วยทั้งเป็น ส ผลไม้ที่นิยมปลูก เพื่อการค้าหรือการนำมาแปรรูปเป็นผลผลิตทางการเกษตรซึ่งพิจารณาคัดเลือกจากจังหวัดต่าง ๆ ทั่ว ประเทศไทย มา 5 จังหวัดที่มีความเกี่ยวข้องกับชนิดของกล้วยที่คัดเลือกมาด้วยเช่นกัน

2. ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT , SELLS WHAT)

2.1 กล้วย : พิจารณากล้วยพันธุ์ที่รับประทานได้ และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายทั้งในด้านการบริโภคสด หรือ การนำมาแปรรูป เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการสร้างตัวอย่างของผลิตภัณฑ์

2.2 การแปรรูป : กรรมวิธีการแปรรูปจากกล้วยมีมากมายแตกต่างกัน ตั้งแต่กล้วยดิบจนถึง กล้วยสุก เทคโนโลยีการแปรรูปทำให้เกิดรูปแบบของอาหารที่แตกต่างกันไป ในที่นี้จะคัดเลือกกรรมวิธีการแปรรูปที่เหมาะสมกับชุมชนท้องถิ่นที่สามารถใช้ คริวเรือนในที่พักอาศัยเป็นที่ผลิตได้หรือ เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแม่บ้าน , สหกรณ์ จนสามารถขยายการผลิตจากคริวเรือนได้ต่อไป

2.3 รูปทรง : เป็นหนึ่งในกรรมวิธีการแปรรูปที่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะแตกต่างกันได้ ทั้งนี้อาจเป็นการสร้างความหลากหลายหรือเอกลักษณ์ของสินค้า ในแต่ละแหล่งผลิตได้เป็นรายละเอียดปลีกย่อยที่เราไม่ควรมองข้าม

3. ผู้บริโภค(TARGET , TO WHOM)

3.1 วัย : อายุเป็นปัจจัยหนึ่งในการวิเคราะห์ประชากรในตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตอบสนองความต้องการของคนในแต่ละวัย

3.2 เหตุซื้อ : เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ในวาระโอกาสต่างๆกันทำให้เกิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและเป็นตัวเลือกให้แก่ผู้ซื้อได้มีโอกาส ในการตัดสินใจ และ ย่อมมีปัจจัยที่มาตอบสนองในเรื่องของราคา(งบประมาณ) การให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์และความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ต่างกันไปเป็นเหตุให้ต้องพิจารณาถึงลักษณะกราฟฟิกการสื่อความหมาย ลักษณะวัสดุบรรจุภัณฑ์ และ ต้นทุนการผลิตต่อไป

3.3 ความสัมพันธ์ผู้บริโภค : จะมีความสัมพันธ์กันกับเหตุซื้อและวัยผู้ซื้อ เมื่อผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ที่ในวาระต่างกัน เพื่อวัตถุประสงค์ต่างกันทำให้เกิด ผู้บริโภคหลัก,รอง ที่มีความใกล้ชิดมีความเป็นกันเองเป็นจุดหนึ่งที่จะนำไปสู่ความคิดขั้นตอนการพิจารณาเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้เหมาะสมกับตนเอง ผู้บริโภคต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 จำนวนผู้บริโภค : เป็นปัจจัยในการเลือกซื้อที่ต้องคำนึงถึงเรื่องปริมาณของสินค้ากับความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่พอเพียง มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์หลายขนาด หรือมีการจัดกลุ่มสินค้าขนาดเดียว ให้กลายเป็นสินค้าที่ตอบสนองของผู้บริโภคจำนวนมากได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนา

3.5 สถานการณ์ผู้บริโภค : ประกอบไปด้วย เวลา (t) สถานที่ (p) โอกาส (o) และอิริยาบถ (m) การพิจารณาปัจจัยเหล่านี้เป็นการค้นหากรรมของผู้บริโภคที่ยังไม่มีการตอบสนองหรือยังไม่ถึงระดับความต้องการที่พอใจ เป็นจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ที่เราสามารถ พัฒนาให้เกิดเป็นจุดขายได้ต่อไป

- เวลา (time ,t) : เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาในแต่ละวันของเรากับการบริโภคช่วงเวลาที่เราใช้ในการรับประทานไม่ว่าจะเป็นอาหารหลัก อาหารก็ตาม อาหารที่บริโภคในช่วงเวลาเหล่านั้นย่อมแตกต่างกันไป
- สถานที่ (place ,p) : เกี่ยวข้องกับเวลาในช่วงของการรับประทานนั้นเราอยู่ในสถานที่ใดสถานที่นั้นเองเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะผลัดดันให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากเดิม อย่างเช่น การรับประทานอาหารในโรงพยาบาล อาหารนั้นต้องมีข้อจำกัด ความต้องการที่เหมาะสมกับสถานที่ที่ต่างกัน
- โอกาส (occasion,o) : เป็นโอกาสที่เราจะได้ทำกิจกรรมอะไรบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการ ความรู้สึกของตนต่อบุคคล เหตุการณ์, วันสำคัญ, วันพิเศษต่าง ๆ หรือการไปเยือนสถานที่ที่ต่างกัน วัตถุประสงค์ของ,อาหารที่เราเลือกซื้อเป็นตัวแทนในการเดินทางกลับมา
- อิริยาบถ (movement,m) : ทำทางการเคลื่อนไหวของเราจะทำให้เกิดข้อจำกัดของการเลือกทานอาหารต่างกัน การยืน เดิน นั่ง นั้นต้องมีความเหมาะสมต่อการรับประทานอาหารในรูปแบบที่แตกต่างกันด้วย

3.6 สัญชาติ : ข้อแตกต่างระหว่างผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างประเทศในเรื่องของค่านิยม , งบประมาณการซื้อ , การขนส่ง ทำให้เกิดมูลค่าของสินค้าที่ต่างกัน เกิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่างก็มีการสื่อความหมายต่างกัน อันเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย อีกทางในตลาดใหม่

โดยปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้จะถูกนำมาจัดทำเป็นแผ่นพลิก (flipbook) เพื่อประกอบการใช้คู่มือสำหรับสร้างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบคู่มือ (handbook)
2. ออกแบบแผ่นพลิก (flipbook)
3. ออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ (packaging design)
4. แผ่นซีดีนำเสนองาน (compact disc)

1. ออกแบบคู่มือ (handbook)

ออกแบบสื่อการสอนแบบนิ่งสามารถอ่านและอ้างอิงได้ เป็นรูปเล่มอธิบายความเป็นมา แนวทางและขั้นตอนในการแสวงหาโอกาสสร้างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง รวมถึงผลงานการออกแบบโจทย์ตัวอย่างเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ให้การอบรม (ผู้สอน) ทำการศึกษาเพื่อเผยแพร่สู่ผู้เข้ารับการอบรมต่อไป

2. ออกแบบแผ่นพลิก (flipbook)

ออกแบบสื่อการสอนแบบสัมผัสได้สามารถศึกษาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นรูปเล่มที่แสดงปัจจัยต่างๆในการแสวงหาโอกาสสร้างผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง สอดคล้องกับคู่มือ (handbook)

3. ออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ (packaging design)

ออกแบบโครงสร้าง กราฟฟิก และการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ในแต่ละโจทย์ แบ่งเป็น โจทย์ตัวอย่างกรณี 1 และกรณี 2

โจทย์จะมีความแตกต่างในด้านการกำหนดตำแหน่งสินค้า (brand, product, target) การพิจารณาเงื่อนไขการออกแบบ ด้านการบรรจุ (containment) ด้านความคุ้มครอง (protection) ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience) ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (communication & promotion) ออกมาเป็นตัวอย่างที่แสดงโครงสร้างและลักษณะกราฟฟิก, แนวความคิดในการออกแบบ, ลำดับชั้นของบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเข้าใจด้วยหุ่นสามมิติที่สมจริงในแต่ละกรณีศึกษา

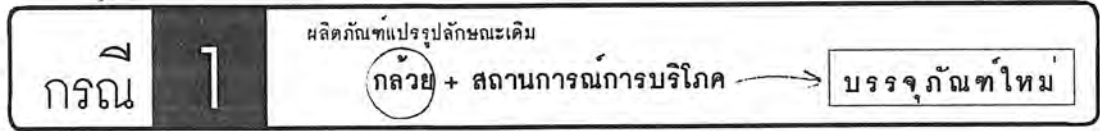
4. แผ่นซีดีนำเสนองาน (compact disc)

นำเสนองานในรูปแบบ Powerpoint presentation สำหรับเป็นสื่อการสอนแบบเคลื่อนไหว สำหรับฉายสู่คนหมู่มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ
การออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์

กรณีที่ 1 พิจารณามุมมองของกล่อง(ผลิตภัณฑ์กล่องแปรรูปลักษณะเดิม) กับ สถานการณ์การบริโภค



ผู้บริโภคชาวไทย ก1 ก2 ก3 ก4 = 4 โจทย์ตัวอย่าง

ผู้บริโภคชาวต่างประเทศ A1 A2 A3 = 3 โจทย์ตัวอย่าง

หมายเหตุ โจทย์ตัวอย่างกรณี 1 จะแบ่งผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม และใช้รหัสตัวอักษรภาษาไทย ก
ภาษาอังกฤษ A แทนกลุ่มผู้บริโภค ใช้ตัวเลขแทนจำนวนโจทย์

กรณีที่ 2 พิจารณามุมมองของสถานการณ์การบริโภค เพื่อมองหาผลิตภัณฑ์กล่องแปรรูปลักษณะใหม่



ผู้บริโภคชาวไทย ข1 ข2 ข3 ข4 = 4 โจทย์ตัวอย่าง

หมายเหตุ โจทย์ตัวอย่างกรณี 2 เป็นกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย และใช้รหัสตัวอักษรภาษาไทย ข
แทนกลุ่มผู้บริโภค ใช้ตัวเลขแทนจำนวนโจทย์

สรุป ออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ 11 โจทย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

มีความเป็นไปได้ในด้านนโยบาย เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้มีแนวความคิดในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของตนให้มีคุณภาพและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนของตน ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศต่อไป อีกทั้งประเทศไทยมีทรัพยากรในท้องถิ่นหลากหลาย “กล้วย” เป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่มีปลูกกันทั่วทั้งประเทศ เหมาะสมที่จะนำมาพัฒนา เป็นโครงการที่น่าจะได้รับความสนใจและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

2. ด้านเศรษฐกิจ

มีความเป็นไปได้ทางด้านเศรษฐกิจเนื่องจากโครงการนี้ได้ช่วยพัฒนาชุมชนให้เกิดการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ของตน ซึ่งเป็นรากฐานหนึ่งที่จะพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศต่อไป ดังนั้นในการที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับโครงการ จึงถือเป็นการยกระดับคุณภาพให้ผลิตภัณฑ์กล้วยมีความหลากหลายรูปแบบ และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม นอกจากนี้จะช่วยส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังเป็นโครงการตัวอย่างที่สามารถนำไปใช้พัฒนาในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ต่อไปได้อีกในอนาคต

3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

เป็นโครงการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้ผลิตภัณฑ์กล้วย ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีมากในประเทศไทย สามารถปลูกขึ้นได้ในทุกจังหวัด อีกทั้งมีความหลากหลายสายพันธุ์ หลายชนิดทำให้มีรสชาติที่แตกต่างกันไป ดังนั้นในการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์กล้วยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี ทำให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ที่จะพัฒนาสินค้าของตนให้มีมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ และยังเป็นโครงการนำร่องในการออกแบบที่จะช่วยส่งผลให้เกิดการตื่นตัวที่จะยกระดับคุณภาพบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อื่นต่อไป

4. ด้านศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้มีการฝึกฝนทักษะด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างโดยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลผลิตภัณฑ์, การเลือกวัสดุที่เหมาะสมกับการผลิตในโครงการ รวมไปถึงการฝึกฝนในการออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อนำไปใช้ในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกล้วยได้ เพื่อให้ “กล้วย” ผลไม้ที่มีมากในประเทศไทยเกิดการพัฒนารูปแบบให้หลากหลายเพื่อจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นต่อไปในอนาคต

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

ดังนั้นโครงการนี้จึงเป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ เนื่องจากเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านนโยบาย , ด้านเศรษฐกิจ , ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม และด้านการศึกษา อีกทั้งยังเป็นโครงการฝึกหัดในนโยบายจริงที่รัฐบาลสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ผลิตได้ในประเทศต่อไปในอนาคต

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 - ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 - นโยบายการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 - ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกล้วยและแหล่งที่มา
 - ลักษณะและประโยชน์ของกล้วยชนิดต่าง ๆ
 - กรรมวิธีในการแปรรูปกล้วย
 - ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค
 - ลักษณะของผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างประเทศ
 - สถานการณ์การบริโภค
 - พฤติกรรม และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
4. ข้อมูลด้านการตลาด
 - ภาพรวม และแนวโน้มของตลาด
 - คู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในตลาด
5. ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
 - รูปแบบต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน
 - วัสดุ และวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์
 - ระบบ และกระบวนการพิมพ์
6. ข้อบ่งชี้ทางกฎหมายเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุกษัตริย์ที่สามารถปกป้อง คุ่มครองรักษาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถขนส่งเคลื่อนย้ายได้อย่างสะดวก ตลอดจนสามารถสื่อสารให้ความเข้าใจกับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
2. บรรจุกษัตริย์ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ได้ มีเอกลักษณ์ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า
3. บรรจุกษัตริย์ที่สามารถผลิตได้โดยกรรมวิธีแบบภูมิปัญญาชาวบ้าน ต้นทุนไม่สูงมากนัก
4. บรรจุกษัตริย์ที่สามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์กัลด้วยแปรรูปให้สามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น
5. ส่งเสริมการนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีประโยชน์และหาได้ง่ายในท้องถิ่น มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุกษัตริย์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
6. สามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์กัลด้วยแปรรูปให้เป็นที่รู้จัก
7. สามารถนำหลักการและแนวทางแสวงหาโอกาสของโครงการไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อื่นต่อไปได้
8. สามารถนำความรู้และหลักการด้านการออกแบบบรรจุกษัตริย์มาใช้จริง ให้เหมาะสมกับการใช้งานและการผลิต
9. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในโครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ
10. ส่งเสริมให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2

การค้นคว้าและการวิเคราะห์ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

2.1.1 ความเป็นมาของโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

อุตสาหกรรมในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนในชนบทควบคู่ไปกับการทำเกษตรกรรม จากเดิมเป็นการผลิตเพื่อใช้สอยในครอบครัว โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ผลิตเครื่องอุปโภคบริโภค เพื่อใช้สอยในครอบครัว ต่อมามีการส่งเสริมฝึกอบรมจากหน่วยงานราชการ ทำให้อุตสาหกรรมในครัวเรือนขยายเป็นอุตสาหกรรมชุมชนและอุตสาหกรรมขนาดย่อม และมีบทบาทสำคัญในการสร้างงานสร้างรายได้ ส่งเสริมการกระจายรายได้อย่างกว้างขวาง พร้อมกับนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศในรูปการส่งออกจำนวนมาก

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าได้วาการประกอบอุตสาหกรรมท้องถิ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากการสำรวจอุตสาหกรรมในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2542 มีผู้ประกอบการจำนวน 1.2 ล้านครัวเรือน เพิ่มจากปี 2538 ร้อยละ 21.5 ทำให้ปริมาณผลผลิตอุตสาหกรรมในครัวเรือนมีจำนวนมาก หากการดำเนินการผลิตแบบต่างคนต่างผลิต ไม่มีทิศทางที่ชัดเจนและส่งผลให้เกิดปัญหาทางการตลาด โดยเน้นภาพลักษณ์และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมีช่องทางการจำหน่ายและมีส่วนแบ่งการตลาดที่สมดุล

ภายหลังที่ประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงระหว่างปี 2540 เป็นต้นมา ทำให้เกิดการชะลอตัวทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรม สินค้าเกษตรตกต่ำ การส่งออกลดลง ภาคอุตสาหกรรมลดกำลังการผลิต โรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมากทยอยปิดตัวเองลง ส่งผลให้เกิดการว่างงานโดยทั่วไป ทำให้กำลังซื้อของประชาชนลดลง เกิดระบบเศรษฐกิจฝืดเคือง ทั้งประเทศ ประชาชนมีฐานะยากจนลง ประกอบกับการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาได้สะสมการพึ่งพาต่างประเทศมาโดยตลอด

ดังนั้น การที่ประเทศจะหวังพึ่งแต่เพียงภาคการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีนำเข้าและวัตถุดิบจากต่างประเทศเพียงอย่างเดียว คงไม่สามารถที่จะดำรงเศรษฐกิจทั้งระบบให้อยู่ได้อย่างมั่นคง การหันมาให้ความสนใจถึงศักยภาพที่มีอยู่ในประเทศตั้งแต่ระดับรากหญ้าสินค้า สินค้าเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ ความชำนาญ ความสามารถทักษะ และประสบการณ์ ในการผลิตสินค้าที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์สินค้าไทย จึงเป็นวิงที่หลายผ่านเริ่มตระหนักและให้ความสนใจเพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ทั้งในระดับบุคคล ระดับครัวเรือน และระดับประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจประเทศโดยรวมทั้งประเทศ โดยเริ่มต้นจากการพัฒนา ชุมชนให้มีความเข้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แข็งแล้วจึงขยายไปสู่ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ อันเป็นเป้าหมายการพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

“โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงถูกกำหนดให้เป็นนโยบายสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและความยากจนของประเทศ โดยมุ่งหวังให้เกิดการปรับโครงสร้างภาคการผลิตหันมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบที่มีอยู่ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ผสมผสานให้กับวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยว สามารถเชื่อมโยงสนับสนุนการกระจายสินค้าชุมชนออกสู่ตลาดภายนอกได้ในระดับสากล เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ให้ราษฎรมีงานทำ มีรายได้ อาศัยศักยภาพในชุมชนเพื่อให้เกิดความมั่นคงยั่งยืน โดยยืนอยู่บนฐานความคิด “การมีส่วนร่วมของชุมชน ประชาชนคิดเองทำเอง” รัฐทำหน้าที่เพียงให้การสนับสนุนเท่านั้น เป็นแนวคิดในการพัฒนาเพื่อวางรากฐานความยั่งยืนจากข้างล่างไปสู่ระดับประเทศในที่สุด

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

หลักการสำคัญของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มี 3 ประการ คือ

1. เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้านกระบวนการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Re-source Development) พุ่มพักประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณในการสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษา ภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 นโยบายและการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ชื่อโครงการ

ภาษาไทย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

ภาษาอังกฤษ "One Tambon One Product" ตัวย่อ "OTOP"

ความหมายของ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ให้ความหมายของ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เพื่อใช้เป็น สื่อกลาง / แนวทางในการปฏิบัติงานว่า หมายถึง "ความมุ่งหวังในกลุ่มราษฎร ได้มีอาชีพ มีงานทำ มีรายได้ มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ด้วยการทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผู้บริโภคมองว่า ได้ด้วยตนเองในตำบลและราษฎรยังคงอยู่ในท้องถิ่น"

วัตถุประสงค์ของโครงการ

การดำเนินงาน "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" นี้มีวัตถุประสงค์หลักหรือเป้าหมายที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ

1. มุ่งมั่นให้กลุ่มราษฎรมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีและสามารถจำหน่ายได้
2. มุ่งมั่นให้ราษฎรมีความสามารถในการบริหารจัดการเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน จนเกิดธุรกิจอุตสาหกรรมชุมชนแบบยั่งยืน (พึ่งตนเองได้)
3. มุ่งมั่นให้ราษฎรมีความรู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และในธุรกิจที่ดำเนินการ มีความภูมิใจในผลิตภัณฑ์ และในธุรกิจที่ดำเนินการ และสืบทอดต่ออนุชนรุ่นต่อไป รูปแบบ

การดำเนินงาน "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"

การส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในท้องถิ่น เพื่อลดความยากจนโดยการสร้างงาน / โครงการที่มีลักษณะสอดคล้องกับ " หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ " เข้าไปสนับสนุนให้ราษฎรในท้องถิ่นต่างๆ ในภูมิภาคได้มีอาชีพ มีงานทำ มีรายได้เสริม มีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ด้วยการให้ทรัพยากรที่มีอยู่ในความรับผิดชอบ เช่นการฝึกอบรมด้านเทคนิคการผลิต และการจัดการ การพัฒนาเครื่องมือ / อุปกรณ์การผลิต การบริการเงินทุนหมุนเวียน เป็นต้น เข้าไปสนับสนุน โดยประสานงานเป็นเครือข่ายร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นก็เป็นการนำยุทธศาสตร์เข้าไปสนับสนุนช่วยเหลือ ในการสนับสนุนด้านวิชาการด้วยการพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านการผลิต ด้านการจัดการ และด้านการตลาดของคนในท้องถิ่น ตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยจะมียุทธศาสตร์ในการดำเนินงานดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด สนับสนุนการศึกษาวิจัยตลาด การวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาส่งเสริม ช่องทางการจำหน่าย ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
2. ยุทธศาสตร์ด้านการเงิน ช่วยวางแผนด้านการเงินประสานงานติดต่อแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ส่งเสริมด้านการบริการเงินทุนหมุนเวียนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินต่าง ๆ
3. ยุทธศาสตร์ด้านการผลิต เสนอแนะปรับปรุงการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น แนะนำเทคโนโลยีให้เหมาะสมเพื่อยกระดับให้ทันกับต่างประเทศ ช่วยในด้านประสิทธิภาพการผลิต และการลดต้นทุนเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม
4. ยุทธศาสตร์ด้านการจัดการองค์กร ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนองค์กร โดยการจัดวางระบบบัญชีและการเงินให้มีมาตรฐาน การจัดการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารโครงการไปมาตรฐานโลก นอกจากนี้ต้องแนะนำให้มีการจัดระบบสวัสดิการ ค่าตอบแทนที่เหมาะสม
5. ยุทธศาสตร์ด้านระบบข้อมูลข่าวสาร ช่วยเหลือ ปรึกษาแนะนำให้มีการนำระบบข้อมูลข่าวสารเข้าไปใช้ในการบริหารจัดการให้มากขึ้นในทุกระบบขององค์กร ตลอดจนการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร
6. ยุทธศาสตร์ด้านการต่างประเทศ ศึกษาความเป็นไปได้ด้านตลาดต่างประเทศ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการติดต่อและวางเครือข่าย รวมทั้งการจัดแสดงสินค้าในตลาดต่างประเทศทั้งหมด
7. ยุทธศาสตร์ด้านการประสานการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประสานงานสร้างเครือข่ายชุมชน ท้องที่การปรับปรุงให้เกิดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ

จากหลักการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ และยุทธศาสตร์ด้านการตลาดที่มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาส่งเสริม ช่องทางการจำหน่าย ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการเสนอแนะแนวทางสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่จะมีการเผยแพร่ถึงแนวทางการคิดค้นหาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และตลาดใหม่ และมีการจัดการฝึกอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ชุมชน กลุ่มคนที่สนใจได้มีความรู้ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน

ในการเสนอแนะแนวทางนั้นต้องมีกรวิเคราะห์และพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งในเรื่องทรัพยากรในท้องถิ่น ความพร้อมของชุมชน คุณภาพการผลิตและการจัดจำหน่าย เพื่อจะได้มีการแนะนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์ การผสมผสานกับวิถีสุทธรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม



2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกล้วย

2.2.1 ความเป็นมาของต้นกล้วย

กล้วย เป็นพืชที่ชอบอากาศร้อนชื้น ถิ่นแรกของกล้วยจึงอยู่แถบเอเชียตอนใต้ ซึ่งจะพบกล้วยพื้นเมืองที่มีเมล็ดและไม่มีเมล็ด และจากผลของการย้ายถิ่นฐานในการทำมาหากิน มีการอพยพประชากรจากเอเชียตอนใต้ ไปยังหมู่เกาะในมหาสมุทรแปซิฟิกตั้งแต่ต้นคริสต์ศักราชเป็นต้นมา ในการอพยพในแต่ละครั้งจะต้องมีการนำเอาเสบียงอาหารติดตัวไปด้วย ดังนั้น จึงได้มีการนำเอาหน่อกล้วยไปปลูกแถบหมู่เกาะฮาวาย และหมู่เกาะทางด้านตะวันออก หมู่เกาะตาลีตี หมู่เกาะฟิจิ ซึ่งในช่วงที่มีการสำรวจหมู่เกาะโปลินีเซีย พบว่าหมู่เกาะตาลีตีมีกล้วยอยู่ถึง 28 ชนิด นอกจากนี้ยังพบสารานุกรมจีนบันทึกว่ามีกล้วย 12 ชนิด ที่ปลูกอยู่ในประเทศจีน ซึ่งมีดอกบ้าง ไม่มีดอกบ้าง

ประมาณก่อนคริสต์ศักราช 327 ปี ได้มีการนำกล้วยจากประเทศอินเดียไปยังอาหรับ และเป็นที่ชื่นชอบของชาวอาหรับมาก และเรียกชื่อว่า MUZ ซึ่งเข้าใจว่ามาจากภาษาสันสกฤตและลินเนียส ได้ตั้งชื่อว่า มูซา เพื่อเป็นเกียรติแด่ แอนโทเนียส มูซา ซึ่งเป็นแพทย์ประจำพระองค์ของจักรพรรดิกรุงโรม ซึ่งเป็นผู้นำกล้วยจากอินเดียไปยังอาหรับ และเนื่องจากชาวอาหรับทำการค้ากับประเทศแถบแอฟริกา กล่าวกันว่า คำว่า บานานา น่าจะมาจากรากศัพท์ของภาษาในแอฟริกาตะวันตก คือ คำว่า บานีนา บานานา และคำว่า บานานา ได้มีการใช้กันอย่างแพร่หลายโดยชาวโปรตุเกส ที่ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพ่อค้า และได้เดินทางไปค้าขายในแอฟริกา จึงได้มีการนำเอากล้วยจากแอฟริกาไปยังหมู่เกาะแคนารี และที่นี้เป็นจุดสำคัญต่อมา ซึ่งเข้าใจกันว่า การนำเอากล้วยเข้าสู่ทวีปอเมริกาเกิดขึ้นในช่วยหลังจากโคลัมบัสค้นพบทวีปอเมริกา และการปลูกกล้วยได้เพิ่มปริมาณกล้วยขึ้นอย่างรวดเร็วจนเป็นพืชเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 19

สำหรับประวัติกล้วยในประเทศไทย เข้าใจว่าประเทศไทยเป็นแหล่งกำเนิดของกล้วยป่าต่อมาได้มีการนำเข้ามาปลูกตามี และกล้วยชนิดอื่น ในช่วงที่มีการอพยพของคนไทยในการตั้งถิ่นฐานอยู่ที่จังหวัดสุโขทัย มีเอกสารเขียนโดย เดอ ลาลูแบร์ (1963) กล่าวว่า ในสมัยอยุธยาที่เขาได้เดินทางมาเขาพบว่ามีกล้วยร้อยหวี ต่อมาเจ้าคุณศรีสุนทรโวหาร (2427) ได้กล่าวถึงกล้วยไว้หลายชนิดเป็นคำกลอน ได้คัดลอกมาเป็นตัวอย่างดังนี้

“กล้วยกล้วยมีหลายกระบวน กล้วยกรั้นจันนวลอีกน้ำละว่าไทย กล้วยน้ำกาดำ ก้านใบคล้ายกับน้ำไทยผลใหญ่และยาวกว่ากัน กล้วยๆเรียกกล้วยสั้นผ้น เพี้ยนนามจันนั้น จะหนี่ที่คำหยาบคาบ ตีนเต่าตีนตานีกลาย กล้วยน้ำเซียงราย กล้วยส้มหากมุกมูมมี กล้วยน้ำนมราชสีห์ อีกล้วยร้อยหวี บายสีก็เรียกนามสอง หอมเซียงกล้วย ค่อมหอมทอง หอมจันนวลลอลอง อีกล้วยที่เรียกเปลือกบาง นี้คือกล้วยไข่คากลาง ท่านจัดแบบวาง กล้วยกระกล้วยพระก็มี กล้วยครั้งดูจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครั้งย่อมสี่ แดงจัดรูจี ทังหรีทังเครือเจือแดง กล้วยนากเพียง นากเปล่งแสง กล้วยครามแสดแดง
หนึ่งนามว่าครามคชสาร กล้วยสี่สะโตโวหาร เรียกแต่โบราณ อีกกกล้วยประจำพาน หนึ่งเล็บมือนาง
นามกร ตีบหอมขจร บ้างเรียกว่ากรบูร นางเมยสีงาม จำรูญ กินดีมีมูล ภิรมเสนแลสมนสมสวรรค
หอมว่าตานีอารัญ อุบลปนกันกับตาละปัตรฤาษี กล้วยแหหนึ่งเรียกกัทลี กาบก็มักมี ข้างแดน
ละว่าป่าไถลมลืออ่องผิวอ่องอำไพ นางนวลยวลใจ กล้วยไร่กระเหรียงเรียกนามพรรณกล้วยหลากหลาย
มากตาม ประเทศเขตคามนิคมและเขตดงดอน เหลือจะล่านามกร ลัดบทลดทอน แต่ที่รู้แจ้งแห่ง
นาม”

นับว่ากล้วยเป็นพืชที่เก่าแก่มาชนิดหนึ่งที่คนรู้จัก และใช้ประโยชน์มานับพันปี
แล้ว ซึ่งนับวันจะเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้นจากการนำเอาภูมิปัญญาชาวบ้านมาผสมผสานกับ
เทคโนโลยีใหม่ๆ นำมาใช้เหมาะสมกับความก้าวหน้าของโลกปัจจุบันและอนาคต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 ชนิดของกล้วยที่รู้จักกัน

กล้วยน้ำว้า มีลำต้นเทียมสูงไม่เกิน 3.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางมากกว่า 15 เซนติเมตร กาบ ลำต้นด้านนอกสีเขียวอ่อน มีประดำเล็กน้อย ด้านในสีเขียวอ่อน ก้านใบมีร่องค่อนข้างแคบ เส้นกลาง ใบสีเขียว ก้านช่อดอกไม่มีขน ใบประดับรูปไข่ค่อนข้างป้อม ม้วนงอขึ้นปลายป้าน ด้านบนสีแดงอมม่วง มีนวล ด้านล่างสีแดงเข้ม เครือหนึ่งมี 7-10 หวี หวีหนึ่งมี 10-16 ผล ผลใหญ่กว่ากล้วยไข่ กว้าง 3-4 ซม. ก้านผลยาว ผลมีความยาวใกล้เคียงกับกล้วยไข่ เปลือกหนากว่ากล้วยไข่ เมื่อสุกเปลี่ยนเป็นสี เหลืองปนน้ำตาล เนื้อสีขาว รสหวาน ที่แกนกลางมีสีเหลืองชมพูหรือขาว ซึ่งทำให้แบ่งออกได้เป็น กล้วยน้ำว้าเหลือง กล้วยน้ำว้าแดง และกล้วยน้ำว้าขาว



ปัจจุบันกล้วยน้ำว้าปลูกมากและทั่วไปในประเทศไทย ส่วนใหญ่ปลูกเป็นการค้าส่งจำหน่ายใน ภาคกลาง ภาคเหนือปลูกมากที่จังหวัดพิษณุโลก เนื้อกล้วยน้ำว้ามีคุณค่าทางอาหารมากใช้เป็นอาหาร เด็กอ่อน กินสด และทำเป็นอาหารหลายชนิด เช่น กล้วยทอด ขนมกล้วย กล้วยบวดชี กล้วยตาก กล้วย ฉาบ กล้วยกวน เป็นต้น

กล้วยไข่ มีลำต้นเทียมสูงไม่เกิน 2.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 16 ซม. กาบลำต้นด้าน นอกสีเขียวปนเหลือง มีประดำหนา ด้านในสีชมพูแดง ก้านใบสีเขียวอมเหลือง มีร่องกว้าง โดยก้านใบ มีปีกสีชมพู ก้านช่อดอกมีขนอ่อน ใบประดับรูปไข่ ม้วนงอขึ้น ปลายค่อนข้างแหลม ด้านบนสีแดงอม ม่วง ด้านล่างที่โคนกลีบสีจะซีด เครือหนึ่งมีประมาณ 7 หวี หวีหนึ่งมีประมาณ 14 ผล ผลค่อนข้างเล็ก ก้านผลสั้น เปลือกค่อนข้างบาง เมื่อสุกมีสีเหลืองสดใ้ บางครั้งมีจุดดำเล็ก ๆ กระจาย เนื้อสีครีมอม ส้มรสหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กล้วยไข่ปลูกกันมากเป็นการค้าที่จังหวัด กำแพงเพชร และเพชรบุรี และปลูกทั่วไปในสวนหลังบ้านในทุกภาคของประเทศไทย เพราะเป็นกล้วยที่รสชาติดีและใช้ในเทศกาลสารทไทย ผลกินสด และเป็นเครื่องเคียงของข้าวเม่าคั่ว และกระยาสารท นอกจากนี้ยังใช้ทำกล้วยเชื่อม ข้าวเม่าทอด และกล้วยบวดชี ปัจจุบันกล้วยไข่เป็นสินค้าส่งออกจำหน่ายที่ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น และฮ่องกง

กล้วยหอมจันทร์ (Musa (AA group) Klui Homchan)



กล้วยหอมจันทร์ มีลำต้นเทียมสูง 2.5-3.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 15 ซม. กาบลำต้นด้านนอกสีชมพูแดง มีประดับเล็กน้อย ด้านในสีชมพูแดง ก้านใบสีชมพู มีร่องกว้าง มีปีกเส้นใบสีชมพูแดง ปลายแหลม ด้านบนสีแดงอมม่วง ด้านล่างสีแดงขีด เครือหนึ่งมีประมาณ 7 หัว หัวหนึ่งมีประมาณ 14 ผล รูปคล้ายกล้วยเล็บมือนาง แต่ปลายผลไม่เรียวแหลม มีจุดสั้นใหญ่เมื่อเทียบกับขนาดของผล ก้านผลสั้น เปลือกหนากว่ากล้วยเล็บมือนาง เมื่อสุกสีเหลืองคล้ายกัน กลิ่นหอมเย็น เนื้อสีเหลือง รสหวาน ปลูกทางภาคเหนือ ส่วนใหญ่ปลูกในสวน หลังบ้าน ไม่ปลูกเป็นการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้วยหอมทอง มีลำต้นเทียมสูง 2.5-3.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางมากกว่า 15 ซม. กาบลำต้น ด้านนอกมีประดำเล็กน้อย ด้านใบสีเขียวอ่อน และมีเส้นสีชมพู ก้านใบมีร่องค่อนข้างกว้าง และมีปีก เส้นกลางใบสีเขียว ก้านช่อดอกมีขน ใบประดับรูปไข่ค่อนข้างกว้าง และมีปีกเส้นกลางใบสีเขียว ก้านช่อดอกมีขน ใบประดับรูปไข่ค่อนข้างยาว ปลายแหลม ด้านบนสีแดงอมม่วง มีไข ด้านล่าง สีแดงซีด เครือหนึ่งมี 4-6 หวี หวีหนึ่งมี 12-16 ผลใหญ่กว้าง 3-4 ซม. ยาว 21-25 ซม. ปลายผลมีจุดเห็นชัด เปลือกบาง เมื่อสุกเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทอง แต่ที่ปลายจุดจะเปลี่ยนสีภายหลังเนื้อสีส้มอ่อน ๆ กลิ่นหอม รสหวาน



กล้วยหอมทองส่วนใหญ่ปลูกในแถบภาคกลาง โดยเฉพาะจังหวัดปทุมธานีและกรุงเทพฯ หรือจังหวัดใกล้เคียง เคยส่งเป็นสินค้าออกเป็นจำนวนมากไปยังฮ่องกง สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และยุโรป แต่เนื่องจากคุณภาพในการขนส่งไม่ดี ทำให้ปริมาณการส่งออกลดลงเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

กล้วยเล็บมือนาง ชื่ออื่น ๆ กล้วยข้าวก่ำ กล้วยเล็บมือ (สุราษฎร์ธานี) กล้วยทองดอกหมากรุก (พัทลุง) กล้วยหมากรุก (นครศรีธรรมราช)

กล้วยเล็บมือนางมีลำต้นเทียมสูงไม่เกิน 2.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางน้อยกว่า 15 ซม. กาบลำต้นด้านนอกสีชมพูอมแดง ตั้งขึ้น มีร่องกว้าง มีปีก เส้นใบสีชมพูอมแดง ก้านช่อดอกมีขนใบประดับรูปไข่ค่อนข้างยาวม้วนงอขึ้น ปลายแหลมด้านบนสีแดงอมม่วง ด้านล่างสีแดงซีด เครือหนึ่งมี 7-8 หวี หวีหนึ่งมี 10-16 ผล ผลเล็ก กว้าง 2-2.5 ซม. ยาว 11-12 ซม. รูปโค้งอปลายเรียวยาว ก้านผลสั้น เปลือกหนา เมื่อสุกเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทอง และยังมีก้านเกสรตัวเมียติดอยู่ กลิ่นหอม เนื้อในสีทอง รสหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กล้วยเล็บมือนางนิยมปลูกในแถบภาคใต้ โดยเฉพาะจังหวัดชุมพร ปัจจุบันปลูกทั่ว ๆ ไป ในสวนหลังบ้าน เพราะเป็นกล้วยที่มีรสชาติดีชนิดหนึ่ง

กล้วยน้ำไท มีลำต้นเทียมสูงไม่เกิน 2.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางน้อยกว่า 15 ซม. กาบลำต้นด้านนอกมีประจำหนา ที่โคนมีสีชมพูอมแดง ด้านในสีชมพูอมแดง ก้านใบตั้งขึ้น มีร่องกว้าง มีปีกสีชมพู เส้นใบสีชมพูอมแดง ก้านช่อดอกมีขน ใบประดับรูปไข่ค่อนข้างยาวม้วนงอขึ้นปลายแหลม ด้านบนสีม่วงอมแดง ด้านล่างสีเขียว เครื่องหนึ่งมีประมาณ 5 หวี หวีหนึ่งมี 12-18. ผล ผลคล้ายกล้วยหอมจันทร์ เมื่อสุกสีเหลืองเข้มกว่ากล้วยหอมจันทร์และมีจุดดำเล็ก ๆ คล้ายจุดของกล้วยไข่ ขนาดใกล้เคียงกัน ผลไม่อืดแข็งเท่ากล้วยหอมจันทร์ เมื่อสุกสีเหลืองเข้มกว่ากล้วยหอมจันทร์และมีจุดดำเล็ก ๆ คล้ายจุดของกล้วยไข่ กลิ่นหอม เนื้อสีเหลืองส้ม รสหวาน



กล้วยน้ำไทไม่ค่อยปลูกกันทั่วไป แต่จะมีปลูกกันบ้างในภาคกลาง ในสวนหลังบ้าน

กล้วยนาก มีลำต้นเทียมสูง 2.5-3.5 เมตร กาบลำต้นด้านนอกสีเขียวปนชมพู ปนแดง มีประจำดำบ้าง ด้านในสีชมพูอมแดง ก้านใบมีร่องกว้าง สีชมพูปนแดง มีปีกเส้นกลางใบสีชมพูปนแดง แผ่นใบสีเขียวมีสีแดงเรื่อ ๆ ก้านช่อดอกสีแดง มีขน ใบประดับรูปไข่ค่อนข้างยาวม้วนงอขึ้นปลายแหลม ด้านบนสีแดงอมม่วง ด้านล่างสีแดงซีด รังไข่เรียงตัวอย่างมีระเบียบเครื่องหนึ่งมี 2-3 หวี หวีหนึ่งมี 6-9 ผล ผลใหญ่สีเขียวอมม่วง เมื่อสุกเปลี่ยนเป็นสีแดงอมม่วงสดใส ก้านผลสั้น เนื้อสีเหลือง กลิ่นหอมเย็น รสหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กล้วยนากปลูกกันไม่มากนัก มักปลูกในสวนหลังบ้านเล็กน้อย กล้วยชนิดนี้ก็คล้ายพันธุ์งาย โดยผลจะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองเช่นกล้วยธรรมดา

กล้วยครั้ง ชื่ออื่น ๆ กล้วยกุ้ง กล้วยน้ำคั่ง มีลักษณะคล้ายกล้วยนากมาก ต่างกันที่ลำต้นไม่แดงเท่า เครือหนึ่งมี 5-6 หวี ผลมีมากกว่าแต่ขนาดเล็กกว่า สีผลแดงอมม่วงเข้ม จนดูสีคล้ำ ไม่สดใส กล้วยคั่งปลูกไม่ค่อยแพร่หลาย กล้วยพันธุ์นี้ได้ง่าย เช่นเดียวกับกล้วยนาก

กล้วยหักมุก มีลำต้นเทียมสูง 2.5-3.5 เมตร เส้นผ่าศูนย์กลางมากกว่า 15 ซม. กาบลำต้นด้านนอกมีประดำบ้างเล็กน้อย มีนวลมาก ด้านในสีเขียวอ่อน ก้านใบมีร่องค่อนข้างแคบ และมีปีก เส้นกลางใบสีเขียว มีนวลทางด้านล่าง ก้านช่อดอกไม่มีขน ใบประดับรูปไข่ค่อนข้างป้อมม่วงนอขึ้น ปลายป้าน ด้านบนมีนวลหนา ด้านล่างสีแดงเข้ม เครือหนึ่งมีประมาณ 7 หวี หวีหนึ่ง 10-16 ผล ผลใหญ่กว้าง 4-5 ซม. ยาว 11-19 ซม. ก้านผลยาว ลักษณะคล้ายกล้วยน้ำว้าแต่ปลายผลลีบลงมากกว่า และเห็นเหลี่ยมชัดเจน เปลือกหนา เมื่อสุกสีเหลืองอมน้ำตาลมีนวลหนา เนื้อสีส้ม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้วยหักมุก มี 2 ชนิด คือ ชนิดมีนวลและไม่มีนวล ชนิดที่ไม่มีนวล ผิวเปลือกมีสีดำประปราย เนื้อไม่ค่อยแน่น การปลูกมีทั่วไปทุกภาค แต่ไม่มากนัก ปลูกเป็นการค้าที่จังหวัดเพชรบุรี เพื่อทำเป็นกล้วยฉาบ ไม่นิยมกินสด ชาวชนใหญ่มักจะเผาหรืออบน้ำตาล กล้วยฉาบที่ทำจากกล้วยหักมุกมีสีเหลืองสวยกว่ากล้วยน้ำว้า

กล้วยตานี เป็นกล้วยป่าที่ไม่พบในป่าเมืองไทย มีถิ่นกำเนิดอยู่ในแคว้นอัสสัม ประเทศอินเดีย สันนิษฐานว่า กล้วยตานีเข้ามาอยู่เมืองไทยได้ เพราะคนไทยที่อพยพมาจากตอนใต้ของจีน แถบสิบสองปันนา อันเป็นดินแดนที่อยู่ชิดติดกับแคว้นอัสสัม นำติดตัวมาด้วย นิยมปลูกตามบ้าน เพื่อนำใบ ลำต้นและผลอ่อนมาใช้ประโยชน์ต่าง ๆ นานา ทั้งนี้ใบกล้วยตานีเป็นใบตองที่เหนียว ทนทาน ใบใหญ่ กว้างยาว ผลมีเมล็ดมากนิยมกินดิบ เช่น แกง ตอง นำมายำ ตำส้มกล้วย และนำมากินกับแหมมเนือง ในอาหารเวียดนาม จังหวัดแพร่เรียกว่า กล้วยตานี จังหวัดลำปางเรียกว่ากล้วยป่า จังหวัดทางภาคใต้ เรียกว่ากล้วยพองลา จังหวัดอุดรธานีเรียกรากกล้วยตานีใบ บางแห่งเรียกกล้วยงู

กล้วยตานี ต้นใหญ่เส้นผ่าศูนย์กลาง 20 ซม. ลำต้นสูง 3.5-4 เมตร ลำต้นสีเขียว กาบด้านในสีเขียว ก้านใบสีเขียว ไม่มีร่อง ใบสีเขียวเป็นมัน มีความเหนียวมากเป็นพิเศษกว่าใบต้นกล้วยอื่น ๆ ก้านช่อดอกสีเขียวไม่มีขน ใบประดับกว้างป้อม ปลายมน ด้านบนสีแดงอมม่วง มีนวลด้านล่างสีแดงเข้มสด เมื่อใบประดับหรือกาบปลีกางขึ้น จะตั้งฉากกับก้านช่อดอก เครือหนึ่งมี 8 หวี หวีหนึ่งมี 10-14 ผล ผลป้อมขนาดใหญ่มีเหลี่ยม ปลายผลทู่ ก้านผลยาว ผลสุกสีเหลืองมีรสหวาน มีเมล็ดจำนวนมาก เมล็ดใหญ่สีดำ

ความที่กล้วยตานีปลูกเพื่อนำใบมาใช้สอย ใบตองสดใช้ห่อขนมหรืออาหาร ทำบายศรี ทำกระทง ใบตองแห้งใช้มวนบุหรี่ ช่งใบมากใบสวยเดือนตุลาคมปลายฝนพอดี เป็นกล้วยเศรษฐกิจที่ส่งเสริมให้ปลูกเป็น "สวนกล้วยเก็บใบ" ซึ่งปลูกเพียงครั้งเดียวเก็บใบได้นานถึง 20 ปี เป็นสวนแบบยั่งยืน ปลูกมากที่อำเภอสวรรคโลก ปลูกตามริมแม่น้ำยม บริเวณอำเภอศรีสำโรง ตำบลคลองกระเจง ตำบลย่านยาว ตำบลทิวทอง ปลูกเป็นดงใหญ่มองเห็นแต่ใบ เพราะชาวสวนจะตัดช่อดอกออกเสีย ตั้งแต่แรกไพล่กลางยอดกล้วยเลยทีเดียว

นอกจากใบแล้ว ใ้กลางต้นกล้วยนำมาปรุงอาหารได้อร่อย ต้นที่หมดอายุนำมาทำเชือกกล้วย เส้นใยใช้ถักทอเป็นกระเป่าถือเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านจากใยธรรมชาติอย่างหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ประโยชน์ของกล้วย

1. ผลของกล้วย

อาหารอย่างแรกที่ได้รับประทานนอกจากนมแม่คือ กล้วยบดผสมข้าว สารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายซึ่งมีในกล้วยคือ คาร์โบไฮเดรต วิตามิน และเกลือแร่ รายงานการวิเคราะห์ คุณค่าทางอาหารของกล้วย ซึ่งจัดทำโดยกองโภชนาการ กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข เราก็ได้ใช้กล้วยนำมาใช้บริโภคทั้งดิบ สุก ฯลฯเรานำมารับประทานได้หลายรูปแบบ ดังนี้

- กล้วยดิบ ที่ยังอ่อนอยู่นำมาฝานบางๆ แช่ล้างในน้ำที่ผสมน้ำมะนาวเพื่อไม่ให้ยางกล้วยเป็นสีดำแล้ว จิ้มกับน้ำพริกรับประทาน
- กล้วยปิ้ง ใช้กล้วยน้ำว้าแก่จัด ยังไม่สุก ปอกเปลือกแล้วปิ้งจนสุก
- กล้วยเผา กล้วยหักมุกทั้งเปลือกปิ้งบนไฟจนเปลือกเป็นสีดำสนิท เปลือกจะปริแยกออกจากกันเห็นเนื้อสีเหลืองเข้มมารับประทาน
- กล้วยทอด นิยมใช้กล้วยน้ำว้าไม่สุกงอมมาปอกเปลือก แล้วฝานให้หนาพอสมควร นำกล้วยไปชุบในน้ำแป้งข้าวเจ้าผสมน้ำกะทิ และ มะพร้าวขูดหยาบๆ ทอดลงในกระทะน้ำมันที่ร้อนจัด จนแป้งสุกกรอบ ส่วนใหญ่เรียก กล้วยแขก
- กล้วยต้ม ใช้กล้วยน้ำว้าแก่จัด ต้มแล้วปอกเปลือก เวลาทานใช้มะพร้าวขูดโรยหน้า ใส่เกลือและน้ำตาล เรียก ขนมหกล้วยต้ม
- ข้าวเม่าทอด ใช้กล้วยไข่แก่จัด สุกงอม ปอกเปลือกแล้วใช้มะพร้าวขูดฝอยผสมน้ำตาลและ ข้าวเม่าหุ้มกล้วยสุกทั้งลูกจากนั้นชุบลงในน้ำแป้งที่ผสมไว้ ทอดลงในน้ำมันร้อนจัด จนแป้งและส่วนผสมที่หุ้มกล้วยไว้กรอบ
- ข้าวต้มมัด ใช้กล้วยน้ำว้าแก่จัดคั้นข้างสุก ฝานครึ่งตามยาว แล้วหุ้มด้วยข้าวเหนียวที่ปรุงผสมกับน้ำกะทิ น้ำตาล กวนข้างก้นจนเกือบสุก นิยมใส่ถั่วดำลงในข้างเหนียวด้วย ห่อด้วยใบตองจากนั้นนำไปนึ่งหรือต้มจนข้าวเหนียวสุกรับประทานได้
- ข้าวต้มจิ้ม ลักษณะการทำเหมือนข้าวต้มมัด แต่ข้าวเหนียวไม่ต้องปรุงด้วยน้ำกะทิและน้ำตาล ห่อด้วยใบตองเป็นรูปสามเหลี่ยม นำไปนึ่งจนสุกรับประทานกับมะพร้าวขูดฝอย กับ เกลือ น้ำตาล
- กล้วยเชื่อม ใช้กล้วยน้ำว้า กล้วยไข่ กล้วยหักมุก ปอกเปลือก นำไปต้มในน้ำเชื่อมจนสุก รับประทานด้วยการนำหัวกะทิมาราด
- กล้วยบวชชี ใช้กล้วยน้ำว้า ห่ามหน่อยไปต้มในน้ำกะทิผสมน้ำตาลเกลือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- **ขนมกล้วย** ใช้กล้วยสุกงอมมายีผสมแป้งข้าวเจ้า ปรงด้วยน้ำตาลเกลือ โรยหน้าด้วยมะพร้าวขูดห่อใบตองแล้วนำไปนึ่ง ปัจจุบันมีการนำไปใส่พิมพ์ เป็นรูปต่างๆคล้ายขนมเค้ก
- **ทาร์ตกล้วย** ใช้แป้งสาลี นวดกับเนย ไข่และ น้ำตาลแล้ว แผ่ลงถาดแบนๆ ให้เนื้อแป้งหนาพอสมควร เรียงกล้วยน้ำว้าสุกฝานเป็นแว่นบางๆ เต็มบนแผ่นแป้ง โรยเกล็ดน้ำตาลลงบนชั้นกล้วยให้ทั่วเพื่อให้สวยงามและหอมกลิ่นน้ำตาลไหม้ แล้วนำเข้าเตาอบให้สุกโดยใช้ไฟปานกลาง
- **เค้กกล้วยหอม** นำกล้วยหอมมาปอกเปลือก บดให้ละเอียด ผสมแป้งทำเค้ก แล้วนวดจากนั้นนำเข้าเตาอบ
- **ฟรุตเค้ก** นำกล้วยฝานบางๆ มาแต่งหน้า ฟรุตเค้ก
- **ขนมปังกล้วย** เป็นขนมปังที่ผสมด้วยกล้วยบดละเอียด
- **คุกกี้กล้วย** เป็นคุกกี้ที่มีส่วนผสมของกล้วย
- **ไอศกรีมกล้วย** กล้วยเป็นส่วนผสมอยู่ในเนื้อไอศกรีม

นอกจากนี้ยังมีการนำกล้วยมาถนอมอาหารไว้รับประทานนอกฤดูกาลด้วยเช่น

- **กล้วยดอง** นำกล้วยดิบมาแช่ในน้ำเกลือผสมน้ำส้มสายชู ใช้ใบตองหรือ ผ้าขาวบางปิดภาชนะ ตากแดด ประมาณ 3 วัน
- **กล้วยตาก** ใช้กล้วยน้ำว้าสุก ตากแดดไล่น้ำออกจากกล้วย และเป็นการเพิ่มน้ำตาลในกล้วย บางแห่งมีการชุบน้ำผึ้ง มีคุณค่าทางอาหารสูงมาก
- **กล้วยฉาบ** ฝานกล้วยตามยาว ตากแดดให้แห้ง ทอดในน้ำมันมากๆที่ร้อนจัด จนสุกกรอบ จะโรยเกลือ หรือ ชุบน้ำเชื่อมให้มีเกล็ดน้ำตาล
- **กล้วยกวน** ใช้กล้วยสุกงอมมายีให้ละเอียดบนกระทะทองเหลืองกับน้ำตาล และน้ำกะทิ ตั้งไฟอ่อนๆจนสุกเหนียว แล้ว หั่นเป็นก้อนกลม ห่อด้วยกระดาษแก้ว เก็บไว้รับประทาน
- **ทอฟฟี่กล้วย** ทำเหมือนกล้วยกวน แต่เพิ่มเบะแซ เพื่อให้เนื้อแข็งขึ้น
- **ข้าวเกรียบกล้วย** กล้วยไข่สุกบดผสมแป้งเกลือ น้ำตาล บั่นเป็นแท่งยาวนำไปนึ่งพอสุกปล่อยให้เย็น หั่นเป็นชิ้นบางๆตากแดดให้แห้ง แล้วนำไปทอดในน้ำมัน
- **แยมกล้วย** กล้วยหอมห่ามๆ ฝานเป็นแว่นบางๆ ผสมน้ำตาลทราย และเนื้อส้มเกลี้ยง หั่นเป็นชิ้นเล็กๆกับน้ำมะนาว ต้มไฟอ่อนๆ ประมาณ 45 นาที แล้วนำมาบรรจุขวดที่สะอาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. หัวปลี

หัวปลีใช้ทำอาหารได้หลายชนิด และใช้เป็นผักสดจิ้มน้ำพริกหรือรับประทานกับหมี่กะทิ ผัดไทย ขนมจีน น้ำพริก ได้เข้ากันดีหรือนำหัวปลีมาหั่นฝอยแช่น้ำมะนาวไม่ให้ดำ แล้วยำกับเนื้อ หมู ไก่ กุ้ง โรยหอมหรือกระเทียมเจียว ใส่พริกสด ปูรสตามใจชอบ บางคนอาจใส่กะทิสดด้วย หรือทำทอดมันหัวปลีก็ได้รสชาติ อร่อยน่ารับประทานอีกแบบหนึ่ง

นอกจากใช้เป็นอาหารแล้ว หัวปลียังเป็นของเล่นของเด็กสมัยก่อนด้วย โดยเอาหัวปลีสไลด์นอกที่มีสีแดงที่เป็นรูปรีออกมาลอยน้ำเล่นต่างเรือ หรือเอาดอกกล้วยเล็ก ๆ มาฉีกเป็น 2 ชั้น ถือกั้นคนละส่วนแล้วถูกัน ถ้ากลีบดอกในมือใครขาดหรือหักก่อนจะเป็นผู้แพ้

3. หยวกกล้วย

หยวกกล้วยคือ ส่วนที่เป็นใล้อ่อนสีเขาวนำมาทำอาหารได้หลายอย่าง อาจนำมาผานบาง ๆ แช่น้ำมะนาวเพื่อไม่ให้ยางกล้วยทำให้เปลี่ยนสี แล้วนำมาทำห่อหมกและแกงชนิดต่าง ๆ เช่น อาจนำมาฉีกเป็นชิ้น ๆ แล้วแกงโดยใส่น้ำพริกแกงเผ็ดหัวเส้นโดยใส่หมูหรือไก่ก็ได้ ซึ่งให้คุณค่าทางโภชนาการแก่ร่างกาย

สามารถนำมาประดิษฐ์เป็นงานศิลปะ คือ การสลักแทงหยวกก็สามารถทำได้อย่างสวยงาม อย่างที่เห็นใช้ประดิษฐ์เพื่อแต่งในงานตักจุด ตกแต่ง ธรรมบาลีของพระสงฆ์ ประดับเมรุในงานเผาศพ แต่ปัจจุบันค่อย ๆ หายไป คนรุ่นใหม่ควรจะสนใจศึกษาและอนุรักษ์ไว้ เพราะเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่แสดงถึงความสามารถของภูมิปัญญาชาวบ้าน

4. ใบกล้วยหรือใบตอง

ใบของกล้วยไม่ว่าจะเป็นใบสดหรือแห้ง ใช้ทำเป็นภาชนะบรรจุอาหารโดยทำเป็นกระทงหรือห่ออาหารหลายชนิด และยังมาทำเป็นงานประดิษฐ์ได้มากมาย ดังจะกล่าวถึงประโยชน์ของใบตองดังนี้

ใบกล้วยสด นำมาทำบายศรี และอุปกรณ์ประกอบการ ร้อยดอกไม้โดยเฉพาใบกล้วยตานี เหมาะที่จะนำมาประดิษฐ์กระทงลอย กระทงลาบวช ของพลูดาดใส่ขนม ถาดใส่ผลไม้แกะสลัก ถาดใส่เครื่องบวงสรวงในพิธีต่าง ๆ เพราะใบตองตานีมีใบโต สีเขียวเข้มสวย เนื้อเหนียวกว่าใบตองชนิดอื่น นำมาทำเป็นที่รองกะทะเวลาทอดไข่ ไม่ต้องใช้น้ำมัน ทอดได้ทั้งไข่ดาวและไข่เจียว ทำให้ไข่ที่ทอดแห้งและหอมน่ารับประทาน นำมาใช้ห่อขนมไทยต่าง ๆ หรืออาหารไทย เช่น ขนมเทียน ข้าวเหนียวปิ้ง ข้าวต้มมัด ขนมกล้วย ห่อหมก ฯลฯ นำมาใช้เป็นที่รองเต้าริตขณะรีดผ้า เพื่อช่วยลดความร้อนลง เพราะใบกล้วยสดเมื่อถูกความร้อนจะมีขี้ผึ้งบาง ๆ เคลือบพื้นเต้าริต ทำให้รีดลื่น ไม่ติดผ้า นำมาปูรองพื้ผัก ผลไม้เพื่อไม่ให้ช้ำ นำมาใช้หุ้มกึ่งตอน หุ้มผลไม้บางชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อบ่มผิวและป้องกันแมลง นอกจากนี้ คนในสมัยก่อนยังนำมาปูนอนในกรณีที่นอนบนกระดานไม้ได้ สำหรับคนที่ป่วยเป็นโรคเรื้อน หรือโรคอื่นที่มีน้ำหนอง น้ำเลือดไหลออกมา

ใบกล้วยแห้ง นำมาทำงานประดิษฐ์ได้หลายอย่าง โดยนำใบกล้วยแห้งมาพันให้เป็นเกลียว แล้วติดบนแบบรูปร่างต่าง ๆ ตกแต่งด้วยวัสดุอื่น ๆ เช่น ลูกบิด ดินทอง เป็นเครื่องประดับ และของใช้ เช่น ที่ติดเสื้อ คຸ່ມหู ที่ติดผม กล่องใส่เครื่องประดับ นอกจากนี้ยังใช้มุงหลังคาเป็นร่มเงา มวนยาเส้นเป็นบุหรี่ได้ และยังประดิษฐ์เป็นสายสร้อย หรือแหวนให้เด็กใส่เล่นได้

5. ก้านใบ

ก้านใบนำมาตากให้แห้งใช้มัดของทำดอกไม้ประดิษฐ์ที่สวยงามและยังทำประโยชน์อื่น ๆ ได้ เช่น ก้านใบที่ยังสดนำมาทำเป็นของเล่นของเด็ก ๆ โดยเอามาขี้เป็นม้าก้านกล้วย หรืออาจจะทำเป็นปืนก้านกล้วยไว้ยิงเล่นกัน และใช้เป็นแบบพิมพ์ต่าง ๆ ได้สวยงาม เช่น พิมพ์กับผ้าพันคอ ผ้ารองแจกัน ผ้าปูโต๊ะ หรือเสื้อผ้า การออกแบบจากสายก้านกล้วยจะสวยงามตามธรรมชาติและไม้ซ้ำแบบ

6. กาบกล้วย

ทั้งกาบทั้งลำต้นที่ตัดเครือแล้ว นิยมนำมาแกะสลัก ที่เรียกว่า เทงหยวกเป็นลายกนก หรือ ลวดลายต่าง ๆ เพื่อตกแต่งประดับงานประเพณีไทยต่าง ๆ ตากให้แห้งทำเป็นเชือกกล้วยใช้มัดของต่าง ๆ ได้โดยเฉพาะคนไทยเชื่อกันว่าหากนำมามัดสูงจะตัวอ่อนหมดแรง เพราะงูแพ้เชือกกล้วย

นอกจากทำเชือกแล้ว อาจนำมาสานเป็นกระเป๋าสตางค์หรือประดิษฐ์เป็นของใช้ได้หลายชนิด เช่น ตะกร้า กระดาษ เข็มขัด ที่ใส่กระดาษเช็ดมือหรือแม้แต่นำมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ที่สวยงาม

กาบกล้วยสวยสดอาจนำมาหั่นคลุมดินรักษาความชื้น ไม่ให้น้ำระเหยหรืออาจประดิษฐ์เป็นกระทงไว้ลอยในวันเพ็ญเดือนสิบสองหรือใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบการประดิษฐ์ดอกไม้ก็ได้

7. เหย้ากล้วยหรือหน่อกล้วย

บางประเทศนำมาเป็นอาหารสัตว์ หรืออาหารประเภทผัก

8. เมล็ดกล้วย

กล้วยบางชนิดเมล็ดใหญ่กว่าธรรมดา บางประเทศนำมาร้อยเป็นลูกประคำ สร้อยคอและเครื่องประดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ยางกล้วย

ใช้เป็นสีย้อมด้ายทอผ้าให้มีสีน้ำตาล ไม่ตก ไม่ลอก ทนทาน

10. เถ้าของกล้วย

บางประเทศนำมาใช้ซักผ้า เพราะมีโพแทสเซียมสูง

11. ลำต้นของกล้วย

ใช้เป็นที่ย้อมเท้าเตะต้นกล้วยไม่ให้ล้มของนักมวย ทู่นสำหรับคนว่ายน้ำ หรือใช้ทำแพ เครื่องสังเวศสำหรับลอยน้ำ ใช้เป็นฐานเพื่อนำไปทำกระทงลอยในวันเพ็ญเดือนสิบสอง

นอกจากนี้ กล้วยบางชนิดยังปลูกไว้เพื่อความสวยงาม เป็นไม้ประดับเพื่อดูใบ ดอก หรือ ผลที่แปลกกว่าพืชทั่วไป เช่น กล้วยพัด กล้วยบัว และกล้วยร้อยหวี กล้วยยังสามารถทำเป็นกล้วยบอนไซได้สวยงาม เหมาะที่จะใช้ตกแต่งในบ้าน ในอาคาร

12. เปลือกกล้วย

เปลือกกล้วยบางชนิด เช่น กล้วยน้ำว้า นำมาต้มจุ่มรับประทานกับน้ำพริกได้ ส่วนเปลือกกล้วยหอมนำมาทำมือแก้โรคผิวหนัง ซึ่งมักเป็นที่มือในหน้าหนาว โดยจะมีอาการเป็นผื่นแดงมีเม็ดเล็ก ๆ ขึ้นบนฝ่ามือทำให้คันและจะลอกไป นอกจากนั้น เปลือกกล้วยหอมยังนำมาหั่นเป็นปุ๋ยสำหรับต้นไม้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเป็นปุ๋ยให้ต้นกุหลาบ กล้วยบางชนิดสามารถนำใยมาทำเชือกป่านที่เรียกว่า ป่านมนิลา ประเทศญี่ปุ่นใช้ใยกล้วยบางชนิดทำเสื่อ ฟิลิปปินส์นำเปลือกกล้วยมาทำกระดาษที่เรียกว่ากระดาษมนิลา บางประเทศยังนิยมเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ต้นกล้วยสับให้สัตว์กิน ไม่ต้องให้น้ำเพราะต้นกล้วยมีน้ำถึง 90.95 %

2.2.4 กลัวยกกับวิถีชีวิตของคนไทย

กลัวยกมีความสัมพันธ์กับชีวิตของคนไทยอย่างแนบแน่น น่าสนใจมากทีเดียว ถ้าลองพิจารณาดูจะพบความสัมพันธ์ระหว่างกลัวยกกับชีวิตคนไทย 4 ลักษณะใหญ่ ๆ ด้วยกัน ได้แก่ กลัวยกกับการดำรงชีวิตของคนไทย กลัวยกกับความเชื่อของคนไทย กลัวยกกับเอกลักษณ์ของความเป็นไทย และวาทิตถกรรมจากกลัวยก

1. กลัวยกกับการดำรงชีวิตของคนไทย

อาจกล่าวได้ว่ากลัวยกมีความสัมพันธ์กับชีวิตของคนไทยตั้งแต่เกิดจนตาย คือ ตั้งแต่แรกเกิดมาได้ระยะหนึ่ง พอที่จะรับประทานอาหารอ่อนได้ แม่จะนำกลัวยกสุกมาบดผสมข้าวป้อนให้รับประทาน ปัจจุบันอาจปรับปรุงเป็นบดผสมกับนม หรืออาหารบางอย่าง เมื่อเติบโตขึ้นก็ได้รับประทานเป็นอาหารทั้งหวาน คาว รับประทานสด ๆ หรือดัดแปลง เป็นอาหารว่าง หรือเครื่องดื่ม

การก่อสร้างบ้าน หรืออาคารที่อยู่อาศัย ในวิถีชีวิตคนไทยตั้งแต่ยุคสมัยโบราณถึงปัจจุบัน นิยมทำพิธี "ยกเสาเอก" ซึ่งเป็นการลงเสาต้นแรกของอาคารเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ผู้อยู่อาศัย ในพิธียกเสาเอกจึงใช้ต้นกลัวยกถือเป็นไม้มงคลในการประกอบพิธีและประเพณีไทยอีกหลายอย่างที่ใช้ต้นกลัวยกและส่วนประกอบของกลัวยกในการประกอบพิธี เช่น "พิธียกขันหมาก" ที่เป็นการสุขวัณในการแต่งงานและใช้เป็นเครื่องสักการบูชา ในการกราบไหว้ การเซ่นไหว้หรือประกอบพิธีพราหมณ์ในงานมงคลต่าง ๆ

ถ้าเป็นเด็กสมัยก่อนก็จะมีของเล่นที่ทำจากกลัวยกหลายรูปแบบ เช่น การเล่นขี้ม้าที่ทำจากก้านกลัวยก นอกจากนั้น บางคนอาจเล่นโดยทดสอบสติปัญญาด้านปริมาณค่าพายที่เกี่ยวกับกลัวยก ได้แก่ "อะไรเอ่ยต้นเท่าขาวใบเขียว" ซึ่งเด็กสมัยนั้นจะตอบได้อย่างเสียงดังฟังชัดทีเดียวว่าต้นกลัวยก ก็เพราะเห็นอยู่ทุก ๆ วันนั่นเอง

บทร้องเล่นของเด็ก

- จิงใจเอย มาไล่สำเนา หมาไล่เห่า จิงใจตักน้ำ หมาไล่ซ้ำ จิงใจดำหนิ ได้กลัวยกสองหวี ไชโย โห้ฮิ้ว
- ผมเปียมาเลียใบตอง พระตีกลองตะลุ่มตุ้มโมง (ตะลุ่มตุ้ม)

สำนวนของไทย ที่เกี่ยวกับกลัวยกเพื่อใช้ในการพูดหรือการเขียนของตน

สำนวนเกี่ยวกับกลัวยกที่ปรากฏ ได้แก่

"โค่นกลัวยกอย่าไว้หน่อ ม่าพ้ออย่าไว้ลูก" ซึ่งหมายถึง ทำลายให้หมดสิ้นอย่าให้เหลือไว้

"ง่ายเหมือนปลอกกล้วยเข้าปาก" ก็เป็นอีกสำนวนหนึ่งที่เราได้ยิน หรืออาจจะเคยพูดหรือเคยเขียนบ่อย ๆ หมายถึงว่า ง่ายมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ตื่นเป็นกล้วยน้ำว้า” จำนวนนี้เกิดขึ้นเพราะเมืองไทยเป็นเมืองกล้วย โดยเฉพาะกล้วยน้ำว้ามีมากจริง ๆ มองไปทางไหนก็เห็นกล้วยน้ำว้าเต็มไปหมด จำนวนนี้จึงหมายถึง ไม่ค่อยมีใครเห็นคุณค่า เพราะมีมาก บางทีก็ใช้ว่า “ถูกเหมือนกล้วยน้ำว้า” ก็มี

นอกจากนั้น ยังมีสำนวนที่เป็นภาษาพูดว่า “กล้วยๆ” หรือ “กล้วย” หรือ “กล้วยมาก” และ “กล้วยจัง” หรือคำพูดในทำนองนี้ หมายความว่า “ง่ายมาก” บางทีก็ใช้คำว่า “พื้นเหมือนพื้นหยวกกล้วย” ซึ่งก็หมายถึงง่ายเช่นกัน นอกจากนั้นยังมี

คำพังเพย

“หมาเห่าใบตองแห้ง” ซึ่งหมายถึงพูดอะอะทำที่ว่าแกลังกล้าไปอย่างนั้นเอง หรือดีแต่พูดแต่ไม่ทำจริง แต่ในสังคมตะวันตกยุคบริโภคนิยม ถูกใช้ในเชิงเปรียบเทียบเป็นสัญลักษณ์กามารมณ โดยเฉพาอวัยวะเพศผู้ชาย เช่น สโลแกนโฆษณาว่า unzip a banana นอกจากนั้นยังมีที่ใช้ banana ในภาษาพูดอื่น หมายถึงอาการ บ้า หรือ เพี้ยน ฝรั่งเศสก็ยังสับสนไม่ได้ว่า บ้าจะเกี่ยวข้องกับบานานา ได้อย่างไร

การชมความงามของผู้หญิง ก็นิยมชมว่า ขาสวยเหมือนต้นกล้วย ขาวปานหยวกกล้วย

2. กล้วยกับความเชื่อของคนไทย

เนื่องจากมีความใกล้ชิดกันอย่างยิ่ง คนไทยจึงมีความเชื่อเกี่ยวกับกล้วยที่น่าสนใจหลายประการ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องคนท้อง หากรับประทานกล้วยแปดจะมีลูกแฝด เรื่องนี้คนท้องในสมัยก่อน ที่กลัวการมีลูกแฝดจะพยายามเลี่ยงไม่ทานกล้วยแปด หรือใครอยากมีลูกแฝดก็พยายามหากล้วยแปดรับประทาน ความเชื่ออีกอย่างของคนไทย คือ หญิงแม่ลูกอ่อนรับประทานแกวหัวปลีจะทำให้มีน้ำนมมาก และในปัจจุบันก็มีผู้ปฏิบัติกัน ซึ่งตามหลักโภชนาการ ปลีกล้วยอุดมด้วยคุณค่าทางอาหารมากมาย ทั้งคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน วิตามินต่าง ๆ รวมทั้งเกลือแร่ เพราะฉะนั้นทางด้านสาธารณสุขจึงสนับสนุนให้รับประทานหัวปลี

ความเชื่อเรื่องนางพรายตานี ซึ่งเป็นผีที่อาศัยอยู่ในต้นกล้วย ตานีเป็นผู้หญิง หน้าตาสวยงาม ผิวขาว จะปรากฏตัวตอนกลางคืน โดยยืนหรือนั่งอยู่ใต้ต้นกล้วยตานี มักปรากฏตัวในรูปหญิงสาวแต่งกายสวยงาม และมีข้อสังเกตว่า ต้นกล้วยที่มีนางพรายตานีสิงอยู่ มักจะมีลำต้นสะอาดไม่มีกาบแห้งอยู่ ใบเขียวสด และบริเวณรอบลำต้นสะอาดโล่งเตียน

นอกจากนั้น ยังมีความเชื่อเรื่องการนำกล้วยแช่น้ำผึ้ง ใส่ไหแล้วปิดฝาให้ดี โดยใช้ปูนแดงทา ก่อนปิดฝา จากนั้นเอาไว้ใต้ฐานพระในวันเข้าพรรษา ปลอยไว้ 3 เดือน แล้วนำออกมารับประทานในวันออกพรรษา เป็นยาอายุวัฒนะ รับประทานแล้วจะมีอายุยืนยาว

ความเชื่อที่น่าสนใจอีกเรื่องหนึ่ง คือ การใช้ต้นกล้วยทั้งเครือมาประดับบ้านในงานมงคล เป็นเครื่องหมายแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล้วยในเอเชียใช้เป็นสัญลักษณ์แห่งจริยธรรม คุณความดี ความงามความเจริญงอกงาม ในหมู่ชาวอาหรับถือว่ากล้วยเป็นพันธุ์ไม้แห่งสวรรค์ หรือพันธุ์ไม้แห่งปัญญา ที่รู้แยกแยะความดีกับความเลว ดำเนินอินเดียนถือกล้วยเห็นผลไม้ของผู้มีปัญญา โดยเล่าขานถึงฤๅษีในดงกล้วย ผู้กินกล้วยเป็นอาหารจนเกิดกำลังและปัญญาเป็นที่อัศจรรย์

หลายประเทศในเอเชียถือว่ากล้วยเป็นผลไม้สำหรับเช่นสังเวณีและเทวดา ตลอดจนผู้มีพระคุณของไทยเรา กล้วยเป็นของที่ขาดไม่ได้ใน ตั้งขันข้าว หรือคำบูชาคุณหมอต้าแม่ ที่มาทำคลอดให้ กล้วยทั้งหวีเป็นของเช่นเทวดาและบรรพบุรุษ ในพิธีเช่นไหว้อย่างคนจีน น้ำชาและผลไม้ เป็นเครื่องเช่นพื้นฐานและผลไม้เครื่องเช่นที่ขาดเสียมิได้ก็คือ ส้มสีทองและกล้วยทั้งหวีขนมกล้วยเป็นขนมที่พบได้ประจำในพิธีหมั้นพิธีแต่งงานของชาวไทยสมัยก่อน เพราะกล้วยหมายถึงความเจริญงอกงาม ได้ผลดกต้นเหมือนกล้วยในแถบทุกชนชาติของเอเชีย ยังมีเหตุผลความเชื่ออีก ๆ ว่ากล้วยเป็นสัญลักษณ์แห่งชีวิตและการเจริญเติบโต

3. กล้วยกับเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

กล้วยแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย โดยเฉพาะศิลปะในเรื่องใบตอง ซึ่งมีการนำมาประดิษฐ์เป็นกระทง บายศรี และใช้ในการประดิษฐ์ดอกไม้ที่สวนงาม ศิลปะเหล่านี้เป็นศิลปะที่แสดงความสามารถของคนไทย แสดงถึงเอกลักษณ์ของคนไทยได้เป็นอย่างดี

นอกจากนั้น หยวยังนำมาประดิษฐ์ ที่เรียกว่า การสลักแหงหยวกใช้ในงานพิธีต่าง ๆ เช่น งานตัดจุก งานเผาศพ หรือใช้แต่งธรรมาสน์ของพระสงฆ์

4. งานหัตถกรรมจากกล้วย

กล้วยมีส่วนต่าง ๆ ที่นำมาทำงานหัตถกรรมได้มากมาย เช่น เชือกกล้วยนำมาทำเป็น กระเป๋า ตะกร้า กระจาด ที่ได้กระดาษเข็ดมือ ฯลฯ ได้สวยงามน่าใช้ ทั้งไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เพราะย่อยสลายได้

เชือกกล้วย เป็นวัสดุที่ได้จากการนำเอาาบของต้นกล้วยมากรีดออกมาเป็นเส้น ๆ และตากให้แห้ง ประโยชน์ของเชือกกล้วยนอกจากจะใช้แทนเชือกผูกมัดสิ่งของต่าง ๆ แล้ว เชือกกล้วยยังนำไปใช้ทำประโยชน์อย่างอื่น เช่น กระเป่าสตรี ตะกร้าใส่ของ รองเท้าแตะ เป็นต้น

ถ้าต้องการย้อมสี ให้ย้อมด้วยสีย้อมไหม สีย้อมกก เหมือนย้อมเส้นใยพืชชนิดอื่น ๆ

ใบกล้วยแห้ง สามารถนำมาพ่นเกลียว แล้วประดิษฐ์เป็นที่ติดเสื้อ ที่ติดम्म ดุ่มหูโดยใช้ดินทองและวัสดุอื่น ๆ ตกแต่งประกอบนอกจากนี้ ยังนำไปตองแห้ง และเชือกกล้วยมาทำเป็นกล่องเครื่องประดับได้นำมาใช้ถือด้วย หรือจะออกแบบเป็นเครื่องใช้ เครื่องประดับอื่น ๆ ได้อีกมากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบกล้วยแห้งกับตุ๊กตาแสนสวย เหมาะที่จะใช้ตกแต่งบ้านในยุคที่รณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม
อย่างยิ่ง ใบกล้วยแห้งมีความสวยตามธรรมชาติ เพียงออกแบบให้สวยงาม ก็จะเป็นตุ๊กตาที่ควรชื่น
ชู โชว์เทียบตุ๊กตาอื่น ๆ ได้

ดอกไม้จากใบกล้วยแห้ง กาบกล้วยแห้ง ก้านกล้วยแห้ง ก็สวยไปอีกแบบ ต่างจากดอกไม้สี
สดที่เราเห็นจนชินตา และยังไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 การแปรรูปกล้วย

ในปัจจุบันมีการแปรรูปกล้วยหลากหลายรูปแบบที่พบเห็น อาทิ การทำแป้งกล้วย กล้วยตาก บรรจุกระป๋อง แขน้แข็ง กล้วยฉาบ กล้วยผง น้ำผลไม้ กล้วยกวน แยมกล้วย น้ำส้ม เหล้า เบียร์ ไวน์ ฯลฯ

การแปรรูปที่สำคัญและทำกันทั่วไป การทำเป็นอาหารเหลวหรือเรียกว่า พิวรี (puree) การบรรจุกระป๋อง กล้วยตาก กล้วยฉาบ แขน้แข็ง แป้งและกล้วยกวน ส่วนการแปรรูปชนิดอื่นนั้นมีการทำกันบ้างในบางประเทศ เช่น การทำ flake ใ้รับประทานเป็นอาหารเช้าไม่ค่อยมีการทำกัน เพราะเพื่อทำแล้วไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน เช่นเดียวกับการทำแป้งกล้วย สำหรับน้ำส้มไวน์ มีทำกันมากในแถบอาฟริกา และได้มีการศึกษานิดของกล้วยที่เหมาะสมในการทำไวน์โดยเฉพาะ ดังนั้นการแปรรูปจะขอล่าว่าที่ทำกันมาก และเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคตดังนี้

1. การทำพิวรีกล้วย

เป็นอาหารที่สำคัญที่ได้จากการแปรรูปมากที่สุด การแปรรูปกล้วยเป็นพิวรีนี้นิยมบรรจุในกระป๋องโดยไม่ใส่สารกันบูดและน้ำตาลจะบรรจุในสภาพปลอดเชื้อ เมื่อบรรจุเสร็จแล้วจะเก็บในที่เย็นหรือทำให้แข็งและส่งขายที่ประเทศอเมริกา พิวรีนี้มักจะบรรจุในกระป๋องขนาดเบอร์ 10 ซึ่งจะจุประมาณ 3.3 กิโลกรัม หรือกระป๋องขนาดใหญ่จุได้ถึง 55 แกลลอน ถ้าเป็นกระป๋องเบอร์ 10 จะใช้กล้วยสดประมาณ 30 ผลต่อ 1 กระป๋อง

การทำพิวรีกล้วยทำได้โดยการบดกล้วยที่สุกงอมและบรรจุโดย

1. บรรจุกระป๋องโดยวิธีปลอดเชื้อ
2. ปรับความเป็นกรดแล้วบรรจุกระป๋องด้วยวิธีธรรมดา
3. บรรจุด้วยวิธีทำให้เย็นแข็งอย่างรวดเร็ว

วิธีที่ใ้กันมากคือ การบรรจุกระป๋องโดยวิธีปลอดเชื้อ เพราะการบรรจุด้วยวิธีนี้จะทำให้กล้วยที่บรรจุมีความสดและมีกลิ่นเหมือนผลกล้วยสด

2. กล้วยตาก (banana figs)

กล้วยตากทำจากผลกล้วยที่สุกงอมแล้ว ปอกเปลือกเอาแต่ตัวเนื้อกล้วยไปตากแดด เป็นกล้วยที่แปรรูปที่รู้จักกันดี และเป็นที่ยอมรับประทานกันมากในประเทศไทย และประเทศไทยได้ผลิตกล้วยตากส่งขายยังต่างประเทศด้วย กล้วยที่นิยมทำกล้วยตากคือ กล้วยน้ำว้า ไม่นิยมกล้วยหอมหรือกล้วยไข่และกล้วยหักมุก อาจจะเป็นเพราะกล้วยหอมและกล้วยไข่มีน้ำมาก และมีแป้งน้อยเมื่อสุกงอม และกล้วยหักมุกมีแป้งมากเกินไป กล้วยตากที่อร่อยส่วนมากมาจากกล้วยน้ำว้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และกล้วยน้ำว้าที่ตากแล้ว อร่อยดังเช่นที่ขึ้นชื่อที่จังหวัดพิษณุโลก คือกล้วยตากบางกระทุ่ม กล้วยที่ใช้คือ น้ำว้าขาว ซึ่งมีรสหวาน การทำกล้วยตากนั้น หลังจากปอกเปลือกกล้วยแล้ว เอาตากแดดบนเสื่อ 1 – 2 แดด แล้วเอาไปคลึงและกดแบน ไม่มีการใส่น้ำตาล ความหวานจะออกมาจากตัวกล้วยเอง ปัจจุบันได้มีการใช้พลังงานแสงแดดมาทำเป็นเตาอบขนาดใหญ่ เพื่อใช้ตากกล้วยตาก หรืออบทำให้กล้วยตากที่ได้สะอาดกว่าตากแสงอาทิตย์โดยตรง เพราะไม่มีแมลงวันตอมหรือฝุ่นละอองเจือปน

3. แป้งกล้วย (banana flour)

ทำจากผลกล้วยดิบ ซึ่งแก่เต็มที่แล้ว จากกล้วยกินได้และ

กล้วยกล้วย แป้งกล้วยมีการขายกันในตลาดท้องถิ่นบางแห่งใช้เป็นอาหารของเด็กทารก และคนชราการทำแป้งกล้วย ทำได้โดยนำผลกล้วยดิบมาตากแดดจนกว่าจะแห้ง หรืออาจจะใช้เตาอบพลังงานแสงอาทิตย์ หรือเตาอบธรรมดาได้

แป้งกล้วยนี้ใช้ในการปรุงอาหารได้ โดยทำขนมกล้วย ขนมเค้ก ขนมบัวลอย เป็นต้น

4. กล้วยผง (banana powder)

กล้วยผงทำจากผลกล้วยสุก ซึ่งจะต่างจากแป้งกล้วยที่

ทำจากผลกล้วยดิบการทำกล้วยผงนี้ยังไม่มีการทำเป็นการค้ามาก เพราะกล้วยผงไม่สามารถรักษากลิ่นไว้ได้ และมักมีความชื้น การเก็บรักษาทำได้ยาก มักจะมีแมลงไปวางไข่แม้จะเก็บในสภาพที่สะอาด ไม่มีเชื้อโรคแล้วก็ตาม จึงไม่ค่อยนิยมทำ แต่ก็ทำบ้างเล็กน้อย เพื่อใช้ในกรรมผสมขนมเค้ก คุกกี้ และไอศกรีม

5. กล้วยแผ่นแช่แข็ง (freeze dried banana slice)

นิยมรับประทานร่วมกับ corn flake เป็นอาหารเช้าทำจากกล้วยที่สุกเต็มที่ แล้วแช่แข็งทันที อาจจะแช่ทั้งผลหรือฝานเป็นชิ้นบาง ๆ หนาประมาณ 25 ม.ม. รับประทานร่วมกับผลไม้อื่น ๆ ก็ได้ เช่น ทำ fruit salad แต่ถ้าไม่ใช้กล้วยแผ่นแช่แข็งนี้อาจใช้กล้วยที่บรรจุในกระป๋องแทนได้ การทำกล้วยแช่แข็งจะต้องนำกล้วยที่ฝานแล้วผ่านไอน้ำที่อุณหภูมิ 87.7 °C นาน 4 นาที หรือ 93.3 °C นาน 2 นาที แล้วทำให้เย็นแข็งที่ -42.7 °C จะเก็บกล้วยได้นาน 6 เดือน

6. กล้วยฉาบ (banana chip)

ใช้ผลกล้วยดิบฝานบาง ๆ ฝึ้งลมไว้สักครู่ แล้วจึงนำลงทอดในน้ำมันพืช คล้ายกับ potato chip นิยมใช้กล้วยน้ำว้าหรือกล้วยหักมุกที่ประเทศฟิลิปปินส์ นิยมใช้กล้วยซาบา ซึ่งมีลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คล้ายกล้วยหิน ดังนั้นทางภาคใต้ถ้าใช้กล้วยหินก็จะได้กล้วยฉาบที่มีรสชาติดี การฝานกล้วยอาจ จะฝานตามยาวหรือตามขวางก็ได้ ขณะนี้มีการส่งกล้วยฉาบออกขายต่างประเทศ แต่กล้วยฉาบมี ข้อเสียที่ว่า เมื่อเก็บไว้นานจะมีกลิ่นหืน และนุ่มเพราะความชื้นเข้า สำหรับในประเทศหลังจากทอด แล้วนิยมฉาบด้วยน้ำตาล

7. กล้วยกระป๋อง (banana syrup)

ใช้ผลกล้วยสุก ปอกเปลือก ฝานบาง ๆ หรือบรจทั้งผล การบรจมักใช้การบรจกับน้ำ เชื่อม กล้วยที่นิยมทำการบรจกระป๋อง ได้แก่ กล้วยไข่ และกล้วยน้ำว้า ซึ่งอาจจะนำไปปรุง อาหารต่อไปได้ เช่นนำไปทำกล้วยบวดชี

8. การทำ fermentation สำหรับทำเบียร์ ไวน์ น้ำส้ม

ในประเทศแถบอาฟริกาตะวันออก นิยมใช้ผลกล้วยสุกมาทำเบียร์มีแอลกอฮอล์ เขามัก เก็บกล้วยมาแล้วแขวนไว้ได้หลังคาจนกล้วยนุ่ม ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 5 วัน หลังจากกล้วยนุ่ม แล้วนำมาปอกเปลือกวางไว้บนใบกล้วยบดขยี้ให้เหลว กรองด้วยแก้วหยาบแล้วนำผสมกับข้าวฟ่าง หรือข้าว millet หมักไว้ 2-3 วัน จนได้ที่แล้วต้มจนเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล นำใส่ถังไม้ทิ้งไว้ 3 วัน จะมี กลิ่นดี

การหมัก น้ำผลกล้วยสุกบด ผสมน้ำ น้ำตาลอ้อยและเกลือแร่ จะให้แอลกอฮอล์พอ ๆ กับ การใช้ผลส้ม และให้แอลกอฮอล์มากกว่าการหมัก สับปะรด และมะขาม ในการหมักกล้วยเพื่อทำ น้ำส้มนั้นต้องใส่แอลกอฮอล์เพิ่ม Adam berry ได้นำเอากล้วยที่ถูกตัดทิ้ง เนื้อมากที่สุกอมมี ปริมาณของน้ำตาลประมาณ 16% นำไปผสมกับน้ำทำให้เกิดเป็นของเหลวข้น แล้วเติมน้ำตาล 10 % และยีสต์สำหรับทำขนมปัง ไว้ที่ 30 ซี นาน 48 ชั่วโมง นำมากรอง ด้วยผ้ากรอง ผสมน้ำผลไม้ ที่เป็นแอลกอฮอล์ แล้วบ่มไว้ที่ 30 ซี ประมาณ 2 อาทิตย์ จะได้น้ำส้ม ปรับความเป็นกรด เทคนิคนี้ถ้า จะให้ดียิ่งขึ้นควรอุ่นฆ่าเชื้อ และเติมเอ็นไซม์ เพื่อทำให้มีแอลกอฮอล์มากขึ้น และกรองน้ำส้มที่ได้ อีกครั้ง จะได้ไวน์กล้วย กล้วยที่ใช้ทำไวน์ได้ดี คือกล้วยน้ำว้า

9. การทำน้ำผลไม้ (fruit juice)

นำเนื้อผลกล้วยที่สุกมาใส่เอ็นไซต์ เพื่อย่อยเนื้อมาก่อน แล้วบ่มไว้ที่อุณหภูมิ 45 ซี นาน 1 ชั่วโมง จะได้น้ำกล้วยที่ใส โดยมีปริมาณน้ำ 55-60% ของน้ำหนักของเนื้อมาก่อน หลังจากบ่มแล้ว นำมาทำให้ตกตะกอนด้วยเครื่อง centrifuge จะได้น้ำกล้วยที่ใสมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.6 ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป

1) อายุการเก็บและลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

กรรมวิธีการแปรรูป กรรมวิธีการผลิต ส่วนผสม และลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยในการบ่งบอกอายุการบริโภคของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงลักษณะภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่ต้องทำหน้าที่รักษาความสดใหม่ของสินค้า

ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป มีอายุการเก็บและลักษณะการเสื่อม ดังนี้

ผลิตภัณฑ์กล้วยอบ/ตาก

ลักษณะการแปรรูป เป็นการใช้เทคโนโลยีการตากแห้ง/อบแห้ง อุณหภูมิที่ใช้ไม่เกิน 70 °c เป็นการระเหยน้ำออก น้ำตาลในกล้วยจะเพิ่มขึ้น มีการบ่มในชั้นตอนสุดท้ายก่อนนำสู่ตลาด

ลักษณะทางกายภาพ เป็นของแข็งแข็งแห้ง มีอายุการเก็บรักษาประมาณ 3-4 เดือน นับตั้งแต่วันที่ผลิตในชั้นตอนสุดท้าย และบรรจุลงภาชนะบรรจุภัณฑ์ เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออกแล้ว จะทำให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับอากาศ สีของกล้วยอบ/ตาก จะเริ่มคล้ำลง และมีระยะเวลาในการเก็บรักษาลดลง

ลักษณะการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ กล้วยอบนี้ จึงควรหลีกเลี่ยงไม่ให้ผลิตภัณฑ์เปิดสัมผัสอากาศเป็นเวลานานและสามารถเก็บรักษาไว้ได้ในกรณียังรับประทานไม่หมดภายในครั้งเดียว สินค้าทั้งหมดไม่ควรสัมผัสอากาศทุกครั้งที่มีการเปิดรับประทาน

ความคุ้มครองที่ต้องการ ป้องกันการซึมผ่านของความชื้นหรือไอน้ำ(กันชื้น) สามารถทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ

อายุการเก็บรักษา สามารถเก็บรักษาไว้ได้ 3-4 เดือน

ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ

ลักษณะการแปรรูป เป็นการใช้เทคโนโลยีการระเหยน้ำออก โดยการทอดในน้ำมันที่ร้อน อุณหภูมิที่ใช้ 160-180°c กล้วยดิบมีส่วนประกอบเป็นแป้ง การทอดทำให้แห้งและกรอบ และสามารถนำไปเพิ่มรสชาติเป็น ฉาบหวาน (น้ำตาล) ฉาบเค็ม (อบเนย) หรือรสชาติแบบแต่งกลิ่น (ปาปิก้า, บาร์บีคิว) ได้ตามต้องการ

ลักษณะทางกายภาพ เป็นของแข็ง มีอายุการเก็บรักษา 3-6 เดือน แบบธรรมชาติจะมีอายุการเก็บน้อยกว่าแบบฉาบ (น้ำตาล, เค็ม, แต่งรส) นับตั้งแต่วันที่ผลิต เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกรับประทานแล้ว ไม่ควรให้สัมผัสกับอากาศเป็นเวลานานเพราะจะทำให้เหม็น, ไม่กรอบ และมีกลิ่นหืนเมื่อเก็บไว้รับประทานนานเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการเสื่อมของสินค้าทางด้านกายภาพ คือ การแตกหัก หรือเสียรูปอันเนื่องมาจากการถูกแรงกระทำต่าง ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน

ความคุ้มครองที่ต้องการ ป้องกันการซึมผ่านของความชื้นหรือไอน้ำ (กันชื้น) ป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้(ทนไขมันได้) ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ โดยเฉพาะออกซิเจน(กันหืน)

อายุการเก็บรักษา สามารถเก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน

ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน

ลักษณะการแปรรูป เป็นวิธีการถนอมอาหารวิธีหนึ่ง ซึ่งมีกรรมวิธีที่ง่าย ๆ โดยการนำเนื้อผลไม้ผสมน้ำตาลและส่วนผสมอื่น ๆ (กะทิ เกลือ น้ำตาล และเบะแซ เป็นต้น) จากนั้นใช้ความร้อนเคี่ยวกวนจนปริมาณน้ำลดน้อยลง และส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกัน

ลักษณะทางกายภาพ เป็นของกึ่งแข็งกึ่งเหลว มีอายุการเก็บรักษาประมาณ 3-4 เดือนนับตั้งแต่วันที่ผลิต เมื่อเก็บไว้เป็นเวลานานจะเกิดการเปลี่ยนแปลงโดยคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสได้ อาจเกิดหนืด ติดกันของภาชนะ หรือ ฟิล์มหุ้ม ทำให้ดูไม่น่ารับประทาน ลักษณะการเสื่อมของกล้วยกวน อาจเกิดขึ้นในระหว่างการผลิตและการเก็บรักษา ทำให้เกิดการหืนได้ เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทาน

ความคุ้มครองที่ต้องการ ป้องกันการระเหยแห้งของความชุ่มชื้นในพื้นผิว (กันชื้น) สามารถทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ

อายุการเก็บรักษา สามารถเก็บรักษาไว้ได้ 3-4 เดือน

หมายเหตุ ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปดังกล่าวนี้เป็นเพียงกรรมวิธีที่ปรับเปลี่ยนในระดับภูมิปัญญาชาวบ้านทั้งในด้านการผลิตและเงินทุนรวมทั้งเป็นการแปรรูปที่นำมาเป็นปัจจัยในการแสวงหาโอกาสของโครงการ

ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปที่มีส่วนประกอบอื่นๆร่วม อาทิ ช็อกโกแลต โยเกิร์ต จะขอกว่าแสดงรายละเอียดเงื่อนไขความต้องการด้านความคุ้มครองไว้ในภาคผนวก

2.2.7 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับกล้วย การแปรรูปและการคุ้มครองที่ต้องการ

กล้วยชนิดที่มีคนรู้จักและนิยมรับประทาน มีปลูกมากและสามารถนำไปแปรรูปได้หลากหลาย

ชนิดกล้วย	เป็นที่รู้จักแพร่หลาย	นิยมรับประทานสด	นิยมนำมาแปรรูปเป็นขนมได้	มีปลูกทั่วไป	มีความโดดเด่นเป็นลักษณะเฉพาะ	ปลูกเป็นการค้า	
						ใน	นอก
กล้วยน้ำว้า	/	/	/	/		/	/
กล้วยไข่	/	/	/	/			
กล้วยหอมจันทร์	/	/					
กล้วยหอมทอง	/	/			/	/	
กล้วยเล็บมือนาง	/				/		
กล้วยน้ำไท							
กล้วยนาก							
กล้วยครั่ง							
กล้วยหักมุก	/					/	
กล้วยตานี	/						

สรุปชนิดของกล้วยที่เลือกมาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ชนิดของกล้วย

- กล้วยน้ำว้า
- กล้วยไข่
- กล้วยหอม
- กล้วยเล็บมือนาง
- กล้วยหักมุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการแปรรูป	เชื่อมต่อเทคโนโลยีระดับชุมชน	รสชาติเป็นสากล	พัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายได้	บรรจุและเก็บรักษาได้ง่าย	กรรมวิธีไม่ซับซ้อนสามารถบริโภคได้ทันที	คงสภาพของรูปทรงและรสชาติ
การทำพริกกล้วย			/			/
กล้วยตาก	/	/	/		/	/
แป้งกล้วย			/			/
กล้วยผง			/			
กล้วยแผ่นแช่แข็ง		/				
กล้วยฉาบ	/	/	/	/	/	/
กล้วยกระป๋อง				/		/
การทำ Fermentation						
การทำน้ำผลไม้						
กล้วยกวน						/
กล้วยอบ					/	/

สรุปการแปรรูปที่เลือกมาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การแปรรูป

- อบ/ตาก
- ฉาบ
- กวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มา

2.3.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งที่มาซึ่งมีความสัมพันธ์กับชนิดของกล้วย

- จังหวัดพิษณุโลก
- จังหวัดชุมพร
- จังหวัดเพชรบุรี
- จังหวัดกำแพงเพชร
- จังหวัดปทุมธานี

จังหวัดพิษณุโลก

คำขวัญประจำจังหวัด พระพุทธชินราชงามเลิศ ถิ่นกำเนิดพระนเรศวร
สองฝั่งน่านล้วนเรือนแพ หวานฉ่ำแท้กล้วยตาก
ถ้ำและน้ำตกหลากตระการตา



ดวงตราประจำจังหวัด

ดอกไม้ประจำจังหวัด

ต้นไม้ประจำจังหวัด

พิษณุโลกเป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคเหนือตอนล่างของไทย เป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองมายาวนานตั้งแต่ก่อนยุคสุโขทัย คนทั่วไปมักรู้จักพิษณุโลกจากสิ่งสำคัญที่มีชื่อเสียงของจังหวัด เช่น พระพุทธชินราช หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อช.ภูหินร่องกล้า อช.ทุ่งสองหลวง อช.น้ำตกชาติตระการ หรือแม้กระทั่งของกินอย่างผักนึ่งลอยฟ้า กล้วยตากบางกระทุ่ม

เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่างภาคเหนือ ภาคอีสาน และภาคกลาง รัฐบาลจึงกำหนดให้พิษณุโลกเป็นเมืองหลักของการพัฒนาในเขตภาคเหนือตอนล่าง และเป็นหนึ่งในเก้าจังหวัดของกลุ่มส่งเสริมพัฒนาศักยภาพในทุกด้านเรียกว่า “แผนสี่แยกอินโดจีน” หมายถึงเป็นจุดเชื่อมต่อทั้งสี่ภูมิภาคของประเทศไปสู่อินโดจีน จึงการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานและการคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงภูมิภาคต่างๆ ทำให้พิษณุโลกกลายเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาทั้งในด้านการศึกษา สังคม และเศรษฐกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวพิษณุโลกกว่าร้อยละ 99 นับถือศาสนาพุทธ ตั้งบ้านเรือนเรียกรายอยู่ริมสองฝั่งแม่น้ำน่านและแม่น้ำยมซึ่งอยู่ทางตะวันตกของจังหวัด และประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ชาวพิษณุโลกบางส่วนยังปลูกเรือแพอาศัยอยู่ในลำน้ำน่าน เป็นเสน่ห์และสัญลักษณ์ของจังหวัด

มรดกทางธรรมชาติ

พิษณุโลกเป็นสวรรค์สำหรับคนรักธรรมชาติ เพราะแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นป่าเขาและน้ำตก พื้นที่ด้านเหนือและตะวันออกเต็มไปด้วยขุนเขาสลับซับซ้อน ปกคลุมไปด้วยป่าไม้อันอุดมสมบูรณ์ ปัจจุบันพิษณุโลกยังคงเหลือผืนป่ากว่า 1 ล้าน 5 แสนไร่ ซึ่งเปรียบเสมือนมรดกทางธรรมชาติ เป็นต้นกำเนิดของสายน้ำสำคัญหลายสายที่หล่อเลี้ยงชีวิตชาวพิษณุโลก และเป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร (วัดใหญ่)

วัดพระศรีรัตนมหาธาตุหรือวัดใหญ่เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรชินราช ซึ่งเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของไทยมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย องค์พระมีความงดงามยิ่ง หากจะหาพระพุทธรูปองค์ใดเสมอเหมือน เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวเมืองพิษณุโลกและพุทธศาสนิกชนทั่วประเทศ

อช.ภูหินร่องกล้า

อช.ภูหินร่องกล้ามี่สถานที่ท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์งามแปลกตา นอกจากกลุ่มลานหินปุ่มและลานหินแตกอันเกิดจากการสร้างสรรคของธรรมชาติแล้ว ยังมีน้ำตกสวยงามถึงเจ็ดแห่งให้เปลี่ยนบรรยากาศเที่ยวได้อย่างเพลิดเพลิน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์การเมืองไทยต่างจาก อช.อื่นๆ ที่มีเฉพาะพรรณไม้หรือสัตว์ป่าให้ชม ด้วยบริเวณนี้เคยเป็นฐานที่มั่นใหญ่ของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ปัจจุบันยังหลงเหลือหลักฐานมากมายในรูปของอาคารสถานที่และเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวแต่หนหลังแก่ผู้เริ่มทางที่แวะผ่านมาชม

อช.ทุ่งแสลงหลวง

อช.ทุ่งแสลงหลวงเป็นที่ตั้งของทุ่งหญ้าสะวันนาอันกว้างใหญ่ไพศาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุ่งแสลงหลวงและทุ่งนางพญานั้นมีพื้นที่ถึง 5,000 ไร่เลยทีเดียว ทุ่งหญ้าเหล่านี้จะมีสีเขียวสดใในช่วงฤดูฝน และกลายเป็นสีเหลืองทองในช่วงฤดูหนาว ในช่วงปลายฝนต้นหนาวยังมีพันธุ์ไม้ในทุ่ง เช่น ดุสิตา กระดุมเงิน ออกดอกงามสะพรั่งเต็มทุ่งท่ามกลางสายหมอกยามเช้า เป็นความงามอันน่าประทับใจที่หาชมได้ที่นี้ รวมทั้งเป็นแหล่งดูนกที่ดี เพราะมีนกอาศัยอยู่กว่า 130 ชนิด

ล่องแก่งลำน้ำเข็ก

แก่งมีความยาวต่อเนื่องกันไปนับร้อยเมตรหลายช่วง เป็นแหล่งที่บรรดานักท่องเที่ยวมาล่องแก่งเป็นการผจญภัยที่ได้ทั้งความสนุกและตื่นเต้นเร้าใจ

พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจันทวี : (จำลองเอกทวี-พิมพ์ บุรณะเขตต์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นที่ที่จะได้เรียนรู้ ทั้งประวัติความเป็นมา ชีวิตความเป็นอยู่ ไปจนถึงความคิดความเชื่อ พิธีกรรมที่พื้นบ้านจ่าทิวี่จะทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี มีอาคารจัดแสดงถึงสามอาคาร ประกอบไปด้วยข้อมูลและภาพถ่ายทางประวัติศาสตร์ สิ่งของเครื่องใช้พื้นบ้านของชาวพิษณุโลกและชาวลาวโซ่งซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยในจังหวัด

หมู่บ้านทำกล้วยตาก

มีหมู่บ้านทำกล้วยตากและโรงงานอบกล้วยตากพลังแสงอาทิตย์ ในวงการแพทย์แผนโบราณของไทยเชื่อว่ากล้วยตากเป็นยาอายุวัฒนะอย่างหนึ่ง จัดเป็นของกินเล่นแบบไทยๆ ที่ราคาย่อมเยาเหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย ปัจจุบันเราจะเห็นกล้วยตากวางจำหน่ายอยู่ทั่วไปตั้งแต่ร้านขายของชำจนถึงห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แต่ถ้าถามว่ากล้วยตากที่ไหนมีชื่อมากที่สุด ทุกคนต้องนึกถึงกล้วยตากบางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก ที่อำเภอนี้มีการทำกล้วยตากเป็นอาชีพกันมาช้านานแล้ว ด้วยพันธุ์กล้วยคุณภาพดี เหมาะแก่การทำกล้วยตาก บอกกับการปรุงรสชาติที่หวานพอดีและสะอาดถูกอนามัยจึงทำให้เป็นที่นิยมของตลาดอย่างมาก

เทศกาลงานประเพณี

งานสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและงานกาชาด

เป็นงานที่จัดขึ้นเพื่อรำลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และจัดร่วมกับงานกาชาดจังหวัด

งานสมโภชพระพุทธชินราช

เป็นงานบุญที่ยิ่งใหญ่ของชาวพิษณุโลก เรียกว่า “งานบุญเดือนสาม”

เทศกาลเซียวิมปลา ชมหมาบางแก้ว

เป็นงานที่จัดขึ้นในปี พ.ศ.2543 เป็นปีแรก เพื่อประชาสัมพันธ์ของดีของ อ.บางระกำ คือปลาน้ำจืด และสุนัขพันธุ์บางแก้วให้เป็นที่รู้จักแพร่

งานเทศกาลกุหลาบขาว

แข่งเรือยาวประเพณี

การแข่งขันเรือยาวประเพณีเป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของชาวพิษณุโลกที่ผูกพันกับสายน้ำอย่างลึกซึ้ง และเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งที่ช่วยเชื่อมความสามัคคีของคนในชุมชน ปัจจุบันการแข่งขันเรือของพิษณุโลกซึ่งจัดในลำน้ำน่านนับเป็นสนามแข่งเรือที่ใหญ่และสำคัญอันดับต้นๆ ของประเทศ

ประเพณีปักธงนครไทย

เป็นงานประเพณีที่สืบเนื่องมาจากความเชื่อและตำนานพื้นบ้านเก่าแก่ เชื่อว่าจะทำให้เกิดสิริมงคลและอยู่เย็นเป็นสุข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานประเพณีลอยกระทง

ของฝากประจำท้องถิ่น

พิษณุโลกเป็นเมืองเกษตร เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศเอื้อต่อการเพาะปลูก ดังนั้นของฝากและสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดจึงได้แก่สินค้าที่แปรรูปมาจากผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่น เช่น กล้วยตาก น้ำปลาที่ทำจากปลาแม่น้ำ รวมไปถึงสินค้าประเภทหัตถกรรมที่ประณีตสวยงามคือ ผ้าทอนครไทยและไม้กวาดบ้านนาจันทน์ขึ้นชื่อว่ามีคุณภาพแข็งแรงทนทาน และมีอายุการใช้งานยาวนาน

เนื่องจากพิษณุโลกเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธชินราช ซึ่งเป็นพระพุทธรูปที่สวยงามและเป็นที่เคารพศรัทธาของพุทธศาสนิกชนทั่วไป ดังนั้นผู้มาเยือนพิษณุโลกจึงนิยมเข้ามาบูชาพระพุทธชินราชจำลองไปฝากญาติมิตร มีทั้งแบบพระเครื่ององค์เล็กสำหรับห้อยคอติดตัว และพระบูชาขนาดใหญ่สำหรับบูชาที่บ้าน

ของฝากพิเศษอีกอย่างหนึ่งที่แปลกกว่าของฝากที่มีในจังหวัดอื่นก็คือสุนัขบางแก้ว ซึ่งเป็นสุนัขพันธุ์ไทยที่สวยงาม มีความเฉลียวฉลาด จึงเป็นที่ต้องการของผู้ชอบเลี้ยงสุนัข-

จังหวัดกำแพงเพชร

คำขวัญประจำจังหวัด *กรุพระเครื่อง เมืองคนแกร่ง ศิลานงใหญ่ กล้วยไซหวาน น้ำมันลานกระบือ*



ดวงตราประจำจังหวัด



ดอกพิกุล



ต้นสีเสียดแก่น

ดอกไม้ประจำจังหวัด

ต้นไม้ประจำจังหวัด

เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 700 ปี ตัวเมืองตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำปิง เคยเป็นเมืองลูก หลวงและเมืองหน้าด่านมาก่อน ดังปรากฏซากกำแพงเมืองเก่า และซากของป้อมปราการ และจากหลักฐานทางประวัติ ศาสตร์บ่งบอกว่าก่อนมีเมืองกำแพงเพชรบริเวณนี้เคยมีเมืองเก่ามาก่อนถึงสองเมืองคือ เมืองซากงาวตั้งอยู่ฝั่งซ้ายของ แม่น้ำปิง และเมืองนครชุมตั้งอยู่ฝั่งขวาของแม่น้ำ ลักษณะพื้นที่โดยทั่วไปของกำแพงเพชรเป็นที่ราบกว้างขวาง ด้านทิศตะวันตกเป็นป่าเขา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทอดยาวมายังทิศใต้ ทรัพยากร ธรรมชาติที่สำคัญได้แก่ ป่าไม้ ฟลูออไรท์ หินอ่อน และน้ำมัน
ปิโตรเลียม

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

แบ่งออกเป็นโบราณสถานฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิง ซึ่งใช้วัสดุก่อสร้างที่
แตกต่างกัน ด้านตะวันออกของแม่น้ำปิงเป็นที่ตั้งเมืองกำแพงเพชร โบราณสถาน จะสร้างด้วยศิลา
แลงและมีขนาดใหญ่ ส่วนโบราณสถานฝั่งตะวันตกคือเมืองนครชุมก่อก่อสร้างด้วยอิฐและมีขนาดเล็ก
แต่รูปแบบศิลปะที่ปรากฏมีลักษณะร่วมสมัยระหว่างสุโขทัยและอยุธยา นอกจากนี้ยังมีโบราณ
สถานเมืองกำแพงเพชร หรือเขตอรัญญิก ซึ่งเป็นที่อยู่ของสงฆ์ที่มุ่งในการปฏิบัติวิปัสสนาธรรม อยู่
ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ระยะทาง 2 กิโลเมตร

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรได้รับการประกาศให้เป็น "มรดกโลก" ร่วมกับอุทยาน
ประวัติศาสตร์สุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และ
วัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2534

สถานที่น่าสนใจภายในเขตอุทยานฯ

วัดพระแก้ว ตั้งอยู่กลางเมืองกำแพงเพชร เป็นวัดที่สำคัญอยู่ติดกับบริเวณวังเช่นเดียวกับ
กับวัดพระศรีสรรเพชญ์ ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา หรือวัดมหาธาตุกลางเมืองสุโขทัย ภายใน
บริเวณวัดประกอบด้วยเจดีย์ประธานที่ฐานมีสิงห์ล้อม เจดีย์ทรงกลมที่ฐานมีช้างรอบ วิหาร
มณฑป อุโบสถ และเจดีย์ราย ทั้งหมดล้อมรอบด้วยกำแพงศิลาแลงเป็นแท่ง ๆ โดยรอบ

วัดพระธาตุ ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันออกของวัดพระแก้ว มีพระเจดีย์ฐานสี่เหลี่ยมเป็น
ประธาน ล้อมรอบด้วยระเบียงคดที่เชื่อมต่อกับวิหารด้านทิศตะวันออก ที่สองข้างวิหารมีเจดีย์ราย
อยู่ ข้างละ 1 องค์ มีกำแพงแก้วล้อมรอบ

สระมน เป็นสระรูปสี่เหลี่ยมกว้างประมาณ 16 เมตร รอบสระมีคันดินคูน้ำล้อมรอบ จาก
การขุดค้นที่บริเวณนี้พบเศษกระเบื้องมุงหลังคา เครื่องมือเครื่องใช้และเครื่องประดับ

ศาลพระอิศวร ตั้งอยู่ด้านหลังศาลจังหวัด สร้างในปี พ.ศ. 2503 เป็นฐานวิหารที่ก่อด้วย
ศิลาแลงพบองค์พระอิศวรและพระอุมาเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งจารึกที่ฐานทำ
ให้ทราบถึงสภาพของสังคม ในสมัยพระบรมราชาธิราช เมื่อปี พ.ศ. 2053

กำแพงเมืองกำแพงเพชร เป็นกำแพงชั้นเดียวสร้างเป็นเชิงเทินมี 2 ตอน ตอนล่างเป็น
มูลดินสูงขึ้นไป 3 - 4 เมตร ตอนบนก่อด้วยศิลาแลงเป็นเชิงเทินมีใบเสมาและเจาะตรงใบเสมา ไว้
สำหรับมองข้าศึก โบราณสถานบริเวณนครชุมหรือฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปิง

วัดพระบรมธาตุ ตั้งอยู่ใจกลางเมืองนครชุม เป็นเจดีย์ที่เจ้าพระยาสิทธิเดชเจ้ามาสถาปนา
และบรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ เมื่อ พ.ศ. 1900 เดิมเป็นเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ 3 องค์ ตั้งอยู่บน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฐานเดียวกัน ต่อมาพ่อค้าไม้ชาวกะเหรี่ยงได้ปฏิสังขรณ์เป็นเจดีย์แบบพม่าดังที่ปรากฏ เมื่อ 80-90 ปีมาแล้ว

วัดขุ่มกอ เป็นวัดขนาดเล็กอยู่ทางทิศใต้ของเมืองนครชุม เจดีย์ประธานเป็นเจดีย์ฐานแปดเหลี่ยม มีองค์ระฆังแบบลังกา

กำแพงป้อมทุ่งเศรษฐี ลักษณะเป็นป้อมปราการที่ก่อด้วยศิลาแลง รูปสี่เหลี่ยมสูงประมาณ 6 เมตร มีประตูทางเข้าตรงกลางป้อม 4 ด้าน ด้านในของป้อมมีเชิงเทิน ตรงฐานป้อมได้เชิงเทินเป็นห้องมีทางเดินติดต่อกันได้ ตรงมุมมีป้อมยื่นออก 4 มุม มีรูมองอยู่ติดกับพื้น แต่ด้านทิศเหนือถูกรื้อออกเสียด้านหนึ่ง

วัดเจดีย์กลางทุ่ง ตั้งอยู่ตรงข้ามกับสถานีขนส่งกำแพงเพชร ก่อสร้างด้วยอิฐ มีวิหารและเจดีย์ทรงดอกบัวตูมเป็นเจดีย์ประธาน ลักษณะศิลปะเป็นแบบสุโขทัย

วัดหนองพิบูล

อุทยานแห่งชาติคลองลาน

อยู่ในเขตตำบลคลองลานพัฒนา ตำบลคลองน้ำไหล และตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอคลองลาน มีเนื้อที่ประมาณ 187,500 ไร่ ได้รับการประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2525 อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 65 กิโลเมตร เดินทางด้วยเส้นทางสาย 1117 คลองลาน - อุ้มผาง ภายในเขตอุทยานมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและน่าสนใจหลายแห่ง

เทศกาลงานประเพณี

งานนบพระ - เล่นเพลง จังหวัดกำแพงเพชร มีมาตั้งแต่ครั้งสมัยโบราณ คือตั้งแต่สมัยแผ่นดินพระเจ้าลิไท หรือที่รู้จักกันดีในอีกพระนามหนึ่งว่า พระเจ้าทรงธรรม เป็นยุคที่พระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาก มีการบูรณะปฏิสังขรณ์สร้างวัดอารามใหญ่โตสวยงามมาก รวมทั้งมีการอันเชิญพระบรมสารีริกธาตุจากประเทศศรีลังกามาสถาปนาประดิษฐานไว้ในองค์พระเจดีย์ที่วัดพระบรมธาตุ และพร้อมกันนี้ยังได้นำเอาต้นพระศรีมหาโพธิ์ มาปลูกไว้ที่บริเวณด้านหลังองค์พระเจดีย์ ซึ่งยังคงปรากฏหลักฐานให้เห็นอยู่ตราบเท่าทุกวันนี้

ประเพณีสารทไทยกล้วยไข่เมืองกำแพงเพชร

เป็นประเพณีที่จัดขึ้นในช่วงวันสารท เดือน 10 ประมาณปลายเดือนกันยายน หรือต้นเดือนตุลาคม จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลิตผลทางการเกษตรที่นำชื่อเสียงและทำรายได้ให้จังหวัดเป็นอย่างมาก คือ กล้วยไข่ ในงานจะมีการประกวดกล้วยไข่ ประกวดพืชผลทางการเกษตร พิธีกวนข้าวกระยาทิพย์ การกวนกระยาสารท การแสดงสินค้าพื้นเมือง ประกวดการตกแต่งรถขบวนแห่อย่างวิจิตรตระการตา ด้วยส่วนประกอบต่าง ๆ ของดินกล้วยไข่

ประเพณีการทอดผ้าป่าแถวและลอยกระทง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นประเพณีที่ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี การทอดผ้าป่าของชาวจังหวัด กำแพงเพชร พิธีปฏิบัติที่แตกต่างกว่าทางภาคอื่น ๆ คือ พุทธศาสนิกชนจะนำเครื่องปัจจัยไทยทาน ซึ่งใส่ภาชนะต่าง ๆ เช่น ชะลอม ถังน้ำ เป็นต้น ไปวางเรียงไว้ตามพุ่มไม้ที่ทางวัดปักไว้เป็นแถว ด้วยเหตุนี้จึงเรียกว่า "ผ้าป่าแถว" การทอดผ้าป่านี้จัดทำในเวลากลางคืนก่อนจะถึงพิธีลอยกระทง ซึ่งพระภิกษุจะชักผ้าป่าตามหมายเลขที่ท่านจับสลากได้ เมื่อเสร็จจากพิธีทอดผ้าป่าแล้วทุกคนจะมุ่งสู่ลำน้ำปิง เพื่อประกอบพิธีลอยกระทงต่อไป

มหกรรมพื้นบ้านเทศกาลกินก้วยเดี่ยวเที่ยวเมืองกำแพง

เป็นเทศกาลที่จัดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคม จากวรรณคดีเก่าของจีน ไม่มีเรื่องใดกล่าวถึงอาหารประเภทก้วยเดี่ยว และอาหารคนไทยหรือชาว นำเชื่อได้ว่าก้วยเดี่ยวจะเป็นอาหารยุคหลังกรุงรัตนโกสินทร์ ที่คนจีนนำเข้ามาทำกินในประเทศไทย ประชาชนชาวกำแพงเพชรนิยมบริโภคก้วยเดี่ยวกันมาก จึงเป็นอาหารที่เลื่องชื่อมีรสชาติอร่อย

ของดีประจำท้องถิ่น

กล้วยไข่ที่ปลูกในจังหวัดกำแพงเพชรได้รับการยอมรับจากผู้ที่เคยบริโภคว่ามีรสหวานเนื้อนุ่มตลอดทั้งผลเพราะแกนในของกล้วยไม่กระด้างทำให้เกิดความกลมกลืนกับรสชาติที่หวานของกล้วยไข่ขณะรับประทานจึงเป็นที่นิยมบริโภคผลไม้ตามฤดูกาลโดยทั่วไป และผู้บริโภคมักจะนิยมบริโภคกล้วยไข่ พร้อมกระยาสาธ นัยว่าจะยิ่งเพิ่มรสชาติยิ่งขึ้น

จังหวัดปทุมธานี

คำขวัญประจำจังหวัด เมืองก้วยเดี่ยวเรือ กุ้งเด่น ส้มเขียวหวาน ลอนตาลสด



ดวงตราประจำจังหวัด



บัวหลวง

ดอกไม้ประจำจังหวัด



ทงกลางลาย

ต้นไม้อประจำจังหวัด

เป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศไทย มี แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ตัวเมืองอยู่ห่างกรุงเทพฯ ประมาณ 46 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1,565.856 ตาราง กิโลเมตร แบ่งเขตการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปกครองเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมือง ปทุมธานี อำเภอสสามโคก อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ อำเภอกคลองหลวง และอำเภอลำลูกกา

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

ศาลหลักเมือง ตั้งอยู่บริเวณศาลากลางจังหวัด เป็นศาลาแบบจตุรมุข ภายในประดิษฐานเสาหลักเมือง มีลักษณะคล้ายก้านดอกบัว และรูปปั้นพระนารายณ์ ด้านหนึ่งประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะสมัยสุโขทัย

วัดชินวราราม วัดนี้เดิมชื่อ วัดมะขามใต้ มีสิ่งที่น่าสนใจที่สุด คือ ภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถ เป็นภาพพุทธประวัติเกี่ยวกับพระเจ้าสิบชาติ พร้อมคำบรรยายเป็นโคลงสี่สุภาพ

วัดสิงห์ สันนิษฐานกันว่าเป็นวัดแรก ในสมัยที่ชาวมอญอพยพมาตั้งหลักแหล่ง ภายในวัดมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย ศิลปะสมัยอยุธยา มีศาลาพิพิธภัณฑ โบราณวัตถุ ศิลปะแบบมอญ และพระแท่นบรรทมรัชกาลที่ 2 เมื่อครั้งที่พระองค์เสด็จประพาสเมืองสามโคก รอบๆ วัด ยังมีชาวบ้านที่ยังคงทำอัฐมอญแบบเก่า เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

วัดเจติยทอง ในวัดมีพระพุทธรูปเจติยทรงรามัญอายุประมาณ 160 ปี ในพระอุโบสถมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยหยกขาวเป็นที่เคารพของชาวบ้านทั่วไป

วัดไผ่ล้อม ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ในเขตอำเภอสสามโคก เป็นวัดโบราณ สร้างในสมัยกรุงสุโขทัย สิ่งที่น่าสนใจของวัดนี้ก็คือ มีนกปากห่างอพยพมาอาศัยอยู่ตามสุ่มท่อมพุ่มไม้ในบริเวณวัดเป็นจำนวนมากทุกปี ราวเดือน พฤศจิกายน-มิถุนายน นกปากห่างจะบินมาจับคู่ และวางไข่ จนกระทั่งลูกนกโตแล้วก็บินไปอาศัยที่อื่น

วัดพิชอุดม ในบริเวณวัดมี ศาลารูปปั้นต่าง ๆ แสดงถึงสวรรค์ภูมิ และนรกภูมิ ในพระอุโบสถมีพระพุทธรูปจำลองหลวงพ่อโสธรประดิษฐานอยู่ นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑโบราณวัตถุด้วย

อนุสรณ์สถานแห่ง อยู่ในความดูแลของกรมยุทธศึกษาทหาร กองบัญชาการทหารสูงสุด ภายในมีการจัดแสดงจิตรกรรมฝาผนัง แสดงเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทย ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึง สมัยรัตนโกสินทร์ มีการจำลองเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ภาพจำลองหุ่นต้ำแสดงเรื่องราวการสร้างเมือง และหุ่นจำลอง เหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์การสงครามของไทย

ดริมเวิลด์ เป็นสวนสนุกที่มีสิ่งก่อสร้างจำลองดินแดนเทพนิยายและ เครื่องเล่นต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัดเจติยหอย มีการขุดพบซากหอยนางรมขนาดใหญ่จำนวนมาก ขณะนี้ทาง วัดได้นำ ซากหอยส่วนหนึ่งไปตั้งวางเรียงเป็นรูปเจติย

พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดตั้งโดยองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์จัดแสดงนิทรรศการและจัดกิจกรรมด้านวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี นำเสนอสาระน่ารู้นับจากการค้นพบทฤษฎี หลักการ และการประดิษฐ์ในอดีต ความ ก้าวหน้าถึงปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต นิทรรศการและชิ้นงานที่จัดแสดงนำเสนอ ในรูปแบบที่ ให้ผู้ชมสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจด้วยการสัมผัส ทดลอง ร่วมแสดง และได้ตอบกับชิ้นงาน แสดงต่างๆ

เทศกาลและงานประเพณี

เป็งสงกรานต์ เป็นประเพณีสงกรานต์ ข้าวแช่ของชาวไทยรามัญ มีการนำข้าวสุกแช่ลงในน้ำ เย็นลอยดอกมะลิ พร้อมกับจัดอาหารคาวหวาน เป็นสำรับแล้วแห่ไปถวายพระ และญาติผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือในวันสงกรานต์ พอดตกบ่ายก็จะมีการก่อพระทรายและร่วมปล่อยนกปล่อยปลา นำน้ำหอมไปสรงน้ำพระ และยกขบวนไปรด น้ำอวยพรผู้ใหญ่ ตามขนบธรรมเนียมประเพณีที่ได้ยึดถือกระทำกันมา

การรำพาข้าวสาร เป็นประเพณีของชาวมอญ นิยมทำกันหลังจากการออกพรรษา เป็นช่วงการ ทอดกฐินและทอดผ้าป่า คือ ถ้าวัดใดยังไม่มีกฐิน หรือยังไม่ได้ทอดกฐิน ชาวบ้านก็จะช่วยกันจัดกฐินไปทอด โดยคณะผู้รำพาข้าวสารจะพายเรือไปจอด ที่หัวบันไดบ้าน แล้วจะร้องเพลงเชิญชวนให้ทำบุญ เช่น บริจาคข้าวสาร เงิน ทองและสิ่งของ เมื่อได้รับแล้วก็จะร้องเพลงอวยพรให้ผู้บริจาคมีความสุข ความเจริญ การรำพาข้าวสารจะเริ่มตั้งแต่ 19.00 น. ไปจนถึงเที่ยงคืนจึงเลิก และพากันกลับบ้านและในคืนต่อไปคณะรำพาข้าวสารก็จะพายเรือไปขอรับ บริจาคที่ตำบลอื่น ๆ จนกระทั่งเห็นหัวของที่ได้มาพอก็จะทอดกฐินแล้วจึง ยุติการรำพาข้าวสาร จากนั้นจึงนำสิ่งของที่ได้ไปทอดกฐินที่วัดนั้น ๆ

ประเพณีตักบาตรพระร้อย เป็นประเพณีอันดีงามของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานีที่ทำในเทศกาลออก พรรษาในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 เป็นต้นไป สืบทอดมานับร้อยปี ด้วยการนำอาหารคาว-หวานลงเรือมาจอดเรียงรายริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาโดยมีเชือกชิงไว้ เป็นแนวเพื่อรอตักบาตร จากนั้นพระจากวัดต่าง ๆ ก็จะลงเรือมารับบิณฑบาตร จากเรือที่จอดอยู่โดยการสาวเชือกตั้งแต่ต้นจนสุดปลายเชือก หลังจากพิธีตัก บาตรในช่วงเช้าแล้ว ทางวัดจะจัดให้มีงานเปิดทองนมัสการพระประธานใน โบสถ์ มีการแข่งเรือ และมหรสพพื้นบ้าน

นอกจากนี้ จังหวัดปทุมธานียังมีงานประเพณีอีกหลายงาน เช่น ประเพณีกวน ข้าวทิพย์ ประเพณี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำบุญกลางบ้าน ประเพณีถวายธงตะขาบ ประเพณีผี กระจาดคุ้มครองเด็ก ประเพณีมอญคล้อง
ประเพณีการเล่นผีเข้า ประเพณีการ แหนหางหงส์ และประเพณีการเลี้ยงข้าวแช่
ของฝากประจำท้องถิ่น

จังหวัดปทุมธานีเป็นพื้นที่ในเขตปริมณฑล อยู่ใกล้ชิดกับกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวง ประชา
กรจึงมีวิถีชีวิต ที่คล้ายกัน มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมบ้างในบางพื้นที่ ผลผลิตทางเกษตรที่
ขึ้นชื่อ คือ ส้มเขียวหวาน และน้ำตาล สด นอกจากนี้ปทุมธานียังมีชื่อในเรื่องของอาหารโดยเฉพาะ
ที่ปรุงจากกุ้งแม่น้ำตัวโต ๆ และก๋วยเตี๋ยวเรือรสอร่อย

จังหวัดชุมพร

คำขวัญประจำจังหวัด

ประตุภาคใต้ ไหว้เสด็จในกรม ชมไร่กาแฟ

แลหาดทรายรี ดึกกล้วยเล็บมือ



ดวงตราประจำจังหวัด



พุทธรักษา

ดอกไม้ประจำจังหวัด



มะเดื่อชุมพร

ต้นไม้ประจำจังหวัด

ชุมพร จังหวัดแรกของภาคใต้ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย นับตั้งแต่อดีตกาล ไม่ว่าจะเดินทัพมา
ทางเหนือหรือทางใต้จะต้องผ่านชุมพร คำว่า "ชุมพร" มีผู้สันนิษฐานว่าเพี้ยนมาจากคำว่า "ชุมนุม
พล" อันเกิดจากการที่เป็นจุดชุมนุมพล ในการศึกหรือเวลาออกรบต้องขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เรียก
ว่า "ชุมนุมพร" และการที่ชุมพรมี "ต้นมะเดื่อชุมพร" มาก หลายคนคิดว่าชื่อ "ชุมพร" มาจากต้น
มะเดื่อนั่นเอง

ชุมพรเป็นเมืองที่มีมาก่อนประวัติศาสตร์ จากการค้นพบเครื่องมือเครื่องใช้ ขวานหินขัด
 ฯลฯ ที่ อ.ท่าแซะ ปะทิว และการค้นพบภาพเขียนสีปากถ้ำ ในสมัยพุทธศตวรรษที่ 10-13 มีภูมิ
ประเทศยาวและแคบไปตามชายฝั่งของอ่าวไทย เป็นจังหวัดที่กว้างใหญ่ ทั้งจังหวัดจะมีทะเลกว้าง
ใหญ่ มีเกาะแก่งอยู่ทั่วไป มีโลกใต้ทะเลที่สวยงาม ทรัพยากรธรรมชาติที่บริสุทธิ์น่าสัมผัส มีกาแฟ
กล้วยเล็บมือนาง และรังนกเป็นผลผลิตที่ขึ้นชื่อ ชุมพรจึงเป็นเมืองที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยว
ที่สมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

เกาะเวียง เหมาะสำหรับนั่งเรือชมวิว เกาะร้าง เป็นเกาะสัมปทานรังนกนางแอ่น นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาชมจะต้องขออนุญาตผู้เฝ้ารังนกเสียก่อน ก่อนที่จะดำน้ำชมปะการัง

เกาะพระ เต็มไปด้วยหาดหินน้อยใหญ่ และปลาทะเลสีส้มสวยงาม เป็นเกาะที่นักท่องเที่ยวนิยมมาตกปลา

ศาลเจ้าพ่อตาหินช้าง เป็นศาลประดิษฐานพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของผู้ที่เดินทางมายังภาคใต้

วนอุทยานน้ำตกกระเปาะ เป็นน้ำตกขนาดเล็กที่มีน้ำไหลตลอดปี

หาดทุ่งวัวแล่น (อ.ปะทิว) เป็นหาดที่มีชื่อเสียงในแถบทรนกรรมหลายเรื่องที่ถูกกล่าวถึง หาดทุ่งวัวแล่นแห่งนี้ หาดมีความยาวถึง 2 กม. เป็นชายหาดที่งามสงบ มีหาดทรายเชิงเขาโพธิ์แบะ อยู่ทางใต้ของหาดทุ่งวัวแล่น เป็นแหล่งดำน้ำตื้นที่มีเหล่าปลาเก๋า ปลาผีเสื้อ ฯลฯ วนเวียนให้ได้สัมผัสอยู่เสมอ

เกาะจระเข้ อยู่บริเวณอ่าวทุ่งวัวแล่นห่างจากฝั่งประมาณ 11 กม. จะมองเห็นเกาะได้จากหาดทุ่งวัวแล่นเป็นเกาะขนาดเล็กรูปร่างคล้ายจระเข้รอบเกาะมีปะการังและดอกไม้ทะเลสวยงาม เหมาะกับการดำน้ำตื้นและน้ำลึกรอบเกาะ

อนุสาวรีย์ยุวชนทหาร อนุสาวรีย์แห่งนี้สร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงยุวชนทหารโรงเรียนศรีวิชัย ซึ่งเป็นเกียรติประวัติที่ชาวชุมพรต่อสู้กับญี่ปุ่นเมื่อปี พ.ศ. 2484

เกาะมะพร้าว บริเวณรอบๆ เหมาะแก่การดำน้ำชมแนวปะการังที่งดงามมาก หาดทรายขาวละเอียด เป็นชายหาดขนาดใหญ่ทอดขนานไปกับถนน

เกาะมัดจา (เกาะตังกวย) เป็นเกาะขนาดใหญ่ มีหาดทรายขาวละเอียด ที่นี่มี "ปูไก่" เป็นปูที่ชอบปีนบนต้นไม้และส่งเสียงร้องเหมือนลูกไก่ เป็นสัตว์อนุรักษ์

เกาะง่ามใหญ่ เกาะง่ามน้อย เป็นเกาะขนาดกลางอยู่ทางด้านใต้ของอ่าวทุ่งวัวแล่น เป็นเกาะสัมปทานเก็บรังนกนางแอ่น มีแนวหินและถ้ำใต้น้ำแนวปะการังสวยงาม มีฝูงปลานานาชนิดอย่างปลากระพง ปลาเก๋า ปลานกแก้ว ที่ว่ายวนเวียนอยู่ตามโพรงหิน ด้านเหนือของเกาะง่าม 1 กม. มีกองหินแพ ซึ่งเป็นจุดดำน้ำที่ลึกจุดหนึ่งมีปะการังดำ (Black coral) ที่มีสีเหลืองอ่อน แต่เนื้อในดำสนิทจึงได้ชื่อว่า "ปะการังดำ" ขึ้นอยู่มากถือเป็นเอกลักษณ์ของโลกใต้ทะเลชุมพร เพราะมีที่นี่และที่เกาะเต่าเท่านั้น

หาดทรายรี และอนุสรณ์สถานกรมหลวง หาดทรายรีเป็นหาดทรายขนาดยาว มีหาดทรายขาวสะอาด หาดทรายรียังเป็นที่ตั้งของอนุสรณ์สถานของพลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ผู้ทรงสถาปนากองทัพเรือไทย เป็นบิดาของทั้งชาวกองทัพเรือและชาวจุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกาะลังกาจิว เป็นเกาะสัมปทานรังนกที่มีรังนกมากที่สุดแห่งหนึ่งใน จ.ชุมพร สามารถดำนํ้าชมปะการังได้ ที่เกาะนี้มีหลายพระหัตถ์จารึกบนแผ่นหินหน้าถ้ำว่า "จ.ป.ร." เนื่องด้วยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเคยเสด็จมาพระพาสที่นี่ เกาะแห่งนี้ไม่สามารถพักผ่อนได้

พระธาตุถ้ำขรัวเมือง เป็นวัดนิกายธรรมยุตมีเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ สร้างบนยอดเขาหินปูนขนาดเล็กรอบเจดีย์เป็นลานกว้างใช้เป็นจุดชมทิวทัศน์ได้โดยรอบ

วัดพระธาตุสวี เป็นพระธาตุเก่าแก่สร้างขึ้นในสมัยอยุธยา ภายหลังมีการบูรณะสร้างขึ้นใหม่ และสวมแทนองค์เดิม เหมาะแก่การมาชมโบราณวัตถุและนมัสการพระธาตุ

เทศกาลประเพณี

งานเทศกาลพระเกียรติกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จัดขึ้นในช่วงวันที่ 19-25 ธันวาคม เพื่อเทิดพระเกียรติพลเรือเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ "เสด็จเตี้ย" ซึ่งทรงเป็นพระเจ้ายุกยาเธอในรัชกาลที่ 5 ณ สนามกีฬาากลาง จ.ชุมพร

งานโลกทะเลชุมพร จ.ชุมพร เป็นจังหวัดที่มีทะเลสวยงาม จึงมีการจัดกิจกรรมช่วงกลางเดือนมีนาคม ถึงต้นเดือนเมษายน ภายในงานจะมีการแข่งขันตกปลา ประกวดภาพถ่ายท่องเที่ยวในชุมพร นิทรรศการแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ณ บริเวณหาดทรายรี อ.เมือง จ.ชุมพร

งานวันผลไม้หลังสวน งานเผยแพร่ผลผลิตทางเกษตร และผลไม้ต่างๆ ที่ขึ้นชื่อของอำเภอหลังสวน จัดขึ้นในช่วงเดือนสิงหาคม - กันยายน ของทุกปี กิจกรรมในงานเป็นการประกวดผลไม้ เทพีผลไม้ ฯลฯ

งานประเพณีแห่พระ แข่งเรืออำเภอหลังสวน จัดขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ประมาณเดือนตุลาคมของทุกปี มีการแห่พระ และแข่งเรือยาว ณ แม่น้ำหลังสวน จ.ชุมพร

ของฝากประจำท้องถิ่น

ผลไม้สด เป็นของฝากชั้นดีจากจังหวัดชุมพร เช่น ทูเรียนหลังสวน กัลยเลียบมีอนาง และสัปปะรดสวีนอกจากนี้ยังมี มังคุด เงาะ ลางสาตลองกอง และระกำหวาน ที่หาซื้อได้ที่ตลาดหลังสวน

ผลไม้แปรรูป เช่น ทูเรียนกวน กัลยเลียบมีอนางอบน้ำผึ้ง เมล็ดมะม่วงหิมพานต์

ผลิตผลจากทะเล เช่น กะปิ น้ำปลา ปลาหมึกแห้ง ปลาเค็ม

เสื่อกระจูด งานหัตถกรรมพื้นบ้าน

ดอกไม้ประดิษฐ์ ไม้กวาดดอกหญ้า สินค้าประเภทจักสาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดเพชรบุรี

คำขวัญประจำจังหวัด

เขาวังคู่บ้าน ขนมหวานเมืองพระเลิศล้ำศิลปะ

แดนธรรมะ ทะเลงาม



ดวงตราประจำจังหวัด



หว่า

ต้นไม้ประจำจังหวัด

อดีตเคยเป็นเมืองหน้าด่านชั้นลูกหลวงของไทยมาช้านาน มีชื่อเรียกในสมัยก่อนหลายชื่อ เช่นเมืองทริบพรี หรือเมืองเพชรหลี่ นักประวัติศาสตร์บางคนว่า เพชรบุรีนี้เป็นชื่อเดิมเพราะปรากฏอยู่แล้วในศิลาจารึกหลักที่หนึ่ง และยังเชื่อกันอีกว่าเพชรบุรีอาจจะได้ชื่อมาจากแม่น้ำเพชรซึ่งเป็นแม่น้ำสำคัญของเมืองนี้ก็ได้

สภาพภูมิประเทศทางด้านทิศตะวันตกเป็นป่าเขาสลับซับซ้อน มีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเส้นกั้นอาณาเขตระหว่างไทยกับสหภาพพม่า ส่วนทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบไปจนจรดชายฝั่งทะเลอ่าวไทย เพชรบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ คือ อ.เมือง อ.เขาย้อย อ.หนองหญ้าปล้อง อ.บ้านแหลม อ.บ้านลาด อ.ท่ายาง อ.แก่งกระจาน และอ.ชะอำ

เพชรบุรีเป็นเสมือนประตูสู่ภาคใต้ ที่มีชายหาดใกล้กรุงเทพฯ เหมาะสำหรับการพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญ ล้วนทำรายได้ให้แก่ประเทศ ซึ่งมาจากการท่องเที่ยว การเกษตร การประมง และศิลปะชั้นเยี่ยมที่อยู่คู่เมืองเพชร

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เป็นที่ตั้งของพระราชวังแห่งแรกในหัวเมืองสมัยรัชกาลที่ 4 สำหรับเสด็จแปรพระราชฐานด้วยทงพหพระทัยธรรมชาตินบยอดเขาแห่งนี้ พระนครคีรี จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านธรรมชาติและศิลปกรรมที่รวมกันอย่างกลมกลืน ส่วนใหญ่เป็นสถาปัตยกรรมตะวันตกแบบนีโอคลาสสิก ผสมผสานสถาปัตยกรรมจีนและไทย ตั้งอยู่บนยอดเขาใหญ่ๆ 3 ยอดด้วยกัน ดังนี้

ยอดเขาด้านทิศตะวันออก บริเวณไหล่เขาเป็นที่ตั้งของ วัดมหาสมณาราม ภายในพระอุโบสถมีภาพเขียนฝีมือขรัวอินโขงบนผนังทั้งสี่ด้าน เป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยา ส่วนบนยอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขาเป็นที่ตั้งของวัดพระแก้ว เป็นวัดประจำพระราชวังพระนครคีรี ภายในวัดพระแก้วประกอบด้วย พระอุโบสถขนาดเล็ก ประดับด้วยหินอ่อน ด้านหลังเป็นพระพุทธรูปสลักเจดีย์ ด้านหน้าพระอุโบสถ เป็นหอรบซังรูปสี่เหลี่ยมย่อมุมขนาดเล็ก

เขายอดกลาง เป็นที่ประดิษฐานพระธาตุจอมเพชร มีความสูง 40 เมตร บรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ภายใน จากจุดนี้สามารถมองเห็นพระที่นั่งต่างๆ บนยอดเขายอดอีก 2 ยอด รวมทั้ง ทิวทัศน์ของตัวเมืองเพชรบุรีได้อีกด้วย

ยอดเขาด้านทิศตะวันตก เป็นที่ตั้งของพระราชวังที่ประทับอันได้แก่ พระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์ พระที่นั่งปราโมทย์มไหสวรรย์ พระที่นั่งเวษยันตีวิเชียรปราสาท พระที่นั่งราชธรรมสภา หอชัชวาลเวียงชัย นอกจากนี้แล้วยังมีโรงรถ โรงม้า ศาลามหาดเล็ก ฯลฯ รอบพระราชวังมีป้อมล้อมอยู่ทั้ง 4 ทิศ ตามแบบพระราชวังทั่วไป

วัดมหาธาตุวรวิหาร สืบเกิดได้จากยอดพระปรางค์องค์ใหญ่ห้ายอดเป็นหลัก มีปรางค์ใหญ่อยู่ตรงกลางภายในบรรจุมหาสารีริกธาตุ สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ ภาพปูนปั้นต่างๆ ในวิหารหลวงและพระอุโบสถ ฝีมือช่างเมืองเพชร ซึ่งหจดูได้ยาก นอกจากนั้นในวิหารยังบรรจุพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองถึงสามองค์ ได้แก่ หลวงพ่อวัดมหาธาตุ หลวงพ่อบ้านแหลม และ หลวงพ่อวัดเขาตะเครา

วัดใหญ่สุวรรณาราม วัดนี้สร้างขึ้นตั้งแต่กรุงศรีอยุธยา และบูรณะปฏิสังขรณ์ในสมัยรัชกาลที่ 5 สร้างพระระเบียงคตรอบพระอุโบสถที่ไม่มีหน้าต่าง ภายในมีภาพเขียนเทพชุมนุมที่แปลกกว่าที่อื่น ภาพเขียนนี้มีอายุกว่า 300 ปีมาแล้ว

หาดเจ้าสำราญ เป็นชายหาดที่เคยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญมากตั้งแต่สมัยโบราณ เล่ากันว่า สมเด็จพระนเรศวรมหาราช และสมเด็จพระเอกาทศรถ ทรงพอพระราชหฤทัยในความงามของหาดแห่งนี้มาก ทรงประทับแรมอยู่หลายวัน จนกระทั่งชาวบ้านเรียกหาดนี้ว่า หาดเจ้าสำราญมาจนปัจจุบัน หาดเจ้าสำราญเจริญถึงขีดสุดในสมัยรัชกาลที่ 6 มีชื่อเสียงกว่าชายทะเลแห่งใดๆ ในเมืองไทยสมัยนั้น พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดฯ ให้สร้างพระตำหนักที่ประทับขึ้น ณ หาดแห่งนี้เรียกว่า พระตำหนักหาดเจ้าสำราญ สำเร็จในปี พ.ศ. 2461 ต่อมาเรือไปสร้างใหม่ที่มฤคทายวัน

พระรามราชนิเวศน์ หรือ พระราชวังบ้านปืน รัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างเพื่อแปรพระราชฐานมาประทับแรมในฤดูฝน ในแบบสถาปัตยกรรมยุโรป ปัจจุบันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งอยู่ในความดูแลของกองทัพบก เปิดให้เข้าชมทุกวันฟรี เวลา 08.00-16.00 น. โทร. (032) 425506, 425555 ไม่ต้องทำหนังสือขออนุญาตล่วงหน้าเหมือนเมื่อก่อน

ถ้าเขาย้อย ในถ้ำนี้มีพระพุทธรูปใหญ่น้อยหลายปางประดิษฐานอยู่ มีเกร็ดประวัติ ศาสตร์เล่ากันว่าสมัยเมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวยังทรงผนวชอยู่นั้น พระองค์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสด็จอุทิศคฤหาสน์มาปักกลดวิปัสสนาที่หน้าเขาย้อย แล้วทรงย้ายขึ้นมาประทับนั่งกรรมฐานอยู่ในถ้ำเขาย้อยหลายคืน

ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ (ลาวโซ่ง) ในศูนย์ฯ มีการจัดแสดงเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ และจำลองวิถีชีวิตประเพณีต่างๆ นักท่องเที่ยวสามารถพักแรมตามบ้านของชาวบ้านในลักษณะ Home-Stay พบได้ทั่วไปในเขต อ.เขาย้อย โดยเฉพาะที่บ้านหนองปรังและบ้านทับคาง

วัดเขาตะเครา วัดนี้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางมารวิชัย เรียกกันว่า หลวงพ่อเขาตะเครา ที่ชาวเมืองและนักท่องเที่ยวไปกราบไหว้ปิดทองเป็นอันมาก เชื่อว่าเป็นพระพี่พระน้องกับหลวงพ่อโสธร จ.ฉะเชิงเทรา และหลวงพ่อบ้านแหลม จ.สมุทรสงคราม อีกตำราว่าเป็นพระพี่น้องกับหลวงพ่อบางพลีใหญ่ จ.สมุทรปราการ และหลวงพ่อดำวัดไร่ขิงที่นครปฐมด้วย

หาดบึงเตียน จุดเด่นของหาดบึงเตียน มีรูปปั้นผีเสื้อสมุทรอยู่กลางทะเลและเรื่องราวพระอภัยมณีปรากฏบนเนินหิน

อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อุทยานฯ มีพื้นที่กว้างใหญ่มากที่สุดของประเทศไทย คือ 2,915 ตารางกิโลเมตร หรือ 1.8 ล้านไร่ ครอบคลุมอำเภอ ๑. เพชรบุรี ๑. ประจวบคีรีขันธ์ ภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นป่าดิบชื้น ทำให้มีต้นไม้ป่าชุกชุมและเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำสองสาย คือ แม่น้ำเพชรบุรีและแม่น้ำปราจีนบุรี ภายในอุทยานฯ แบ่งพื้นที่ท่องเที่ยวเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือบริเวณที่ทำกาฯ บ้านพักซึ่งติดกับทะเลสาบ เขื่อนฯ ส่วนผู้ที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติพักผ่อนเดินเท้าควรไปเส้นทางวังวน-พะเนินทุ่ง มีจุดน่าสนใจ ได้แก่ แคว้นบ้านกร่าง (แหล่งดูนก ผีเสื้อ พรรณไม้) ยอดเขาพะเนินทุ่ง (ชมทะเลหมอก) และน้ำตกหอยทิพย์ (ชมนกและผีเสื้อหลายชนิด)

หาดชะอำ ปัจจุบันเป็นสถานตากอากาศของผู้คนทุกระดับ สามารถลงเล่นน้ำได้ มีที่พักร้านอาหารให้เลือกตามอัธยาศัยจัดเป็นชายหาดที่สวยงามและมีชื่อเสียงของ จ.เพชรบุรี

พระราชินีเวศน์มฤคทายวัน พระตำหนักที่ประทับริมทะเล ซึ่งรัชกาลที่ 6 โปรดให้หรือพระตำหนักหาดเจ้าสำราญมาปลูกขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2466 ได้รับขนานนามว่า "พระราชินีเวศน์แห่งความรักและความหวัง" ซึ่งสร้างได้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และบรรยากาศ ลักษณะเป็นพระตำหนักไม้สองชั้น โปร่งรับแสงแดดและลมทะเล ได้ดูสูงเดินถึงกันได้ตลอดทุกส่วน ประกอบด้วยพระที่นั่งสามองค์เชื่อมต่อกันโดยตลอด พระที่นั่งสมุทรพิมาน พระที่นั่งพิศาลสาคร และพระที่นั่งสโมสรเสวกามาตย์

เทศกาลงานประเพณี

งานพระนครคีรีและของดีเมืองเพชร บริเวณเชิงเขาวังด้านล่าง และพระนครคีรี อ.เมือง มีกิจกรรมภายในงาน จะเป็นการแสดงและการละเล่นพื้นบ้าน เช่น ลิเก ละครชาตรี หนังตะลุง หุ่นกระบอก แข่งวัวเทียมเกวียน ประกวดวัวเกวียน จุดพลุพื้นเมือง สาธิตการทำข้าวแช่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนมหวานเมืองเพชร การทำปูนปั้น และภาพเขียนจิตรกรรมไทย นอกจากนี้ยังมีการออกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองด้วย จัดช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์

งานปีใหม่ชาวไทยทรงดำ ช่วงวันที่ 9-10 เมษายนของทุกปี จะมีการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ พร้อมทั้งมีการละเล่นต่างๆ ของชาวไทยทรงดำที่หาชมได้ยาก เช่น เล่นลูกช่วง เล่นแคน เล่นเพลงโต้ตอบกัน เป็นต้น จัดบริเวณวัดหนองปรัง อ.เขาย้อย

ของฝากประจำท้องถิ่น

ขนมเมืองเพชร มีหลากหลายทั้งขนมสด ขนมแห้ง โดยเฉพาะขนมที่ใช้น้ำตาลโตนดและไข่เป็นเครื่องประกอบ เช่น ขนมหม้อแกง ขนมตาล จาวตาลเชื่อม ข้าวแช่เมืองเพชร

2.3.2 ลักษณะพิเศษและข้อได้เปรียบของแต่ละแหล่งที่มา

จังหวัด	ลักษณะพิเศษ	ข้อได้เปรียบ
จังหวัดพิษณุโลก	เป็นจังหวัดทางภาคเหนือ มีความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์(พระพุทธชินราช, พระนเรศวร)และมีทัศนียภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด (เขื่อนแพ) เป็นแหล่งมรดกทางธรรมชาติหลายแห่ง	เป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเป็นประจำ มีกล้วยตาก จัดดูดิบจากกล้วยน้ำว้าเป็นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตามคำขวัญ
จังหวัดกำแพงเพชร	เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญ	มีกล้วยไข่เป็นผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัด
จังหวัดปทุมธานี	อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครเดินทางสะดวก	ผลิตกล้วยหอมทองส่งออกทำรายได้สูงให้กับจังหวัด
จังหวัดชุมพร	ประตูสู่ภาคใต้ ทำให้มีความหลากหลายผสมผสานกันทั้ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งทางภาคใต้ แหล่งพืชผลอุดมสมบูรณ์	มีกล้วยเล็บมือนางเป็นของดีชื่อดังของจังหวัด
จังหวัดเพชรบุรี	แหล่งศิลปกรรมและชุมชนปูนปั้น เป็นเมืองติดทะเลซึ่งเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศที่ไม่ไกลและได้รับความนิยม	ปลูกกล้วยหักมุกเพื่อส่งเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปมากที่สุดในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 วิเคราะห์และสรุปผลความสัมพันธ์ของกล้วยและแหล่งที่มา

จังหวัด	ชนิดของกล้วย
จังหวัดพิษณุโลก	กล้วยน้ำว้า
จังหวัดกำแพงเพชร	กล้วยไข่
จังหวัดปทุมธานี	กล้วยหอม
จังหวัดชุมพร	กล้วยเล็บมือนาง
จังหวัดเพชรบุรี	กล้วยหักมุก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.4.1 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กระแสการบริโภคภายในประเทศไทยในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา สามารถสังเกตได้ถึง การเปลี่ยนแปลงของการบริโภคอาหารที่มีการขยายตัวของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารที่มาจากธรรมชาติ โดยมากจะเน้นผลิตภัณฑ์อาหารจำพวกผักและผลไม้ ร้านค้าต่างๆ มีการจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ยังมีการเติบโตของร้านค้าที่ขายสินค้าเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะอีกหลายแห่ง เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศในแถบเอเชียที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ จึงมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมากมาย ซึ่งโดยส่วนมากผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีจุดกำเนิดมาจากชุมชน ชาวบ้าน ที่มีกาผลิตเพื่อบริโภคกันเองและจำหน่ายในท้องถิ่นจนแพร่หลาย

ดังนั้นกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จึงทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารธรรมชาติแปรรูปขยายตัวอย่างมาก ทำให้เกิดกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยตั้งแต่ระดับชุมชนท้องถิ่น และเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น

พิจารณา ผู้บริโภคและสถานการณ์บริโภคเพื่อหาช่องทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองพฤติกรรมกรบริโภคและหาช่องทาง โอกาสเกิดของผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างโดยมีปัจจัยอันเกี่ยวกับผู้บริโภคและสถานการณ์บริโภค ดังนี้

1) วัย

ในที่นี้จะกล่าวถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผักและผลไม้แปรรูปโดยจะแบ่งตามช่วงอายุที่มีความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมกรรับประทานอาหารรวมทั้งความสามารถของการรับประทานอาหาร อาทิ การเคี้ยว รสนิยมในการรับประทานอาหารและการคำนึงถึงเรื่องการดูแลสุขภาพร่างกาย ซึ่งมีความแตกต่างกันมากน้อยตามช่วงอายุ ทั้งเพศหญิงและเพศชาย

เด็ก (อายุน้อยกว่า 20 ปี) : ผู้บริโภควัยเด็กอายุน้อยกว่า 20 ปีเป็นช่วงวัยแห่งการเจริญเติบโตสามารถแบ่งได้เป็นเด็กในวัยเรียนระดับอนุบาล ประถม มัธยมและระดับอุดมศึกษาซึ่งเป็นช่วงจากวัยรุ่นเข้าสู่วัยหนุ่มสาว ในวัยนี้จะมีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากความชอบ ตัดใจในรสชาติและอยากลองรับประทาน ส่วนใหญ่กลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงจะเป็นช่วงวัยรุ่น และเป็นการซื้อเพื่อนำไปบริโภคเองเป็นหลัก แต่ในวัยนี้ยังไม่นิยมรับประทานอาหารจากผลไม้แปรรูป

ผู้ใหญ่ตอนต้น (อายุมากกว่า 20 ปี) : ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี อยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงาน เป็นวัยที่มีอาชีพและรายได้ มีกำลังซื้อและมีอำนาจการตัดสินใจสูงส่วนใหญ่เป็นวัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่เริ่มมีครอบครัวทำให้มีการะหน้าที่เพิ่มขึ้นจากการรับผิดชอบคนในครอบครัว นอกจากการซื้ออาหารเพื่อบริโภคเองแล้ว ยังมีเหตุปัจจัยอื่นที่ต้องตัดสินใจเลือกซื้อในวาระการซื้อต่างๆ ทั้งการเลือกซื้อเพื่อเป็นของฝาก ของขวัญในโอกาสต่างๆ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ใหญ่ที่สุดของผลิตภัณฑ์จากผลไม้แปรรูป เพราะมีความนิยมและหันมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารจากธรรมชาติกันมากขึ้น

ผู้ใหญ่ตอนปลาย (อายุมากกว่า 40 ปี) : ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่อายุมากกว่า 40 ปี อยู่ในช่วงวัยเข้าสู่วัยสูงอายุในวัยนี้จะมีความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย รสนิยมในการรับประทานค่อนข้างมาก เนื่องจากบางครั้งต้องปรับให้เหมาะกับระบบการทำงาน ของร่างกายรวมถึงการดูแลสุขภาพร่างกายมากเป็นพิเศษทำให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้มีข้อจำกัดทางด้านอาหาร การรับประทานผลไม้แปรรูปอาจจะเลือกซื้อรับประทานที่อร่อย สะอาด เคี้ยวง่ายไม่หวานจนเกินไป เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นการเลือกซื้อเพื่อนำไปรับประทานเองหรือเป็นของฝาก

2) ชาติพันธุ์

2.1 ชาวไทย : ผู้บริโภคชาวไทยทั้งภาคเหนือและภาคชาย เป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยอาศัยภูมิปัญญาชาวบ้าน ประกอบกับเป็นช่วงเวลาที่มีการปลุกกระแสรักชาติ มีการรณรงค์การใช้ของไทย กินของไทย ดังจะเห็นได้จากการประชาสัมพันธ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จากกระแสดังกล่าวได้สร้างความตื่นตัวให้กับชาวไทยในด้านการสนับสนุนสินค้าไทย และมีจิตสำนึกที่ดี

2.2 ชาวต่างชาติ : ผู้บริโภคชาวต่างประเทศ จากการสำรวจของสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เปิดเผยถึงแนวโน้มและการคาดการณ์ตัวเลขนักท่องเที่ยวในปี 2545 โดยคาดว่า ตลาดท่องเที่ยวทั่วโลกจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลกประมาณ 705 ล้านคน หรือมีการเติบโตขึ้นเพียง 1% จากปีที่ผ่านมา ซึ่งต่ำกว่าที่ทุกฝ่ายคาดการณ์ไว้คือ 4.5% ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุวินาศกรรมในอเมริกาในเดือนกันยายนที่ผ่านมา

สำหรับตลาดท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีนี้ ก็คาดว่า ในปี 2545 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประมาณ 10.5 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 6% และคาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดกว่า 3.2 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้น 11.7% ส่วนในปี 2546 นั้นก็คาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาถึง 11.1 ล้านคน และสร้างรายได้กว่า 3.6 แสนล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนในปี 2547 ก็คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 11.8 ล้านคน และทำรายได้เข้าประเทศไทยกว่า 4 แสนล้านบาท ทั้งนี้เนื่องจากโปรแกรมกิจกรรม และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเป็นแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในช่วงปลายปีที่ผ่านมา

โดยส่วนมากชาวต่างชาติที่มีโอกาสบริโภคจะเป็นผู้ใหญ่(อายุมากกว่า 20 ปี) โอกาสในการบริโภคของชาวต่างชาติจะเป็นลักษณะของการทดลองทานอาหารที่เป็นของชุมชนต่างๆที่เข้าไปเที่ยว และมีการซื้อเป็นของฝากที่ระลึกหรือของขวัญ

3) วาระการซื้อ

เป็นการแบ่งกลุ่มของภาพลักษณะสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านความเหมาะสมต่อบุคคลและโอกาส ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น

บริโภคเอง : เป็นการซื้อเพื่อนำมารับประทานเองส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แบบเรียบง่ายไม่มีราคาแพงมากนัก

ของฝาก : เป็นการซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ซื้อให้กัน เหมือนเป็นการแสดงความมีน้ำใจให้กัน ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จะมีความพิเศษกว่าการซื้อมารับประทานในระดับหนึ่ง

ของขวัญ : เป็นการซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความพิถีพิถันในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นดูดีมีคุณค่า

4) ความสัมพันธ์ผู้บริโภค

เป็นผลสืบเนื่องมาจากวาระการซื้อ เป็นที่มาของกรบริโภคในลักษณะของฝากและของขวัญ เปิดโอกาสให้เกิดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง สามารถแบ่งได้เป็น

เพื่อน : ความสัมพันธ์ในระดับวัยเดียวกัน มีความเป็นกันเอง ไม่ต้องมีพิธีรีตองมาก ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคน มีเฉพาะในกรณีที่สนิทกันถึงจะเป็นผู้รับเพียงคนเดียว

อาวุโสกว่า : ความสัมพันธ์ในระดับของคนต่างวัยและฐานะยอมให้ความสำคัญในการแสดงออกด้วยความเอื้ออาทร ความกตัญญูกตเวทิตะและความเคารพนับถือ ความรู้จักคุ้นเคยกัน อาจเป็นคนในครอบครัว ญาติผู้ใหญ่หรือเป็นคนในสายงาน

อย่างเป็นทางการ : ความสัมพันธ์อันพึงแสดงไมตรีต่อกันเป็นทางการ อาจมาจากการรู้จักพึ่งพากันในหน้าที่การงานและธุรกิจการแสดงออกด้วยความเอื้ออาทร ความกตัญญูกตเวทิตะและความเคารพนับถือ ความรู้จักคุ้นเคยกัน อาจเป็นคนในครอบครัว ญาติผู้ใหญ่หรือเป็นคนในสายงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) จำนวนผู้บริโภค

เป็นตัวกำหนดปริมาณของสินค้าและขนาดของบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของการเลือกซื้อสินค้า ทำให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง แบ่งได้เป็น

1 คน : ปริมาณของผลิตภัณฑ์และขนาดของบรรจุภัณฑ์เหมาะสำหรับบุคคลเดียวรับประทาน บรรจุภัณฑ์ไม่ซับซ้อน

2-4 คน : ผลิตภัณฑ์มีปริมาณมากเพียงพอสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเล็กรูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาจจะมีการแบ่งเป็นหน่วยย่อยเพื่อความสะดวกในการรับประทานและการเก็บรักษา

มากกว่า 4 คน : ผลิตภัณฑ์มีปริมาณมากสำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหญ่และอาจแบ่งเป็นบรรจุภัณฑ์หน่วยย่อย เพื่อความสะดวกในการซื้อ การนำไปแบ่งบริโภคหรือแจกจ่ายให้กับกลุ่มคน

5) สถานการณ์บริโภค

ประเมินพฤติกรรมการณ์บริโภคของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารแปรรูปในลักษณะต่างๆ กัน ที่อาจเป็นปัจจัยพิจารณาที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ ดังนี้

เวลา (time,t) : ในที่นี้หมายถึงเวลาของกิจกรรมการบริโภค อาทิ การบริโภคอาหารในแต่ละวัน อย่างเช่น อาหารเช้า อาหารว่าง พักน้ำชากาแฟ หรือกินเล่นนอกมื้อปกติ เป็นต้น

โอกาส (occasion,o) : ในที่นี้หมายถึงวาระหรือโอกาสที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์ช่วงเวลาหนึ่ง อาทิ เทศกาลของขวัญ การเดินทางเยี่ยมเยือนต่างถิ่น ก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อเพื่อจุดประสงค์ต่างๆกันตามเหตุการณ์ อาทิ การซื้อเพื่อเป็น ของขวัญ ของฝาก ฯลฯ

สถานที่ (place,p) : สถานที่ที่รับประทานอาหารในสถานที่ต่างๆ ในที่นี้จะแบ่งอย่างกว้างๆออกเป็น ภายในอาคาร(indoor) และ ภายนอกอาคาร(outdoor) ซึ่งจะมีผลเกี่ยวพันกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารและลักษณะที่น่าจะเป็นของบรรจุภัณฑ์เพื่อความเหมาะสมต่อสถานที่นั้นๆ หากจะขยายขอบเขตในการพิจารณาเรื่องสถานที่นี้ต่อไปย่อมครอบคลุมถึง สถานที่จำหน่าย,สถานที่ซื้อ และสถานที่บริโภค ฯลฯคน

อิริยาบถ (movement,m) : ท่าทางในการเคลื่อนไหวในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ นั่งกิน และเดินกิน เป็นคำจำกัดความแทนลักษณะการกินอยู่กับที่หรือมีการเคลื่อนไหว อาจเป็นข้อพิจารณาที่สร้างโอกาสให้เกิดความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันสินค้ากล้วยแปรรูปมีจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ทั่วไปซึ่งได้แก่

- Supermarket โดยส่วนมากจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป
- Convenience store กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปทุกระดับสามารถซื้อหาได้
- ตามแหล่งท้องถิ่น ซึ่งคนในท้องถิ่นและผู้ที่มาแวะเวียนจะมีโอกาสได้ซื้อ
- ร้านขายของฝากต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างๆจะมีโอกาสได้ซื้อ

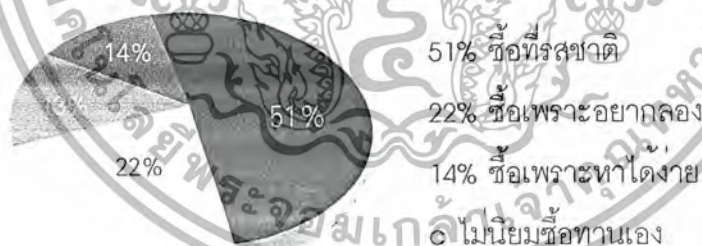
2.4.3 พฤติกรรมการบริโภคและการจับจ่ายผลิตภัณฑ์

จากการสำรวจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะพบพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

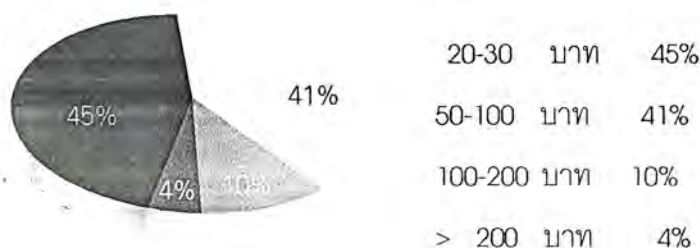
1) สถานที่ที่สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์



2) เหตุผลที่ซื้อ

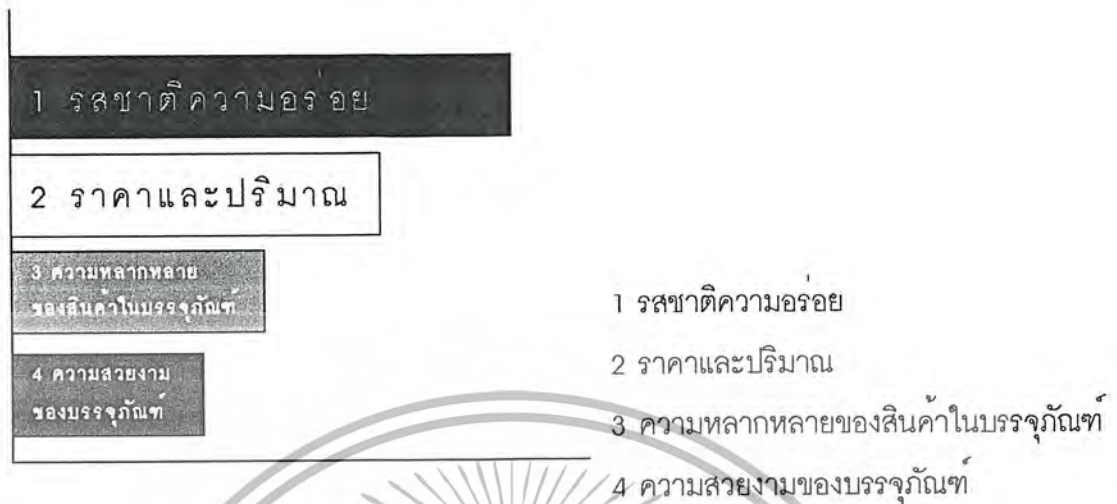


3) ราคาของการซื้อมาบริโภคเองที่เหมาะสม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) ลำดับความสำคัญของการซื้อมารับริโภคเอง

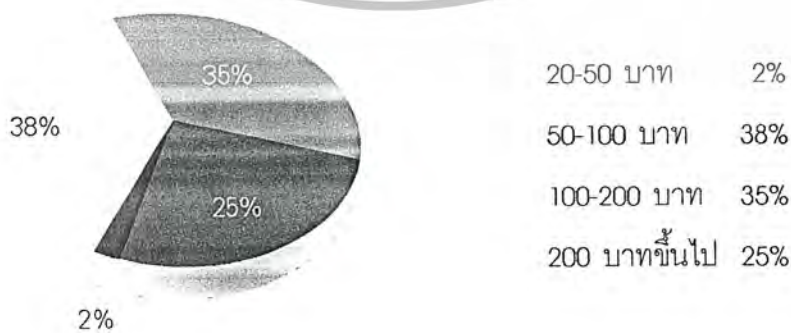


5) ราคาของการซื้อเป็นของขวัญหรือของฝากที่เหมาะสม

- ในกรณีที่ให้คนอายุเทียบเท่า



- ในกรณีที่ให้คนที่อาวุโสมากกว่า หรือเป็นทางการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) ลำดับความสำคัญของการซื้อไปเป็นของฝาก

- สำหรับคนอายุเทียบเท่ากัน

1 รสชาติ ความอร่อย	1 รสชาติความอร่อย
2 ราคาและปริมาณ	2 ราคาและปริมาณ
3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์	3 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
4 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์

- สำหรับคนอายุมากกว่าหรือเป็นทางการ

1 รสชาติ ความอร่อย	1 รสชาติความอร่อย
2 ราคาและปริมาณ	2 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์	3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์
4 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4 ราคาและปริมาณ

7) ลำดับความสำคัญของการซื้อไปเป็นของขวัญ

- สำหรับคนอายุเทียบเท่ากัน

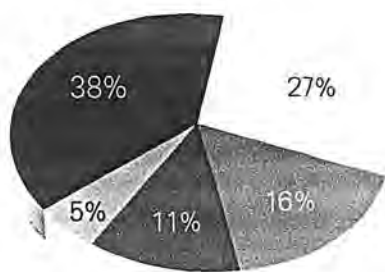
1 รสชาติ ความอร่อย	1 รสชาติความอร่อย
2 ราคาและปริมาณ	2 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์	3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์
4 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4 ราคาและปริมาณ

- สำหรับคนอายุมากกว่าหรือเป็นทางการ

1 รสชาติ ความอร่อย	1 รสชาติความอร่อย
2 ราคาและปริมาณ	2 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์	3 ความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์
4 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4 ราคาและปริมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8) ความจำเป็นในการเลือกซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากหรือของขวัญ



- 38% ความชอบของผู้รับ
- 27% ผู้ผลิตมีความเป็นเอกลักษณ์
- 16% สินค้าแปลกใหม่น่าสนใจ
- 11% ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
- 5% รสชาติความอร่อย

2.4.4 ความต้องการของผู้บริโภคปัจจัยต่างๆในการเลือกซื้อ

จากการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคถึงความต้องการในด้านบรรจุภัณฑ์ของกล้วยแปรรูปชนิดต่างๆ พบว่าโดยส่วนมากมีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบใหม่ๆ และช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูน่ารับประทานโดยสามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ มีการคุ้มครองที่ดีเก็บไว้ใช้ในโอกาสต่อไปได้ ส่วนที่เป็นของฝากน่าจะมีการพัฒนาในบรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจมากขึ้น ส่วนการแปรรูปแต่ละแบบมีความต้องการบรรจุภัณฑ์เฉพาะแตกต่างกันคือ กล้วยกวน บรรจุภัณฑ์ควรส่งเสริมให้สินค้าดูน่าทานเพราะตัวสินค้าสีส้มไม่สวยงาม ไม่น่าทานสินค้ามีความเหนียวอาจ ทำให้ติดมือและเปราะเปื้อนบรรจุภัณฑ์ควรพัฒนาให้สามารถช่วยให้ทานได้ง่ายขึ้น กล้วยอบและกล้วยตาก มีความต้องการคล้ายกล้วยกวนแต่มีลักษณะทางกายภาพ ที่จะมีความฉ่ำมากกว่าที่บรรจุภัณฑ์ควรพัฒนาให้สามารถทานได้สะดวกขึ้น กล้วยฉาบ มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการแตกหักของผลิตภัณฑ์มา และปกป้องภายในไม่ให้เหม็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 สรุปความสัมพันธ์ของผู้บริโภคและสถานการณ์การบริโภค

ผู้บริโภคและสถานการณ์การบริโภค			สถานการณ์ผู้บริโภค
ชาวไทย	เด็ก < 20 ปี		เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน
	ผู้ใหญ่	>20 ปี	ของฝาก โอกาส : เยี่ยมเยือนต่างถิ่น
		>40 ปี	บริโภคเอง เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน
	ชาวต่าง ประเทศ	ผู้ใหญ่	ของขวัญ
บริโภคเอง			เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน
		ของฝาก	โอกาส : เยี่ยมเยือนต่างถิ่น(ประเทศไทย)

ลักษณะและจุดขายที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่เกิดได้จากการพิจารณาปัจจัยเรื่องผู้บริโภคและสถานการณ์การบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

2.5.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด

ตามหลักการตลาดแล้วผลไม้แปรรูป จัดเป็นสินค้าบริโภค ประเภทสินค้าสะดวกซื้อ เนื่องจากเป็นสินค้าซึ่งมีลักษณะที่ผู้บริโภคไม่ได้ใช้เวลาในการวางแผน หรือมีความตั้งใจไว้วงหน้า ผู้บริโภคมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดีสามารถตัดสินใจซื้อได้ในทันที คือ มีสินค้าเดียวกันให้เลือกหลายยี่ห้อ ผู้บริโภคจึงมักไม่ยึดติดในตราสินค้า และมีโอกาสเลือกซื้อยี่ห้อใหม่ ๆ อยู่เสมอ*

ลักษณะดังกล่าวของผลิตภัณฑ์นี้เอง ทำให้ต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย ให้ทัดเทียมคู่แข่ง เพื่อขยายช่องทางการตลาดให้เทียบเท่ากับมาตรฐาน และข้อกำหนดคุณภาพ เพราะในแง่ของกรรมวิธีการผลิต ขยายเป็นการผลิตแบบพื้นบ้าน ความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์และการเก็บรักษาให้คงคุณภาพ ทั้งสีและเนื้อสัมผัส จึงต้องมีการพัฒนาและแนะนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิตด้วยเช่นกัน

ตลาดผลไม้แปรรูปเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในด้านการศึกษาข้อมูลทางการตลาดของสินค้าเหล่านี้ขอบเขตของโครงการ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย กัล้วยตาก/อบ กัล้วยฉาบ กัล้วยกวน นั้นเป็นสินค้าที่อยู่ในหมวดอาหารเกษตรแปรรูป ซึ่งไม่สามารถศึกษาจากภาพรวมของตลาดได้ เนื่องจาก มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างออกไป เช่น ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ตามกลุ่มอายุ และพฤติกรรมการบริโภค เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างกัน รวมถึง ลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์เองที่แบ่งกลุ่มได้หลากหลาย อย่างเช่น ผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม แช่อิ่ม อบ ฉาบ ทอด คั่ว กวน หยี เป็นต้น รวมทั้งมีการกระจายตลาดไปทั่วประเทศ สินค้าที่มีขายในปัจจุบันส่วนใหญ่จึงเป็นสินค้าที่มีมาจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรในชุมชน, กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนั้น จึงจะทำการศึกษาในลักษณะของตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย

โดยสามารถนิยามส่วนผสมทางการตลาด (Market Mix) ดังต่อไปนี้

1. Product (ผลิตภัณฑ์)

กล้วยจัดได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจ มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งปลูกเพื่อใช้ใบ, ปลูกเพื่อรับประทานสด, ปลูกเพื่อใช้ผลทำอาหารหรือแปรรูป และปลูกเพื่อใช้เส้นใย การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นที่นิยมมากที่สุด โดยอาศัยทักษะที่มีอยู่เดิม ตาก ฉาบ กวน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำกันมากที่สุด ทั้งการทำเพื่อบริโภคในบ้านและจำหน่ายในชุมชน

* ที่มา : สุทธิพันธุ์ บวสุนันท์. การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย. กรุงเทพฯ. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2537.

ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับความนิยมมาก สามารถนำมาจำหน่ายในตลาดกรุงเทพฯได้ ผลิตภัณฑ์จากกล้วยบางชนิด เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อการส่งออกได้ ประมาณว่าในปี 2539 มีการส่งออกกล้วยตาก ถึง 62 ตัน มูลค่า 10.3 ล้านบาท (ศูนย์สถิติการพาณิชย์, 2539)

กล้วยตาก/อบ เป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน สามารถทำกันได้ทุกครัวเรือน อาชีพเสริมจากการปลูกกล้วย ก็คือการทำกล้วยตาก บางแหล่งสามารถทำจนเป็นอาชีพหลักได้ โดยอาศัยวัตถุดิบจากแหล่งอื่นมาทำ เนื่องจากวัตถุดิบที่มีไม่เพียงพอ มีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี จากการตากแดดทำธรรมชาติมาเป็นการใช้โรงตากพลังงานแสงอาทิตย์ และแม้แต่การใช้เตาอบ ปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ให้มีความหลากหลายขึ้น เช่น การรีดเป็นแผ่นบาง หรือการนำม้วนเป็นหลอด เรียก กล้วยม้วน เป็นต้น

กล้วยฉาบ เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอีกชนิดหนึ่งที่นิยมทำกันมาก ปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบเป็นกล้วยอบกรอบที่ฉาบน้ำตาล โดยไม่มีน้ำตาลเกาะเป็นก้อนกำลังเป็นที่นิยมแพร่หลาย

กล้วยกวน ผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตแบบพื้นบ้าน มีการซื้อขายและบริโภคกันไม่แพร่หลาย เป็นผลิตภัณฑ์เดียวในกลุ่มที่มีการพัฒนารูปแบบน้อยที่สุด

กรมส่งเสริมการเกษตร ได้มีการสำรวจกลุ่มแม่บ้านในชนบทที่ดำเนินกิจกรรมแปรรูปกล้วย พบว่า มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ทำกิจกรรมแปรรูปกล้วยอยู่ทั้งสิ้น 227 กลุ่ม ในจำนวนนี้ ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยมทำกันมากที่สุด แต่ผลิตภัณฑ์กล้วยตากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้มูลค่าทางเศรษฐกิจสูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ รายละเอียดปรากฏดังตาราง

ผลิตภัณฑ์	จำนวนกลุ่มทั้งหมด (กลุ่ม)	รายได้เฉลี่ย กลุ่ม/ปี (บาท)
กล้วยฉาบ	135	4,000 – 780,000
กล้วยตาก	52	3,000 – 1,800,000
กล้วยกวน	29	3,000 – 300,000
เส้นใยกล้วย	11	5,000 – 200,00
รวม	227	—

ตารางที่ : สัดส่วนกลุ่มผู้ผลิตและรายได้เฉลี่ยของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร, ทะเบียนผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Price (ด้านราคา)

เป็นสินค้าที่ราคาค่อนข้างต่ำ เนื่องจากเป็นสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรภายในประเทศ ก่อด้วยมีราคาถูกและมีมากทุกฤดูกาล กรรมวิธีการผลิตส่วนมากเป็นการผลิตแบบพื้นบ้าน มีการปรับปรุงรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ออกเป็นลักษณะต่าง ๆ บ้าง แต่ก็ยังคิดว่าราคาไม่แพงนัก รวมไปถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้ดีเท่าที่ควร ทำให้ไม่มีการแข่งขันกันในเรื่องราคา

3. Place ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป ต้องมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระจายไปขายยังแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม คือ

- ร้านจำหน่ายของฝากในต่างจังหวัด, ประเภทของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศ, ร้านขายของฝากริมถนน (เส้นทางหลวง, สายหลัก เช่น มอเตอร์เวย์) เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวแวะเวียนกันมา ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อนกลับไปเป็นของฝาก
- ร้านค้าขนาดเล็กและร้านสหกรณ์ในท้องถิ่น มีสินค้าไปวางจำหน่ายด้วยตัวเองจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโดยตรง
- ศูนย์แสดงสินค้าประจำท้องถิ่น, งานแสดงสินค้าของหน่วยราชการต่าง ๆ เป็นการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ สินค้าในชุมชนท้องถิ่นของตนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และได้รับความสนใจจากกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น
- ร้านมินิมาร์ท ซูเปอร์มาเก็ต เป็นร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นให้ความสำคัญกับความสดใหม่ ความหลากหลายของสินค้า เน้นการขายแบบบริการตนเอง (ร้านสะดวกซื้อจะมีพฤติกรรมการซื้อในลักษณะ ถึงยามจำเป็น)

4. Promotion

ยังไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม เนื่องจาก สินค้ามีมูลค่าค่อนข้างต่ำ จึงไม่คุ้มกับการลงทุน โดยส่วนมากมีการส่งเสริมการขายโดยมักแฝงอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เช่น การเพิ่มปริมาณ การใช้แผ่นพับแนะนำสินค้า เป็นต้น

2.6.2 ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ส่วนใหญ่นำออกจำหน่ายที่รานสหกรณ์ในท้องถิ่น และเมื่อได้รับการตอบรับหรือมีแนวโน้มที่ดีจะได้รับการผลักดัน และพัฒนาเป็นสินค้าที่จำหน่ายได้ตามซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วประเทศ ทั่วไปแต่จะเน้นไปที่แหล่งที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ, อาหารแปรรูปจากท้องถิ่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต่าง ๆ แหล่งที่กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปใช้บริการบ่อย คือ เลมอนฟาร์ม (lemonfarm) และโกลเด้นเพลส (Golden Place) มีกระจายไปตามคอนวีเนียนสโตร์ หรือรานค้าทั่วไปบ้าง แต่ก็เป็นเพียงปริมาณน้อย จะมีให้เห็นเป็นผลิตภัณฑ์จากกลุ่มแม่บ้าน แต่มีการบรรจุและจัดจำหน่ายในอีกชื่อสินค้าหนึ่งที่มีรูปแบบการผลิตเข้าระบบอุตสาหกรรม ทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าเปลี่ยนไปมีกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่ง

2.6.3 ระยะเวลาในการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปนี้ เนื่องจากลักษณะของอาหารเป็นอาหารว่างที่เป็นขนมรับประทานเล่นได้ตลอดเวลา แล้วแต่ความพึงพอใจของผู้บริโภค และผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่าย โดยไม่ได้เป็นอาหารที่ผลิตขึ้นเพื่อทานกันในวาระพิเศษ การวางจำหน่ายของผลิตภัณฑ์จึงไม่มีการกำหนดระยะเวลาของการจำหน่ายเฉพาะฤดูกาล กล้วยก็เป็นพืชที่มีปลูกได้ทุกฤดูกาลเช่นกัน นำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคหาซื้อมาทานได้ตลอดทั้งปี ระยะเวลาของการจำหน่ายสินค้าจะขึ้นอยู่กับ อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เมื่อหมดอายุแล้วก็จะมีสินค้ามาทดแทนได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ทำให้ขาดตลาด นอกจากนั้น จะมีสินค้าบางตัวที่ผลิตเพื่อจำหน่ายตามวาระโอกาสพิเศษในระยะสั้น จัดได้ว่าเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ตามวาระต่าง ๆ นั้นเป็นตลาดอายุสั้น อย่างเช่น ขนมไหว้พระจันทร์ เป็นต้น

2.6.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

SWOT Analysis

Strength จุดแข็ง

- สินค้าท้องถิ่นผลผลิตทางการเกษตรจากทรัพยากรท้องถิ่นในชุมชนเป็นจุดที่สำคัญของโครงการในการ สร้างงาน สร้างคน สร้างโอกาส เพื่อทำให้เกิดเป็นสินค้าจากท้องถิ่นไทย โดยการพัฒนากลุ่มชาวบ้านให้สามารถพัฒนาตนเองให้ชุมชนแข็งแกร่ง ทำการตลาดสินค้าพื้นเมืองของตนได้ และสร้างโอกาสให้แก่คนไทย ในการสร้างรายได้และทำตลาด ทั้งกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- กล้วย เป็นวัตถุดิบที่นำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่า ปลูกง่ายและเจริญเติบโตเร็ว เป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่คู่กับวิถีชีวิตคนไทยมาช้านาน
- เป็นอาหารทานเล่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่อร่างกาย และมีราคาต่ำกว่าอาหารในประเภทเดียวกัน ใช้วัตถุดิบที่ปลูกขึ้นภายในท้องถิ่น และผลิตในท้องถิ่นด้วยกรรมวิธีการผลิตระดับครัวเรือน

Weakness จุดอ่อน

- ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการผลิตแบบพื้นบ้านจากความรู้ความสามารถของตนเอง ขาดความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการเก็บรักษา รวมไปถึงขาดการพัฒนาสินค้า เพื่อสนองความต้องการผู้บริโภค

Opportunity โอกาส

- แนวโน้มของสินค้าจากท้องถิ่น ทำให้เกิดกระแสนิยมสินค้าธรรมชาติ และปลอดภัย
- กล้วย เป็นผลไม้ที่นิยมนำมาแปรรูปเป็นส่วนสูงที่สุด เมื่อเทียบกับผลไม้อื่นในประเภทเดียวกัน ซึ่งเป็นตลาดที่มีอนาคต มีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ให้เข้าสู่ตลาดผลไม้แปรรูปจากภูมิปัญญาชาวบ้านด้วย

Treat ปัญหาและอุปสรรค

- การขยายตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคระดับบน และกลุ่มผู้บริโภคชาวต่างประเทศ ในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต Duty free ยังต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ให้ได้ในระดับมาตรฐานและมีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิตมาใช้ เพื่อพัฒนาสินค้าจากผู้ผลิตในระดับชุมชนที่มีข้อจำกัดในเรื่องของเงินทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

2.6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด จำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์

- 1) ผลิตภัณฑ์กล้วยอบ/ตาก
- 2) ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ
- 3) ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน
- 4) ผลิตภัณฑ์กล้วยเคี้ยว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ผลิตภัณฑ์กล้วยอบ/ตาก

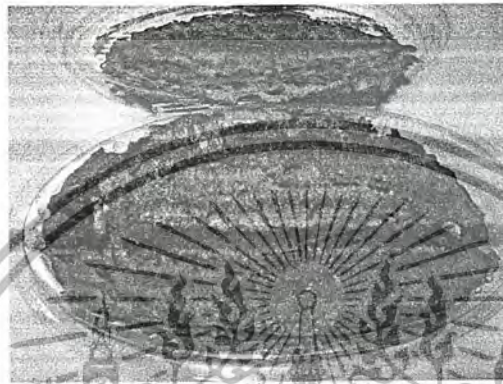
1.1 กล้วยอบม้วน



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	กล้วยอบม้วน
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านหนองกี่ อ.หนองกี่ จ.บุรีรัมย์
ขนาดบรรจุ	150 กรัม
ราคา	15 บาท
จุดขาย	ใช้วัตถุดิบจากกล้วยน้ำว้าแท้ ปลอดสารพิษ สะอาด อร่อย
สถานที่จำหน่าย	Golden Place
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ภาชนะพลาสติกใสชนิดมีฝา ปิดผนึก 3 ด้าน ฉลาก : เป็น Sticker สีเหลือง ขนาดพอดีกับพื้นที่เรียบด้านยาว บนกล่อง มีการจัดเรียงอักษรในส่วนรายละเอียดสำคัญ ให้โค้งไปมาเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากชื่อสินค้า
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวหนังสือสีน้ำเงิน ชัดด้วยเงาสีดำ มองเห็นได้ชัดเจน ตัดกับพื้นหลัง ภาพประกอบ : มีรูปถ่ายวัตถุดิบเป็นรูปกล้วยน้ำว้าหวี วางอยู่ในตำแหน่งที่สามารถมองเห็นได้พร้อมๆกับโลโก้ รูปสีใกล้เคียงกับพื้นหลัง โทนสี : ใช้สีที่กลมกลืนกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ภายใน คู่มือความเรียบง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

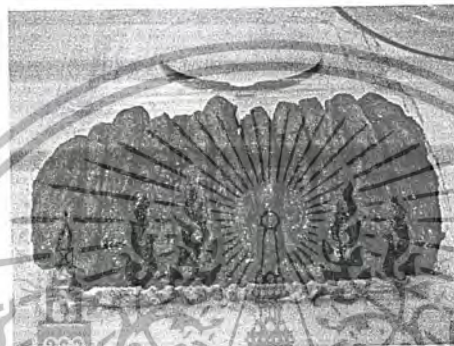
1.2 ก๊วยฮอบแผ่น มิสเตอร์บัน



ตราสินค้า	มิสเตอร์บัน
ชื่อสินค้า	ก๊วยฮอบแผ่น
ผู้ผลิต	ร้านมิสเตอร์บัน อ.เมือง จ.เพชรบุรี
ขนาดบรรจุ	200 กรัม
ราคา	40 บาท
จุดขาย	รสแท้จากธรรมชาติ ไม่ใส่น้ำตาล นุ่มหวาน อร่อย
สถานที่จำหน่าย	Lemon farm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ภาชนะพลาสติกวงรี ชนิดมีฝาปิดผนึกด้วยเทปใส Secondary Package : ถุงพลาสติก(PE)ห่อปิด ติดเทปใสอีกครั้งหนึ่ง
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรสีเหลือง ขอบสีน้ำตาลเข้มสกรีนลงบนแถบพลาสติก ภาพประกอบ : เป็นรูปการ์ตูนมนุษย์ก๊วยหอม และภาพผลก๊วยหอม ตกแต่งด้านซ้ายขวา โทนสี : ใช้สี 2 สี เหลือง,น้ำตาล ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ก๊วยฮอบเล็บมือนาง ศรีภา



ตราสินค้า	ศรีภา
ชื่อสินค้า	ก๊วยฮอบ เล็บมือนาง
ผู้ผลิต	ศรีภา
ขนาดบรรจุ	
ราคา	
จุดขาย	เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ
สถานที่จำหน่าย	Golden place , เซเว่นอีเลฟเว่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ภาตพลาสติกชนิดมีฝา, ซีลปิด 3 ด้าน ฉลาก : เป็น sticker รูปวงรี มีส่วนโค้งเกินขอบวางอยู่ด้านบน
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรสีขาว อยู่บนพื้นสีเหลี่ยมสีแดง ภาพประกอบ : เป็นรูปก๊วยฮอบเล็บมือนางอยู่ในวงรีสีเขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 กกล้วยตาก ส้มคม



ตราสินค้า	ส้มคม
ชื่อสินค้า	กล้วยตาก (Oven Dried Banana)
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านส้มคม
ขนาดบรรจุ	420 กรัม
ราคา	45 บาท
จุดขาย	กล้วยตากแบบพัฒนาให้สามารถรับประทานได้ในปริมาณน้อย มีบรรจุภัณฑ์สวยงามน่าสนใจ
สถานที่จำหน่าย	Lemon farm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุกล้วยตากลงบนถาดพลาสติก 2 ชั้น ฉลาก : บรรจุลงกล่องกระดาษ (folding carton) มีเจาะช่องหน้าต่างเป็นแถบยาวด้านหน้าเป็นสีขาวทุกด้าน ยกเว้นก้นกล่อง
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรสี่เหลี่ยมขอบส้ม ให้ตัวอักษรแบบไม่มีหัว ดุมมีเอกลักษณ์ในตัว ภาพประกอบ : รูปกล้วยน้ำว้าทั้งหวี เรียงต่อกันเป็นลวดลาย บนพื้นสีขาว มีลักษณะการจัดวางแบบสมมาตรกัน โทนสี : ใช้สีโทนเหลือง - น้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 กกล้วยตาก ฟลาวเวอร์ฟู้ด



ตราสินค้า	ฟลาวเวอร์ฟู้ด
ชื่อสินค้า	กล้วยตาก (Oven Dried Banana)
ผู้ผลิต	ฟลาวเวอร์ฟู้ด
ขนาดบรรจุ	40 กรัม
ราคา	5 บาท
จุดขาย	เป็นลักษณะขนมรับประทานได้ทั้งหมดในครั้งเดียว พกพาสะดวก
สถานที่จำหน่าย	Lemon farm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุซองอลูมิเนียมฟอยล์ พิมพ์ 4 สี
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีแดง ภาพประกอบ : รูปกล้วยน้ำว้าทั้งหวี ปรากฏบริเวณด้านข้าง โทนสี : ใช้สีแดงเน้นที่ตัวกล้วยตาก และวางละเอียดอื่นใช้สีตัดกัน เพื่อให้อ่านง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

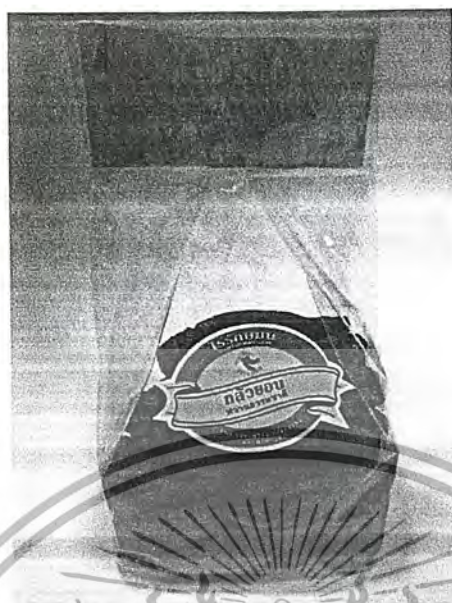
1.5 ก้อยตาก



ตราสินค้า	Silver Bee
ชื่อสินค้า	ก้อยตาก
ผู้ผลิต	-
ขนาดบรรจุ	220 กรัม
ราคา	45 บาท
จุดขาย	ก้อยตากแบบพัฒนาให้สามารถรับประทานได้ในปริมาณน้อย มีบรรจุภัณฑ์สวยงามน่าสนใจ
สถานที่จำหน่าย	Golden place
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุก้อยตากลงในซองพลาสติกขนาดบรรจุ 1 ชิ้น Secondary Package : ถุงพลาสติกบรรจุรวมหน่วย ฉลาก : สกรีนตราสินค้าลงบนซองพลาสติกที่แบ่งบรรจุหน่วยย่อย
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : รูปผึ้งและตัวอักษร Silver bee บนกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีส้ม โทนสี : ใช้สีโทนส้มเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 กล้วยอบ ไร่รักษมน



ตราสินค้า	ไร่รักษมน
ชื่อสินค้า	กล้วยอบ
ผู้ผลิต	ไร่รักษมน จ.เพชรบูรณ์
ขนาดบรรจุ	-
ราคา	35 บาท
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์ (กล้วยอบทั้งลูก) กล้วยอบหวานธรรมชาติ
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของฝาก
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติก มีก้นถุงปิดผนึกด้วยการซีล 2 ครั้ง เพื่อการใส่กระดาษไว้ตรงกลาง ตัดฉลากด้วยสติ๊กเกอร์
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นรูปมะขาม 2 ฟัก มีตัวอักษรไร่รักษมน กำกับอยู่ด้านล่าง มีแถบรับบิ้นคาดกลางเพื่อเป็นตำแหน่งแสดงชื่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 กล้วยอบ



ตราสินค้า	กล้วยอบชุมชน
ชื่อสินค้า	กล้วยอบ เพื่อสุขภาพ
ผู้ผลิต	กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารจากกล้วย จ.ฉะเชิงเทรา
ขนาดบรรจุ	150 กรัม
ราคา	30 บาท
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และรูปลักษณะที่มีลักษณะเป็นแผ่น มีกรรมสนับสนุนจาก สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของฝากท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติกปิดผนึกด้วยซีลด้านบน ฉลาก : เป็นสติ๊กเกอร์สีเหลี่ยมพื้นขาวพิมพ์รายละเอียดต่างๆ
ลักษณะกราฟฟิก	ใช้ภาพของกล้วยบางๆ เปรียบพื้นหลังของฉลากโดยใช้โทนสีเหลือง-เขียวอ่อนเข้มต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9 กล้วยอบเคลือบช็อคโกแลต



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	กล้วยช็อคโกแลต (choco banana)
ผู้ผลิต	(ควบคุมการผลิตโดย) นักวิทยาศาสตร์การอาหาร
ขนาดบรรจุ	80 กรัม
ราคา	36 บาท
จุดขาย	ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
สถานที่จำหน่าย	Golden place
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติกซีลปิดด้านเดียว ฉลาก : ฉลากเป็นกระดาษ sticker สีขาวพิมพ์รายละเอียดต่างๆ
ลักษณะกราฟฟิก	ชื่อสินค้าใช้สีสันสดใส มีรายละเอียด ใช้ตัวอักษรสีดำ ตัวอักษรที่ใช้เป็นแบบกันเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.10 กล้วยอบม้วนโรล



ตราสินค้า	
ชื่อสินค้า	กล้วยม้วนไส้สับปะรด , กล้วยม้วนไส้ช็อกโกแลต (banana roll)
ผู้ผลิต	(ควบคุมการผลิตโดย) นักวิทยาศาสตร์การอาหาร
ขนาดบรรจุ	100 กรัม
ราคา	รสช็อกโกแลต 34 บาท , รสสับปะรด 33 บาท
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์ที่แปลกแตกต่าง
สถานที่จำหน่าย	Golden place
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุลงกระป๋องพลาสติกทรงเตี้ย ปิดเทปใสโดยรอบ ฉลาก : เป็นกระดาษพื้นด้านข้างกระป๋องสีพิมพ์ รายละเอียดสีต่างๆกัน
ลักษณะกราฟฟิก	ชื่อสินค้า ใช้สีเส้นสดใส มีเงา สีน้ำตาล เอียงไปตามพื้น ใช้สีบอกรสของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น สีน้ำตาล รสช็อกโกแลต สีเหลือง - สับปะรด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ

2.1 กล้วยทอดผสมสมุนไพร บานในชิบ



ตราสินค้า	Banochips
ชื่อสินค้า	กล้วยทอดผสมสมุนไพร (รสมะกรูดและพริกไทย)
ผู้ผลิต	บรรจุ : แพคเกจจิ้ง จำกัด
ขนาดบรรจุ	140 g
ราคา	60 บาท
จุดขาย	กล้วยสมุนไพร
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของหน่วยงานราชการต่าง ๆ
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ครอบกระดาษ มีฝาปิดพลาสติก
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นการใช้อักษรที่มีลูกเล่นบนเงาสีเทา สนุกสนานกับมีก้านกล้วย ในกล้วย เป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม ภาพประกอบ : ให้ภาพกล้วยหอมเปลือกเปิดออกกระจัดกระจายไปทั่ว ตรงกลางด้านล่างกระป๋องมีภาพผลิตภัณฑ์ภายในให้เห็นด้วย โทนสี : เขียวเหลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 กล้วยม้วนอบสมุนไพร



ตราสินค้า	ผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม
ชื่อสินค้า	กล้วยม้วนอบสมุนไพร
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองตะนอย
ขนาดบรรจุ	-
ราคา	
จุดขาย	
สถานที่จำหน่าย	Lemofam
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติกแบบมีก้น ก้นถุงรอยพับด้านข้าง ปิดผนึกด้วยซีลและหนีบกระดาษ ๑ ชุดด้านบนของปากถุงติดด้วยริบบิ้น ฉลาก : เป็นสติ๊กเกอร์สีเหลืองกรอบสีเขียว
ลักษณะกราฟฟิก	ใช้ตัวอักษร แสดงรายละเอียดเป็นหลัก ใช้สีแดง เขียว สลับกันบนพื้นเหลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 บานานาสติก กล้วยปรงรสปาปริก้า



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	บานานาสติก, กล้วยปรงรสปาปริก้า
ผู้ผลิต	กลุ่มเกษตรกรหนองตูมพัฒนา
ขนาดบรรจุ	200 g
ราคา	18 บาท
จุดขาย	ลักษณะรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์
สถานที่จำหน่าย	Lemonfarm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กล้วยพลาสติกปิดผนึกด้วยซีลด้านบน ใช้ลวดรัดอีก ครึ่งหนึ่ง ฉลาก : เป็นสติ๊กเกอร์
ลักษณะกราฟฟิก	บอกรายละเอียดเป็นตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำตาล, สีเทา (ใช้สีของพื้นหลังเป็นตัว แบ่งแยกผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติ , รูปร่างการ แปรรูปต่างกัน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ก๋วยกกรอบสรรรรมชาติ



ตราสินค้า	Grace's / เกียรติ
ชื่อสินค้า	ก๋วยกกรอบสรรรรมชาติ
ผู้ผลิต	บริษัท สหเจริญเอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด
ขนาดบรรจุ	35 g
ราคา	20 บาท
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์ก๋วยกกรอบจากก๋วยหอมในรูปแบบเป็นขนมขบเคี้ยว
สถานที่จำหน่าย	Golden Place
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุซองอคูมิเนียมฟอยล์ ฉลาก : สกีน
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบตัวเขียน ตัวอักษรภาษาไทยแบบไทย ๆ ภาพประกอบ : เป็นรูปก๋วยหอม และรูปก๋วยหอมที่แปรรูปแล้ว เรียงอยู่ด้านหน้าสุด พื้นหลังเป็นรูปลายเส้นของต้นก๋วยเรียงกันมากมาย โทนสี : ใช้สีเขียว, เหลืองเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 กล้วยหอมกรอบ



ตราสินค้า	Grace's / เก๋
ชื่อสินค้า	กล้วยกรอบรสธรรมชาติ
ผู้ผลิต	บริษัท สหเจริญเอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด
ขนาดบรรจุ	35 g
ราคา	20 บาท
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบจากกล้วยหอมในรูปแบบเป็นขนมขบเคี้ยว
สถานที่จำหน่าย	Golden Place
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุซองสุ่มิเนียมพอยด์ ฉลาก : สกีน
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษแบบตัวเขียน ตัวอักษรภาษาไทยแบบไทย ๆ ภาพประกอบ : เป็นรูปกล้วยหอม และรูปกล้วยหอมที่แปรรูปแล้ว เรียงอยู่ด้านหน้าสุด พื้นหลังเป็นรูปปลายเส้นของต้นกล้วยเรียงกันมากมาย โทนสี : ใช้สีเขียว, เหลืองเป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

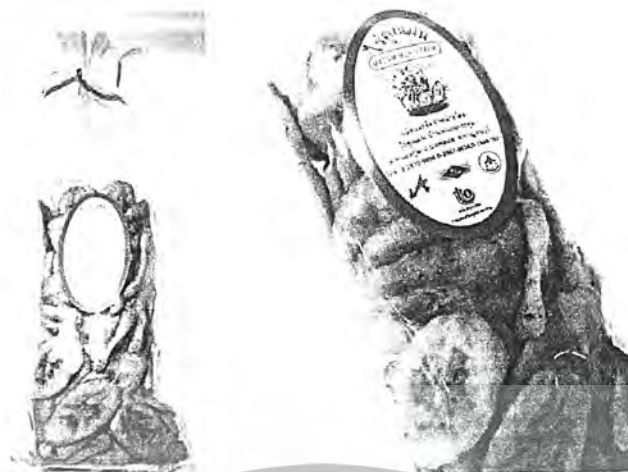
2.6 กล้วยหอมอบน้ำผึ้ง



ตราสินค้า	เอต เอ็ม อี เอส
ชื่อสินค้า	กล้วยหอมอบน้ำผึ้ง
ผู้ผลิต	(ผลิตจากแหล่งเกษตรกร)
ขนาดบรรจุ	60 g
ราคา	10 บาท
จุดขาย	สินค้าของ SMEs
สถานที่จำหน่าย	ร้านค้าปลีก
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขงพลาสติก ปิดผนึกด้วยการซีลด้านบน มีกระดาษพับเป็นที่หนีบล็อคด้านบนสำหรับขวานได้
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : ใช้ตัวอักษรสีน้ำเงินแบบเดียวกันหมด บนพื้นสีส้ม เฟดสีขาว โทนสี : ใช้สีส้มเป็นสีพื้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 กล้วยทอดสุญญากาศ



ตราสินค้า	ไร่คุณมน
ชื่อสินค้า	กล้วยทอดสุญญากาศ
ผู้ผลิต	ไร่คุณมน บ้านหนองกระทุ่ม ต.หนองกุ่ม อ.บ่อพลอย จ.กาญจนบุรี
ขนาดบรรจุ	140 g
ราคา	35 บาท
จุดขาย	กรรมวิธีการแปรรูปแบบทอดสุญญากาศ ทำให้ได้ลักษณะกล้วยทอดแตกต่างไปจากกล้วยทอดทั่วไป
สถานที่จำหน่าย	Lemonfarm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ 140 g Primary Package : ถุงพลาสติก ซีลปิดผนึกด้านบน และรัดด้วยโบว์กระดาษจากวัสดุธรรมชาติ ฉลาก : เป็นสติ๊กเกอร์วงรี ใช้ลักษณะของสีสลับกันระหว่าง ตัวอักษรกับ Background (พื้นสีเขียวตัวอักษรขาว, พื้นสีครีมตัวอักษรเขียว)
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรรูปทรงธรรมดาสีเขียวสีเดียวกับฉลาก ส่วนภาษาอังกฤษเขียนอยู่ในกรอบห้วนมน ภาพประกอบ : มีภาพ graphic ลายเส้นสีเขียว รูปผักผลไม้ อารมณ์ดี อยู่ในตะกร้าผูกโบว์ และรูปกล้วยหอม เป็นภาพจาง ๆ เป็น Background สีใกล้เคียงกัน โทนสี : ใช้โทนสีเดียวกันหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 กลัยม้วนรสกระเทียม



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	กล้วยม้วนรสกระเทียม
ผู้ผลิต	สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี
ขนาดบรรจุ	140 g
ราคา	35 บาท
จุดขาย	รสชาติของกล้วยที่มีความแปลกและเป็นรสไทยๆ
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของในท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ 140 g Primary Package : ถุงพลาสติกแบบมีก้นถุงแบบพิมพ์ลาย ซีลปิดผนึกด้าน ฉลาก : เป็นสติ๊กเกอร์วงรี ใช้ลักษณะของสีที่โดดเด่นสะดุดตา
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรรูปทรงธรรมดาสีชมพูบนพื้นสีขาวในกรอบรูปทรงโค้ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวงรี โทนสี : ใช้โทนสีสดใสและตัดกัน (เหลือง, ชมพู)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 กล้วยฉาบ บ้านอดินันท์



ตราสินค้า	บ้านอดินันท์
ชื่อสินค้า	กล้วย ฉาบ น้ำมัน หวานและเค็ม
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านคลองสี่เสียด จังหวัดนครนายก
ขนาดบรรจุ	140 g
ราคา	45 บาท
จุดขาย	มีภาพฟีกและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามที่ยังสามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ เหมาะสำหรับเป็นของฝาก
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของฝากในท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ 140 g Primary Package : ถุงพลาสติก ซิลปิดผนึกด้านบน Secondary Package : กล่องกระดาษแข็งพับได้เจาะช่องด้านบนมีรู สำหรับร้อยเชือกเพื่อการหิ้ว เป็นบรรจุภัณฑ์เอนกประสงค์ที่ผลิตครั้งเดียว แต่สามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์หลายชนิด
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรไทยวางเรียงอยู่ในลายเส้นที่คร่อมอยู่ด้านบนและ ด้านล่างเพื่อสื่อถึงบ้านตามตราสินค้า แสดงถึงความอ่อนช้อย ภาพประกอบ : ใช้ภาพจริงของผลิตภัณฑ์ทั้งสามชนิดที่เป็นชื่อสินค้ามา จัดเรียงแบบแนวรอบกล่องด้านล่าง โทนสี : ใช้โทนสีเหลือง ส้ม น้ำตาล คกลมุโทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10 กล้วยกรอบแก้ว



ตราสินค้า	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านสะก้า
ชื่อสินค้า	กล้วยกรอบแก้ว
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านสะก้า จังหวัดปัตตานี
ขนาดบรรจุ	200 g
ราคา	55 บาท
จุดขาย	เหมาะสำหรับเป็นของฝาก จากปัตตานี
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของฝากในท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ขนาดบรรจุ 200 g Primary Package : ถุงพลาสติก ซึ่ลปิดผนึกด้านบน Secondary Package : กล่องกระดาษแข็งพับได้มีที่หิ้วในตัว เจาะช่องด้านหน้ามีลักษณะเป็นเรื่องราวเกี่ยวข้องกับกราฟฟิก
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรไทยวางเรียงเน้นความสำคัญของบ้านสะก้ามากกว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และมีคำว่าตราอยู่ในกรอบย่อมุม ทั้งหมดอยู่ด้านล่างใต้หลังคาน้ำจ้วมีใช้สีสลับกัน แดง-ขาว ภาพประกอบ : ใช้ภาพวาดต้นกล้วยต้นเล็กใหญ่ให้ใบมีส่วนยื่นลงมาที่ช่องด้านหน้าและมีภาพกล้วยเหมือนจริงเหลือมกับช่องเช่นเดียวกันทั้งด้านหน้าและด้านหลังส่วนด้านข้างปูพื้นสีเหลือง โทนสี : ใช้โทนสีเหลือง เขียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน

3.1 กล้วยกวน น้ำว่า



ตราสินค้า	น้ำว่า
ชื่อสินค้า	กล้วยกวน
ผู้ผลิต	โครงการผลไม้แปรรูป อุดสาหกรรมกรรมการเกษตรเขาค้อ
ขนาดบรรจุ	100 g
ราคา	35 บาท
จุดขาย	
สถานที่จำหน่าย	ดอยคำ
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กล่องพลาสติก แบบมีฝาปิด ทรงเหลี่ยม ติดสติ๊กเกอร์วงกลมด้านบน
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : ตัวอักษรเป็นลายเส้นเข้าใจง่าย ภาพประกอบ : ภาพกล้วย 1 ผลปอกเปลือกเป็น Background ลง ๆ ด้านหลัง โทนสี : โดยรวมเป็นสีเขียวเหลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 กล้วยเกร็ดแก้ว



ตราสินค้า	Nu Dang
ชื่อสินค้า	กล้วยเกร็ดแก้ว
ผู้ผลิต	บริษัทสวีทไทย คอนเฟคชันนารี จำกัด
ขนาดบรรจุ	22 g
ราคา	
จุดขาย	เป็นลักษณะเหมือนท็อฟฟี่กล้วย
สถานที่จำหน่าย	Top supermarket
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ซองพลาสติกแยกเป็นหน่วยย่อย ก่อนบรรจุลงในซองพลาสติกใหญ่อีกชั้นหนึ่ง
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : ตัวอักษร Nu Dang ใช้สีต่างกันเป็น 2 สี เป็นตัวอักษรแบบโค้งมน มีรูปหนูแดงเป็นกราฟฟิก illustrate ภาพประกอบ : ภาพกล้วยน้ำว้าทั้งหวี และรูปผลิตภัณฑ์ โทนสี : เหลืองเข้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 กล้วยกวน ทิพย์เกษร



ตราสินค้า	ทิพย์เกษร
ชื่อสินค้า	กล้วยกวน
ผู้ผลิต	ถ. ต. อ. จ. ลำปาง
ขนาดบรรจุ	100 g
ราคา	
จุดขาย	กล้วยกวนแบบบรรจุใส่กล่อง
สถานที่จำหน่าย	TOPS supermarket
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อด้วยกระดาษแก้วบรรจุถุงพลาสติก ก่อนบรรจุลงกล่องกระดาษ (Folding carbon) มีเจาะช่องหน้าต่างด้านหน้า
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : มีกาแลเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าภาคเหนือ ภาพประกอบ : เป็นภาพผลกล้วยต่าง ๆ เป็น Background

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 กล้วยกวน



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	กล้วยกวน
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้าน บ้านไร่
ขนาดบรรจุ	๖๖๖๖๖๖
ราคา	
จุดขาย	บรรจุภัณฑ์วัสดุธรรมชาติ
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของฝาก
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กล้วยกวนห่อด้วยเซลโลเฟน และห่อด้วยใบตอง แห่งอีกชั้นหนึ่งก่อนบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ประเภทสาน (ชะลอม) จาก วัสดุธรรมชาติ ฉลาก : ติดฉลากกระดาษ
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : แสดงรายละเอียดด้วยตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลืองส้มทั้งหมด ใช้ ตัวอักษรแบบเดียวกันทั้งหมด ภาพประกอบ : มีรูปกล้วยปอกเปลือก 1 ผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 กล้วยกวน



ตราสินค้า	เลมอนฟาร์ม
ชื่อสินค้า	กล้วยหอมทองกวน
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้าน 5 จังหวัด (ประจวบคีรีขันธ์, เพชรบุรี, ราชบุรี, ชุมพร และ ปทุมธานี)
ขนาดบรรจุ	100 g
ราคา	15 บาท
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์
สถานที่จำหน่าย	Lemonfarm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	<p>Primary Package : ห่อด้วยกระดาษเคลือบและห่อด้วยกระดาษพิมพ์ลายอีกครั้ง</p> <p>Secondary Package :</p> <p>(รูปซ้าย) ถุงพลาสติกซีลปิดด้านบน รัดด้วยลวดรัดพลาสติก</p> <p>(รูปขวา) ของพลาสติกสกรีนสีเขียวขุ่นเว้นช่องใส่ไว้ด้านหน้า</p> <p>ฉลาก : (รูปซ้าย) กระดาษสติ๊กเกอร์พิมพ์ 2 สีเขียวเข้ม-อ่อน</p> <p>(รูปขวา) สติ๊กเกอร์พิมพ์ 2 สีเขียว-ขาว เป็นแถบยาวติดพาดของพลาสติกจากด้านหน้าไปด้านหลัง</p>
ลักษณะกราฟฟิก	<p>โลโก้ : เป็นลักษณะกราฟฟิกของโลโก้เลมอนฟาร์ม</p> <p>โทนสี : โทนสีเขียว</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

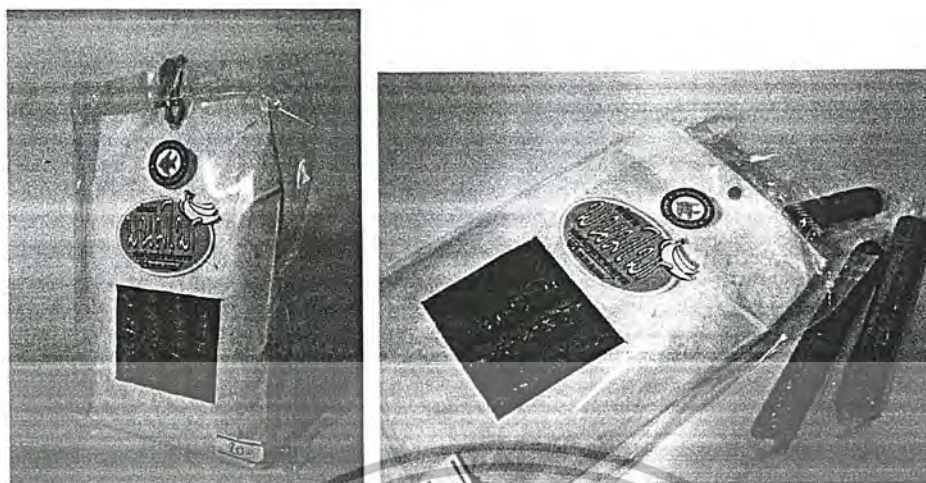
3.6 กล้วยกวน



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	กล้วยกวน
ผู้ผลิต	บ้านใหม่ ม.6 ต.จางแดง
ขนาดบรรจุ	-
ราคา	20
จุดขาย	บรรจุภัณฑ์เลียนแบบวัดสุทธธรรมชาติดูน่ารับประทาน
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของในท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กล้วยกวนห่อด้วยเซลโลเฟน และห่อพลาสติกอีกชั้นหนึ่งก่อนมัดด้วยตอรวมกันเป็นพวง ฉลาก : ตัดฉลากกระดาษคล้องก้านด้วยหารเย็บติด
ลักษณะกราฟฟิก	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

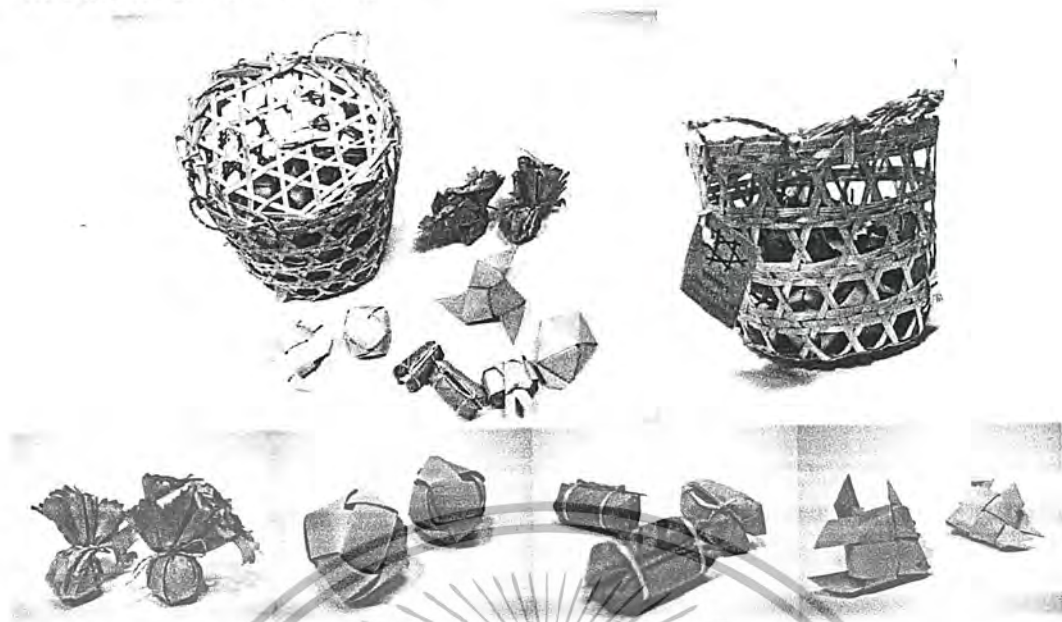
3.7 ก๊วยกวนแห้ง



ตราสินค้า	พนมไพร
ชื่อสินค้า	ก๊วยกวน
ผู้ผลิต	กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารตำบลเขารวก
ขนาดบรรจุ	20
ราคา	20
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะใหม่เป็นแบบแห้ง
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของในท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ก๊วยกวนห่อด้วยเซลโลเฟน Secondary Package : ซองกระดาษจากกระดาษเจาะช่องสี่เหลี่ยม ด้านหน้า บรรจุลงในถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่งแล้วเจาะรูสำหรับร้อยเชือก ฉลาก : สติ๊กเกอร์กระดาษวงรีปะบนถุงพลาสติก
ลักษณะกราฟฟิก	เน้นชื่อสินค้าขนาดใหญ่อยู่ตรงกลางมีรูปก๊วยกวนเป็นภาพวาดใช้โทนสีสดใส ส้ม-เหลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8 กล้าวกานและผลไม้กาน “ชลดดา”

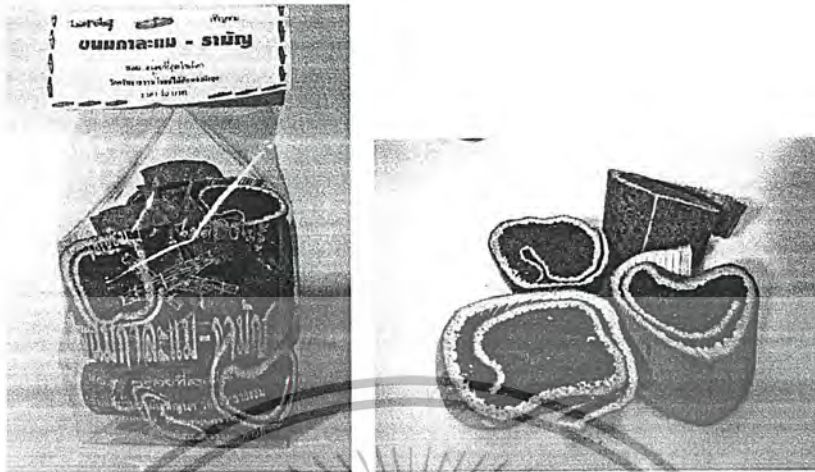


ตราสินค้า	ชลดดา
ชื่อสินค้า	(ขนมโบราณ ตำนานล้านนา)
ผู้ผลิต	ชลดดา
ขนาดบรรจุ	๗๗๗๗๗
ราคา	85 บาท
จุดขาย	ใช้วัสดุธรรมชาติด้วยกรรมวิธีแบบดั้งเดิม
สถานที่จำหน่าย	Lemonfarm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อด้วยเซลโลเฟนและห่อด้วยใบลานเป็นรูปแบบต่างๆแบ่งตามประเภทผลไม้ Secondary Package : บรรจุใส่บรรจุภัณฑ์ ประเภทสานจากวัสดุธรรมชาติ ร้อยเชือกผูกฉลาก
ลักษณะกราฟฟิก	ลักษณะพื้นบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) ผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง

4.1 กาละแม รามัญ



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	ขนมกาละแม-รามัญ
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านสามัญพัฒนา วัดศรีท้าวธรรม
ขนาดบรรจุ	
ราคา	20
จุดขาย	ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะที่น่าสนใจ
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของในท้องถิ่น
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติก ปิดซีลด้านบน ฉลาก : กระดาษสีเหลืองพิมพ์สีน้ำเงินพับงับปากถุงได้ด้วยการเย็บติด และมีการสกรีน สีเขียวบนถุงแสดงรายละเอียดของสินค้า ผู้ผลิต
ลักษณะกราฟฟิก	ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนใหญ่มีภาพของขนมเป็นลายเส้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ทูเรียนทอดกรอบ



ตราสินค้า	MR.TONG
ชื่อสินค้า	ทูเรียนทอดกรอบ
ผู้ผลิต	บริษัท ทองอินดีส์ตรี กรุ๊ป จำกัด
ขนาดบรรจุ	25 g
ราคา	5 บาท
จุดขาย	ทูเรียนทอดกรอบในรูปแบบใหม่
สถานที่จำหน่าย	7-11
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ซองอลูมิเนียมฟอยล์
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : เป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ สีแดงขอบขาว, ดำ ภาพประกอบ : ภาพทูเรียนผ่าซีก โทนสี : ใช้มีเหลืองส้มเป็นสีพื้น ตัดด้วยสีดำ, แดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 เฟือกทอดกรอบ



ตราสินค้า	DUNY / ดูนี
ชื่อสินค้า	(ผลไม้แปรรูปและขนมไทย) เฟือกกรอบเค็ม
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี บุญสวัสดิ์ สแน็คแอนด์สวีท จำกัด จัดจำหน่าย
ขนาดบรรจุ	45 g
ราคา	10 บาท
จุดขาย	เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่เด็ก
สถานที่จำหน่าย	7 - 11
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติกเคลือบลามิเนต แบบมีก้นถุง Screen ลาย มีเว้นช่องหน้าต่างตรงกลางเป็นรูปกรอบคำพูด ด้านหลังมี กรอบวงกลมเว้นไว้ เพื่อเป็นตำแหน่งติดฉลากด้านหลัง
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : ใช้ตัวอักษรสีดำตัวใหญ่เล็กต่างกัน มีกรอบเป็นลายเส้นยุ่งโดย รอบ ภาพประกอบ : เป็นภาพเด็กผู้หญิงอยู่ด้านหน้า ส่วนพื้นหลัง เป็นรูป กราฟฟิกลายเส้นผลไม้ที่นำมาแปรรูปอยู่ทั่วทั้งถุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

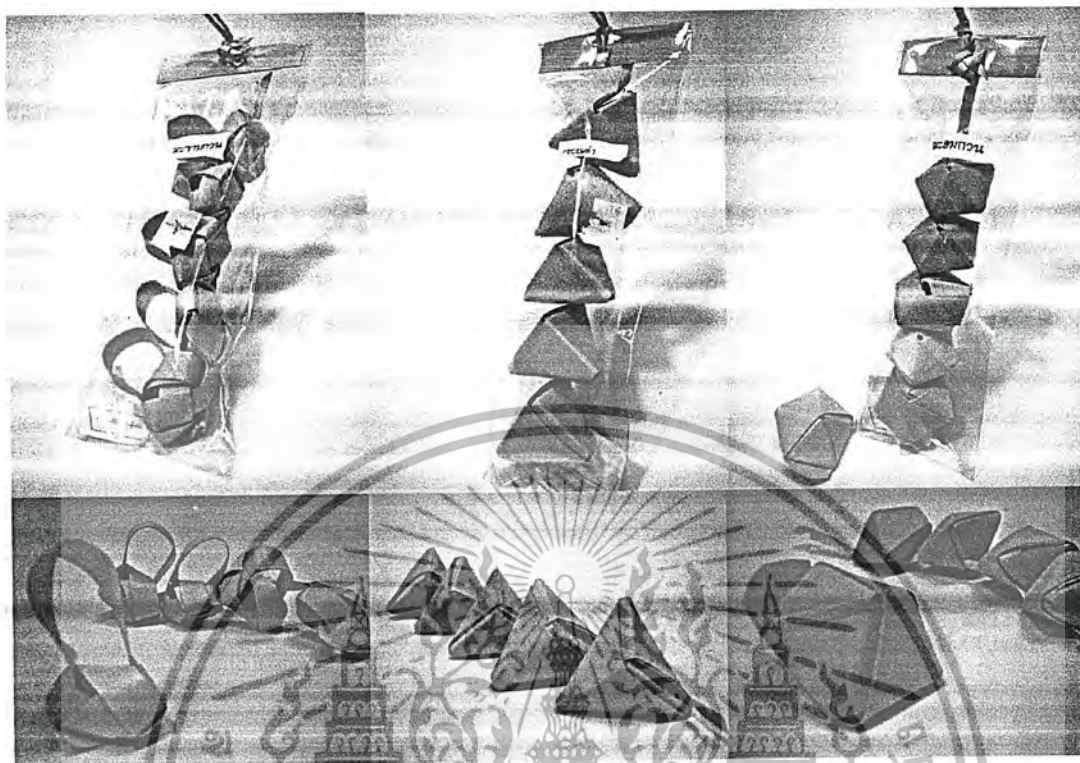
4.4 กล้วยหยี



ตราสินค้า	Green X
ชื่อสินค้า	กล้วยหยี
ผู้ผลิต	Green X
ขนาดบรรจุ	
ราคา	25 บาท
จุดขาย	กล้วยหยี
สถานที่จำหน่าย	ร้าน Green - X ในห้างสรรพสินค้า
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถุงพลาสติกพับเป็นทรงกล้วยแหลม ปิดผนึกด้านบน และผูกด้วยเชือก ฉลาก : ติดฉลากด้วยกระดาษ
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : โบของผักตัวอักษรสีเขียวเรียงต่อกัน ไม่ใช่ภาพประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ผลไม้กวน



ตราสินค้า	-
ชื่อสินค้า	ส้มแปรรูปกวน, มะยมกวน, ขนุนกวน, มะขามกวน, กะละแมดำ ฯลฯ
ผู้ผลิต	ชลลดา
ขนาดบรรจุ	-
ราคา	20 บาท
จุดขาย	เป็นบรรจุภัณฑ์ จากวัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญาไทย
สถานที่จำหน่าย	Lemonfarm
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อด้วยเซลโลเฟน Secondary Package : ห่อด้วยไบลาน Third Package : บรรจุของพลาสติกด้านบน เจาะรูร้อยเชือกคล้องกับไบลาน ฉลาก : ติดฉลากกระดาษแสดงชื่อผลิตภัณฑ์
ลักษณะกราฟฟิก	ไม่มีการใช้กราฟฟิกตกแต่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประเภทอาหาร มีปัจจัยที่ต้องพิจารณาคือ คุณลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น เป็นอาหารสดหรืออาหารที่ได้รับการแปรรูปแล้ว อันดับต่อมา คือ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่จะหาได้ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมกับสถานะตลาด พร้อมทั้งรักษาคุณภาพของอาหารได้ตามอายุขัยที่ต้องการ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาคูณสมบัติของอาหารว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น แดกหักง่าย นิ่ม แข็ง ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปแบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม แช่อิ่ม ผลิตภัณฑ์กวน หยี ผลิตภัณฑ์เคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว และผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริก

2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

วัสดุบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทอบ/ตากแห้ง

ผลิตภัณฑ์ประเภทอบ/ตากแห้ง มีคุณสมบัติทางกายภาพมีความยืดหยุ่นสูง ผิวนิ่มไม่แข็ง และ มีความชื้นสูง โดยมากมักยังคงเป็นชิ้นของวัตถุดิบใกล้เคียงกับตอนที่สดอยู่ในเนื้อของอาหารประเภทเชื่อมและแช่อิ่มประกอบด้วยส่วนประกอบของน้ำตาล ส่วนอาหารประเภทหมักดองด้วยกรดจะมีคุณสมบัติเป็นกรดอ่อนๆ

ลักษณะการเสื่อมเสียเกิดได้จากการปลอมปนของเชื้อรา และจุลินทรีย์ การเปลี่ยนสีเข้มขึ้น อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางเคมีภายในตัวอาหารเอง การกัดแทะของแมลง คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์จึงต้องมิดชิดไม่ให้อากาศเข้าออกได้ และทนสภาพความเป็นกรดได้พอสมควร

วัสดุบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทกวน หยี

ผลิตภัณฑ์ประเภทกวน หยี มีคุณสมบัติทางกายภาพคล้ายกับผลิตภัณฑ์หมักดอง เชื่อม แช่อิ่ม คือมีความยืดหยุ่นสูง ผิวนิ่มไม่แข็ง และ มีความชื้นสูง แต่จะมีความแตกต่างกันคือจะไม่คงเค้าโครงเดิมของวัตถุดิบ โดยจะผ่านการกวนจนเหลวแล้วนำมาขึ้นรูปใหม่

ลักษณะการเสื่อมเสียเกิดได้จากการปลอมปนของเชื้อรา และจุลินทรีย์ การเปลี่ยนสีเข้มขึ้น อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติทางเคมีภายในตัวอาหารเอง การกัดแทะของแมลง และการระเหยแห้งของความชุ่มชื้นในพื้นที่ผิวทำให้แห้งแข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

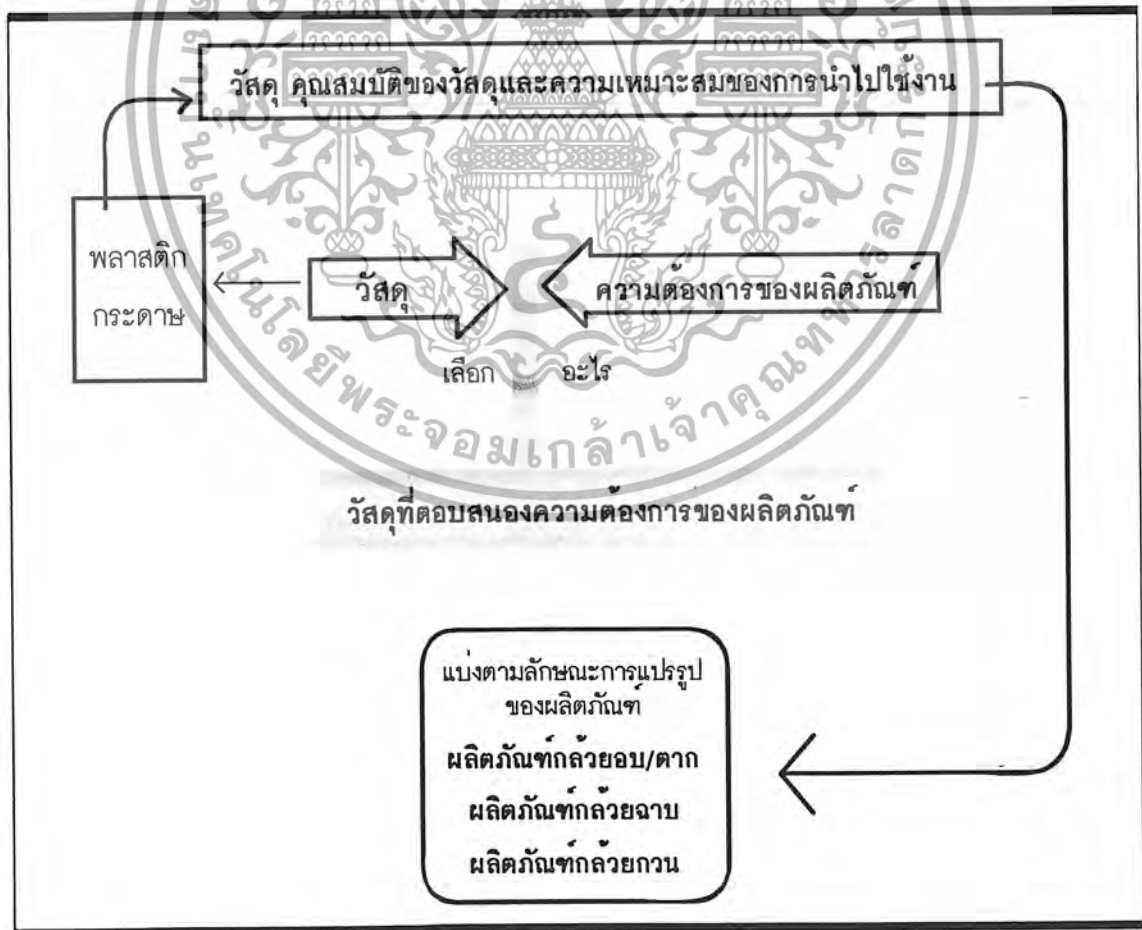
โดยมากควรบรรจุเป็น 2 ชั้น โดยห่อด้วยกระดาษหรือพลาสติกบางๆเป็นชั้นแรก ก่อนที่จะบรรจุลงกล่องหรือถุงอีกชั้น วัสดุที่เหมาะสมที่นำมาทำเป็นบรรจุชั้นในใช้ห่ออาหารควรเป็นวัสดุที่มีผิวเรียบมันไม่ให้เกิดเนื่ออาหาร ได้แก่ แผ่นพลาสติกชนิดบาง หรือกระดาษไข ส่วนวัสดุที่เหมาะสมสำหรับบรรจุชั้นนอกควรจะมีมิติไม่ให้อากาศผ่านเข้าออก และทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ ได้พอสมควร

วัสดุบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เคลือบ ฉาบ อบ ตาก ทอด คั่ว

คุณสมบัติทางกายภาพเป็นอาหารแห้ง แข็ง ร่วน กรอบ และแตกหักได้ง่าย มีส่วนประกอบเป็นน้ำมันมาก

ความเสี่ยงที่พบบ่อยที่สุดคือเกิดจากการกระทบกระเทือนทำให้อาหารแตกหักเสียรูปทรง รongลงมาคือความชื้นคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์จึงควรมีความแข็งแรงเพียงพอที่จะป้องกันความเสียหายภายใน และป้องกันความชื้นได้ดี

2.7.2 วิเคราะห์เรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า การพิจารณาหาวัสดุที่ตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์นั้นต้องพิจารณาจากความต้องการ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และตรงช่วงซึ่งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถสรุปความต้องการของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	ความคุ้มครองที่ต้องการ
กล้วยอบ/ตาก	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ป้องกันอากาศ - ทนกรดอ่อนๆ - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทกทำให้ ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง
กล้วยฉาบ	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ทนไขมันได้ - ป้องกันก๊าซได้(กันหืน) - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทก
กล้วยกวน	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ทนกรดอ่อนๆ - ป้องกันความชื้นของพื้นผิวระเหย - เก็บรักษาไว้ได้ 2-3 เดือน

บรรจุภัณฑ์พลาสติก

บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
<p>เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)</p>
<p>PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)</p>
<p>PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)</p>
<p>OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)</p>
<p>PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)</p>
<p>PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)</p>
<p>OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)</p>
<p>กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
หมายเหตุ รายละเอียดวัสดุบรรจุภัณฑ์จะขอแสดงไว้ในภาคผนวก

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.8.1 พระราชบัญญัติอาหาร เรื่อง ฉลาก

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

(ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543

เรื่อง ฉลาก

โดยเป็นการสมควรปรับปรุงกฎกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 5 และมาตรา 6 (10) แห่งพระราชบัญญัติอาหารพ.ศ.2522 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติต่างประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 35 มาตรา 48 และมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ให้ยกเลิก

- (1) ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน 2525
- (2) ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) ลงวันที่ 30 กันยายน 2528

ข้อ 2 ให้อาหารดังต่อไปนี้ต้องมีฉลาก

- (1) อาหารควบคุมเฉพาะ
- (2) อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
- (3) อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้ต้องมีฉลาก
- (4) อาหารอื่นนอกจากอาหารตาม (1) (2) และ (3)

ข้อ 3 ฉลากของอาหารที่จำหน่ายต่อผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยแต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ และต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้ เว้นแต่สำนักคณะกรรมการอาหารและยาจะยกเว้นให้ไม่ต้องระข้อความหนึ่งข้อความใด

- (1) ชื่ออาหาร
 - (2) เลขสารบบอาหาร
 - (3) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปสำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และประเทศผู้ผลิตสำหรับอาหารนำเข้าแล้วแต่กรณี สำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศอาจแสดงชื่อและที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปอาหารก็ได้
 - (4) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก
- 4.1) อาหารที่เป็นของแข็งให้แสดงน้ำหนักสุทธิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 4.2) อาหารที่เป็นของเหลวให้แสดงปริมาตรสุทธิ
- 4.3) อาหารที่มีลักษณะครึ่งแข็งครึ่งเหลว อาจแสดงเป็นน้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิก็ได้
- 4.4) อื่นๆแสดงเป็นน้ำหนักสุทธิ

กรณีที่อาหารมีส่วนผสมเป็นชิ้นเนื้อหรือเนื้ออาหารผสมอยู่กับส่วนผสมที่เป็นน้ำหรือของเหลว และแยกกันอย่างชัดเจนให้แสดงปริมาณน้ำหนักเนื้ออาหาร (drained weight) เว้นแต่อาหารที่ไม่อาจแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำหรือของเหลวนั้นได้

(5) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณร้อยละของน้ำหนักถนอม ยกเว้นส่วนประกอบของอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงเป็นร้อยละของน้ำหนัก และให้แสดงเรียงลำดับปริมาณจากมากไปน้อย กรณีเป็นอาหารซึ่งต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภค ตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงส่วนประกอบที่สำคัญดังกล่าวของอาหารเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก

(6) ข้อความว่า"ใช้วัตถุดิบเสีย"ถ้ามีการใช้

(7) ข้อความว่า"เจือสีธรรมชาติ"หรือ"เจือสีสังเคราะห์"ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี

(8) ข้อความว่า"ใช้.....เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร" (ความที่เว้นไว้เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหารที่ใช้)

(9) ข้อความว่า"ใช้.....เป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล" (ความที่เว้นไว้เป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาลที่ใช้) ด้วยขนาดตัวอักษรที่ไม่เล็กไปกว่า 2 มิลลิเมตร สีของตัวอักษรติดกับสีของพื้นฉลาก

(10) ข้อความว่า"แต่งกลิ่นธรรมชาติ"แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ"แต่งกลิ่นสังเคราะห์"แต่งรสธรรมชาติ"หรือแต่งรสเลียนธรรมชาติ"ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี

(11) วันเดือนและปีที่ผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค หรือวันเดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดี โดยมีข้อความว่า"ผลิต"หมดอายุ"หรือ"ควรบริโภคก่อน"กำกับไว้ด้วยแล้วแต่กรณีดังต่อไปนี้

(11.1) วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 90 วัน

(11.2) เดือนและปีที่ผลิตหรือวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้เกิน 90 วัน

(11.3) วันเดือนและปีที่ผลิตและวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับ

อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดการแสดงข้อความตาม(11.1) (11.2)และ(

11.3) จะต้องแสดงให้เรียงตามลำดับของวันเดือนปีตามที่กำหนดกรณีการแสดงเดือนอาจแสดงโดยใช้ตัว

อักษรแทนได้สำหรับวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคอาจแสดงวันเดือนและปีที่ควรบริโภคก่อนแทนได้

(12) คำแนะนำในการเก็บรักษา(ถ้ามี)

(13) วิธีปรุงเพื่อรับประทาน(ถ้ามี)

(14) วิธีใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับปรุงอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อนหรือบุคคลกลุ่มใด

ใช้โดยเฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(15) ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้มีสำหรับอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดฉลากของอาหารตามข้อ 2(4) อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตาม(1)(3)(4)และ(11)

ข้อ 4 ฉลากของอาหารที่ได้จำหน่ายต่อผู้บริโภคแต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหารให้แสดงฉลากตามข้อ 3 เว้นแต่ในกรณีที่มีคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดตามข้อ3(5)ถึง3(10)และ3(15)อยู่แล้ว จะแสดงข้อความเพียงข้อ 3(1)ถึง3(11)ก็ได้

ข้อ 5 ฉลากของอาหารที่ได้จำหน่ายต่อผู้บริโภคและมีข้อความที่ต้องแสดงฉลากตามข้อ3หรือข้อ4 ต้องมีข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารที่นำเข้าอาจแสดงข้อความภาษาอังกฤษก็ได้ และอย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

(1)ชื่อและประเภทหรือชนิดของอาหาร

(2)เลขสารบบอาหาร

(3)ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

(4)ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตสำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและประเทศผู้ผลิตสำหรับอาหารนำเข้า แล้วแต่กรณีสำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศ อาจแสดงชื่อและที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของผู้ผลิตได้

ข้อ 6 ฉลากของอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออกอาจแสดงข้อความภาษาไทยก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องระบุ

6.1 ประเทศผู้ผลิต

6.2 เลขสารบบอาหาร (ถ้ามี)

ข้อ 7 ฉลากของอาหารดังต่อไปนี้ ต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาตรวจอนุมัติให้ใช้ก่อนนำไปใช้

(1) อาหารควบคุมเฉพาะ

(2) อาหารอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

ฉลากของอาหารที่ได้รับอนุญาตให้ใช้แล้ว ต้องแสดงเลขสารบบอาหารตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ที่ฉลาก

ข้อ 8 การแสดงเลขสารบบอาหารสำหรับอาหารตามข้อ 2(1) ข้อ2(2)และข้อ2(3)ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

ข้อ 9 ฉลากของอาหารต้องปิด ติดหรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุและหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองเห็นได้ชัดเจน โดยมีขนาดของฉลากสัมพันธ์กับพื้นที่ของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อนั้นๆ

ข้อ 10 ฉลากของอาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมระหว่างอาหารกับข้อความ รูป รูป ภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 11 ฉลากที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้าไม่ว่าจะเป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลากต้อง

- (1) ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรหรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ
- (2) ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหารหรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นหารหลอกลวงให้เกิดการหลงเชื่อ
- (3) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุประสงค์ตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในอาหารโดยที่มีวัตถุประสงค์นั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่มีอาจแสดงสรรพคุณได้

ข้อ 12 ข้อความในฉลากต้องมีลักษณะเห็นได้ชัดเจนและอ่านได้ง่าย การแสดงข้อความตามข้อ 3(1)ข้อ3(4) และข้อ3(11) ให้แสดงในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน กรณีการแสดงข้อความในข้อ 3(11)ไว้ด้านล่างของภาชนะต้องมีข้อความที่ฉลากนั้นว่าจะดูวันเดือนปีผลิต เดือนและปีผลิต วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค หรือวันเดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดีได้ที่ไหน

ข้อ 13 การแสดงสีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลากต้องใช้สีที่สตัดกัน ซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดของตัวอักษรต้องสัมพันธ์กับขนาดของพื้นที่ฉลาก เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดของตัวอักษร ตำแหน่ง และแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนด

- (1) เลขสารบบอาหาร
- (2) ข้อความตามข้อ3(15)

ข้อ14 ฉลากที่มีเครื่องหมายทางการค้าแสดงไว้สำนักงานคณะกรรมการอาหารอาจกำหนดให้ระบุคำว่า "ตรา"หรือ"เครื่องหมายการค้า"กำกับเครื่องหมายการค้าเอาไว้ด้วยทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหารนั้น

ข้อ 15 ชื่ออาหารตามข้อ 3(1) ต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิด หรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือสื่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย และมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวอน ขนาดตัวอักษรใกล้เคียงกัน อ่านได้ชัดเจน และให้ใช้ชื่ออย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ
- (2) ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร
- (3) ชื่อทางการค้า การใช้ชื่อนี้ต้องมีข้อความแสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่ออาหารด้วย โดยจะอยู่ในบรรทัดเดียวกับชื่อทางการค้าก็ได้ และจะมีขนาดตัวอักษรต่างกับชื่อทางการค้าก็ได้ แต่ต้องสามารถอ่านได้ชัดเจน เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารกำหนดให้ระบุข้อความหนึ่งข้อความใดประกอบชื่ออาหาร เช่น สารที่ใช้บรรจุ (Packing

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

media) กรรมวิธีการผลิต รูปลักษณะของอาหาร ชนิดของส่วนของพืช หรือส่วนที่เป็นต้นกำเนิดของอาหาร

ข้อ 16 ให้ใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2525 แก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ.2528)เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2528 และฉบับที่เกี่ยวข้องซึ่งออกให้ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับยังคงใช้ต่อไปอีกสองปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 17 ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า ซึ่งอาหารได้รับอนุญาตอยู่ก่อนวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ ยื่นคำขอรับสารบบอาหาร ภายในหนึ่งปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ และเมื่อได้ยื่นคำขอดังกล่าวแล้วให้คงใช้ฉลากเดิมที่เหลืออยู่ต่อไปจนกว่าจะหมดแต่ต้องไม่เกินสองปี นับแต่วันประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ 18 ประกาศนี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป ประกาศ ณ วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2543

2.8.2 รหัสแท่งหรือบาร์โค้ด

รหัสแท่งหรือบาร์โค้ดเป็นเลขหมายประจำสินค้า ผู้ประกอบใดที่ได้ลงทะเบียนกับสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทยจะได้หมายเลขประจำขององค์กร และเมื่อองค์กรนั้นกำหนดหมายเลขจำนวน 5 หน่วยให้แก่สินค้าแล้ว หมายเลขประจำสินค้านั้นๆ จะเป็นหมายเลขเฉพาะของสินค้านั้นๆ โดยไม่มรสินค้าใด ๆ ในโลกนี้จะมีหมายเลขซ้ำกันอีก เนื่องจากมีจากจัดระบบการให้หมายเลขเป็นระบบเดียวกันทั้งโลก แม้ว่าในปัจจุบันนี้มีระบบ UPC ของสหรัฐและ EAN ของยุโรป แต่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงกันที่จะรวม 2 ระบบใหญ่นี้ให้เป็นระบบเดียวในอนาคตอันใกล้

รหัสแท่งที่ทางสำนักมาตรฐานอุตสาหกรรมอนุมัติให้ใช้กับสินค้าอุปโภคในประเทศไทยเป็นระบบทางยุโรป (EAN) ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ส่วนที่สำหรับให้คอมพิวเตอร์อ่าน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ ประกอบด้วยเส้นสีเข้มและสีอ่อนที่มีความกว้างแตกต่างกัน

2. ส่วนที่เป็นเลขอารบิก เป็นตัวเลขที่มีไว้อ่าน พิมพ์อยู่ตรงส่วนล่าง ประกอบด้วย 13 ตัวเลข มีความหมายดังนี้

2.1 ตัวเลข 3 ตัวแรก เป็นเลขหมายของแต่ละประเทศหรือสินค้าพิเศษ เช่น 885 เป็นเลขหมายประจำประเทศไทย หรือ 978-979 เป็นหมายเลขที่ใช้กับหนังสือที่รู้จักกันในนามของ ISBN โดยหนังสือของเมืองไทยได้กำหนดเป็นหมายเลข 974

2.2 ตัวเลข 4 ตัวถัดมา เป็นเลขรหัสประจำขององค์กรที่สมัครกับสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย การกำหนดมีระบบแน่นอนเพื่อป้องกันรหัสสมาชิกซ้ำกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ตัวเลข 5 ตัวหลังถัดจากตรงเส้นคั่นกลาง คือ หมายเลขประจำตัวสินค้าที่ตั้งขึ้นเอง

2.4 ตัวเลขสุดท้าย เป็นตัวตรวจสอบของคอมพิวเตอร์ เพื่อพิสูจน์ว่าตัวเลขที่อยู่ข้างหน้านั้นถูกต้องหรือไม่

2.8.3 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กกล้วยอบ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกล้วยอบ

1. ขอบข่าย

1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้กำหนด ส่วนประกอบ คุณลักษณะที่ต้องการ วัตถุประสงค์ เจือปนอาหาร สุขลักษณะ ภาชนะบรรจุ ปริมาณ เครื่องหมายและฉลาก การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน และการตรวจสอบและการวิเคราะห์หากล้วยอบ

2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 กกล้วย หมายถึง ผลไม้ที่ชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า มูซา ซาเปียนตัม ลินน์. (Musa aspiantum Linn.) เช่น กกล้วยน้ำว้า กกล้วยไข่ กกล้วยหอม กกล้วยหักมุก

2.2 กกล้วยอบ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่ากกล้วยตาก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำกล้วยที่แก่และสุกพอดี ปอกเปลือกแล้วทำให้แห้งโดยใช้ความร้อนช่วย (อบ) หรือวิธีธรรมชาติ (ตาก) จนได้ปริมาณความชื้นที่เหมาะสม

3. ส่วนประกอบ

ส่วนประกอบที่ใช้ในการทำกล้วยอบ ต้องมีสมบัติเหมาะสมต่อกรบริโภคและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

3.1 ส่วนประกอบหลัก

3.1.1 กกล้วย

3.2 ส่วนประกอบอื่นที่อาจมีได้ เช่น น้ำเชื่อม น้ำผึ้ง หรือเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสอื่น

4. คุณลักษณะที่ต้องการ

4.1 ลักษณะทั่วไป

4.1.1 สี ต้องมีสีตามธรรมชาติของกล้วยอบ

4.1.2 กลิ่นรส ต้องมีกลิ่นรสตามธรรมชาติของกล้วยอบหรือ ส่วนประกอบที่ใช้ปรุงแต่ง

กลิ่นรส (ถ้ามี) ปราศจากกลิ่นรสที่นำรังเกียจอื่นใด เมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนแล้วต้องได้คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉลี่ยจากผู้ตรวจสอบทุกคนไม่น้อยกว่า 3 คะแนน และต้องไม่ได้ 1 คะแนนจากผู้ตรวจสอบแต่ละคน

4.1.3 ลักษณะเนื้อ เนื้อต้องนุ่ม ไม่แข็งกระด้าง ไม่ละเอียด และไม่เหม็น เมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนแล้วต้องได้คะแนนเฉลี่ยจากผู้ตรวจสอบทุกคนไม่น้อยกว่า 3 คะแนน และต้องไม่ได้ 1 คะแนนจากผู้ตรวจสอบแต่ละคน

4.1.4 ปราศจากกลิ่นสกปรก แมลง และรอยกัดหรือรอยแทะซึ่งเกิดจากแมลงและสัตว์อื่น ๆ

4.2 ความสม่ำเสมอของขนาด น้ำหนักของกล้วยอบผลที่เล็กที่สุด และกล้วยอบผลที่ใหญ่ที่สุดในภาชนะบรรจุเดียวกันจะต่างกันได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของกล้วยอบผลที่ใหญ่ที่สุด

4.3 ข้อบกพร่องที่ยอมให้มีได้ในภาชนะบรรจุเดียวกัน

4.3.1 สีไม่สม่ำเสมอ มีได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผล

4.3.2 ผลปริแตก มีได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนผล

4.4 ความชื้น ต้องไม่เกินร้อยละ 21 โดยน้ำหนัก

5. วัตถุเจือปนอาหาร

5.1 ห้ามใช้วัตถุเจือปนอาหารทุกชนิด

6. สุขลักษณะ

6.1 สุขลักษณะในการทำกล้วยอบให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดสุขลักษณะสำหรับผลไม้แห้ง มาตรฐานเลขที่ มอก. 62

7. ภาชนะบรรจุ

7.1 ภาชนะบรรจุต้องสะอาด ปิดได้สนิท และผิวภายในของภาชนะต้องไม่ทำปฏิกิริยากับกล้วยอบ และไม่ขัดต่อประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องภาชนะบรรจุอาหาร

8. ปริมาณ

8.1 น้ำหนักสุทธิของกล้วยอบต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

9. เครื่องหมายและฉลาก

9.1 ที่ภาชนะบรรจุกล้วยอบทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

1) ชื่อผลิตภัณฑ์ (ระบุคำว่า "กล้วยอบ" หรือ "กล้วยตาก" ตามกรรมวิธีการผลิต)

2) ส่วนประกอบ

3) น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัมหรือกิโลกรัม

4) ชื่อผู้ทำหรือโรงงานที่ทำ หรือชื่อผู้บรรจุ หรือชื่อผู้จัดจำหน่าย พร้อมทั้งสถานที่ตั้ง หรือ

เครื่องหมายการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) เดือน ปี ที่ทำ

6) ประเทศที่ทำ

ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

9.2 ผู้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐานนี้ จะแสดงเครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นได้ ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

แนวทางการแสวงหาโอกาสมีกระบวนการความคิด ตามขั้นตอนดังนี้

- 1) แสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างจากปัจจัยพิจารณาเรื่องกล้ายและสถานการณ์บริโภค
- 2) โจทย์ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่เกิดขึ้นจากการประสมปัจจัยใน flipbook
- 3) วิเคราะห์หาประชากรในตลาดที่เพียงพอต่อ การผลิตผลิตภัณฑ์ การออกแบบ และการผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่ (งบประมาณที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อดังที่กล่าวไว้ในหัวข้อ 2.4.3)
- 4) โจทย์ที่มีความเป็นไปได้จริง

นำโจทย์ที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว 4 ขั้นตอนข้างต้นมาเป็นตัวอย่งในการเสนอแนวทางพัฒนาในกรณี 1 และ 2



ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่มีโอกาสเกิดจากการประสมปัจจัยพิจารณาด้วยวิธีมองต่างมุมในกรณี 1 และ 2

โจทย์ ได้มาจากโอกาสพัฒนาที่เกิดขึ้นจากการสับเปลี่ยน แผ่นพลิก (flipbook)* และประสมปัจจัยพิจารณาในเรื่องกล้ายและสถานการณ์บริโภค แต่ละปัจจัยย่อยมีตัวเลือกมากมายในที่นี้จะแสดงด้วยคำบรรยายและรหัส

แหล่งที่มา	กล้าย	การประูป	รูปทรง	วัย	เพศชื่อ	ความ สัมพันธ์ ผู้บริโภค	จำนวน ผู้บริโภค	สถานการณ์บริโภค	ชาติพันธุ์
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
แผ่นพลิก (flipbook) แสดงรายละเอียดเป็นลักษณะแผ่ออกมาอยู่ในหน้าถัดไป

กล้วย

สถานการณ์การบริโภค

แหล่งที่มา	กล้วย	การแปรรูป	รูปทรง	วัย	เหตุข้อ	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค	จำนวนผู้บริโภค	สถานการณ์บริโภค	ชาติพันธุ์			
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j			
พิษณุโลก	กล้วยน้ำว้า	อบ	แนวยาว	เด็ก	กินเอง	เพื่อน	1คน	กินเล่น ในอาคาร	เทศกาล	นั่งกิน	ไทย	
a1	b1	c1	d1	e1	f1	g1	h1	t1	p1	o1	m1	j1
ชุมพร	กล้วยเล็บมือนาง	ฉาบ	แนวขวาง	ผู้ใหญ่>20	ของฝาก	อาวุโสกว่า	2-4 คน	เดินทาง นอกอาคาร	ต่างถิ่น	เดินกิน	ต่างประเทศ	
a2	b2	c2	d2	e2	f2	g2	h2	t2	p2	o2	m2	j2
เพชรบุรี	กล้วยหักมุก	กวน	เส้น	ผู้ใหญ่>40	ของขวัญ	อย่างเป็นทางการ	> 4 คน	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ	
a3	b3	c3	d3	e3	f3	g3	h3	t3	p3	o3	m3	
กำแพงเพชร	กล้วยไข่	อื่นๆ	มัน									
a4	b4	c4	d4									
ปทุมธานี	กล้วยหอม		หึ่งลูก									
a5	b5		d5									
อื่นๆ	อื่นๆ		อื่นๆ									
a6	b6		d6									

2.9.2 การแปลรหัสเป็นศัพท์บรรยาย

1) จากมุมมองของผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปลักษณะเดิมกลับไปสู่สถานการณ์การบริโภค



ตัวอย่าง การแปลรหัสเป็นศัพท์บรรยายผลิตภัณฑ์กล้วยและสถานการณ์การบริโภค

d1 b1 c1 d5 e2 f2 g1 h1 io2 i1

เรียบเรียงเป็นโจทย์ได้ดังนี้ กล้วยนำว่าอบทั้งลูกผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ชื่อของฝากในโอกาสเขียน

จังหวัดพิษณุโลกให้เพื่อนบริโภคหนึ่งคน

หมายเหตุ โจทย์ที่เกิดขึ้นจะมีจำนวนมาก ทั้งที่สมเหตุสมผลและที่เป็นไปไม่ได้จากพื้นฐานความเป็นจริง เช่น d1 b1 c1 d5 e2 f2 g1 h1 io2 i1 จากรหัสชุดนี้ รหัส b1 และ c2 แปลได้ว่า กล้วยทั้งลูก ซึ่งขาดความเป็นจริง จึงไม่ควรนำโจทย์นั้นมาพิจารณา

2) จากมุมมองของสถานการณ์การบริโภค ไปสู่การหาผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปลักษณะใหม่



ตัวอย่าง การแปลรหัสเป็นศัพท์บรรยายผลิตภัณฑ์กล้วยและสถานการณ์การบริโภค

e2 f3 จอห์นกำลังจะไป

เรียบเรียงเป็นโจทย์ได้ดังนี้ ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ชื่อของขวัญให้ผู้อาวุโสกว่า 1 คน เนื่องในโอกาสเทศกาล เมื่อแปลรหัสสถานการณ์การบริโภคแล้วก็พิจารณาหาผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปในลักษณะใหม่ ที่จะสามารถรองรับสถานการณ์การบริโภคได้ อย่างเช่น กล้วยนำว่ากวมโรยงาวัดอุบลิจากจังหวัดพิษณุโลก

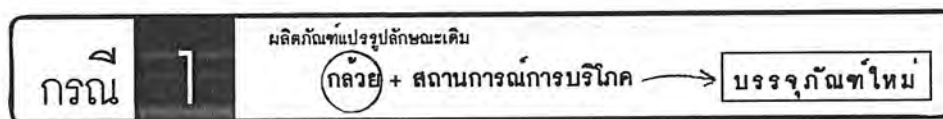
หมายเหตุ เมื่ออาศัยมุมมองจากสถานการณ์บริโภคเป็นเหตุ นำ จะเห็นโอกาสเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองเงื่อนไขความต้องการของสถานการณ์นั้น ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเป็นสิ่งที่คาดไม่ถึง และไม่เคยเห็นมาก่อน เช่น e1 f1 h1 i1 io2 i1 ... + ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น เมื่อผู้จัดทำนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า คำตอบ : ขนมหินเลนงายๆสะดวกมีปริมาณเพียงพอต่อครั้ง เช่น กล้วยฉาบดินช็อคโกแลต ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9.3 โจทย์ตัวอย่างที่นำมาเป็นกรณีศึกษาของโครงการ

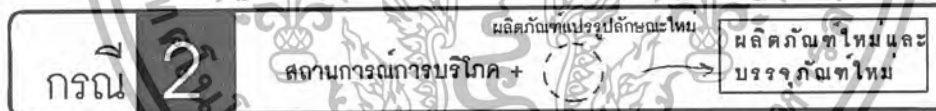
จะเรียงลำดับปัจจัยพิจารณา ดังนี้

- 1) จากมุมมองของผลิตภัณฑ์ที่กลายเป็นรูปลักษณะเดิมกลับไปสู่สถานการณ์การบริโภค



ชาติพันธุ์	ที่มา	การแปรรูป	วัย	โจทย์	ชื่อผลิตภัณฑ์
	กล้วย	รูปทรง ลักษณะปัญหา การบริโภค	เหตุข้อ ความสัมพันธ์ผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภค สถานการณ์บริโภค	ข้อได้เปรียบ (โอกาสเกิดแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์)	ราคา (บาท) ปริมาณการบรรจุ ประเภทบรรจุภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ จุดขาย

- 2) จากมุมมองของสถานการณ์การบริโภคไปสู่การหาผลิตภัณฑ์ที่กลายเป็นรูปลักษณะใหม่



ชาติพันธุ์	วัย	ที่มา	การแปรรูป	โจทย์	ชื่อผลิตภัณฑ์
	เหตุข้อ ความสัมพันธ์ผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภค สถานการณ์บริโภค	กล้วย	รูปทรง ปัญหา(การแปรรูป) ลักษณะปัญหา การบริโภค	ข้อได้เปรียบ (โอกาสเกิดแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์)	ราคา (บาท) ปริมาณการบรรจุ ประเภทบรรจุภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ จุดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณี 1

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม

กล้วย + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่

ชาติพันธุ์	ที่มา	กล้วย	การแปรรูป	รูปทรง	ลักษณะปัญหาการบริโภค	วัย	เหตุซื้อ	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค	จำนวนผู้บริโภค	สถานการณ์บริโภค
ไทย	ก1 พิษณุโลก	ก1 น้ำว้า	ก1 ก4 อบ	ก4 ก1 @	การบริโภคไม่สะดวก เลอะมือ, เหนียวจนแข็ง เก็บรักษาได้ไม่นาน	ก4 ผู้ใหญ่ >40	ก2 บริโภคเอง	ก3 เพื่อน	ก1 ก2 1 คน	○ ต่างถิ่น T กินเล่น M เดินกิน
	ก4 ชุมพร	ก4 เล็บมือนาง	ก2 ฉาบ	ก2 @	ไม่กรอบ, นิ่มเร็ว ไม่เป็นชิ้นพอตัด แตกหัก มีกลิ่นหืน	ก1 ก3 ผู้ใหญ่ >20	ก1 ก3 ก4 ของฝาก	ก1 อาวุโสกว่า	ก4 ก3 2-4 คน	○ ต่างถิ่น
	ก2 เพชรบุรี	ก2 หัทธมน	ก3 กวน	ก3 (รูปทรงอิสระ)	เหนียวเกินไป, ติดฟัน สีเข้มดูไม่น่ากิน แคะรับประทานยาก	ก2 เด็ก	ก4 ของขวัญ	ก4 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในสำนักงาน)	> 4 คน	○ ต่างถิ่น
ต่างประเทศ	ก3 ปทุมธานี	ก3 หอม	ก3 กวน	ก3 (แท่ง)	เหนียวเกินไป, ติดฟัน สีเข้มดูไม่น่ากิน	ก2 ผู้ใหญ่	ก4 ของฝาก	ก4 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในสำนักงาน)	> 4 คน	○ ต่างถิ่น
	ก3 ปทุมธานี	ก3 หอม	ก3 กวน	ก3 (แท่ง)	เหนียวเกินไป, ติดฟัน สีเข้มดูไม่น่ากิน	ก2 ผู้ใหญ่	ก4 ของฝาก	ก4 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในสำนักงาน)	> 4 คน	○ ต่างถิ่น
	ก3 ปทุมธานี	ก3 หอม	ก3 กวน	ก3 (แท่ง)	เหนียวเกินไป, ติดฟัน สีเข้มดูไม่น่ากิน	ก2 ผู้ใหญ่	ก4 ของฝาก	ก4 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในสำนักงาน)	> 4 คน	○ ต่างถิ่น

กรณี 2

สถานการณ์การบริโภค +

ผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่

ชาติพันธุ์	วัย	เหตุซื้อ	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค	จำนวนผู้บริโภค	สถานการณ์บริโภค	ที่มา	กล้วย	การแปรรูป	รูปทรง	ลักษณะปัญหาการบริโภค
ไทย	ผู้ใหญ่ >40ปี	ข2 ข3 ข4 บริโภคเอง	เพื่อน	ข1 ข2 ข3 ข4 1 คน	เวลา(Time) ข1 - ข2 กินเล่น(อาหารว่าง) ข3 กินเล่น, เดินทาง ข4 กินเล่น	ข1 ข3 พิษณุโลก	ข3 ข1 น้ำว้า	ข3 อบ (ซ็อกเก็ต, แยม)	ข3 @	การบริโภคไม่สะดวก เลอะมือ, เหนียวจนแข็ง เก็บรักษาได้ไม่นาน
	ผู้ใหญ่ >20ปี	ข1 ข2 ข3 ของฝาก	ข1 อาวุโสกว่า	2-4 คน	สถานที่(Place) ข1 - ข2 ภายในอาคาร ข3 ภายนอกอาคาร ข4 ภายนอกอาคาร	ข2 ข4 เพชรบุรี	ข2 ข4 หัทธมน	ข4 ข2 ฉาบ + ฉาบ (ซ็อกเก็ต, ไซเทิร์ต)	ข2 ข4 @	ไม่กรอบ, นิ่มเร็ว ไม่เป็นชิ้นพอตัด แตกหัก มีกลิ่นหืน
	เด็ก	ข1 ของขวัญ	ข1 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในหน้าที่)	> 4 คน	โอกาส(Occasion) ข1 เทศกาล, วันสำคัญ ข2 - ข3 - ข4 -	ก3 กำแพงเพชร	ข1 ปทุมธานี	ข1 กวน (โรยงา)	ข1 รูปทรง เรขาคณิต	เหนียวเกินไป, ติดฟัน สีเข้มดูไม่น่ากิน แคะรับประทานยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์	ข้อได้เปรียบ โอกาสเกิดแตกต่างของผลิตภัณฑ์	ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคา (บาท)	ปริมาณ การบรรจุ	จุดขาย	ประเภทบรรจุภัณฑ์	ประเภท ผลิตภัณฑ์	แบบร่าง
ก1 ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบแบบม้วน ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดพิษณุโลกให้ผู้อาวุโสกว่าบริโศกหนึ่งคน	ก1 สามารถพัฒนารูปแบบกล้วยอบให้แตกต่างไปจากเดิมและดูมีคุณค่าได้มาก และจังหวัดแหล่งที่มาไม่มีผลิตภัณฑ์เด่น	ก1 สองแคว, แพกล้วย	~ 40	200g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโศก ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	
ก2 ผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกจําตามแนวขวางวัดดูติบจากจังหวัดเพชรบุรีเด็กซื้อเดินกินเอง	ก2 มีรสชาติหลากหลายให้เลือกรจัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์	ก2 ก้านกล้วย, กล้วย, กล้วยกรอบ	~ 15	120g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโศก	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	รวมชุด หลากหลาย	
ก3 ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนวัดดูติบจากจังหวัดปทุมธานีผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนต่างถิ่นให้เพื่อนสองถึงสี่คน	ก3 สามารถคิดวิธีการแก้ปัญหาและพัฒนาสินค้าให้น่าสนใจขึ้นได้ ความใหม่ขงสินค้าประเภทกล้วยกวน	ก3 กล้วยผูก, หอมทอง, ทองหอม, พันผูก, ผูกพัน	~ 30	130g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโศก	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	
ก4 ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางอบทั้งลูก ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดชุมพรให้บุคคลในสำนักงานบริโศกสองถึงสี่คน	ก4 กล้วยเล็บมือนาง เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชุมพร ลักษณะผลกล้วยที่เล็กรับประทานได้ง่าย และภูมิภาค(ภาคใต้) ไม่มีผลิตภัณฑ์เด่น	ก4 นางว่า, ดั่งพร, เล็บมือนาง	~ 60	250g	ผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	
A1 ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบทั้งลูกและแบบม้วน ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโศกสองถึงสี่คน	A1 ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไทย	A1 Fancy Bananas, Dried Bananas	~ 100	250g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโศก ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน	เดี่ยว	
A2 ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมจําแบบม้วน ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโศกหนึ่งคน	A2 ความหลากหลายของสินค้า เกิดความคุ้มค่าในการเลือกรจัดขนมขบเคี้ยวแบบไทยๆ จะออกรไปไกลถึงต่างแดน	A2 Banana Bawl, Go Bananas	~ 80	120g	ผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน	รวมชุด หลากหลาย	
A3 ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนแบบแท่ง ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโศกหนึ่งคน	A3 สร้างภาพลักษณ์ใหม่ของสินค้า เพื่อยกระดับสินค้า	A3 Banana Stick, Banana Bar, Banana Sticky Chewy	~ 60	30g	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	

โจทย์	ปัญหา	ข้อได้เปรียบ โอกาสเกิดแตกต่างของผลิตภัณฑ์	ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคา (บาท)	ปริมาณ การบรรจุ	จุดขาย	ประเภทบรรจุภัณฑ์	ประเภท ผลิตภัณฑ์	แบบร่าง
ข1 ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อของขวัญให้ผู้อาวุโสหนึ่งคนเนื่องในโอกาสเทศกาลเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้ากวนโรยงารูประฆาคนิตวัดดูติบจากจังหวัดพิษณุโลก	ข1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในระดับชุมชน การเคลือบงาและการจัดเรียง เป็นกรจัดเรียงขั้นตอนการผลิต ต้องใช้แรงงานและเวลาเพิ่ม	ข1 แปลกใหม่ น่าสนใจ เป็นการส่งเสริมค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์สามารถขยายตลาดได้ มีแนวทางเป็นอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น	ข1 ดาวหมาด, ทวีสุชา	~80-120	90g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโศก	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	
ข2 ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่ออาหารว่างกินเองในอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกจําตามแนวขวางวัดดูติบจากจังหวัดเพชรบุรีกินพร้อมโยเกิร์ต	ข2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ Thermoformed ที่เหมาะสม การเก็บรักษา การบรรจุ และการขนส่งในระดับชุมชน มีข้อจำกัด	ข2 เป็นโยเกิร์ตเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สามารถขยายตลาดได้เพราะเป็นสินค้าใหม่ เหมาะกับยุคของความแปลกใหม่ หรือคิดไว้ในรสชาติกล้วยจํา	ข2 Banana Yogurt, YO!, BananaPUTI	~18	100g	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	
ข3 ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่ออาหารว่างกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบม้วนสอดไส้แยม, ช็อคโกแลตวัดดูติบจากจังหวัดพิษณุโลก	ข3 การเคลือบช็อคโกแลต การเสียบไม้จะได้อุปลักษณะสินค้าแบบแท่งเป็นการเพิ่มขั้นตอนการผลิตต้องใช้เวลาและแรงงานเพิ่ม	ข3 สินค้าแปลกใหม่ น่าสนใจ เด็กๆจะได้อร่อยกล้วยในมุมมองใหม่ที่เป็นการขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ มีรสชาติหลากหลาย น่าลอง	ข3 banana choco, banana berry, smiley banana	~40	100g	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	รวมชุด หลากหลาย	
ข4 เด็กชื่อขนมกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกจํา(แบบเส้น)วัดดูติบจากจังหวัดเพชรบุรีกินพร้อมช็อคโกแลต	ข4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ Thermoformed ที่เหมาะสม การเก็บรักษา การบรรจุ และการขนส่งในระดับชุมชน มีข้อจำกัด	ข4 สินค้าแปลกใหม่ น่าสนใจ เด็กๆจะได้อร่อยกล้วยในมุมมองใหม่ที่เป็นขนมขบเคี้ยวกับช็อคโกแลตที่เด็กชอบกิน	ข4 banana dip, ba-no-chups	~12	30g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโศก	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยว	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9.4 การจำแนกหมวดผลิตภัณฑ์ในโครงการ

สรุปโจทย์ที่คัดเลือกมาแบ่งตามกรณีได้ดังนี้

แบ่งตามชาติพันธุ์

ก1	ก2	ก3	ก4	A1	A2	A3
ไทย				ต่างประเทศ		
ข1	ข2	ข3	ข4			

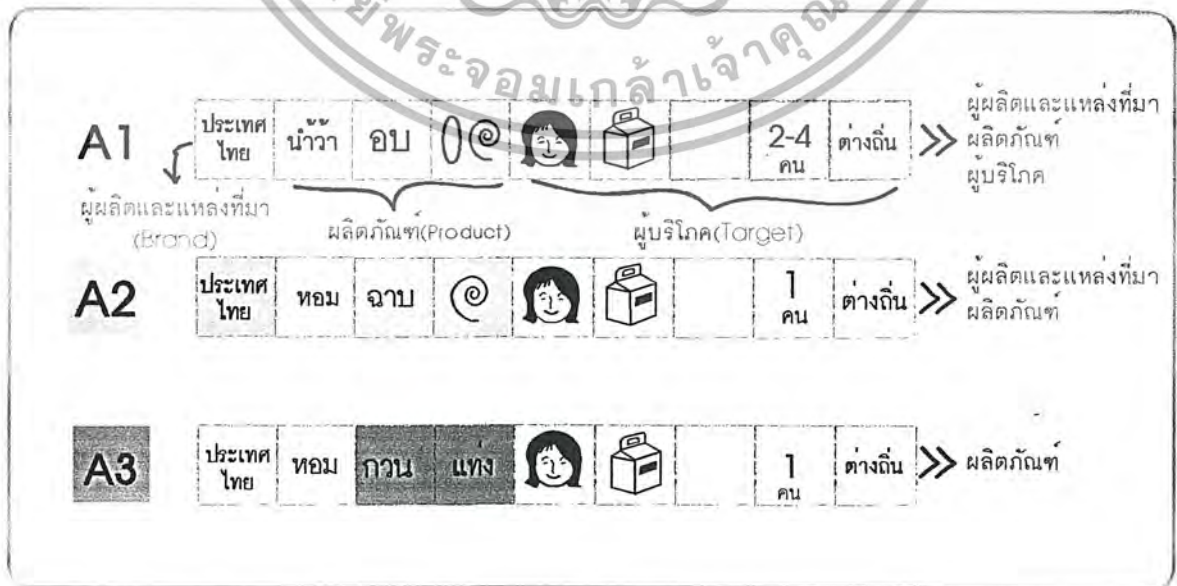
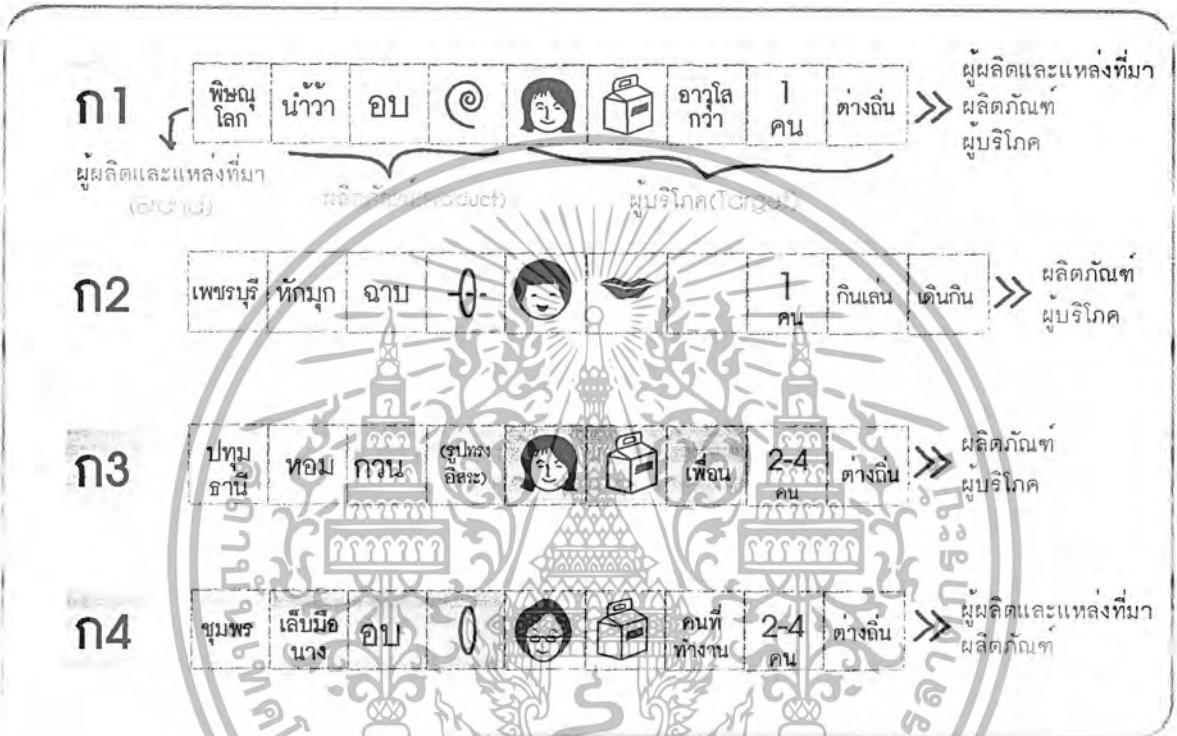
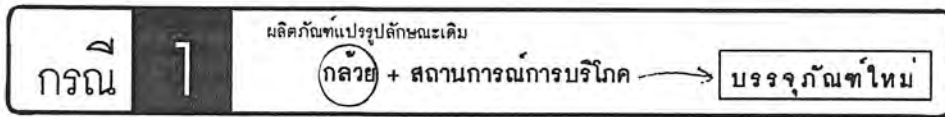
แบ่งตามประเภทการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์กล้วย	ผลิตภัณฑ์กล้วย	ผลิตภัณฑ์กล้วย
อบ/ตาก	ฉาบ	กวน
ก1	ก2	ก3
ก4	A2	A3
A1	ข2	ข1
ข3	ข4	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

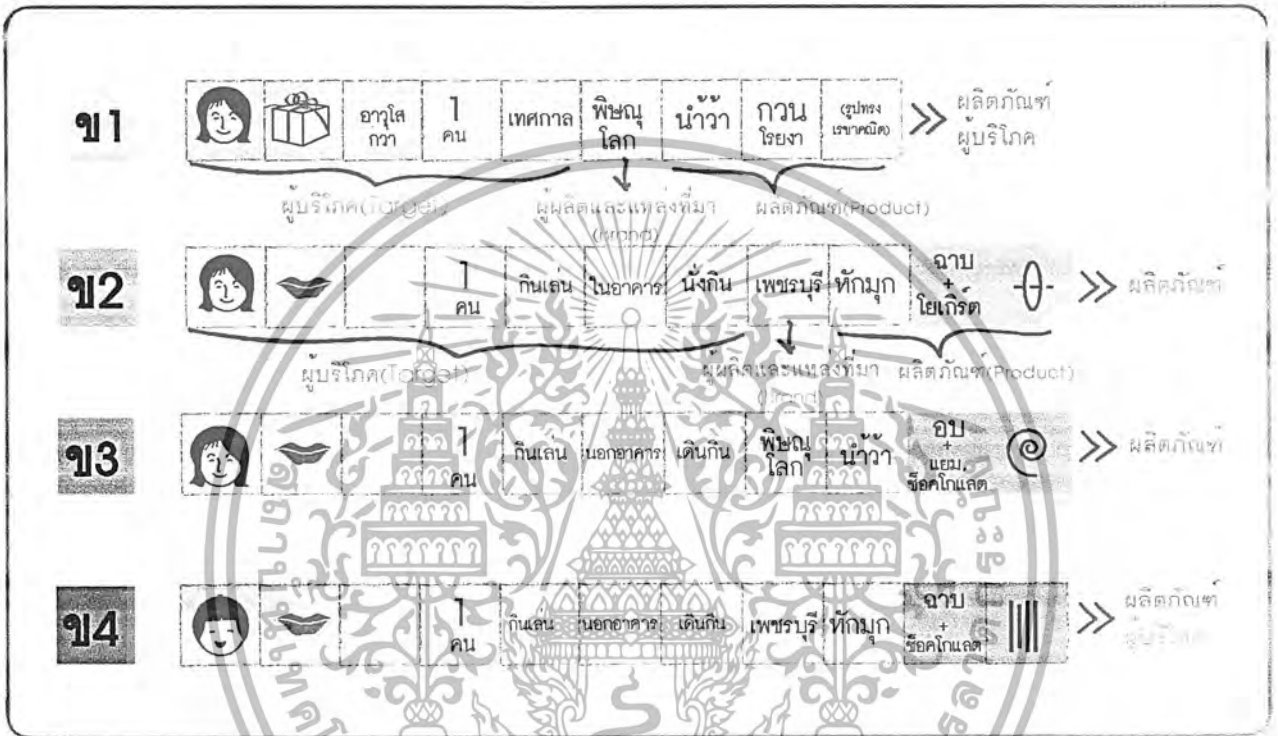
2.9.5 โจทย์ตัวอย่างกับการระบุการกำหนดตำแหน่งสินค้า (product positioning)

แสดงโจทย์ตามการแปรรหัสต่างๆ พร้อมระบุการกำหนดตำแหน่งสินค้า (product positioning) ด้วยแถบสี

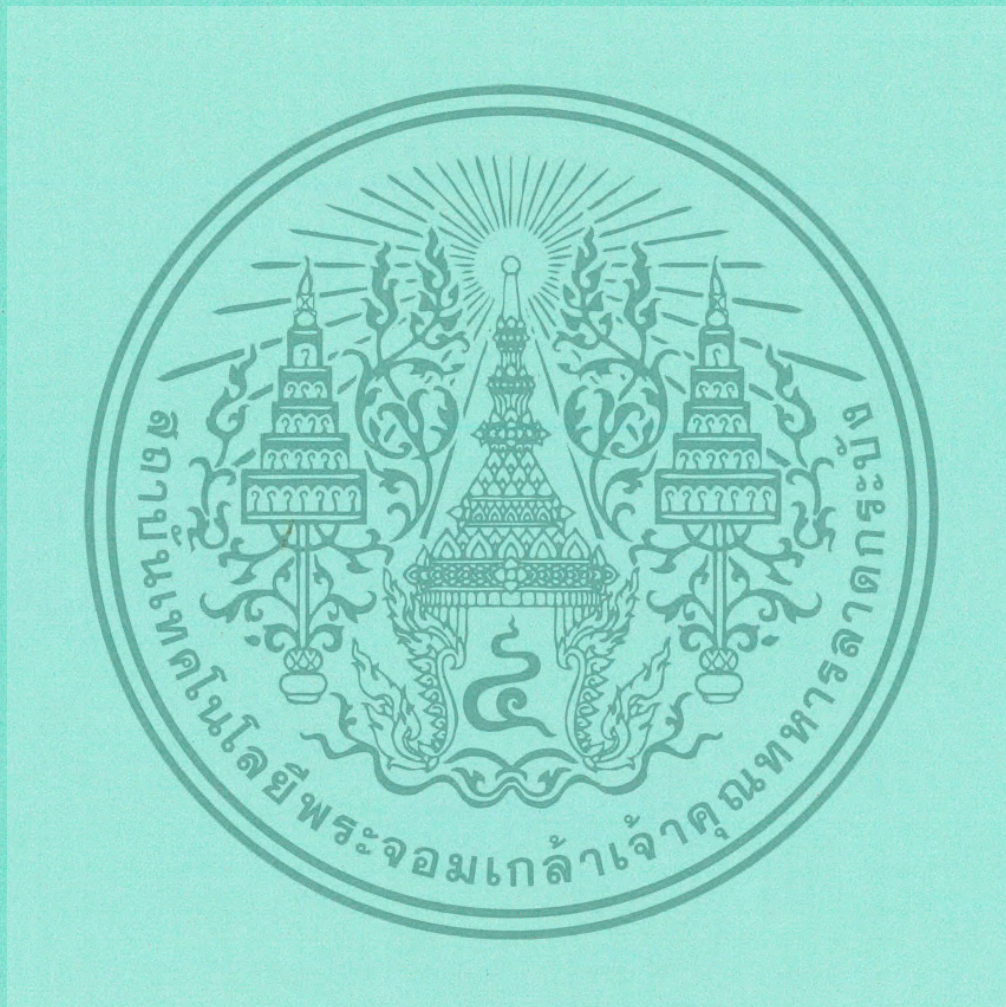


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณี 2 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะใหม่
 สถานการณ์การบริโภค +  → ผลิตภัณฑ์ใหม่ และ
บรรจุภัณฑ์ใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 3

การนำเสนอแนวทางการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 โจทย์และสิ่งเชปเงื่อนไขการออกแบบ

นำเสนอแนวทางการออกแบบเพื่อแสดงให้เห็นความเป็นไปได้ของโอกาสเกิดบรรจุภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์ใหม่ที่แตกต่างทั้งโครงสร้างและกราฟฟิคตลอดจนวัสดุและกรรมวิธีการผลิตเพื่อเป็นตัวช่วยในการออกแบบต่อไป

โจทย์

1. ด้านการบรรจุ (containment)
2. ด้านความคุ้มครอง (protection)
3. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)
4. ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (communication & promotion)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์
(Packaging design)

โครงสร้าง
(structure)

กราฟฟิค
(graphics)

ถ้อยคำ
(text)

ตัวอย่างที่นำเสนอ แสดงรูปทรงและลักษณะกราฟฟิค, แนวความคิดในการออกแบบ, ลำดับชั้นของบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 นำเสนอแนวทางการออกแบบตามโจทย์

โจทย์กรณี 1 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม
 กล้วย + สถานการณ์การบริโภค → **บรรจุภัณฑ์ใหม่**

ก1	พิษณุโลก	น้ำว้า	อบ	@			อายุใ้กว่า	1 คน	ต่างถิ่น
ก2	เพชรบุรี	หัทธมุก	ฉาบ	-o-				1 คน	กินเล่น เดินกิน
ก3	ปทุมธานี	หอม	กวน	(รูปทรงอิสระ)			เพื่อน	2-4 คน	ต่างถิ่น
ก4	ชุมพร	เล็บมือนาง	อบ			คนที่ทำงาน		2-4 คน	ต่างถิ่น
A1	ประเทศไทย	น้ำว้า	อบ	@				2-4 คน	ต่างถิ่น
A2	ประเทศไทย	หอม	ฉาบ	@				1 คน	ต่างถิ่น
A3	ประเทศไทย	หอม	กวน	แหง				1 คน	ต่างถิ่น

โจทย์กรณี 2 ผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่
 สถานการณ์การบริโภค + → **ผลิตภัณฑ์ใหม่ และบรรจุภัณฑ์ใหม่**

ข1			อายุใ้กว่า	1 คน	เทศกาล	พิษณุโลก	น้ำว้า	กวนโรยงา	(รูปทรงเรขาคณิต)		
ข2				1 คน	กินเล่น	ในอาคาร	นั่งกิน	เพชรบุรี	หัทธมุก	ฉาบโยเกิร์ต	-o-
ข3				1 คน	กินเล่น	นอกอาคาร	เดินกิน	พิษณุโลก	น้ำว้า	อบ+แยม, ซ็อคโกแลต	@
ข4				1 คน	กินเล่น	นอกอาคาร	เดินกิน	เพชรบุรี	หัทธมุก	ฉาบซ็อคโกแลต	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 1 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม **กล้วย + สถานการณ์การบริโภค** → **บรรจุภัณฑ์ใหม่**

ก1

พิษณุโลก	น้ำว่า	อบ	🌀	👤	📦	อาวุโสกว่า	1 คน	ต่างถิ่น
----------	--------	----	---	---	---	------------	------	----------

ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว่าอบแบบม้วน ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดพิษณุโลกให้ผู้อาวุโสกว่าบริโภคหนึ่งคน

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

กล้วยอบแบบม้วน



หมายเหตุ

กล้วยอบที่มีลักษณะเป็นแผ่นสามารถนำมาปรับเปลี่ยนรูปทรงได้เพื่อสร้างบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ผู้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีไปใช้

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ป้องกันอากาศ - ทนกรดอ่อนๆ - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)
	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*เลือกใช้ OPP, กระดาษแข็ง

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาหรือผู้ผลิต, สามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : จัดเรียงผลิตภัณฑ์ภายในได้สะดวกและไม่ทำให้เสียรูปทรง
- สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน : ไขว่สุดที่มีความใส, เจาะช่องให้สามารถมองเห็น
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้สะดวก
- การขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนสลับวางกันได้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อแหล่งที่มา : จังหวัดพิษณุโลก
 - ด้านประวัติศาสตร์
 - ด้านภูมิศาสตร์
 - ด้านสังคมศาสตร์

พระพุทธรูปปางนาคปรก
 ถิ่นกำเนิดพระนเรศวร
 ศถาปัตยกรรมล้านนา
 ถิ่นกำเนิดกล้วยไม้
 ถิ่นกำเนิดข้าวหอมมะลิ

ตราประจำจังหวัด



ดอกไม้ประจำจังหวัด

ต้นไม้อประจำจังหวัด



ประวัติศาสตร์

พระพุทธรูปนเรศวร

ภูมิศาสตร์



เมืองสองแคว

อุทยานแห่งชาติ 5 แห่ง

- อช.ภูหินร่องกล้า
- อช.ทุ่งแสลงหลวง
- อช.น้ำตกชาติตระการ
- อช.แก่งเจ็ดแคว
- อช.ภูสอยดาว

ลำน้ำเข็ก

เป็นแหล่งที่ราบลุ่ม
 อุทยานแห่งชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สังคมศาสตร์



พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจันทวี



งานประเพณี

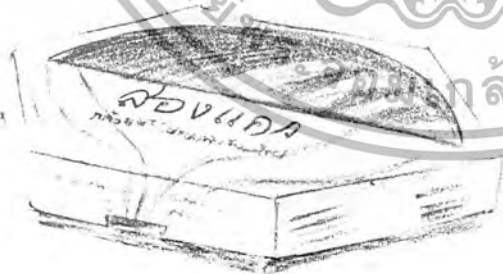
- งานสมเด็จพระนเรศวร
- เทศกาลกุหลาบขาว
- งานสมโภชพระพุทธชินราช
- แข่งเรือยาวประเพณี
- เทศกาลเชิญทิมปลา ชมทมาบางแก้ว
- ประเพณีม้งนครไทย



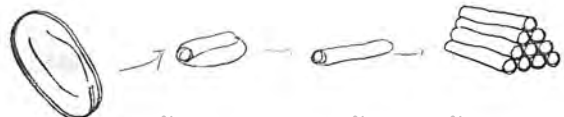
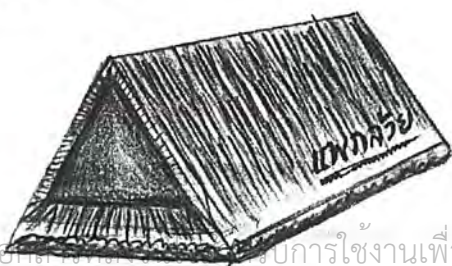
- สื่อการเป็นของฝาก : ใช้ถ้อยคำในลักษณะชี้แจง เช่น เหมาะสำหรับเป็นของฝาก ของฝากจากเมืองสองแคว
- รูปทรงโครงสร้าง : ถ่ายทอดเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อแสดงถึงบุคลิกของของฝาก
- ใช้วัสดุให้อารมณ์ธรรมชาติ : ให้ความรู้สึกเป็นพื้นบ้านผลิตได้ด้วยแรงงานท้องถิ่น
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น กล้วยอบมัน
- ใช้รูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือใช้ผลิตภัณฑ์ไว้ด้านนอก
- ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในหรือ เจาะช่องให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างที่ 1

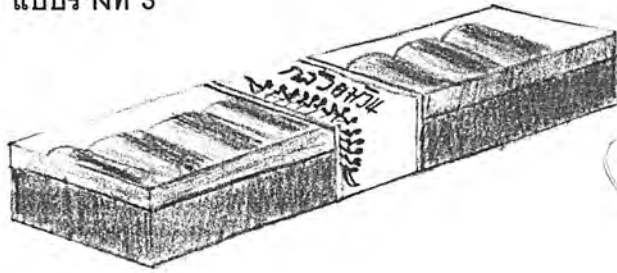


แบบร่างที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารประกอบการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5



พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไขพิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✦	✦	✦ ✦	✦ ✦
2	✦	✦	✦ ✦	✦ ✦ ✦
3	✦ ✦ ✦	✦ ✦	✦ ✦	✦ ✦
4	✦ ✦	✦	✦ ✦	✦ ✦ ✦
5		✦	✦ ✦	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งนี้ระดับความดีของแบบมีค่ามากกว่าแสดงว่าดีกว่าทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1

 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม
 กล้วย + สถานการณ์การบริโภค → บรรจุภัณฑ์ใหม่

ก2

เพชรบุรี
หัทธมุก
ฉาบ
⊖
😊
👄
1

คน
กินเล่น
เดินกิน

ผลิตภัณฑ์กล้วยหัทธมุกฉาบตามแนวขวางวัตถุดิบจากจังหวัดเพชรบุรีเด็กซื้อเดินกินเอง

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ



กล้วยฉาบ
(แผนกลม)

บรรจุกล้วยฉาบ
ตามแนวขวาง

น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
 ปริมาณที่เหมาะสมสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 80 กรัม
 รวมน้ำหนัก 80 + 40(สำหรับแบ่งกินกับเพื่อน) คือ 120 กรัม
 ปริมาตร 245 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ทนไขมันได้ - ป้องกันก๊าซได้(กันหิน) - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทก	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส) OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน) PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี) PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษ (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)





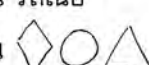
*เลือกใช้ PP, กระดาษ

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- **เหมาะสำหรับบริโภคเอง** : มีปริมาณพอเหมาะและมีระดับราคาไม่สูงเกินไป
- **สามารถบรรจุได้ง่าย** : การบรรจุจะต้องไม่กระทบกระเทือนมากนักเพราะผลิตภัณฑ์มีความกรอบ
- **สามารถปิดได้สนิท** : เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์
- **สามารถเปิดรับประทานง่าย** : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ทันที
- **สามารถพกพาได้สะดวก** : กินได้ในสถานที่ต่างๆและอริยาบทต่างๆได้สะดวกไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์หกหล่น

เอกสารนี้สามารถแยกกระดาษของสินค้าได้ ซึ่งเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อเข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตาม ยังคงไม่มีเหตุให้เปลี่ยนเงื่อนไข และต้องอย่างงั้นเองใจของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เห็นชัดเจน : ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใสพอที่จะสามารถมองเห็นภายในได้
- สื่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ : แสดงด้วยสีที่แตกต่างกัน    
- : ใช้รูปภาพของส่วนประกอบรสชาติ อย่างเช่น เนย, กระทียม, วาซาบิ
- : ใช้ถ้อยคำแสดงรสชาติ เช่น รสเนย
- : ฉลากมีรูปทรงที่แตกต่างกัน 
- เหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมาย : โดยอาศัยชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก

ใช้ชื่อ รูปทรง และลักษณะกราฟฟิก อาทิ รูป สี ตลอดจนถ้อยคำที่เหมาะสมกับผู้บริโภควัยเด็กวัยเด็ก เป็นวัยที่มีความร่าเริง สนุกสนาน ตัวอักษร ที่ใช้ มีความเป็นกันเอง ดูสนุก ถ้อยคำ ที่ใช้ เช่น อร่อยด้วยคุณค่า กรอบอร่อยมีประโยชน์ ลักษณะกราฟฟิก สามารถสร้างเรื่องราวการละเล่น (ของเล่นที่ท้าวจากกล้วย) มีตัวการ์ตูน นิทานโดยใช้เส้นสายและการจัดองค์ประกอบสีให้น่าสนใจ

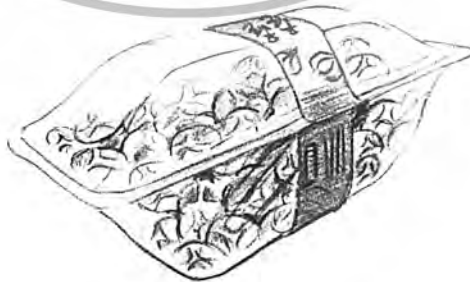
กล้วย

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไข พิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✧	✧	✧	✧ ✧
2	✧	✧	✧	✧
3	✧	✧	✧	✧ ✧
4	✧	✧ ✧	✧ ✧ ✧	✧
5	✧	✧	✧ ✧	✧

✧ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✧ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม
โจทย์กรณ 1 กลวย + สถานการณ์การบริโภค → **บรรจุภัณฑ์ใหม่**

ก3 ปทุมธานี หอม กวน (รูปทรงอิสระ)   เพื่อน 2-4 คน ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนวัตถุดิบจากจังหวัดปทุมธานีผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนต่างถิ่นให้เพื่อนสองถึงสี่คน

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยกวน (แบบรูปทรงอิสระ)

รูปแบบการจัดเรียง



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 7-8 กรัม
 ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 30 กรัม
 ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 2-4 คน คือ 130 กรัม
 ปริมาตร 350 ลบ.ซม.

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)
- ทนกรดอ่อนๆ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ป้องกันความชุ่มชื้นของพื้นผิวระเหย	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- เก็บรักษาไว้ได้ 2-3 เดือน	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*เลือกใช้ เซลโลเฟน,OPP, กระดาษแข็ง

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : มีปริมาณพอเหมาะและสามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงบรรจุภัณฑ์ได้โดยไม่ต้องจัดเรียง
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ทันที
- สามารถเข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร : วัสดุที่มีความใส, เจาะช่องให้สามารถมองเห็นหรือชี้แจงบนบรรจุภัณฑ์, ป้ายห้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานที่ออกจากรั้วมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
 การจัดเรียง ขนส่ง ไม่สิ้นเปลือง บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อความเหมาะสมที่จะเป็นของฝาก : รูปทรงโครงสร้างกลองมีที่หัวหรือการทอ,มัด,ผูกเชือก เพื่อแสดงถึงบุคลิกของการพกพา
 - : ใช้ถ้อยคำในลักษณะแสดงความเป็นมิตร เช่น กล้วยผูกไมตรี กล้วยกวนละมุนละไม
 - : ใช้วัสดุให้อารมณ์ธรรมชาติ ให้ความรู้สึกเป็นพื้นบ้านผลิตได้ด้วยแรงงานท้องถิ่น
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน
 - : ใช้รูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือใช้วัสดุภัณฑ์ไว้ด้านนอก
 - : ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน
- สื่อความเหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมาย : โดยอาศัยชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



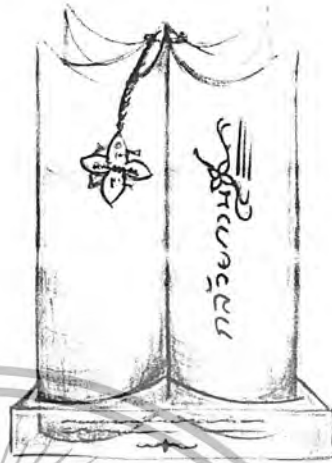
แบบร่างที่ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไข พิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1		✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪
2		✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪
3		✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪✪✪
4		✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪
5		✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪✪✪

✪ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✪ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 1

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม

กล้วย + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่

ก4

ชุมพร

เล็บมือนาง

อบ

0



คนที่ทำงาน

2-4 คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางอบทั้งลูก ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดชุมพรให้บุคคลในสำนักงานบริโภคสองถึงสี่คน

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

กล้วยเล็บมือนางอบ



60-70 มม

12-15 มม

น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 6.25 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 10 ชิ้น

รวมน้ำหนัก 4(10 x 6.25) คือ 250 กรัม

ปริมาตรสุทธิ ลบ.ชม.

รูปแบบการจัดเรียง

คานบม

คานบม

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	เซลลูล็อพ (กันความชื้น, ไอน้ำ)
- ป้องกันอากาศ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ทนกรดอ่อนๆ	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
- ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*PP, OPP, กระดาษแข็ง เลือกใช้

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาหรือผู้ผลิต, สามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : จัดเรียงผลิตภัณฑ์ภายในได้สะดวกและไม่ทำให้เสียรูปทรง
- สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน : วัสดุที่มีความใส, เจาะช่องให้สามารถมองเห็น
- สามารถรับประทานง่าย : สามารถรับประทานได้ในหน่วยย่อย, ไม่เปราะเปื้อนมือเวลารับประทาน
- การขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถซ้อนทับ เรียงต่อกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ในสิ่งพิมพ์นี้หากมีให้ตัดแปลงเนื้อหา กรุณาแจ้งผู้จัดทำเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

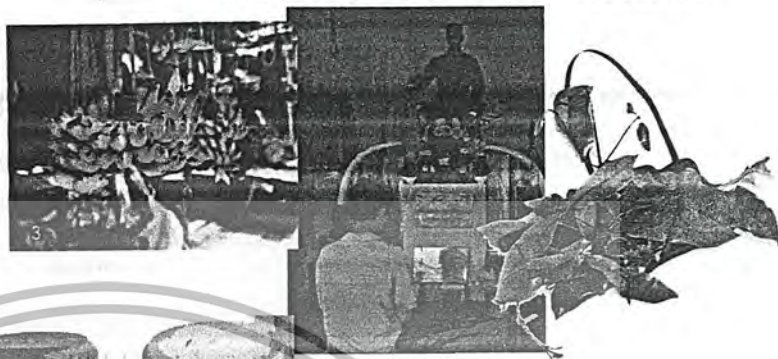
4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อแหล่งที่มา : จังหวัดชุมพร

- ประวัติศาสตร์
- ภูมิศาสตร์
- สังคมศาสตร์

คำขวัญประจำจังหวัด : ประตูกาโต ไหว้เสด็จในกรม แลหาดทรายรี ดกกล้วยเล็บมือ

ชมไร่อากาแฟ ขึ้นชื่อรังนก



ชุมทางการค้าชายฝั่งทะเล

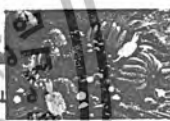


เมืองชายทะเล, ประตูทองทะเลอันดามัน คอคอดกระ

ชุมชนเมืองท่าเขาสลามแก้ว : กลองมโหระทึก



เครื่องใช้โบราณ



ป่าดงดิบ ผลไม้สดๆจากสวน วิถีชาวประมง

- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน

: ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น กล้วยเล็บมือนาง เหลืองอร่าม งาม อร่อย
 : ใสรูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์และลักษณะของผลกล้วย
 หรือใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

การพัฒนาการออกแบบ



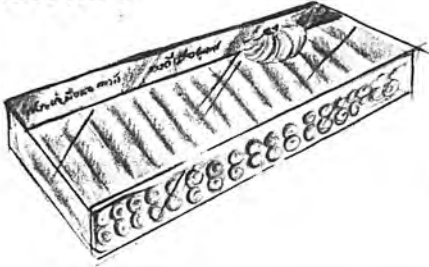
แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไข พิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกลักษณะ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧
2	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧
3	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧
4	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧
5	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧ ✧

✧ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✧ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี

1

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม

กล้วย + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่

A1

ประเทศไทย

น้ำว่า

อบ

0@

2-4
คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว่าอบทั้งลูกและแบบมัน ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทย สำหรับบริโภคสองถึงสี่คน

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

กล้วยอบทั้งลูก



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 18-20 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 2 ชิ้น

รวมน้ำหนัก คือ 120 กรัม

กล้วยอบมัน



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 15-18 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 2 ชิ้น

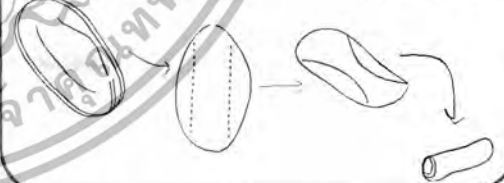
รวมน้ำหนัก คือ 180 กรัม

รวมน้ำหนัก คือ 250 กรัม ปริมาตร 760 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง



หมายเหตุ กล้วยอบที่นำมาบรรจุลงกล่องรวมกันในโจทย์นี้กล้วยอบแบบมันมีลักษณะการมันวาวดังนี้



2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ป้องกันอากาศ - ทนกรดอ่อนๆ - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง 	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)
	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)



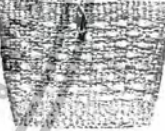




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับค้าขายชั้นด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเผยแพร่ และต้องแจ้งเจ้าของเอกสารไว้ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
*PP, กระดาษแข็ง เลือกใช้

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาหรือผู้ผลิต, สามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : จัดเรียงผลิตภัณฑ์ภายในได้สะดวกประหยัดพื้นที่
- สามารถพกพาได้สะดวก : เพื่อบรรจุสำหรับการเดินทางต้องมีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้สะดวก
- สามารถเก็บรักษาได้เมื่อรับรับประทานไม่หมด : บรรจุผลิตภัณฑ์เป็นหน่วยย่อยเพื่อแบ่งรับประทานและเก็บได้สะดวก
- การขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงพอและสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนทับกันได้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

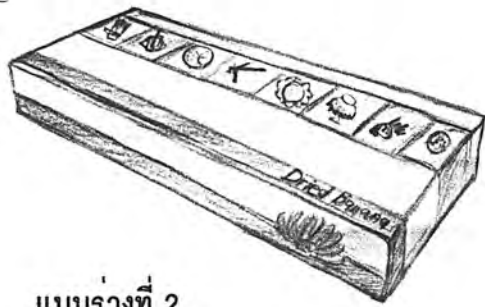
- สื่อความเหมาะสมสำหรับเป็นของฝากจาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของไทยโดยการสร้างเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์กับกล้วยประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ว่ากล้วยเกี่ยวข้องกับคนไทยอย่างไรบ้าง
: ไขว้สลุโห่อารมณธรรมชาติ ให้ความรู้สึกเป็นพื้นบ้านผลิตจากประเทศไทย
- สื่อแหล่งที่ผลิต : ผู้แทนประเทศไทย

<p>ประเพณีไทย</p>		<p>ขนาด รับขวัญ บายศรี แห่นมหาก ลอยกระทง ยกเสาเอก</p>
<p>ศิลปะ หัตถกรรม</p>	 <p>ใบตอง หยกกล้วย เรือกกล้วย</p>	
<p>การละเล่น</p>	 <p>ม้าก้านกล้วย ตาน ปืนยาว ปืนสั้น เรือกาบกล้วย</p>	
<p>สารพัด ประโยชน์ จากกล้วย</p>	 <p>หยวกกล้วย, ปลีกล้วย, กาบกล้วย, ใบตอง, ลำต้น, ก้านกล้วย, ผลกล้วย</p>	
<p>พันธุ์กล้วย</p>	 <p>กล้วยน้ำว้า, กล้วยหอม, กล้วยไข่, กล้วยหักมุก,</p>	
<p>ป่าเขตร้อน</p>		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งผู้จัดทำต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5



พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไขพิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆
2	☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆
3	☆☆	☆☆	☆☆☆☆	☆☆
4	☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆
5	☆☆	☆☆	☆☆☆☆	☆☆

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ❖ สัญลักษณ์แสดงระดับความคิดของแบบ มี ❖ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี

1

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม

กล้วย + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่

A2

ประเทศไทย

หอม

ฉาบ



-

1 คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมฉาบแบบม้วน ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโภคหนึ่งคน

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยฉาบ
แบบม้วน

รูปแบบการจัดเรียง



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม

ปริมาณที่เหมาะสมสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 80 กรัม

รวมน้ำหนัก 80 ÷ 40 (สำหรับแบ่งกินกับเพื่อน) คือ 120 กรัม

ปริมาตรสุทธิ 900 ลบ.ซม.

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ทนไขมันได้ - ป้องกันก๊าซได้(กันหิน) - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทก 	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	กระป๋องกระดาษ (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*PP, กระป๋องกระดาษ เลือกใช้

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- สามารถบรรจุได้ง่าย : การบรรจุจะต้องไม่กระทบกระเทือนมากนักเพราะผลิตภัณฑ์มีความกรอบ
- สามารถปิดได้สนิท : เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเพื่อปรับปรุงสำหรับการเดินทางต้องมีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน
ไม่ว่ากรณีใดก็ตามผู้จัดทำเอกสารนี้จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆที่เกิดจากการนำเอกสารนี้ไปใช้

4. เจาะใจการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- **สื่อแหล่งที่ผลิต** : ผู้แทนประเทศไทย
(รายละเอียดเหมือนดังที่แสดงไว้ในเงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์โจทย์ A2)
- **แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์** : ใช้รูปภาพผลิตภัณฑ์เพื่อชี้แจงให้เข้าใจผลิตภัณฑ์ภายใน
: ใช้ถ้อยคำสร้างความชัดเจนให้ผลิตภัณฑ์ เช่น banana chips, Hom crop
- **สื่อรสชาติของผลิตภัณฑ์** : แสดงด้วยสีที่แตกต่างกัน 🍌 🍌 🍌
: ใช้รูปภาพของส่วนประกอบรสชาติ อย่างเช่น เนย, กระเทียม, พืชซ่า
: ใช้ถ้อยคำแสดงรสชาติ เช่น spicy, original, Japanese style
: ฉลากมีรูปทรงที่แตกต่างกัน

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 1 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม
กล้วย + สถานการณ์การบริโภค → บรรจุภัณฑ์ใหม่

A3	ประเทศไทย	หอม	กวน	แท่ง			1 คน	ต่างถิ่น
----	-----------	-----	-----	------	--	--	------	----------

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนแบบแท่ง ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโภคหนึ่งคน

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ



2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)
- ทนกรดอ่อนๆ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ป้องกันความชื้นซึมขึ้นของพื้นผิวระเหย	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- เก็บรักษาไว้ได้ 2-3 เดือน	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*เลือกใช้ เซลโลเฟน, กระดาษแข็ง

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : มีปริมาณพอเหมาะและสามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงบรรจุภัณฑ์ได้โดยไม่ต้องจัดเรียง
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ทันที, แบ่งรับประทานได้ในหน่วยย่อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เพื่อให้อายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้นและปลอดภัยในการนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกแบบให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และต้องอย่างองเล็งเห็นถึงข้อดีของการนำใบใช้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อแหล่งที่ผลิต : ใช้ลักษณะของคนไทยมาสร้างบุคลิกของผลิตภัณฑ์ สยามเมืองยิ้ม, อารมณ์ขัน, เป็นมิตร เป็นต้น
โดยอาศัยชื่อ ที่แสดงอารมณ์สนุกสนาน เช่น
One Banana a day keeps your doctor away
โดยโครงสร้าง ที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ด้วย ความยาว เรียว มีสีเหลืองของกล้วยหอม หรือลักษณะการเปิดปิดที่ง่าย ๆ เหมือนปอกกล้วยเข้าปาก
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น banana MIX, Banana Paste
: ใช้รูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือใช้ผลไม้กล้วยไว้ด้านนอก
: ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5


พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไข พิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪✪✪	✪✪✪✪
2	✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪✪✪✪✪	✪✪✪✪
3	✪✪✪✪	✪✪✪✪	✪✪✪✪	✪✪✪✪
4	✪✪✪	✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪✪
5	✪✪✪✪	✪✪✪✪	✪✪✪✪✪	✪✪✪✪

✪ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✪ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 2

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะใหม่
สถานการณ์การบริโภค + 

ผลิตภัณฑ์ใหม่และ
บรรจุภัณฑ์ใหม่

ข 1



อายุใ
กว่า

1
คน

เทศกาล

พิษณุ
โลก

น้ำว้า

กวน
โรยงา

(รูปทรง
เรขาคณิต)

ผู้ใหญ่ซื้อของขวัญให้ผู้อายุใหนึ่งคนเนื่องในโอกาสเทศกาลของขวัญเป็นผลิตภัณฑ์กวนน้ำว้ากวนโรยงารูปเรขาคณิตวัตถุติดจากจังหวัดพิษณุโลก

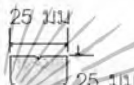
เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกวนโรยงา (รูปทรงเรขาคณิต)



รูปแบบการจัดเรียง



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 5 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 18 กรัม

รวมน้ำหนัก คือ 90 กรัม

ปริมาตร 260 ลบ.ซม.

หมายเหตุ : การจัดเรียงขึ้นอยู่กับปริมาณการรับประทานด้วย เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของขวัญ ปริมาณการบริโภคจะเพิ่มมากขึ้นเพื่อความเหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์ที่ดี มีราคา

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)
- ทนกรดอ่อนๆ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ป้องกันความชื้นของพื้นผิวระเหย	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- เก็บรักษาไว้ได้ 2-3 เดือน	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*OPP, กระดาษแข็ง เลือกใช้

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของขวัญ : มีปริมาณพอเหมาะและสามารถเป็นของขวัญได้โดยไม่ต้องแต่งเติมอะไร
- สามารถบรรจุได้ง่าย : สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเป็นระเบียบมีความพิถีพิถัน
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : หยิบรับประทานได้เป็นชิ้นพอดีคำ
- เก็บรักษามผลิตภัณฑ์ได้สะดวก : ในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด
- สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ : เพื่อความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และสร้างความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อ
- การจัดเรียงขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นลิขสิทธิ์ของเนื้อหา และสงวนลิขสิทธิ์ไว้ด้วยขอสงวนสิทธิ์ในการนำใบใช้
- การจัดเรียงขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้

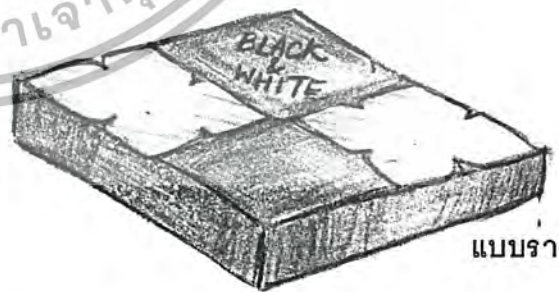
4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- แจกเหตุสำหรับเป็นของขวัญ : การผูกเรื่องหรือการสร้างเรื่องราวโดยอาศัยชื่อ โครงสร้างและกราฟฟิกที่มีความสัมพันธ์กันเช่น เรียงผลิตภัณฑ์เป็นสีขาวสลับดำ ทำให้เกิดภาพลักษณะที่โดดเด่นสามารถสร้างเรื่องได้
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงการอวยชัย ให้พร ให้ความเจริญความมั่งคั่งเช่น ทวีสุข หรือแสดงให้เห็นคุณค่าของคุณประโยชน์ความมีค่าของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่า กลวยกานธรรมา
- : ใช้รูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์
- : ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส หรือเจาะช่องให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้

การพัฒนาการออกแบบ



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

แบบร่างที่ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี

2

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะใหม่
สถานการณ์การบริโภค +

ผลิตภัณฑ์ใหม่ และ
บรรจุภัณฑ์ใหม่

ข2



1
คน

กินเล่น

ในอาคาร

นั่งกิน

เพชรบุรี

หัทธมุก

ฉาบ
โยเกิร์ต



ผู้ใหญ่ซื้ออาหารกินเล่นเองในอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหัทธมุกฉาบตามขวางวัดดุสิตจากจังหวัดเพชรบุรี
กินพร้อมโยเกิร์ต

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ



บรรจุกล้วยฉาบ
ตามแนวขวาง

รูปแบบการจัดเรียง



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
ปริมาณที่เหมาะสมสำหรับรับประทานกับโยเกิร์ต
ขนาด 80 กรัม คือ 20 กรัม
รวมน้ำหนัก 80 + 20 คือ 100 กรัม
ปริมาตร 800 ลบ.ซม.

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ทนไขมันได้	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- ป้องกันก๊าซได้(กันหิน)	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
- เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
- ป้องกันการกระแทก	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	กระดาษ (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*PVC เลือกใช้

หมายเหตุ : เงื่อนไขความคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ประเภทโยเกิร์ตแสดงไว้ในบทที่ 6

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับบริโภคเอง : มีปริมาณพอเหมาะและมีระดับราคาไม่สูงเกินไป
- สามารถบรรจุได้ง่าย : บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เหมาะแก่การใส่ของที่มีความเหลว
- สามารถปิดได้สนิท : สามารถปิดได้โดยใช้ความร้อน (heatseal)
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้โดยไม่ต้องทำให้หกเลอะเทอะ, สามารถถือรับประทานได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม การจัดเรียง ขนส่ง ไม่ลับเปลือกนี้ บรรจุภัณฑ์สามารถจัดวางบนชั้นและเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ นำไปใช้

4. เจ็อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

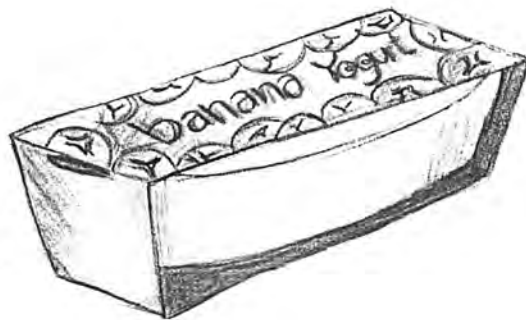
- แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เห็นชัดเจน

- : ใช้ถ้อยคำโดยตรงแจ้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเช่น โยเกิร์ตพร้อมกล้วยฉาบ
- : ใช้ภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงให้เข้าใจ เช่น รูปนม (ซึ่งเป็นส่วนประกอบของโยเกิร์ต), กล้วยฉาบกำลังหล่นลงไปโยเกิร์ตที่กระจายอยู่
- : ใช้สีสื่อถึงผลิตภัณฑ์ ที่นำมาจับคู่ร่วมกันให้มีความแตกต่างกัน
- : ใช้โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่แยกจากกันเป็นตัวแบ่งส่วนให้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์
- : ใช้วัสดุคนละชนิดกันเพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เช่น พลาสติกกับวัสดุธรรมชาติแบบจักสาน

การพัฒนาการออกแบบ



แบบร่างที่ :



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 4




แบบร่างที่ 5











พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไข พิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✧	✧	✧	✧ ✧
2	✧ ✧ ✧	✧ ✧ ✧	✧ ✧	✧
3	✧ ✧	✧	✧ ✧	✧ ✧
4	✧ ✧	✧ ✧	✧	✧
5	✧	✧	✧ ✧	✧

✧ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✧ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 2 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะใหม่
 สถานการณ์การบริโภค +  ผลิตภัณฑ์ใหม่ และ
บรรจุภัณฑ์ใหม่

ข3   **1**  **1**       

ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ใช้อาหารว่างเดินกินเล่นเอง ภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบมวนสอดไส้แยม,ช็อคโกแลตวัตถุบิจากจังหวัดพิษณุโลก

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยอบ
แบบมวน

รูปแบบการจัดเรียง



2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ)
- ป้องกันอากาศ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ทนกรดอ่อนๆ	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- เก็บรักษาได้ 1-2 เดือน	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
- ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง	PEI (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

***เลือกใช้ PVC**

หมายเหตุ : เงื่อนไขความคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ประเภทแยมและช็อคโกแลตแสดงไว้ในบทที่ 6

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

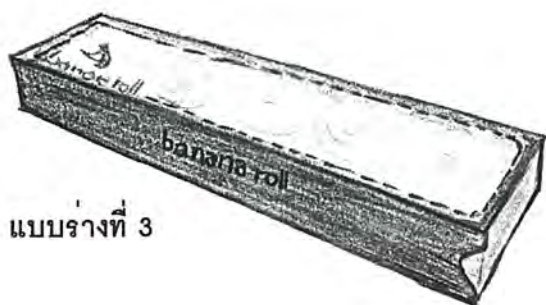
- สามารถบรรจุได้ง่าย : มีขนาดพอเหมาะกับผลิตภัณฑ์และไม่ทำให้บรรจุภัณฑ์ขุ่นมัว
- สามารถปิดได้สนิท : เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ทันที
- สามารถพกพาได้สะดวก : สามารถพกพาเพื่อเดินกินได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้สำหรับใช้ในการประกอบการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 - สามารถแยกสาขาของสินค้าได้ : เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- เหมาะสำหรับเป็นขนมทานเล่นรูปแบบใหม่ : แสดงให้เห็นลักษณะผลิตภัณฑ์ที่สามารถกินในรูปแบบใหม่ด้วย เช่น สามารถแกกอกถอกกินเป็นแท่งได้
- แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ : ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งหรือเจาะช่องให้สามารถมองเห็น : ใช้รูปภาพผลิตภัณฑ์เพื่อชี้แจงให้เข้าใจ : ใช้ถ้อยคำสร้างความชัดเจนให้ผลิตภัณฑ์ เช่น banana rolls
- สื่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ : แสดงด้วยสีที่แตกต่างกัน เช่น สีแดงสำหรับแยมสตอร์เบอร์รี่ : ใช้รูปภาพของส่วนประกอบรสชาติ อย่างเช่น เนย, กระจ่าง, พืชชา : ใช้ถ้อยคำแสดงรสชาติ : ฉลากมีรูปทรงที่แตกต่างกัน

การพัฒนาการออกแบบ



แบบร่างที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5



พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ


เงื่อนไข พิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✧	✧	✧ ✧	✧ ✧
2	✧ ✧	✧ ✧	✧ ✧	✧
3	✧	✧	✧ ✧	✧ ✧
4	✧ ✧	✧ ✧	✧ ✧	✧ ✧
5	✧	✧	✧	✧ ✧




✧ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✧ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 2

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะใหม่

สถานการณ์การบริโภค +  → ผลิตภัณฑ์ใหม่ และ บรรจุภัณฑ์ใหม่

14			1 คน	กินเล่น	นอกอาคาร	เดินกิน	เพชรบุรี	หัทธมุก	ฉาบ + ซ็อคโกแลต	
----	---	---	------	---------	----------	---------	----------	---------	-----------------	---

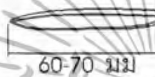
เด็กชื่อขนมกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหัทธมุกฉาบ(แบบเส้น)วัตถุดิบจากจังหวัดเพชรบุรี กินพร้อมซ็อคโกแลต

เงื่อนไขการออกแบบ

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยฉาบ
แบบเส้น

รูปแบบการจัดเรียง



60-70 มม.

น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
ปริมาณที่เหมาะสมสำหรับรับประทานกับ
ซ็อคโกแลตขนาด 10 กรัม คือ 20 กรัม
รวมน้ำหนัก 10 + 20 คือ 30 กรัม
ปริมาตร 160 ลบ.ซม.

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
- ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ	PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
- ทนไขมันได้	PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- ป้องกันก๊าซได้(กันหิน)	OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)
- เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน	PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)
- ป้องกันการกระแทก	PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)
	OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)
	กระดาษ (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

*เลือกใช้ PVC

หมายเหตุ : เงื่อนไขความคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ประเภทซ็อคโกแลตแสดงไว้ในบทที่ 6

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับบริโภคเอง : มีปริมาณพอเหมาะและมีระดับราคาไม่สูงเกินไป
- สามารถบรรจุและปิดผนึกได้ง่าย : สามารถปิดได้โดยใช้ความร้อน (heatseal)
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานคู่กันได้ไม่ทำให้หกเลอะเทอะ, สามารถถือรับประทานได้สะดวก

เอกสารนี้เป็น **การจัดเรียง** ชนส่ง **ไม่สิ้นเปลือง** ใช้งานเพื่อ **บรรจุภัณฑ์** สามารถจัดวางบนชั้นและเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ **การคำนวณ** หมายความว่ากรณีใด **เหมาะสำหรับรับประทานได้ในครั้งเดียว** และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- เหมาะสำหรับผู้บริโภคเป้าหมาย : ใช้ถ้อยคำโดยตรงแจ่มแจ้งว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด เช่น กล้วยฉาบจิ้มช็อคโกแลต (เป็นการบ่งบอกลักษณะการรับประทานไปในตัว)
- : ใช้ภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงให้เห็นให้เข้าใจ เช่น กล้วยจุ่มอยู่ในช็อคโกแลต
- : ใช้สีสันสดใส หรือใช้สื่อตัวการ์ตูนให้อารมณ์สนุกสนานนำมาสร้างเรื่องราว
- : ใช้ชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก ให้มีความสัมพันธ์กัน เช่น Mr. banana Dip

การพัฒนาการออกแบบ



แบบร่างที่ 2

แบบร่างที่ 3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 4



แบบร่างที่ 5

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

เงื่อนไขพิจารณา แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
1	✧	✧	✧	✧
2	✧	✧ ✧	✧ ✧ ✧	✧
3	✧	✧ ✧	✧ ✧	✧
4	✧	✧	✧	✧
5	✧	✧ ✧	✧ ✧	✧

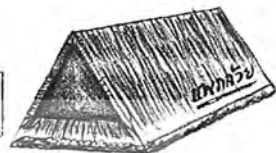
✧ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✧ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 สรุปแบบที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อทำต้นแบบต่อไป

โจทย์กรณี 1 ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม **กล้วย** + สถานการณ์การบริโภค → **บรรจุภัณฑ์ใหม่**

ก1 พืชชนิดโลก นวัตกรรม อป @ โฉมหน้า กล่อง อาหารใต้วาง 1 คน ต่างถิ่น



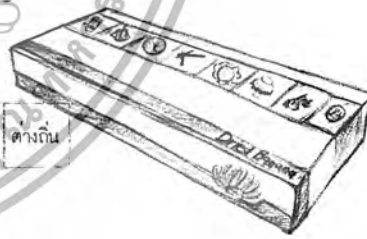
ก2 เชนาตรี ทักมุก ฉาบ @ โฉมหน้า ลิ้น 1 คน กินเล่น เดินกิน



ก3 ปทุมธานี ทอม กวน @ โฉมหน้า ลิ้น ลิ้น 2-4 คน ต่างถิ่น



ก4 รามพร เล็บมือ นาง อป @ โฉมหน้า ลิ้น ลิ้น คนที่ทำงาน 2-4 คน ต่างถิ่น



A1 ประเทศไทย นวัตกรรม อป @ โฉมหน้า ลิ้น ลิ้น 2-4 คน ต่างถิ่น



A2 ประเทศไทย ทอม ฉาบ @ โฉมหน้า ลิ้น ลิ้น 1 คน ต่างถิ่น


A3 ประเทศไทย ทอม กวน แทง โฉมหน้า ลิ้น ลิ้น 1 คน ต่างถิ่น

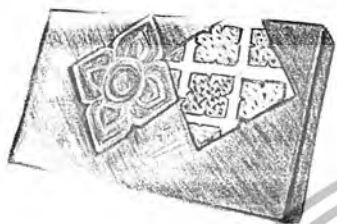


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อยู่ภายใต้เงื่อนไขไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



โจทย์กรณี 2

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะใหม่




สถานการณ์การบริโภค +  → ผลิตภัณฑ์ใหม่ และ บรรจุภัณฑ์ใหม่



๑1

		อายุโต กว่า	1 คน	เทศกาล	พืชม โลก	น้ำว ง	กวน โรยงา	ดูบรรจุ ราคาพิเศษ
---	---	----------------	---------	--------	-------------	-----------	--------------	----------------------

๑2

		7 คน	กินเล่น	ในอาคาร	นั่งกิน	เพชรบุรี	หัทธมุก	ฉาบ โยเกิร์ต	
---	---	---------	---------	---------	---------	----------	---------	-----------------	---



๑3

		1 คน	กินเล่น	นอกอาคาร	เดินกิน	เพชรบุรี	หัทธมุก	พืชม โลก	น้ำว ง	อบ แยม, ช็อคโกแลต	
---	---	---------	---------	----------	---------	----------	---------	-------------	-----------	-------------------------	---



๑4

		1 คน	กินเล่น	นอกอาคาร	เดินกิน	เพชรบุรี	หัทธมุก	ฉาบ ช็อคโกแลต	
---	---	---------	---------	----------	---------	----------	---------	------------------	---

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 4

การเสนองานออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 คู่มือเสนอแนะแนวทางแสวงหาโอกาส (handbook)

คู่มือเสนอแนะแนวทางแสวงหาโอกาส (handbook) นี้เป็นการนำเสนอแนวทางแสวงหาโอกาส พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้น ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของโครงการ วัตถุประสงค์ของโครงการ กระบวนการคิดและขั้นตอนต่างๆที่จะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง ด้วยภาพและคำบรรยายให้เข้าใจถึงแนวทางและปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหา จนกระทั่งนำเอาโจทย์ตัวอย่างมาแสดง แนวทางการออกแบบ

โดยวัตถุประสงค์ของหนังสือคู่มือเล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อการสอนแบบนิ่งที่สามารถอ่านและอ้างอิงได้ ให้ผู้บรรยายสามารถที่จะศึกษารายละเอียดและวิธีการบรรยาย ควบคู่ไปกับแผ่นซีดี(powerpoint presentation) เพื่อนำไปเป็นสื่อการสอนสำหรับคนหมู่มากต่อไป

ในรายละเอียดของคู่มือนี้จะแบ่งออกเป็น 6 บท ภายใต้แนวความคิด ของกล้วย ตั้งแต่ต้นหัวปลี และเครือกล้วย คัดเลือกกล้วยหนึ่งหวีมากิน กินกล้วย เหลือแต่เปลือกกล้วย กล้วยหมดไปแต่เรายังใช้ประโยชน์จากต้นกล้วยได้ทั้งต้น อย่างการนำใบตองมาใช้ประโยชน์ ในแต่ละบทจะแบ่งด้วยสีของกระดาษ พิมพ์ 4 สีทั้งหมด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



จุดเริ่มต้น.... โครงการ



- ความเป็นมาของโครงการ
- วัตถุประสงค์ของโครงการ
- แนวทางการแสวงหาโอกาส

จุดเริ่มต้นโครงการ

- ความเป็นมาของโครงการ
- วัตถุประสงค์ของโครงการ
- ข้อมูลค้นคว้าของโครงการ
- ประโยชน์ต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- แนวทางการแสวงหาโอกาส
 - แนวทางการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากต่างมุมมอง
 - ปัจจัยพิจารณาแนวทางแสวงหาโอกาสแตกต่าง



ความเป็นมาของโครงการ



จากปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจส่งผลให้ประชาชนในทุกระดับประสบปัญหา ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้า คือ ปัญหาความยากจน ซึ่งก่อให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ที่เจริญกว่าเป็นปัญหาตามมา รัฐบาลจึงได้จัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

โครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง จากหมู่บ้านอันเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้นจนเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบลสามารถสร้างความเจริญและยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขายสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปไกล สามารถจำหน่ายได้ทั่วทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นของประเทศไทยที่สามารถนำมาแปรรูปก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อไป ทั้งอาหาร, ของใช้, เครื่องเรือน, ของตกแต่ง, รวมทั้งศิลปกรรมต่างๆ ส่วนหนึ่งได้มาจากการอาศัยใช้พืชผลทางการเกษตร เป็นวัตถุดิบ เมื่อนำความคิด, ความรู้และภูมิปัญญาประยุกต์ใช้กับทรัพยากรเหล่านี้ย่อมสามารถก่อให้เกิดสินค้ารูปแบบต่างๆ หากแต่ประเทศไทย แม้จะแบ่งออกเป็นภูมิภาคต่างๆ แต่ก็ยังมีลักษณะภูมิประเทศที่มีได้แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงและ การประกอบอาชีพส่วนใหญ่ของคนในแต่ละภูมิภาคยังเป็นการทำเกษตรกรรม ดังนั้นพืชผลทางการเกษตรทั้งพืชไร่ พืชสวนนานาชนิด จึงสามารถผลิตได้ทั่วไปทั้งประเทศ และเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สินค้าที่เกิดขึ้นจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันเกือบทั้งสิ้น การที่สินค้าใหม่จะเกิดขึ้นและประสบความสำเร็จในตลาดได้นั้น การสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นับ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สินค้าได้มีความแปลกใหม่และน่าสนใจมากกว่าสินค้าเดิมที่มีอยู่นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาในขั้นวางแผนพัฒนาของสินค้า

วิทยานิพนธ์นี้จึงมุ่งที่จะนำเสนอแนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปเผยแพร่จัดการอบรมสำหรับผู้สนใจต่อไป



กล้วย เป็นพืชที่เก่าแก่มาชนิดหนึ่งที่คนรู้จักและใช้ประโยชน์นับพันปีแล้ว เป็นพืชที่หาง่าย ปลูกและเจริญเติบโตได้ กระจายไปทั่วทุกภูมิภาค สมควรคัดเลือกนำมาเป็นกรณีศึกษา ในโครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นโครงการนำร่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปดลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อให้แนวคิดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพและบุคลิกภาพที่แตกต่าง

ประโยชน์ของโครงการ



ข้อมูลکنควาของโครงการ

ทรงผลิตภัณฑ์
ทรงตำบัล



กล้วย
ผู้ผลิต, แหล่งที่มา
ผู้บริโภค

ข้อมูลที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม
เพื่อประกอบการพิจารณา

- ข้อมูลทางการตลาด
- คู่แข่ง
- วัสดุบรรจุภัณฑ์และการผลิต
- ข้อมับังคับทางกฎหมาย

หมายเหตุ : รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เฉพาะเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ต่อโครงการ
หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์



สร้างโอกาสในการเกิดผลิตภัณฑ์
และบรรจุภัณฑ์

ได้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
ที่แตกต่างไปจากเดิม

แนวทางแสวงหาโอกาส

แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

วิเคราะห์จากปัจจัยดังต่อไปนี้



กลยุทธ์

ผู้ผลิต, แหล่งที่มา

ใครขาย?...
Who sells = Brand

กลยุทธ์, การแปรรูป,
รูปทรง, รสชาติ ฯลฯ

ขายอะไร?...
Sells what = Product

สถานการณ์ผู้บริโภค

วัย, เพศ, ชื่อ, แหล่งซื้อ,
ความสัมพันธ์ผู้บริโภค,
จำนวนผู้บริโภค,
สถานการณ์บริโภค

ให้ใคร?...
To whom = Target

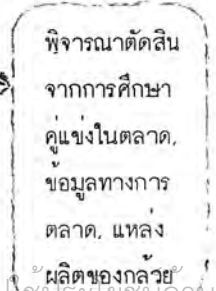
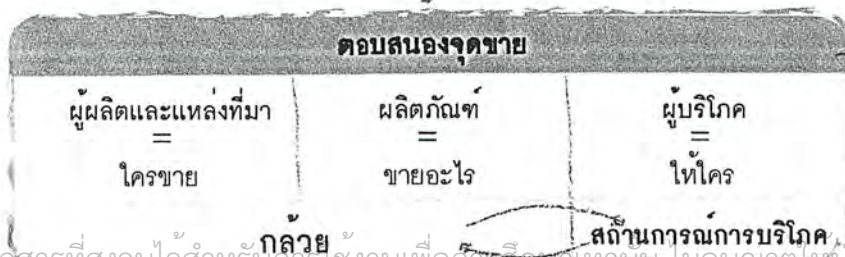
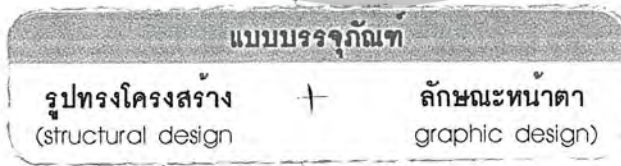
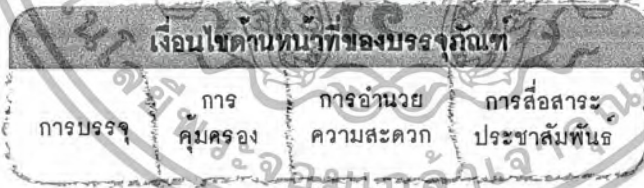
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นแต่มีมติเห็นชอบแล้ว และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
เมื่อพิจารณาจากต่างมุมมอง

สองมุมมองในการแสวงหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์



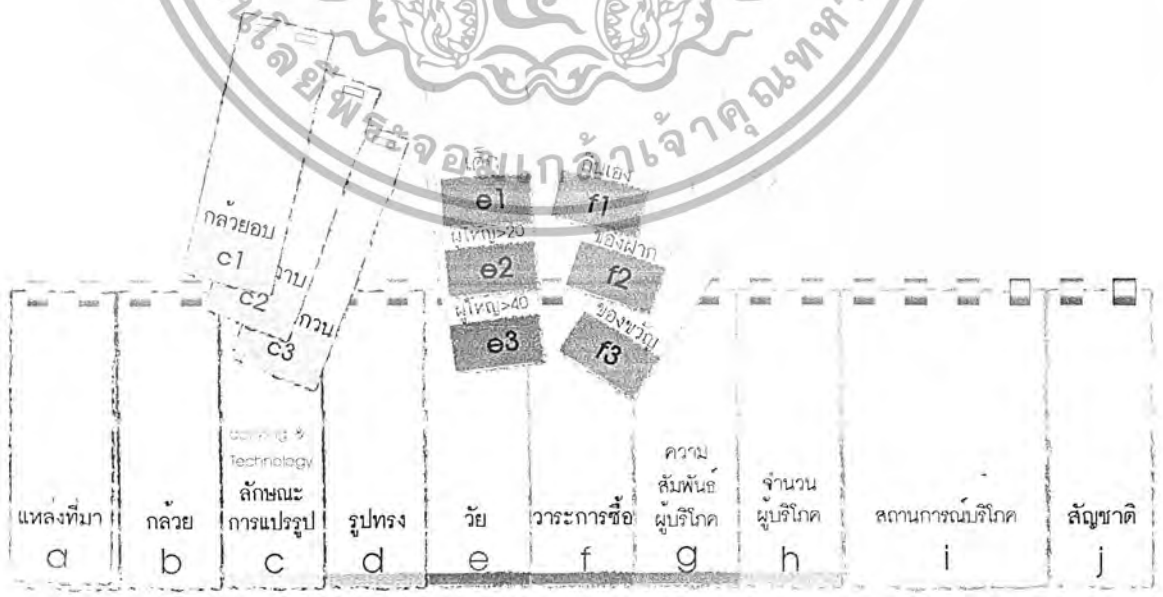
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่มีโอกาสเติบโตด้วยลักษณะและจุดขายที่แตกต่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งถ้าผมมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสร้างจุดขายที่แตกต่างเป็นที่มาของรูปลักษณะและคุณสมบัติที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่

ปัจจัยพิจารณาแนวทางแสวงหาโอกาสแตกต่าง		
ใครขาย?... Brand	ขายอะไร?... Product	ขายให้ใคร?... Target
แหล่งที่มา ผู้ผลิต และ ผู้จำหน่าย	กลวย การแปรรูป และ ลักษณะทางกายภาพ รูปทรง รสชาติ คุณประโยชน์	วัย เพศ ฐานะ รสนิยม ชาติพันธุ์ เพศชื่อ ความสัมพันธ์ผู้บริโภค จำนวนผู้บริโภค สถานที่จำหน่าย สถานการณ์บริโภค (time/place/occasion /movement)
	กลวย	สถานการณ์การบริโภค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

จากปัจจัยพิจารณาแนวทางแสวงหาโอกาสที่แตกต่าง
นำมาทำเป็น แฝดพลิก (flipbook) ที่สามารถ
นำมาใช้ประโยชน์โดยประสมประสานและสืบเปลี่ยนปัจจัยย่อยต่างๆ
เพื่อแสวงหาโอกาสเกิดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กระบวนการความคิด



- ปัจจัยอันเกี่ยวแก่กล้วย
- ปัจจัยอันเกี่ยวกับผู้บริโภคนและสถานการณ์บริโภค
- ปัจจัยพิจารณาเพื่อแสวงหาโอกาส

กระบวนการความคิด

ปัจจัยอันเกี่ยวแก่กล้วย

- ชนิดของกล้วยและแหล่งที่มา
- ลักษณะการแปรรูปและรูปทรง

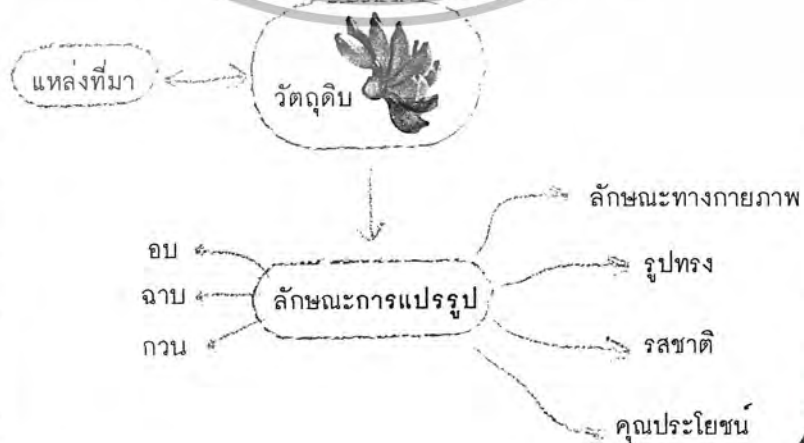
ปัจจัยอันเกี่ยวกับผู้บริโภคนและสถานการณ์บริโภค : วัย, เพศ....ฯลฯ

ปัจจัยพิจารณาเพื่อแสวงหาโอกาส

กระบวนการความคิด

ปัจจัยอันเกี่ยวแก่กล้วย

พิจารณาคัดเลือกวัตถุดิบที่มีภายในท้องถิ่นมาผลิตโดยอาศัยกระบวนการผลิตจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน



กล้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คัดเลือก กล้วย

กล้วยน้ำว่า
 กล้วยเล็บมือนาง
 กล้วยไข่
 กล้วยหอมจันทน์
 กล้วยหอมทอง
 กล้วยน้ำไท
 กล้วยนาก
 กล้วยครึ่ง
 กล้วยหักมุก

ชนิดของกล้วยและแหล่งที่มา

กล้วยน้ำว่า มีราคาถูก และมีรับประทานได้ตลอดทั้งปีรสหวาน อร่อยมีคุณค่าอาหารสูงทำอาหารได้สารพัด มีปลูกทั่วประเทศ มีปลูกกันมากที่จังหวัดพิษณุโลก

กล้วยเล็บมือนาง เนื้อในสีเหลือง หวานเนื้อนุ่มนิยมกินสุกและนำไปอบแห้งหรือตากแห้ง มีปลูกมากทางภาคใต้โดยเฉพาะจังหวัดชุมพร

กล้วยเป็นจุดขาย

- ชนิด รูปทรงและเรื่องราวของกล้วย ลักษณะการแปรรูป และรสชาติของผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย
- กล้วยกับแหล่งที่มาเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน และมีผลต่อเนื่องมาจากการคัดเลือก ชนิดของกล้วย

แหล่งที่มาเป็นจุดขาย

- จังหวัด ตำบล หมู่บ้าน ผู้ผลิตและที่ตั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

ชนิดของกล้วยและแหล่งที่มา



ไม่นิยมกินสดนิยม นำไปเผาหรือจมน้ำตาล
กล้วยจามที่ได้จะมีสีเหลืองสวยกว่า
กล้วยหักมุก มีปลูกมากที่จังหวัดเพชรบุรี

กล้วยหักมุก

กล้วยไข่

เป็นกล้วยรสชาติดีและใช้ในเทศกาลสารทไทย
ผลกินสดและเป็นเครื่องเคียงของข้าวเม่าคลูก
และกระยาสารท ปลูกกันมากที่จังหวัดกำแพงเพชร



เป็นกล้วยที่พบเห็นได้ง่ายประจำบ้านหรือแผงผลไม้
มีเนื้อสีส้มอ่อนๆกลิ่นหอมรสหวาน ส่วนใหญ่ปลูก
ในแถบภาคกลางโดยเฉพาะจังหวัดปทุมธานี

กล้วยหอม



ลักษณะการแปรรูป

การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรเป็น
ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปที่
ใช้กรรมวิธีที่ไม่สลับซับซ้อน อยู่ใน
ระดับไร่นา และระดับครัวเรือน
คัดเลือกจากกรรมวิธีการแปรรูปกล้วย
ที่นิยมกันแพร่หลายและมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนากราฟฟิคและบรรจุภัณฑ์
เพื่อสร้างโอกาส สร้างงาน สร้างรายได้

- กล้วยบั้ง
- กล้วยเผา
- กล้วยทอด
- พิวรีกล้วย
- กล้วยตาก
- แป้งกล้วย
- กล้วยคินรูป
- กล้วยเชื่อม
- กล้วยผง
- กล้วยแผ่นแช่แข็ง
- กล้วยจาม
- กล้วยดอง
- กล้วยกวน
- กล้วยกระป๋อง
- การทำน้ำผลไม้

การแปรรูป

ลักษณะทางกายภาพ

รูปทรง

รูปทรงที่เกิดขึ้นจากการแปรรูปเป็นรูปทรง
 ในลักษณะเดิมที่มีอยู่เดิมและมีวางขาย
 โดยทั่วไป ในปัจจุบันมีความหลากหลาย
 แตกต่างกันไปตามลักษณะทางกายภาพ
 ที่ได้จากการแปรรูป



รูปทรง

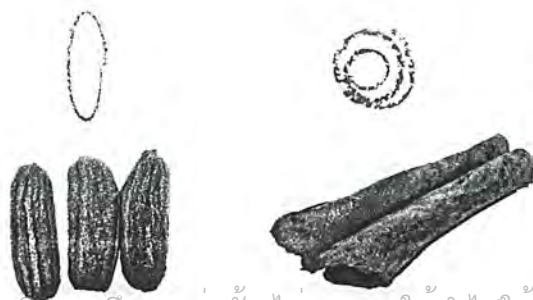
ลักษณะการแปรรูปและรูปทรง

กล้วยตากหรือกล้วยอบ ทำจากผลกล้วยที่สุกงอมแล้วปอกเปลือกเอาแต่ตัวเนื้อกล้วยไปตากแดด
 กล้วยที่นิยมทำกล้วยตาก คือกล้วยน้ำว้า ปัจจุบันได้มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์มาทำเป็นเตาอบขนาดใหญ่
 เพื่อใช้ตาก กล้วยตาก หรืออบ ทำให้กล้วยตากที่ได้สะอาดกว่าตากจากแสงอาทิตย์โดยตรงมาก

ลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์ กล้วยอบ/ตาก

- กิ่งแข็งกิ่งเหลว มีความยืดหยุ่นสูง ผิวนิ่มไม่
 แข็งมีความชื้นสูงยังคงเห็นลักษณะวัตถุดิบ
 โกล่เคียงกับตอนสด

รูปทรงของกล้วยตากหรือกล้วยอบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการแปรรูปและรูปทรง

กล้วยฉาบ ใช้ผลกล้วยดิบฝานบางๆ ผึ่งลมไว้สักครู่ แล้วจึงนำลงทอดในน้ำมันพืช คล้ายกับมันฝรั่งทอดกรอบ นิยมใช้กล้วยน้ำว้าหรือกล้วยหักมุก การฝานกล้วยอาจจะฝานตามยาวหรือตามขวางก็ได้ ขณะนี้มีการส่งกล้วยฉาบออกขายต่างประเทศ แต่กล้วยฉาบมีข้อเสียที่ว่าเมื่อเก็บไว้นานจะมีกลิ่นหืนและนุ่มเพราะความชื้นเข้า

ลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์ ฉาบ - เป็นของแข็ง แห้ง แข็งร่วน กรอบและแตกหักได้ง่าย มีส่วนประกอบเป็นน้ำมันมาก

รูปทรงของกล้วยฉาบ



ลักษณะการแปรรูปและรูปทรง

กล้วยกวน ใช้กล้วยสุกอมมามีไข่และบนกระทะทองเหลืองกับน้ำตาล และน้ำกะทิ ตั้งไฟอ่อนๆ จนสุกเหนียวแล้วหั่นเป็นก้อนกลม ห่อด้วยกระดาษแก้วเก็บไว้รับประทาน การกวนเป็นวิธีการถนอมอาหารวิธีหนึ่งที่มีกรรมวิธีที่ง่าย ๆ โดยการนำผลไม้มานผสมน้ำตาลและส่วนผสมอื่นๆ เช่น กะทิ เกลือ น้ำตาล และแบะแซ เป็นต้น จากนั้นใช้ความร้อนเคี่ยวจนปริมาณน้ำตาลน้อยลง และส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกัน

ลักษณะทางกายภาพผลิตภัณฑ์ กวน - กึ่งแข็งกึ่งเหลว มีความชื้นสูง

รูปทรงของกล้วยกวน





ลักษณะการแปรรูปและรูปทรงที่คิดเลือกมาเป็นโจทย์ในคู่มือนี้ ส่วนใหญ่นำลักษณะวิธีแปรรูปที่มีมาแต่เดิมในครัวเรือนมาใช้ กลุ่มผู้ผลิตเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในชุมชน มีการผลิตและขายภายในชุมชนเอง หรือส่งต่อไปจำหน่ายยังร้านขายของชำ ร้านขายของฝาก บางกรณีอาจได้รับการสนับสนุนจากสหกรณ์ หรือนายทุน ทำให้มีโอกาสทางการตลาดและگردจรที่เพิ่มขึ้น การสร้างโอกาสทางการตลาดให้เกิดขึ้นนั้น ควรเริ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของตนให้ได้คุณภาพ มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดการจดจำลักษณะสินค้า สดใจในรสชาติ ตลอดจนตราสินค้า เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง

๓๓

ปัจจัยอันเกี่ยวกับผู้บริโภคและสถานการณ์บริโภค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผู้บริโภครวมและสถานการณผู้บริโภค

- วัย
- เพศ
- ฐานะ
- รสนิยม
- ชาติพันธุ์
- เหตุซื้อ
- ความสัมพันธ์ผู้บริโภค
- จำนวนผู้บริโภค
- สถานที่จำหน่าย
- สถานการณผู้บริโภค

๓๓

วัย



เด็ก < 20 ปี : ผู้บริโภควัยเด็ก อายุน้อยกว่า 20 ปี



ผู้ใหญ่ > 20 ปี : ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ อายุมากกว่า 20 ปี



ผู้ใหญ่ > 40 ปี : ผู้บริโภควัยผู้ใหญ่ อายุมากกว่า 40 ปี

วัย ที่นำมาใช้กับตัวอย่างโจทย์ในคู่มือ กำหนดตามช่วงอายุที่มีความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมกรับประทานอาหารรวมทั้งความสามารถของการรับประทานอาหาร อาทิ การเคี้ยว รสนิยมในการรับประทานอาหาร และการคำนึงถึงเรื่องการดูแลสุขภาพร่างกายซึ่งมีความแตกต่างกันมากน้อยตามช่วงอายุ ทั้งเพศหญิงและเพศชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวไทย



: ผู้บริโภคชาวไทย
ทั้งเพศหญิง เพศชาย

ชาติพันธุ์

ชาวต่างประเทศ



: ผู้บริโภคชาว
ต่างประเทศ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
หรืออยู่อาศัยในประเทศไทย

๓๕

เหตุซื้อ



บริโภคเอง : เป็นการซื้อเพื่อนำมารับประทานเองส่วนใหญ่เป็น
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แบบเรียบง่ายไม่มี
ราคาแพงมากนัก



ของฝาก : เป็นการซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก เป็นผลิตภัณฑ์
ที่ซื้อให้กัน เหมือนเป็นการแสดงความมีน้ำใจให้
กันผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จะมีความพิเศษกว่า
การซื้อมารับประทานเองในระดับหนึ่ง



ของขวัญ : เป็นการซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญ เป็นผลิตภัณฑ์
ที่ต้องใช้ความพิถีพิถันในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์
และบรรจุภัณฑ์นั้นดูดีมีคุณค่า

วาระการซื้อ ที่นำมาพิจารณาเป็นเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ยังต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ของผู้บริโภค

ระหว่างผู้ซื้อและผู้รับ กับจำนวนผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะกล่าวต่อไป

๓๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ผู้บริโภครูปแบบ

เพื่อน : ความสัมพันธ์ในระดับวัยเดียวกัน มีความเป็นกันเอง ไม่ต้องมีพิธีรีตองมาก ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคน มีเฉพาะในกรณีที่สนิทกันถึงจะเป็นผู้รับเพียงคนเดียว

อาวุโสกว่า : ความสัมพันธ์ในระดับของคนต่างวัยและฐานะยอมให้ความสำคัญในการแสดงออกด้วยความเอื้ออาทร ความกตัญญูทเวทและความเคารพนับถือ ความรู้จักคุ้นเคยกัน อาจเป็นคนในครอบครัว ญาติผู้ใหญ่ หรือเป็นคนในสายงาน

อย่างเป็นทางการ : ความสัมพันธ์อันพึงแสดงไมตรีต่อกันเป็นทางการ อาจมาจากการรู้จัก พึ่งพากันในหน้าที่การงานและธุรกิจ

ความสัมพันธ์ผู้บริโภค เป็นที่มาของการบริโภคในลักษณะของฝากและของขวัญ เปิดโอกาสให้เกิดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง

๓๘

จำนวนผู้บริโภค

1 คน : ปริมาณของผลิตภัณฑ์และขนาดของบรรจุภัณฑ์เหมาะสำหรับบุคคลเดียวรับประทาน บรรจุภัณฑ์ไม่ซับซ้อน

2-4 คน : ผลิตภัณฑ์มีปริมาณมากเพียงพอสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเล็ก รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาจจะมีการแบ่งเป็นหน่วยย่อยเพื่อความสะดวกในการรับประทานและการเก็บรักษา

> 4 คน : ผลิตภัณฑ์มีปริมาณมากสำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหญ่และอาจแบ่งเป็นบรรจุภัณฑ์หน่วยย่อย เพื่อความสะดวกในการซื้อ การนำไปแบ่งบริโภคหรือแจกจ่ายให้กับกลุ่มคน

จำนวนผู้บริโภค ทำให้เกิดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง

สถานการณ์บริโภคนิยม

เวลา : ในที่นี้หมายถึงเวลาของกิจกรรมการบริโภค อาทิการบริโภคอาหารในแต่ละวัน อย่างเช่น อาหารเช้า อาหารว่าง พักน้ำซักรากาแฟ หรือกินเล่นนอกมื้อปกติ เป็นต้น

โอกาส : ในที่นี้หมายถึงวาระหรือโอกาสที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์ช่วงเวลาหนึ่ง อาทิ เทศกาลของขงขัญ การเดินทางเยี่ยมเยือนต่างถิ่น ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรซื้อเพื่อจุดประสงค์ต่างๆกันตาม เหตุการณ์ อาทิ การซื้อเพื่อเป็น ของขวัญ ของฝาก ฯลฯ

สถานที่ : สถานที่การรับประทานอาหารในสถานที่ต่างๆ ในที่นี้จะแบ่งอย่างกว้างๆออกเป็น ภายในอาคาร(indoor) และ ภายนอกอาคาร(outdoor) ซึ่งจะมีผลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกร รับประทานอาหารและลักษณะที่น่าจะเป็นของบรรจุภัณฑ์เพื่อความเหมาะสมต่อสถานที่นั้นๆ หากจะขอขยายขอบเขตในการพิจารณาเรื่องสถานที่นี้ต่อไปย่อมครอบคลุมถึง สถานที่จำหน่าย, สถานที่ซื้อ และสถานที่บริโภค ฯลฯ

อิริยาบถ : ท่าทางในการเคลื่อนไหวในที่นี้จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ นั่งกิน และเดินกิน เป็น คำจำกัดความแทนลักษณะการกินอยู่กับที่หรือมีการเคลื่อนไหว อาจเป็นข้อพิจารณา ที่สร้างโอกาสให้เกิดความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

สถานการณ์การบริโภค ที่ได้จากการประเมินพฤติกรรมกรบริโภคของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารแปรรูปในลักษณะ ต่างๆกัน อาจเป็นปัจจัยพิจารณาที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรคและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ลักษณะแตกต่างมากมาย

๓๓

ลักษณะและจุดขายที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่เกิดได้จากการ พิจารณามัจจุยเรื่องผู้บริโภคและสถานการณ์การบริโภค

ผู้บริโภคและสถานการณ์การบริโภค

สถานการณ์ผู้บริโภค

ชาวไทย	เด็ก < 20ปี	บริโภคนเอง	เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน
	ผู้ใหญ่	>20ปี	ของฝาก โอกาส : เยี่ยมเยือนต่างถิ่น
>40ปี		บริโภคนเอง	เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน
ชาวต่าง ประเทศ	ผู้ใหญ่	บริโภคนเอง	เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน
		ของฝาก	เวลา : อาหารว่าง(กินเล่น), เดินทาง สถานที่ : ในอาคาร, นอกอาคาร ฯลฯ อิริยาบถ : นั่งกิน, เดินกิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยพิจารณาเพื่อแสวงหาโอกาส

กลยุทธ์		สถานการณ์การบริโภค										
แหล่งที่มา	กลยุทธ์	การแปรรูป	รูปทรง	วัย	เหตุซื้อ	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค	จำนวนผู้บริโภค	สถานการณ์บริโภค			ชาติพันธุ์	
a	b	c	d	e	f	g	h	i			j	
พิษณุโลก	กลยุทธ์นำพา	อบ	แนวยาว	เด็ก	กินเอง	เพื่อน	1คน	กินเล่น	ใบอาคาร	เทศกาล	นั่งกิน	ไทย
a1	b1	c1	d1	e1	f1	g1	h1	t1	p1	o1	m1	j1
ชุมพร	กลยุทธ์เตือนนาง	ฉาบ	แนวขวาง	ผู้ใหญ่>20	ของฝาก	อาวุโสกว่า	2-4 คน	เดินทาง	นอกอาคาร	ค้างคืน	เดินกิน	ต่างประเทศ
a2	b2	c2	d2	e2	f2	g2	h2	t2	p2	o2	m2	j2
เพชรบุรี	กลยุทธ์หักมุม	กวน	เส้น	ผู้ใหญ่>40	ของขวัญ	ลงนามเป็นทางการ	> 4 คน	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ	
a3	b3	c3	d3	e3	f3	g3	h3	t3	p3	o3	m3	
กำแพงเพชร	กลยุทธ์ไข	อื่นๆ	มวน									
a4	b4	c4	d4									
ปทุมธานี	กลยุทธ์หอม		หึ่งลูก									
a5	b5		d5									
อื่นๆ	อื่นๆ		อื่นๆ									
a6	b6		d6									

ปัจจัยย่อยในการพิจารณา เพื่อแสวงหาโอกาสสร้างผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่าง

๑๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กลั่นกรองหาผลิตภัณฑ์

๓

- ลำดับชั้น การแสวงหาผลิตภัณฑ์
- งบประมาณที่ผู้บริโภคร่วมใจซื้อ
- ใจหายตัวอย่างแบ่งตามกรณี

กลั่นกรองหาผลิตภัณฑ์

ลำดับชั้นการแสวงหาผลิตภัณฑ์

- แสวงหาโอกาสเกิดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่
- ประสมปัจจัยใน flipbook
- แปลงรหัสเป็นศัพท์บรรยาย

งบประมาณที่ผู้บริโภคร่วมใจซื้อ

ใจหายตัวอย่างแบ่งตามกรณี

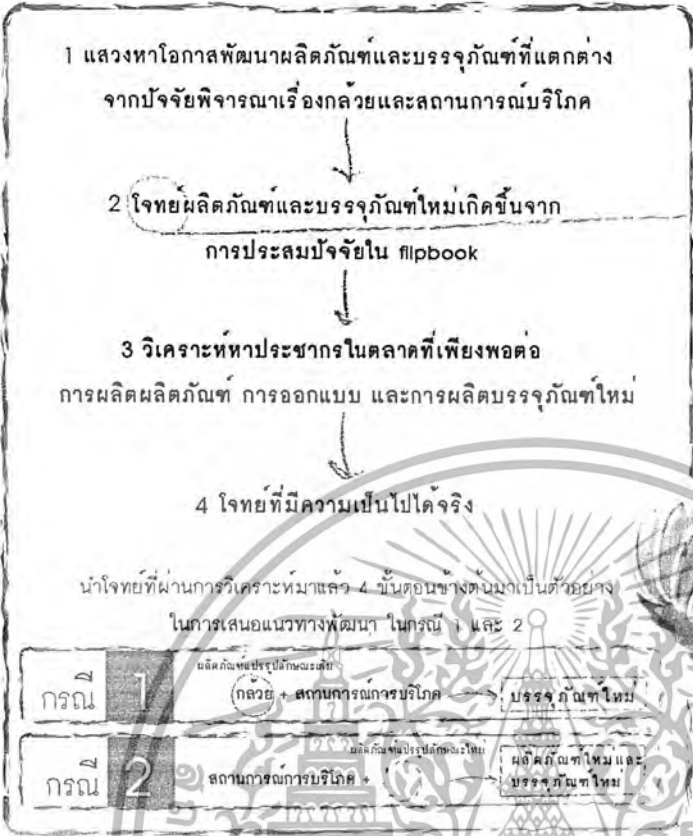
กลั่นกรองหาผลิตภัณฑ์



แนวทางการแสวงหาโอกาส เป็นระบบที่มีความซับซ้อน ซึ่งมีลำดับการคิด วิเคราะห์ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับขั้นการแสวงหาผลิตภัณฑ์



ใจหาย ได้มาจากโอกาสพัฒนาที่เกิดขึ้นจากการปรับเปลี่ยนและประสมปัจจัยพิจารณาในเรื่องกลยุทธ์และสถานการณ์บริโภค แต่ละปัจจัยย่อยมีตัวเลือกมากมาย ในที่นี้จะแสดงด้วยคำบรรยายและรหัส

แสวงหาโอกาสเกิดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่



จาก Flipbook จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยทั้งหมดอยู่ 10 แถบ ซึ่งแบ่งออกเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์และสถานการณ์บริโภค มีรหัสเรียงตามตัวอักษรจาก a - j และมีปัจจัยย่อยๆ แยกมาอีกชั้นหนึ่ง ใช้รหัส a1, a2... ปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้ จะสามารถนำมาประสมและสับเปลี่ยนกันไปเพื่อแสวงหาใจหายการพัฒนาที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำรหัสมาแปลงเป็นศัพท์บรรยายสถานการณ์บริบท ในแต่ละโจทย์

แปลงรหัสเป็นศัพท์บรรยาย กรณีย์ 2

กรณีย์ 2 สถานการณ์การบริโภค + ผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่

e2 f3 g2 h1 io1 j1

ผู้ใหญ่ > 20ปี ของขวัญ อวูโลกว่า 1 คน โอกาสเทศกาล

เรียบเรียงเป็นโจทย์ได้ดังนี้

ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ชื้อของขวัญให้ผู้อวูโลกว่า 1 คน เนื่องในโอกาสเทศกาล
 กลย่นนำว่ากวนโรยงวุดคิมจากจังหวัดพิษณุโลก

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถรองรับสถานการณ์การบริโภคได้

หมายเหตุ เมื่ออาศัยมุมมองจากสถานการณ์บริโภคเป็นเหตุหน้า จะเห็นโอกาสเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองเงื่อนไขความต้องการของสถานการณ์นั้น ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเป็นสิ่งที่คาดไม่ถึงและไม่เคยเห็นมาก่อน

เช่น e1 f1 h1 i1 i2 j1 c3 b3 c2 d3+ ร้อยโทแคต

เด็กไทยเดินกินเล่นเอง

คำถาม : เป็นพฤติกรรมกรณีย์ประเภทไหนที่มีผลิตภัณฑ์แบบใหม่เหมาะสม? คำตอบ : ขนบกินเล่นง่ายสะดวกมีปริมาณเพียงพอต่อครั้ง เช่น กลย่นนำว่ากวนโรยงวุดคิม

วิเคราะห์หาประชากรในตลาด

เมื่อได้โจทย์ที่จะสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นไปได้แล้วต้องวิเคราะห์หาประชากรในตลาดที่เพียงพอต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ การออกแบบ และการผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งมีราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อ



ควบคุมต้นทุนการผลิตให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมกับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อ

งบประมาณที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเหตุผลในการเลือกซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์กล้วยอบ/ตาก

- ลักษณะการแปรรูป - ใช้เทคโนโลยีการตาก/อบแห้ง(ระเหยน้ำออก)
- ลักษณะทางกายภาพ - กิ่งแข็งกิ่งเหลว มีความยืดหยุ่นสูง ผิวมันไม่แข็ง
มีความชื้นสูงยังคงเห็นลักษณะวัตถุดิบใกล้เคียง
กับคอนสลด
- อายุการเก็บรักษา - 3-4 เดือน

ความคุ้มครองที่ต้องการ

ป้องกันการซึมผ่านของความชื้นหรือไอน้ำ (กันชื้น)
สามารถทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ
สามารถเก็บรักษาไว้ได้ 3-4 เดือน

โจทย์ผลิตภัณฑ์กล้วยอบ/ตาก ก1 ก4 A1 ข3

๘7๑

ศึกษาความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ

- ลักษณะการแปรรูป - การระเหยน้ำออกโดยการทอดในน้ำมันร้อน
- ลักษณะทางกายภาพ - เป็นของแข็ง อาหารแห้ง แข็งร่วน กรอบและ
แตกหักได้ง่าย มีส่วนประกอบเป็นน้ำมันมาก
- อายุการเก็บรักษา - 3-4 เดือน

ความคุ้มครองที่ต้องการ

ป้องกันการซึมผ่านของความชื้นหรือไอน้ำ (กันชื้น)
ป้องกันการซึมผ่านของไขมันได้(ทนไขมันได้)
ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ โดยเฉพาะออกซิเจน(กันหืน)

โจทย์ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ

ก2 A2 ข2 ๑4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บรรจุภัณฑ์เพื่อการคุ้มครอง



- ศึกษาความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์
- ศึกษาเรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์
- วัสดุในขอบข่ายพิจารณา

บรรจุภัณฑ์เพื่อการคุ้มครอง

ศึกษาความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์กวน/ตาก

ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ

ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน

ศึกษาเรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์

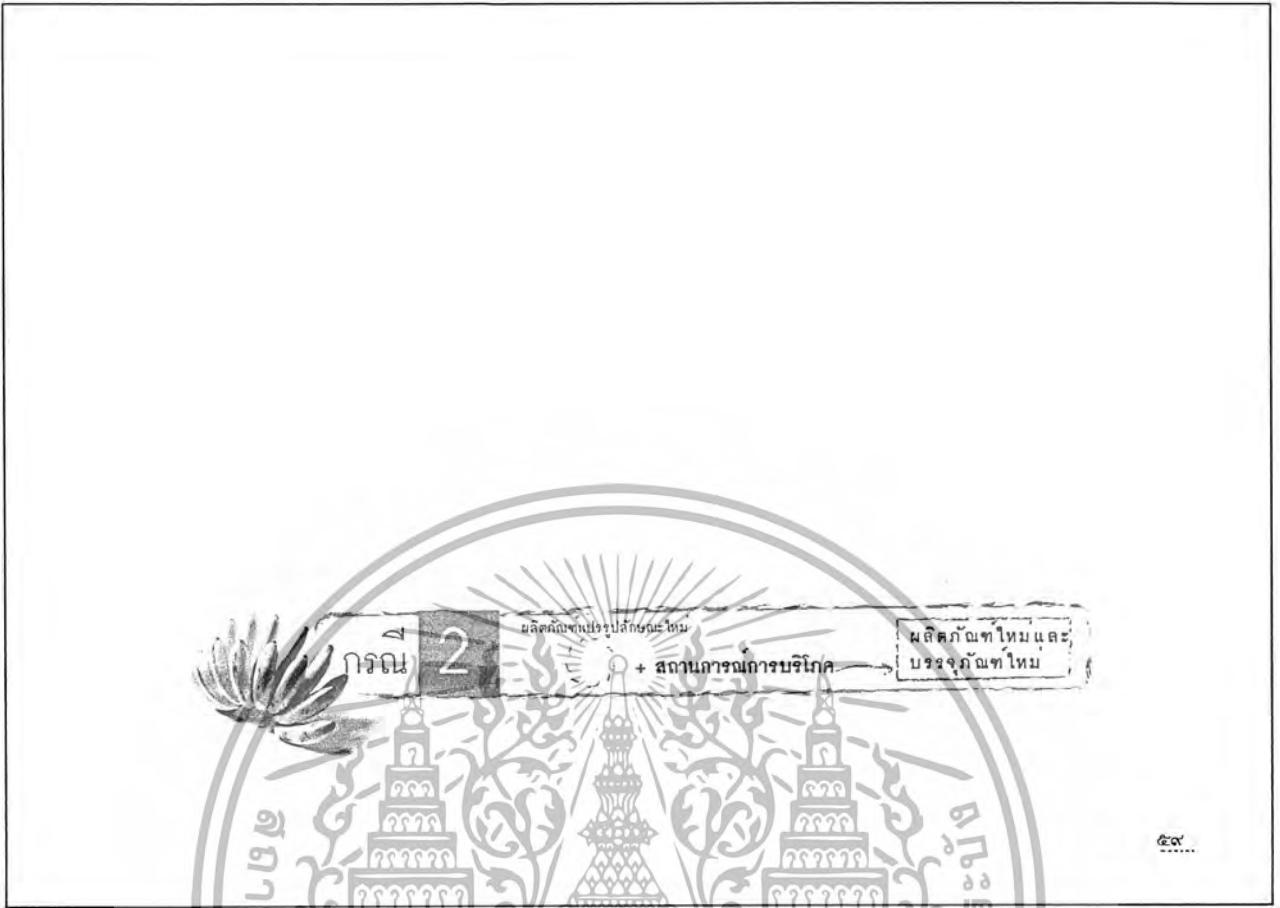
โจทย์	ปัญหา	ข้อได้เปรียบ โอกาสเกิดแตกต่างของผลิตภัณฑ์
<p>ข1 ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีซื้อของขวัญให้ผู้อื่นคนหนึ่งเนื่องในโอกาสเทศกาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่คล้ายน้ำวุ้นกวนโรยงารูปเรขาคณิต วัตถุประสงค์จากจังหวัดพิษณุโลก</p>	<p>ข1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในระดับคุณภาพ การเลือกมาและการจัดเรียง เป็นการเพิ่มขั้นตอนการผลิต ต้องใช้แรงงานและเวลาเพิ่ม</p>	<p>ข1 แยกใหม่มาสนใจ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์สามารถขายตลาดได้ มีแนวทางเป็นอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น</p>
<p>ข2 ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีซื้ออาหารว่างกินเองในอาคารเป็นผลิตภัณฑ์ที่คล้ายเค้กตามขวงวัตถุประสงค์จากจังหวัดเพชรบุรี กินพร้อมโยเกิร์ต</p>	<p>ข2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ Thermoformed ที่เหมาะสม การเก็บรักษา การบรรจุ และการขนส่ง ในระดับชุมชน มีของจำกัด</p>	<p>ข2 เป็นโยเกิร์ตเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สามารถขายตลาดได้เพราะเป็นสินค้าใหม่ เหมาะกับผู้นิยมความแปลกใหม่ หรือคิดใจในรสชาติกล้วยอบ</p>
<p>ข3 ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีซื้ออาหารว่างกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์ที่คล้ายน้ำวุ้นมวนสอด โคลแลต ไอศกรีม วัตถุประสงค์จากจังหวัดพิษณุโลก</p>	<p>ข3 การเลือกซื้อค็อกแลต การเลือกไม้จิ้มไม้รูปสัตว์ชนิดอื่นตามแบบแห่งเป็นการเพิ่มขั้นตอนการผลิตต้องใช้แรงงานและเวลาเพิ่ม</p>	<p>ข3 สินค้าแปลกใหม่มาสนใจ เด็กๆจะได้รู้จักกล้วยในมุมมองใหม่ที่เป็นขนมที่คล้ายกับไอศกรีม มีรสชาติหลากหลาย น่าลอง</p>
<p>ข4 เด็กชื่อขนมกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์ที่คล้ายเค้กตามแบบขนมวัตถุประสงค์จากจังหวัดเพชรบุรีกินพร้อมช็อคโกแลต</p>	<p>ข4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ Thermoformed ที่เหมาะสม การเก็บรักษา การบรรจุ และการขนส่ง ในระดับชุมชน มีของจำกัด</p>	<p>ข4 สินค้าแปลกใหม่มาสนใจ เด็กๆจะได้รู้จักกล้วยในมุมมองใหม่ที่เป็นขนมที่คล้ายกับช็อคโกแลตที่เด็กชอบกิน</p>



โจทย์ตัวอย่าง งบที่ 2

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคา (บาท)	ปริมาณการบรรจุ	รสชาติ	ประเภทบรรจุภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	แบบร่าง
ข1 คำน้ามาก, หัวสุข	~80-120	90g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค	บรรจุภัณฑ์ซองแบบ	เดี่ยว	
ข2 Banana Yogurt, YO!, BananaPUTI	~18	100g	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ซองแบบ	เดี่ยว	
ข3 banana choco, banana berry, smiley banana	~40	100g	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ซองแบบ	รวมชุด หลากรส	
ข4 banana dip, ba-no-chups	~12	30g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค	บรรจุภัณฑ์ซองแบบ	เดี่ยว	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



วัย	เหตุชื่อ	ความสัมพันธ์ ผู้บริจาค	จำนวน ผู้บริจาค	สถานการณ์ บริจาค	ที่มา	กลยุทธ์	การแปรรูป	รูปทรง	ลักษณะปัญหา การบริจาค
ผู้ใหญ่ >40ปี	ช2 ช3 ช4 บริจาคเอง	เพื่อน	ช1 ช2 ช3 ช4 1 คน	เวลา (Time) ช1 - ช2 กับคนอื่นหรือ ช3 กับคนอื่นทาง ช4 กับคนอื่น สถานที่ (Place) ช1 - ช2 ภายในอาคาร ช3 ภายในอาคาร ช4 ภายในอาคาร โอกาส (Occasion) ช1 เทศกาล, วันสำคัญ ช2 - ช3 - ช4 - อิริยาบถ (Movement) ช1 - ช2 นั่ง ช3 เดิน ช4 เดิน	ช1 ช3 ปัญญาโลก	ช3 ช1 น้ำ	ช3 อบ (จัดโดย, แสง)	ช3 @	การบริจาคไม่สะดวก และมือเหนียวจน เก็บรักษาได้นาน
ผู้ใหญ่ >20ปี	ช1 ช2 ช3 ของฝาก	ช1 อาวุโสกว่า	2-4 คน		ช2 ช4 เพชรบุรี	ช2 ช4 หักมุม	ช4 ช2 ฉาบ ฉาบ (จัดโดย, ใจดี)	ช2 ช4 @- @	ไม่ครบ, มีเรา ไม่มันจิ้นพอดี แตกหัก มีกลิ่น
เด็ก	ช1 ของขวัญ	ช1 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในหน้าที่)	> 4 คน		ช1 กำแพงเพชร	ช1 ไซ	ช1 กวน (โรยงา)	ช1 (รูปทรง เรขาคณิต)	เหนียวเกินไป, ติดพัน สีเข้มดูไม่ทัน แกะรับประทานยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์	ข้อได้เปรียบ โอกาสเกิดแตกต่างของผลิตภัณฑ์
ก1 ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบแบบม้วน ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อเป็นของฝาก ในโอกาสเยือนจังหวัดพิษณุโลกให้ผู้อาวุโสดูใจภาคหนึ่งคน	ก1 สามารถพัฒนารูปแบบกล้วยอบให้แตกต่างไปจากเดิมและ ดูมีคุณค่าได้มาก และจังหวัดแหล่งที่มามีบุคลากรเด่น
ก2 ผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกอบสามแนวขวางตัดดูดิบจากจังหวัดเพชรบุรีเด็กชื่อเดินเอง	ก2 มีรสชาติหลากหลายให้เลือกจัดเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์
ก3 ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนวัตถุดิบจากจังหวัดปทุมธานีผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนต่างถิ่นให้เพื่อนสองถึงสี่คน	ก3 สามารถคิดวิธีการแก้ปัญหาและพัฒนาสินค้าให้น่าสนใจขึ้นได้ ความใหม่ของสินค้าประเภทกล้วยกวน
ก4 ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางอบทั้งลูก ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือน จังหวัดชุมพรให้บุคคลในสำนักงานบริโภคสองถึงสี่คน	ก4 กล้วยเล็บมือนาง เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชุมพร ลักษณะผลกล้วยที่เล็กมีประทานได้ง่าย และภูมิภาค(ภาคใต้) มีบุคลากรเด่น
A1 ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบทั้งลูกและแบบม้วน ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือน ประเทศไทยสำหรับบริโภคสองถึงสี่คน	A1 ความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไทย
A2 ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมอบแบบม้วน ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทย สำหรับบริโภคหนึ่งคน	A2 ความหลากหลายของสินค้า เกิดความคุ้มค่าในการเลือกซื้อ ขนมขบเคี้ยวแบบไทยๆ จะอร่อยไปไกลถึงต่างแดน
A3 ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนแบบแห้ง ผู้ใหญ่ชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทย สำหรับบริโภคหนึ่งคน	A3 สร้างภาพลักษณ์ใหม่ของสินค้า เพื่อยกระดับสินค้า

โจทย์ตัวอย่าง กรณี 1

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคา (บาท)	ปริมาณ การบรรจุ	จุดขาย	ประเภทบรรจุภัณฑ์	ประเภท ผลิตภัณฑ์	แบบจาง
ก1 สong แคว, แพกกล้วย	~ 40	200g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยวย	
ก2 ก้านกล้วย, กล้วย กล้วย, กล้วยกรอบ	~ 15	120g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	รวมชุด หลากหลาย	
ก3 กล้วยผูก, หอมหอม, ตองหอม, พันผูก, ผูกพัน	~ 30	130g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยวย	
ก4 นางรำ, ดาวพร, เล็บมือนาง	~ 60	250g	ผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยวย	
A1 Fancy Bananas, Dried Bananas	~ 100	250g	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน	เดี่ยวย	
A2 Banana Boat, Go Bananas!	~ 80	120g	ผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต	บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน	รวมชุด หลากหลาย	
A3 Banana Stick, Banana Bar, Banana Sticky Chewy	~ 60	30g	ผลิตภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์ออกแบบ	เดี่ยวย	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

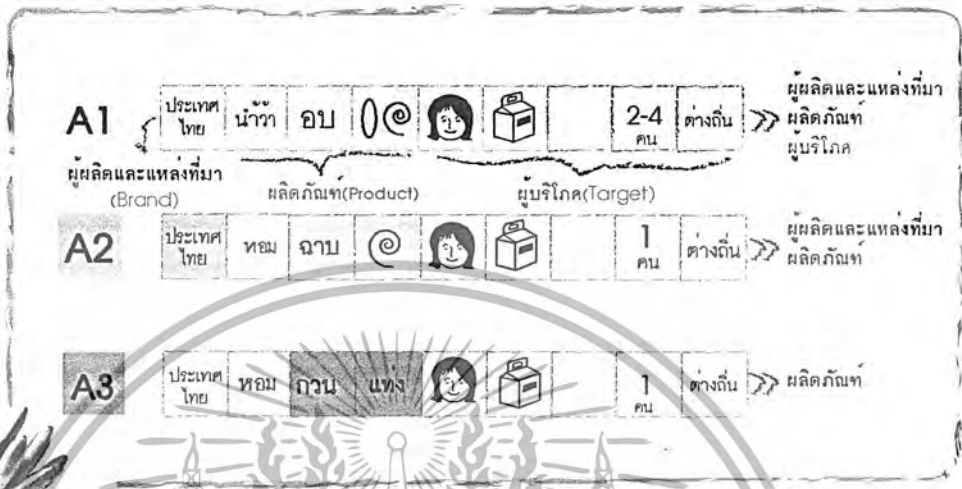
กรณี 1 ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปลักษณะเดิม
 (กลวย) + สถานการณ์การบริโภค → บรรจุภัณฑ์ใหม่



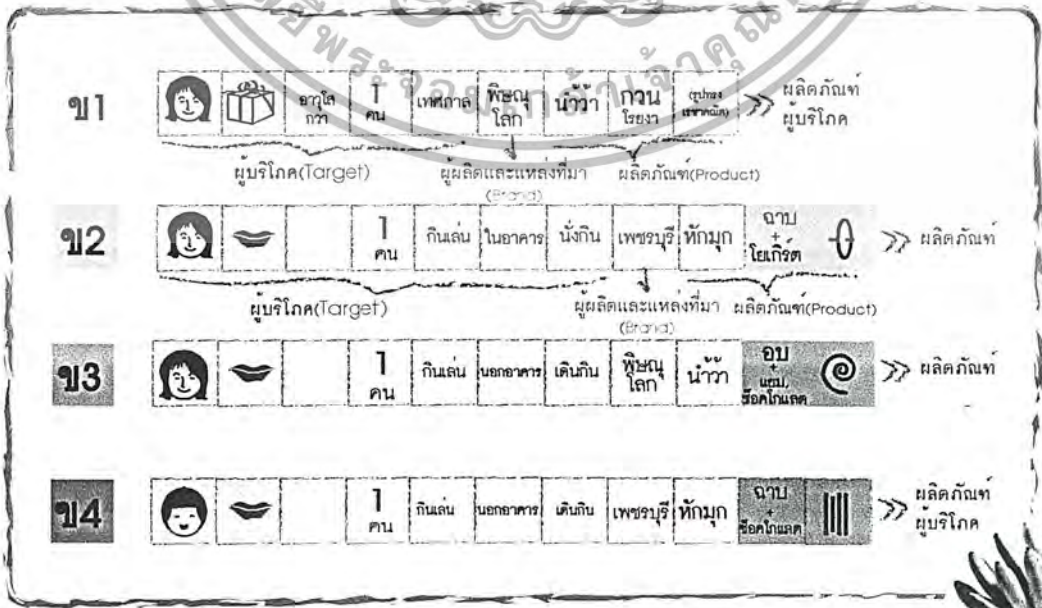
ชนิดบรรจุภัณฑ์	ที่มา	กลวย	การแปรรูป	รูปทรง	ลักษณะปัญหาการบริโภค	วัย	เหตุข้อ	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค	จำนวนผู้บริโภค	สถานการณ์บริโภค
ไทย	ก1 พิชฌุโลก	ก1 น้ำว้า	ก1 ก4 อม	ก4 ก1 @	การบริโภคในสะดวก เลอะมือ เหนียวจนแข็ง เก็บรักษาได้นาน	ก4 ผู้ใหญ่ >40	ก2 บริโภคเอง	ก3 เพื่อน	ก1 ก2 1 คน	○ ต่างถิ่น
	ก4 ชุมพร	ก4 เล็บมือนาง	ก2	ก2	ไม่กรอบเมื่อ ไม่เป็นขี้นพืดค้ำ แตกหัก มีกลิ่นหืน	ก1 ก3 ผู้ใหญ่ >20	ก1 ก3 ก4 ซองผ่าก	ก1 อาวุโสกว่า	ก4 ก3 2-4 คน	T กินเล่น M เดินกิน ○ ต่างถิ่น
	ก2 เพชรบุรี	ก2 หัทธุก	ก3	ก3 (รูปทรงอิสระ)	เหนียวเกินไป, ติดพัน สีเข้มดูไม่มากนัก แกะรับประทานยาก	ก2 เด็ก	ก4 ซองขวัญ	ก4 อย่างเป็นทางการ (บุคคลในสำนักงาน)	> 4 คน	○ ต่างถิ่น
ต่างประเทศ	ก3 กำแพงเพชร	ก3 ปทุมธานี	ก3	ก3	รับประทานได้สะดวก ในทันที	ก1 ก3 ผู้ใหญ่ >20	ก1 ก3 ก4 ซองผ่าก	ก1 อาวุโสกว่า	ก4 ก3 2-4 คน	○ ต่างถิ่น
	A1 A2 A3 ประเทศไทย (Thailand)	A1 น้ำว้า	A1	A1 A1 @	รับประทานได้สะดวก ในทันที	A1 A2 A3 ผู้ใหญ่	A1 A2 A3 ซองผ่าก	ก1 อาวุโสกว่า	A2 A3 1 คน	○ ต่างถิ่น
	A1 A2 A3 เล็บมือนาง	A1 น้ำว้า	A1	A1 A1 @	รับประทานได้สะดวก ในทันที	A1 A2 A3 ผู้ใหญ่	A1 A2 A3 ซองผ่าก	ก1 อาวุโสกว่า	A1 2-4 คน	○ ต่างถิ่น
A2 หัทธุก	A2 หัทธุก	A2	A2	ไม่กรอบ เคี้ยวได้ไม่เต็มคำ มือเปอะ	A1 A2 A3 ผู้ใหญ่	A1 A2 A3 ซองผ่าก	ก1 อาวุโสกว่า	A1 2-4 คน	○ ต่างถิ่น	
A3 หอม	A3 หอม	A3	A3	แห้ง	A1 A2 A3 ผู้ใหญ่	A1 A2 A3 ซองผ่าก	ก1 อาวุโสกว่า	> 4 คน	○ ต่างถิ่น	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์ กรณี 1 ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงลักษณะเดิม (กลยุทธ์ + สถานการณ์การบริโภค) → บรรจุภัณฑ์ใหม่



โจทย์ กรณี 2 สถานการณ์การบริโภค + ผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือเผยแพร่ในทางใดๆ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปใจหายที่คัดเลือกมาแบ่งตามกรณีได้ดังนี้



แบ่งตามประเภทการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป	ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป	ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป
อบ/ตาก	ฉาบ	กวน
ก1	ก2	ก3
ก4	A2	A3
A1	ข2	ข1
ข3	ข4	

๖๑



แสดงใจหายตามการแปรรูปต่างๆ พร้อมระบุการกำหนดตำแหน่งสินค้า (product positioning) ด้วยแถบสี

ก1	พิชฌ โลก	บจวา	อบ	☺	😊	ข้าวใส่ กวาว	1 คน	ต่างถิ่น	ผู้ผลิตและแหล่งที่มา ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค
ก2	เพชรบุรี	หักมุก	ฉาบ	⊕	😊		1 คน	กินเล่น	ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค
ก3	ปทุมธานี	หอม	กวน	(รูปทรง อังวะ)	😊	เทียน	2-4 คน	ต่างถิ่น	ผู้ผลิตและแหล่งที่มา ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค
ก4	ชุมพร	เส้นมือนาง	อบ	0	😊	คนที่ทำงาน	2-4 คน	ต่างถิ่น	ผู้ผลิตและแหล่งที่มา ผลิตภัณฑ์




๖๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งบประมาณที่ผู้บริโภคร่วมใจซื้อ

ผลการสำรวจงบประมาณที่ผู้บริโภคร่วมใจซื้อ

ผู้บริโภคชาวไทย



กรณี บริโภคเอง จะมีงบประมาณอยู่ในระดับราคา 20 - 50 บาท
 กรณีเป็น ของฝาก จะมีงบประมาณอยู่ในระดับราคา 50 - 100 บาท
 กรณีเป็น ของขวัญ จะมีงบประมาณอยู่ในระดับราคา 50 - 100 บาท

ผู้บริโภครชาวต่างประเทศ



กรณีเป็น ของฝาก จะมีงบประมาณอยู่ในระดับราคา 50 - 200 บาท

จากสำรวจกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 50 คน เป็นชาวไทย 30 คน และชาวต่างประเทศ 20 คน

ใจยกตัวอย่าง

เรียงลำดับปัจจัยพิจารณาดังนี้

กรณี 1

กลยุทธ์ - สถานการณ์ภายนอก บรรลุคุณภาพใหม่

ชาติพันธุ์	ที่มา	การแปรรูป	วัย	ใจยก	ชื่อผลิตภัณฑ์
กลยุทธ์	รูปทรง	รูปทรง	เพศชื่อ	ข้อได้เปรียบ (โอกาสเกิดแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์)	ราคา (บาท)
	ลักษณะปัญหา	การบริโภค	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค		ปริมาณการบรรจุ
			จำนวนผู้บริโภค		ประเภทบรรจุภัณฑ์
			สถานการณ์บริโภค		ประเภทผลิตภัณฑ์
	กลยุทธ์		สถานการณ์การบริโภค		จุดขาย

กรณี 2 สถานการณ์การบริโภค + ผลิตภัณฑ์ไทยและบรรจุภัณฑ์ไทย

ชาติพันธุ์	วัย	ที่มา	การแปรรูป	ใจยก	ชื่อผลิตภัณฑ์
	เพศชื่อ	กลยุทธ์	รูปทรง	ข้อได้เปรียบ (โอกาสเกิดแตกต่าง ของผลิตภัณฑ์)	ราคา (บาท)
	ความสัมพันธ์ผู้บริโภค		ปัญหา(การแปรรูป)		ปริมาณการบรรจุ
	จำนวนผู้บริโภค		ลักษณะปัญหา		ประเภทบรรจุภัณฑ์
	สถานการณ์บริโภค		การบริโภค		ประเภทผลิตภัณฑ์
	สถานการณ์การบริโภค		กลยุทธ์		จุดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน

- ลักษณะการแปรรูป - บดและกวนโดยมีส่วนผสมของกระทิและน้ำตาล
- ลักษณะทางกายภาพ - กึ่งแข็งกึ่งเหลว มีความชื้นสูง
- อายุการเก็บรักษา - 3-4 เดือน

ความคุ้มครองที่ต้องการ

ป้องกันการระเหยแห้งของความชื้นในพื้นผิว (กันชื้น) สามารถทนต่อสภาพความเป็นกรดอ่อนๆ สามารถเก็บรักษาไว้ได้ 3-4 เดือน

โจทย์ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน

ก3 A3 ข11

cfm

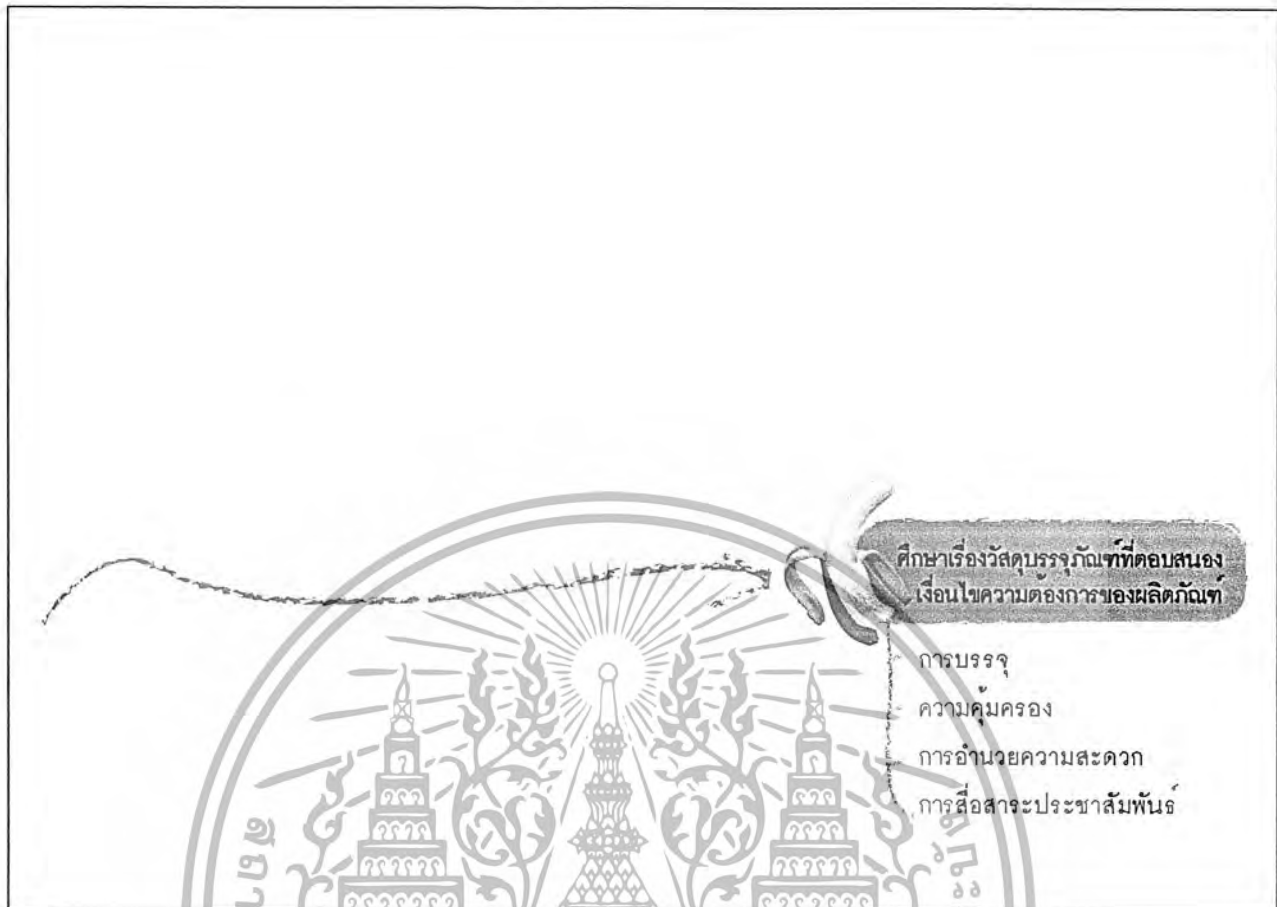
หมายเหตุ : ผลิตภัณฑ์กล้วยอบ/ตาก กล้วยฉาบ กล้วยกวน ที่มีส่วนประกอบอื่น ๆ รวมอยู่ด้วย อาทิ ช็อคโกแลต โยเกิร์ต จะขอกล่าวแสดงรายละเอียดเงื่อนไขความต้องการด้านความคุ้มครองไว้ในบทที่ 6



โจทย์ผลิตภัณฑ์กล้วยที่มีส่วนประกอบอื่น ๆ รวม

ข2 ข3 ข4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เจ้าของเอกสารจะขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินคดีตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการ	ความคุ้มครอง	การอำนวยความสะดวก	การสื่อสารประชาสัมพันธ์
กล้วยอบ/ตาก		<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ป้องกันอากาศ - ทนกรดอ่อนๆ - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง 	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดรับประทานง่าย - บรรจุได้ง่าย - ปิดไดสนิท -ขนส่งไม่สั่นเป็ลือง 	<ul style="list-style-type: none"> - มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ - เข้าใจได้ว่าเป็นของท้องถิ่น
กล้วยฉาบ		<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ทนไขมันได้ - ป้องกันก๊าซได้(กันหทัย) - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทก 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุได้ง่าย - ปิดไดสนิท - เปิดรับประทานง่าย - พกพาได้ -ขนส่งไม่สั่นเป็ลือง 	<ul style="list-style-type: none"> - มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ - แยกรสชาติของสินค้าได้
กล้วยกวน		<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ทนกรดอ่อนๆ - ป้องกันความชื้นซึมขึ้นของพื้นผิวระเหย - เก็บรักษาไว้ได้ 2-3 เดือน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุได้ง่าย - รับประทานง่าย -ขนส่งไม่สั่นเป็ลือง 	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร

วัสดุในขอบข่ายพิจารณา

วัสดุในขอบข่ายพิจารณา

เซลโลเฟน

(กันความชื้น, ไอน้ำ)

PE

(กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)

PP

(ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)

OPP

(โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน)

PET

(กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี)

PVC

(โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี)

OPP/LDPE

(โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน)

กระดาษแข็ง

(รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงขนส่งง่าย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แนวทางการออกแบบ

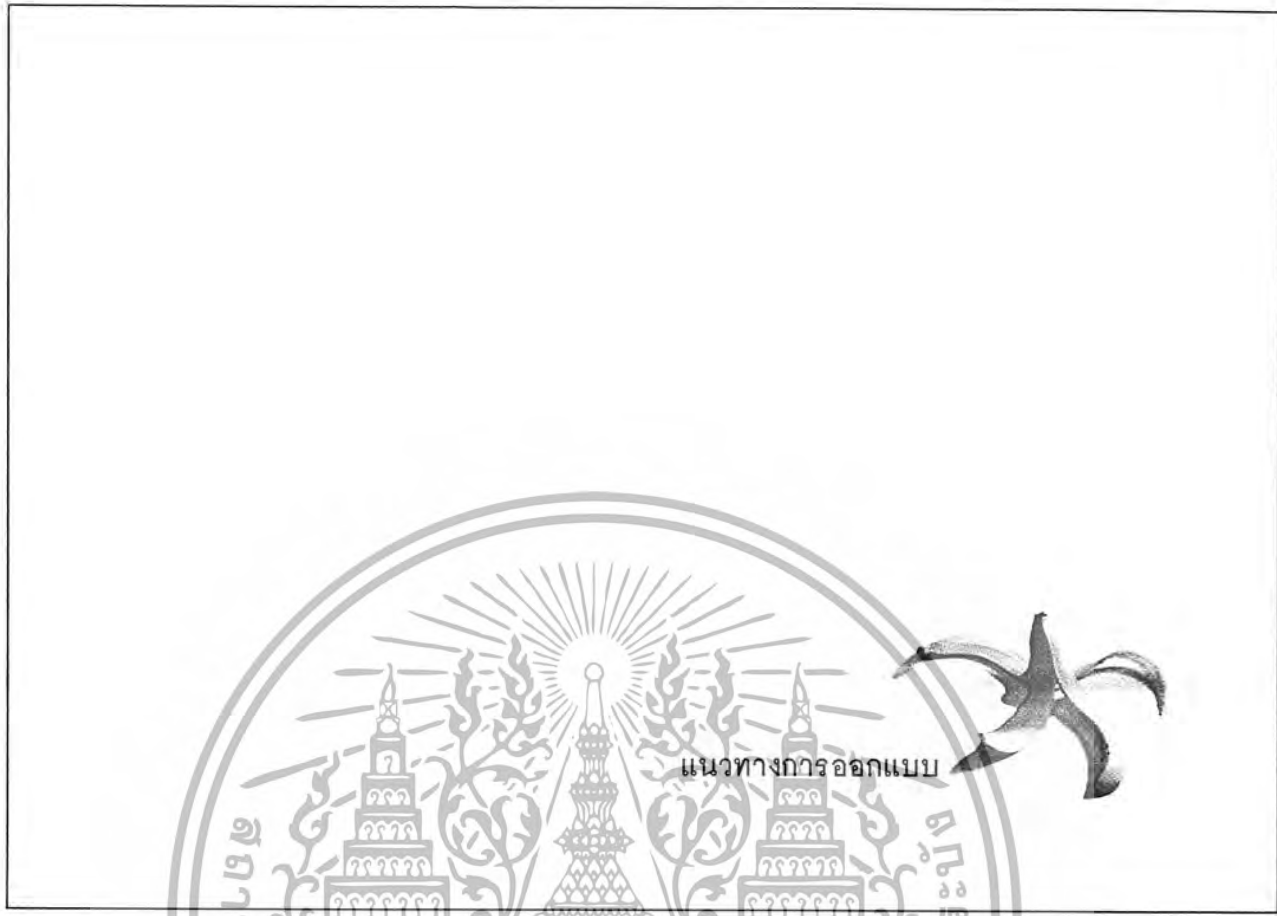
- โจทย์และสังเขปเงื่อนไขการออกแบบ
- การนำเสนอแนวทางการออกแบบตามโจทย์

แนวทางการออกแบบ

โจทย์และสังเขปเงื่อนไขการออกแบบ

การนำเสนอแนวทางการออกแบบตามโจทย์

- ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่นำมาทำต้นแบบ
- แนวทางการออกแบบ
- เงื่อนไขการออกแบบ
- การพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อการคัดเลือกแบบ



แนวทางการออกแบบ

บทสนทนาเชิงปรัชญาในการออกแบบ

บทสนทนาเชิงปรัชญาในการออกแบบ เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นไปได้ของโอกาสเกิดบรรจุภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์ใหม่ที่แตกต่างทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก ตลอดจนวัสดุและกรรมวิธีการผลิตเพื่อเป็นตัวอย่างในการออกแบบต่อไป

ประเด็นทางจริยธรรมในการออกแบบ

1. ด้านการบรรจุ (containment)
2. ด้านความคุ้มครอง (protection)
3. ด้านการอำนวยความสะดวก (convenience)
4. ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (communication & promotion)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging design)



ตัวอย่างที่นำเสนอ แสดงรูปทรงและลักษณะกราฟฟิก, แนวความคิดในการออกแบบ, ลำดับชั้นของบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำเสนอแนวทางการออกแบบความใจไทย

ก1 พิษณุโลก น้าก้า อป @ ใจไทย 1 คน ต่างถิ่น

ก2 เพชรบุรี หักมุก ฉาบ ใจไทย 1 คน กับคน เดิมถิ่น

ก3 ปทุมธานี หอม กวน ใจไทย 2-4 คน ต่างถิ่น

ก4 อุบลราชธานี อป ใจไทย 2-4 คน ต่างถิ่น

A1 ปทุมธานี น้าก้า อป ใจไทย 2-4 คน ต่างถิ่น

A2 ปทุมธานี หอม ฉาบ ใจไทย 1 คน ต่างถิ่น

A3 ปทุมธานี หอม กวน แพท ใจไทย 1 คน ต่างถิ่น

ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน ใจไทย 2 คน

ก1 ใจไทย 1 คน หักมุก พิษณุโลก น้าก้า กวน ใจไทย ใจไทย ใจไทย

ก2 ใจไทย 1 คน กับคน เดิมถิ่น ปทุมธานี หักมุก ฉาบ ใจไทย ใจไทย ใจไทย

ก3 ใจไทย 1 คน กับคน เดิมถิ่น พิษณุโลก น้าก้า อป ใจไทย ใจไทย ใจไทย

ก4 ใจไทย 1 คน กับคน เดิมถิ่น เพชรบุรี หักมุก ฉาบ ใจไทย ใจไทย ใจไทย

ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน ใจไทย 1 คน

ก1 พิษณุโลก น้าก้า อป @ ใจไทย 1 คน ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบแบบม้วน ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดพิษณุโลก
 ใหญ่อาวุโสกวาวริโศกหนึ่งคน

คำอธิบาย

ชนิดของอาหาร : กล้วยน้ำว้าอบ
 ชื่อทางการค้า : กล้วยน้ำว้าอบม้วน
 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(OPP) บรรจุ 200g (โครงสร้างมาตรฐาน)
 2 : กล่องกระดาษแข็งพับได้ (โครงสร้างออกแบบ)

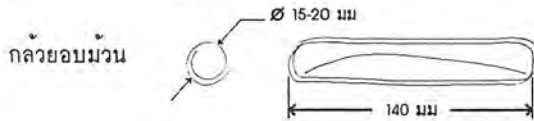
แนวทางการออกแบบ : นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาโดยใช้โครงสร้างและกราฟฟิกรูปเรขาคณิตเพื่อเรื่องราวและ
 บุคลิกของผลิตภัณฑ์ใหม่แปลกใหม่ อาศัยการจัดเรียงซ้อนกันเป็นรูปสามเหลี่ยมของผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบแบบม้วนซึ่งบรรจุภายใน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่ควรนำข้อมูลไปใช้เชิงพาณิชย์
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

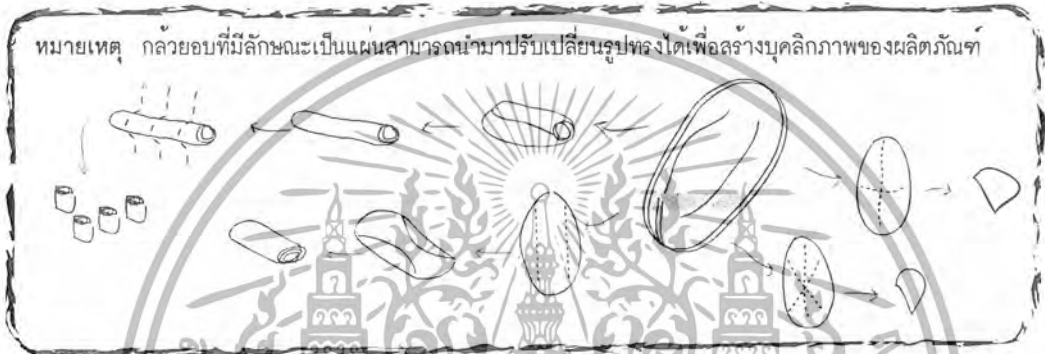
เงื่อนไขการออกแบบ ก1

1. เงื่อนไขการบรรจุ



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 20 กรัม
ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 10 ชิ้น
รวมน้ำหนัก 10 x 20 คือ 200 กรัม
ปริมาตร 500 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง



ก1 เงื่อนไขการออกแบบ

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการ	ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
กล้วยอบ/ตากแบบม้วน		<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไอน้ำ - ป้องกันอากาศ - ทนกรดอ่อนๆ - เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง 	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไอน้ำ) PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส) OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน) PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี) PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษแข็ง (รักษารูปทรงสินค้า, จัดเรียงของง่าย)

*เลือกใช้ OPP, กระดาษแข็ง

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : สีสันเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาหรือผู้ผลิต, สามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : จัดเรียงผลิตภัณฑ์ ภายในได้สะดวกและไม่ทำให้เสียรูปทรง
- สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้วัสดุที่มีความใส, เจาะช่องให้สามารถมองเห็น
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้สะดวก
- การขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนลิ้นหว่างกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. เจอนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ

ชื่อหนงพืพว : จังหวัดพิษณุโลก คำขวัญประจำจังหวัด : พระพุทธชินราชงามเลิศ ถิ่นกำเนิดพระนเรศวร
สองฝั่งน้ำนครนเรินแพ หวานฉ่ำแท้กล้วยตาก
ถ้ำและน้ำตกหลากตระการตา



จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

ประวัติศาสตร	พระพุทธชินราช		พระนเรศวร
ภูมิศาสตร		อุทยานแห่งชาติ ๖ แห่ง อุทยานแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติ อุทยานแห่งชาติ	ลำน้ำเจ้า เป็นแหล่งพืพว องจากน้าองจังหวัด

เจอนแพ เวียงจันทน์
สวนพืพวพิษณุโลก

(ตอ)

พืพว	
จิณมคธ	<p>จิณมคธ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สวนพืพวพิษณุโลก - สวนพืพวพิษณุโลก - สวนพืพวพิษณุโลก - สวนพืพวพิษณุโลก - สวนพืพวพิษณุโลก - สวนพืพวพิษณุโลก - สวนพืพวพิษณุโลก

- ชื่อการเป็นของฝาก : ใช้ถ้อยคำในลักษณะชี้แจง เช่น เหมาะสำหรับเป็นของฝาก ของฝากจากเมืองสองแคว
- ชื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : รูปทรงโครงสร้าง ถ่ายทอดเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อแสดงถึงบุคลิกของของฝาก
- ชื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายนอก : ใช้วัสดุให้อารมณ์ธรรมชาติ ให้ความรู้สึกเป็นพื้นบ้านผลิตได้ด้วยแรงงานท้องถิ่น
- ชื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น กล้วยอบมัน
- ชื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายนอก : ใช้รูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือชื่อผลิตภัณฑ์ไว้ด้านนอก
- ชื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในหรือ เจาะช่องให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น มิยอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

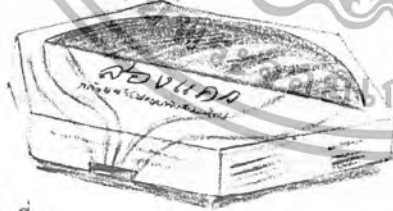
พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

ก1

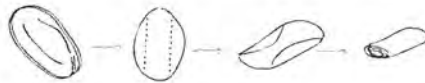
	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
แบบร่าง		✳	✳	✳ ✳
		✳	✳	✳ ✳ ✳
		✳ ✳ ✳	✳ ✳	✳ ✳
		✳ ✳ ✳	✳ ✳ ✳	✳ ✳ ✳
		✳	✳	✳

✳ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ✳ มากกว่าแสดงว่าดีว่า

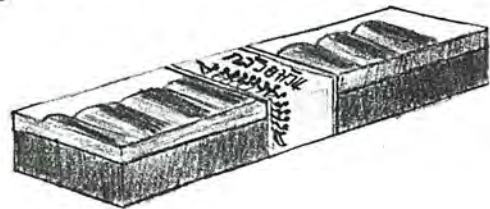
ก1



แบบร่างที่ 1

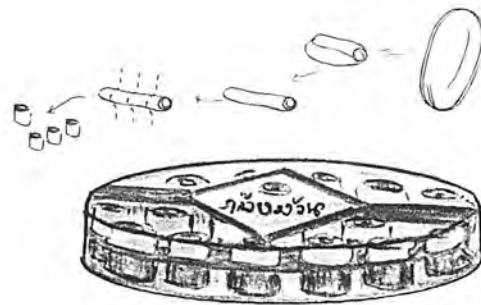


แบบร่างที่ 2



๑๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้






แบบร่างที่ 3

แบบร่างที่ 4



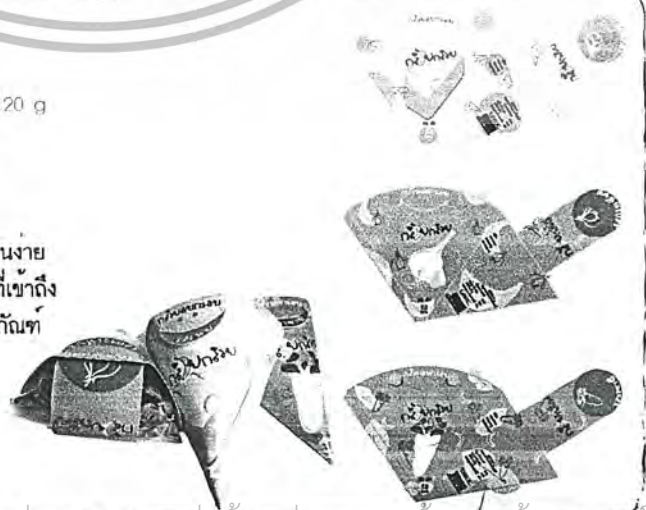
๗๓

โจทย์ กรณี ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ขนมเค้ก (กล้วย + ตานการแพคเกจจิ้ง) บรรจุภัณฑ์ใหม่

ก2 เพชรบุรี หักมุก ฉาย    1 คน กินเล่น เดินกิน

ผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกฉายเป็นแนวขวางตัดตั้งจากจังหวัดเพชรบุรีได้ซื้อเดินกินเอง

ชนิดของอาหาร : กล้วยฉาย, กล้วยกรอบ
 ชื่อทางการค้า : กล้วยกล้วย
 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ซองพลาสติก(PP) บรรจุ 120 g (โครงสร้างมาตรฐาน)
 2 : กระดาษแข็งพับขึ้นรูป (โครงสร้างออกแบบ)
 แนวทางการออกแบบ : ขนมอบเคี้ยวรับประทานง่าย
 แบบ'กล้วยกล้วย' เป็นขนมกินเล่นรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภควัยเด็ก โดยสร้างบุคลิกของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างด้วย
 รูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่กะทัดรัดหยิบจับสะดวก ถือกินอย่างง่าย ๆ

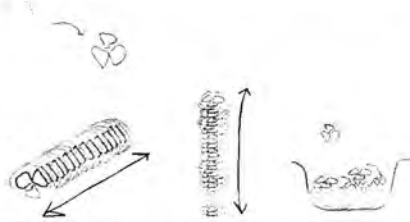


ก2

1. เจ็อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยฉาบ
ตามแนวขวาง

รูปแบบการจัดเรียง



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
ใช้ปริมาณกล้วยฉาบและถ้วยใส่ใบละตอน 3 คน คือ 80 กรัม
รวมถ้วยใบ 80 + 40 (ถ้วยใบละใบกันเพื่อใส่) คือ 120 กรัม
ปริมาตร 245 ลบ.ซม.

2. เจ็อนไขความคุ้มครอง

กล้วยฉาบ
(แผนกลม)



- ป้องกันความชื้น, โอน้ำ
- ทนไขมันได้
- ป้องกันการกัด(กันหิน)
- เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน
- ป้องกันการกระแทก

- PE (มีโพลี, ทนความร้อน, ใส่น้ำแข็ง, ทนไขมัน)
- PP (ทนกรด, ทนไฮโดร, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส)
- OPP
- PEE (ทนกรด, ทนไฮโดร, ทนไขมัน, ทนความร้อน, ทนสารเคมี)
- PVC
- OPP/LDPE
- กระดาษ (ใช้พลาสติกเคลือบ, จัดใส่ในซองทอง)
- เลือกใช้ PP, กระดาษ

ก2

3. เจ็อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับการบรรจุ : มีปริมาณพอเหมาะ และ มีระดับราคาไม่สูงเกินไป
- การบรรจุจะต้องไม่กระทบกระเทือน : การบรรจุจะต้องไม่กระทบกระเทือนต่อคุณภาพและรสชาติที่มีความกรอบ
- เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ : เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์
- สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์เพื่อรับประทานได้ทันที : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์เพื่อรับประทานได้ทันที
- กินได้ในสถานที่ต่างๆ และ อริยาบทต่างๆ ได้สะดวกไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์หกหล่น : กินได้ในสถานที่ต่างๆ และ อริยาบทต่างๆ ได้สะดวกไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์หกหล่น
- เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ : เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ
- บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้

4. เจ็อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เห็นชัดเจน : ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใสพอที่จะสามารถมองเห็นภายในได้
- สื่อสารชาติของผลิตภัณฑ์ : แสดงด้วยสีที่แตกต่างกัน
- ใช้รูปภาพของส่วนประกอบรสชาติ อย่างเช่น เนย, กระเทียม, วาซามิ
- ใช้ถ้อยคำแสดงรสชาติ เช่น รสเนย
- ฉลากมีรูปทรงที่แตกต่างกัน
- โดยอาศัยชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก

เหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมาย

(ต่อ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ชื่อ รูปทรง และลักษณะกราฟฟิค อาทิ รูป สี ตลอดจนถ้อยคำที่เหมาะสมกับผู้รับวัยเด็ก

วัยเด็ก เป็นวัยที่มีความร่าเริง สนุกสนาน

กล้วย

คำอักษรที่ใช่ มีดวงใจเร่ไรท์เออ ดูฮุค
 กอกลำโพง โชน อร่อยด้วยคุนเคา ทุบมะพร้าว รวงมะพร้าว

ลักษณะกราฟฟิค สามารถสร้างเรื่องราวการเล่น(ของเล่นที่ทำจากกล้วย) มีตัวการ์ตูน นันทาน โดยใช้เส้นสายและการจัดองค์ประกอบสีให้น่าสนใจ



ก2

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

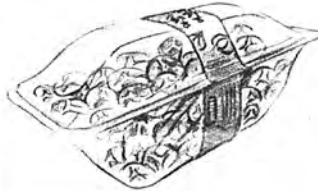
	เอกลักษณ์ของเครื่องหมาย	บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความคุ้มครองผลิตภัณฑ์
แบบราคา		☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
		☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
		☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
		☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
		☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆

☆☆ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ☆ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก2

แบบร่างที่ 2



แบบร่างที่ 1

แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4

๑๙๙

โจทย์

ก3

ปทุมธานี

หอม

กวน

(รูปทรงอิสระ)



เพื่อน

2-4 คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนวัตถุดิบจากจังหวัดปทุมธานีผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีชื่อเป็นของฝากในโลกาเลียนต่างถิ่นให้เพื่อนสองถึงสี่คน

- ชนิดของอาหาร : กล้วยกวน
- ชื่อทางการค้า : ผูกพัน
- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(OPP)
บรรจุ 130 g
(โครงสร้างมาตรฐาน)
- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : กระดาษแข็งพิมพ์ลาย
(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ :

เป็นของฝากซึ่งบรรจุผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวน จึงนำเอาใบตองมาเป็นลวดลายบนกระดาษสำหรับห่อ มัดไว้ สามารถหิ้วได้เหมาะสำหรับเป็นของฝาก

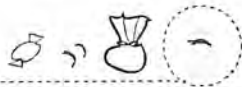


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการออกแบบ 3

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยกวน
(แบบรูปทรงอิสระ)



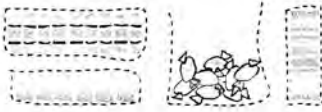
น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 7-8 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 30 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 2-4 คน คือ 130 กรัม

ปริมาตร 350 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง



2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการ	ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
กล้วยกวน		<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไรน้ำ - ทนกรดอ่อนๆ - ป้องกันความชื้น - ของพื้นผิวระเหย - เก็บรักษาไว้ได้ 2-3 เดือน 	<ul style="list-style-type: none"> เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไรน้ำ) PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส) OPP (โปร่งใส, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี) PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) กระดาษแข็ง <p>เลือกใช้ เซลโลเฟน, OPP, กระดาษแข็ง</p>

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : มีปริมาณพอเหมาะและสามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงบรรจุภัณฑ์ได้โดยไม่ต้องจัดเรียง
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์เพื่อรับประทานได้ทันที
- สามารถเข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร : วัสดุที่มีความใส, เจาะช่องให้สามารถมองเห็นหรือชี้แจงบนบรรจุภัณฑ์, ป้ายห้อย
- การจัดเรียง ขนส่ง ไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์






- สื่อความเหมาะสมที่จะเป็นของฝาก : รูปทรงโครงสร้างกล่องมีที่หัวหรือการทอ,มัด,ผูกเชือก เพื่อแสดงถึงบุคลิกของการพกพา
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำในลักษณะแสดงความเป็นมิตร เช่น กล้วยผูกไมตรี กล้วยกวนละมุนละไม
- สื่อถึงความเหมาะสมกับผู้บริโภคเป้าหมาย : โดยอาศัยชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้รูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือใช้วัสดุภัณฑ์ไว้ด้านนอก
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

โดยอาศัยชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

ก3

	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
		☆☆	☆	☆
		☆☆☆	☆☆	☆☆
		☆☆	☆	☆☆
		☆☆	☆	☆
		☆☆	☆☆	☆☆

☆☆ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ☆ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

ก3



แบบร่างที่ 1

แบบร่างที่ 2



๑๐๙

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก3



แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4

๑๐๕

โจทย์

กรณี

บริษัท

กลยุทธ์ + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่

ก4

ชุมชน

เลื่อมใส

อาชีพ

0



คนที่

ทำงาน

2-4

คน

ต่างถิ่น

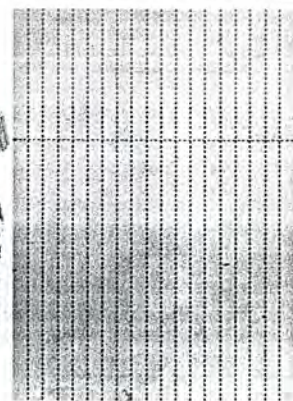
ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางอบแห้ง ผู้ใหญ่ชื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดชุมพรให้บุคคลในสำนักงานบริษัทสองถึงสี่คน

ชนิดของอาหาร : กล้วยอบ

ชื่อทางการค้า : ดวงพร

บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(PP) บรรจุ 250 g (โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กระดาษพับขึ้นรูป บรรจุ 250 g (โครงสร้างออกแบบ)



แนวทางการออกแบบ : บรรจุภัณฑ์ที่มีลูกเล่นในการปรับเปลี่ยนรูปทรงเพื่อความสะดวกในการพกพาและการสร้างภาพลักษณ์

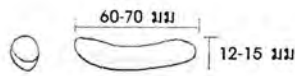
ของผลิตภัณฑ์จากบรรจุภัณฑ์ธรรมดาเป็นบรรจุภัณฑ์ท้องถิ่นที่มาจากหมากตักน้ำซึ่งเป็นภาชนะท้องถิ่นที่นิยมใช้กันมาดั้งเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการออกแบบ ก4

1. เงื่อนไขการบรรจุ

กล้วยเล็บมือนางอบ



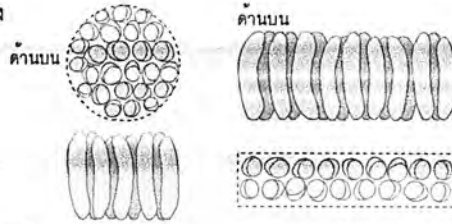
น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 6.25 กรัม

ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 10 ชิ้น

รวมน้ำหนัก 4(10 x 6.25) คือ 250 กรัม

ปริมาณสุทธิ **ลบ.ร.ม.**

รูปแบบการจัดเรียง



2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการ	ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
กล้วยอบ/ตาก ทั้งลูก		<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันความชื้น, ไล่น้ำ ป้องกันอากาศ ทนกรด คอสนๆ เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน ป้องกันการกระแทกทำให้ ผลิตภัณฑ์เสียหาย 	เซลโลเฟน (กันความชื้น, ไล่น้ำ) PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (กันความชื้น, ไล่น้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส) OPP (โปร่งใส, มีคุณสมบัติเหนียว, ทนความร้อน) PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี) PVC (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษแข็ง (กันแรงกระแทก, จัดเรียงขนส่งง่าย) *PP, OPP, กระดาษแข็ง เลือกใช้

ก4 เงื่อนไขการออกแบบ

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาหรือผู้ผลิต, สามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : จัดเรียงผลิตภัณฑ์ภายในได้สะดวกและไม่ทำให้เสียหาย
- สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้วัสดุที่มีความใส, เจาะช่องให้สามารถมองเห็น
- สามารถรับประทานง่าย : สามารถรับประทานได้ในหน่วยย่อย, ไม่ประอะปื้อนมือเวลารับประทาน
- การขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถซ้อนทับ, เรียงต่อกันได้


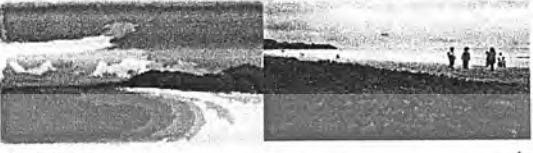

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อแหล่งที่มา : จังหวัดชุมพร คำขวัญประจำจังหวัด : **ประดู่ภาคใต้ ไหว้เสด็จในกรม ชมไร่กาแฟ แลหาดทรายรี ดีกล้วยเล็บมือ ขึ้นชื่อรังนก**



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการออกแบบ ก4

ประวัติศาสตร์	ชุมชนเมืองท่าชาสามแก้ว กลองมโหระทึก	
ภูมิศาสตร์	เมืองชายทะเล, ประตูสู่ท้องทะเลอันดามัน	
สังคมศาสตร์	วิถีชาวประมง	

- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน

ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น กลวยเส้นมือนาง เหลืองอร่าม งาม อร่อย
โชว์ภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์และลักษณะของผลิตภัณฑ์
หรือใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

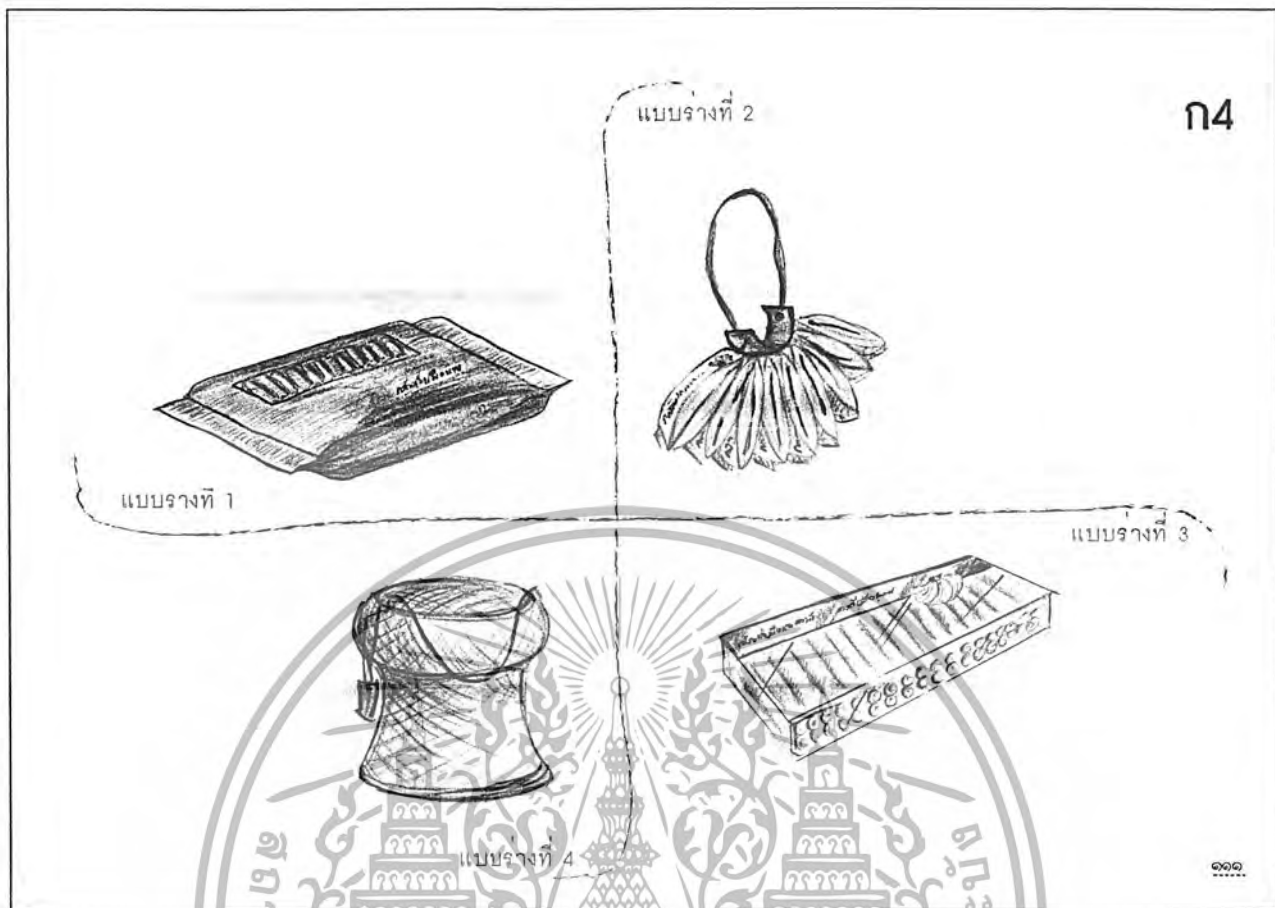
๑๐๙

ก4 พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

แบบร่าง	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
	☆☆☆☆	☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆
	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆	☆☆

☆☆ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ☆ มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



โจทย์

ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เดิม
กล้วย + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่


A1


ประเทศไทย

กล้วย

กล้วย

00

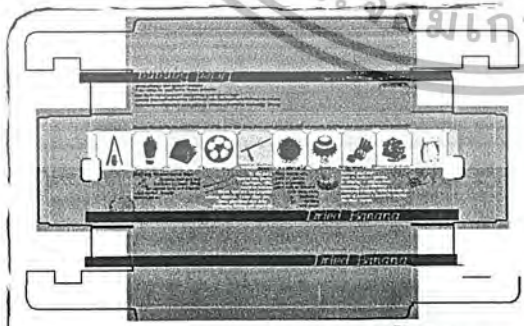




2-4 คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้าอบทั้งลูกและแบบมวน ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยี่ยมประเทศไทยสำหรับบริโภคสองถึงสี่คน



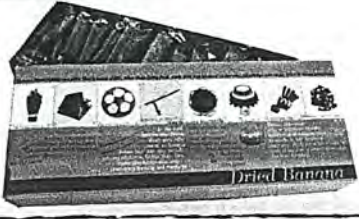
ชนิดของอาหาร : กล้วยอบ

ชื่ออาหาร : Dried Banana

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(PP) บรรจุ 15-20 g (โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กล่องกระดาษแข็งพับได้ (โครงสร้างมาตรฐาน)

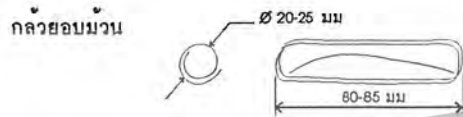
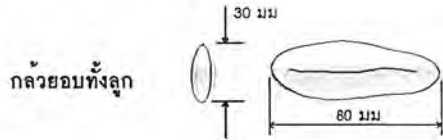
แนวทางการออกแบบ : ถ่ายทอดเรื่องราวให้ชาวต่างประเทศได้เข้าใจถึงประโยชน์ของต้นกล้วยซึ่งผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทยเพื่อเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปภายในที่มีความหลากหลายและน่าลิ้มลอง เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างกะทัดรัด แข็งแรง เหมาะกับผลิตภัณฑ์และการเดินทาง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการออกแบบ A1

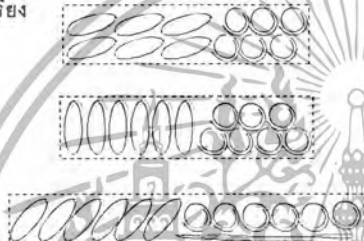
1. เงื่อนไขการบรรจุ



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 18-20 กรัม
ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 2 ชิ้น
รวมน้ำหนัก คือ 120 กรัม

น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 15-18 กรัม
ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 2 ชิ้น
รวมน้ำหนัก คือ 130 กรัม
รวมน้ำหนัก คือ 250 กรัม ปริมาตร 760 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง



หมายเหตุ ถ้วยอบที่นำมาบรรจุกล่องรวมกันในโถงนี้ถ้วยอบแบนมีลักษณะการม้วนดังนี้

A1 เงื่อนไขการออกแบบ

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการ	ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
ถ้วยอบ/ตากล้วยอบ/ตากล้วยอบแบน		ป้องกันความชื้น, ไล่น้ำ ป้องกันอากาศ ทนกรดอ่อนๆ เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน ป้องกันการกระแทกทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูปทรง	เซลโลเฟน (ยกเว้นความชื้น ไล่น้ำ) PE (กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนกรด, กันไอน้ำ, ทนไขมัน, ทนความร้อน, ไม่โปร่งใส) OPP (โปร่งใส, มีความเหนียว, ทนความร้อน) PET (กันก๊าซ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี) PVC (ไม่โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) OPP/LDPE (ไม่โปร่งใส, กันไอน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษแข็ง (ใช้บรรจุทรงสินค้า, จัดเก็บ, บรรจุ)

*เลือกใช้ PP, กระดาษแข็ง

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

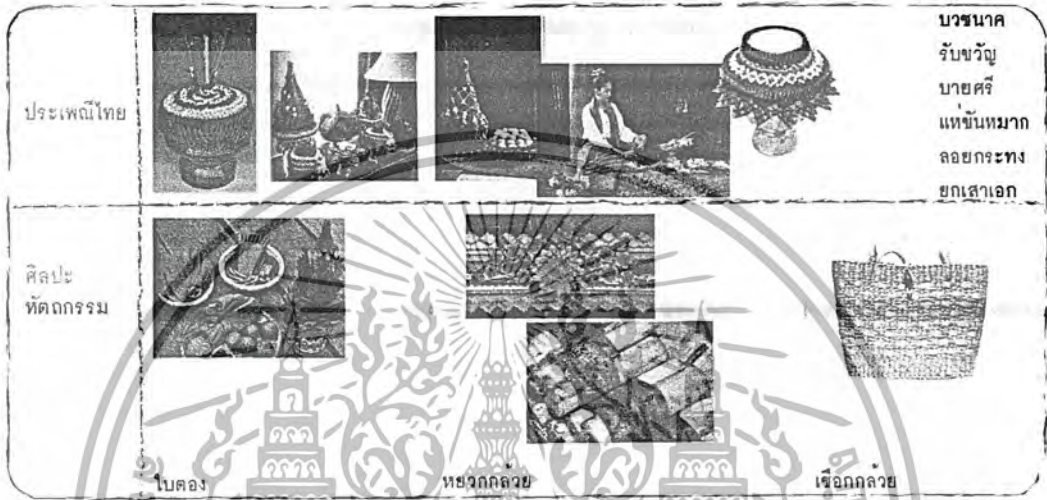
- เหมาะสำหรับเป็นของฝาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาหรือผู้ผลิต, สามารถพกพาได้สะดวก
- สามารถบรรจุได้ง่าย : จัดเรียงผลิตภัณฑ์ภายในได้สะดวกประหยัดพื้นที่
- สามารถพกพาได้สะดวก : เพื่อบรรจุสำหรับการเดินทางต้องมีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้สะดวก
- สามารถเก็บรักษาได้เมื่อรับประทานไม่หมด : บรรจุผลิตภัณฑ์เป็นหน่วยย่อยเพื่อแบ่งรับประทานและเก็บได้สะดวก
- การขนส่งไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงพอและสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนทับกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

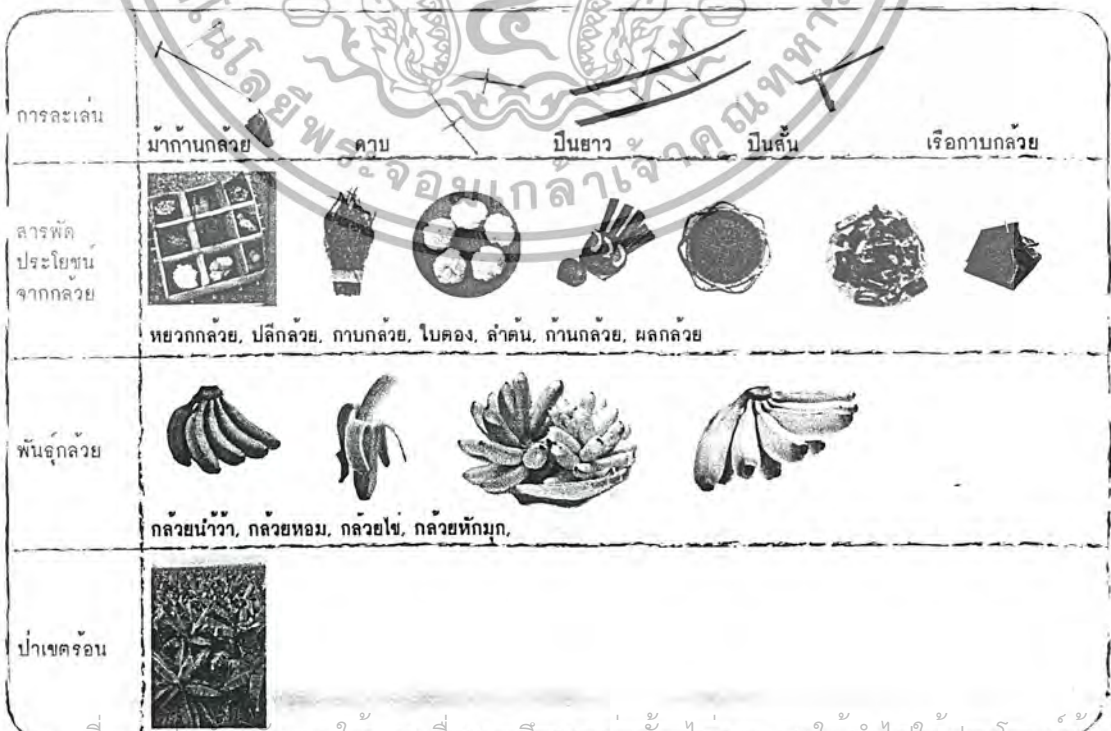
เงื่อนไขการออกแบบ A1

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อความเหมาะสมสำหรับเป็นของฝากจาก : สื่อถึงเอกลักษณ์ของไทยโดยการสร้างเรื่องราวที่มีความสัมพันธ์กับกล้วย ประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ว่ากล้วยเกี่ยวข้องกับคนไทยอย่างไรบ้าง
- : วัสดุให้อารมณ์ธรรมชาติ ให้ความรู้สึกเป็นพื้นบ้านผลิตจากประเทศไทย
- สื่อแหล่งที่ผลิต : ผู้แทนประเทศไทย








A1 เงื่อนไขการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

A1

	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
	☆☆	☆☆	☆☆ ☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆

☆☆ สัญลักษณ์แสดงระดับความดีของแบบ มี ☆ สูง มากกว่าแสดงว่าดีกว่า

A1



แบบร่างที่ 1

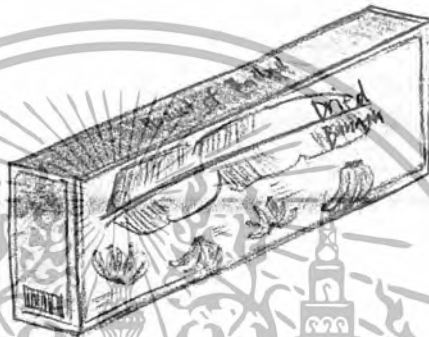
แบบร่างที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4

๑๑๙

ใจทย์ กรณ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้คือ กล้วย + สลัดการฉกรรกรบรโศค บรรจุภัณฑ์ใหม่

A2	ประเทศไทย	หอมฉาบ	@	[Icon of a person]	[Icon of a box]	1 คน	ต่างถิ่น
----	-----------	--------	---	--------------------	-----------------	------	----------

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมฉาบแบบม้วน ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโศคหนึ่งคน

ชนิดอาหาร : กล้วยฉาบ
 ชื่อทางการค้า : Go Bananas
 บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(PP) บรรจุ 120 g (โครงสร้างมาตรฐาน)
 2 : กระป๋องกระดาษ (โครงสร้างมาตรฐาน)
 แนวทางการออกแบบ : สร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีหลายรสชาติด้วยลักษณะกราฟฟิกแบบเดียว และสื่อความเป็นประเทศไทยด้วยศิลปะหัตถกรรมไทยในเรื่องราวของป่าเขตร้อนซึ่งเป็นสภาพภูมิศาสตร์ที่พบต้นกล้วยอยู่มาก

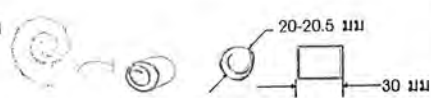


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

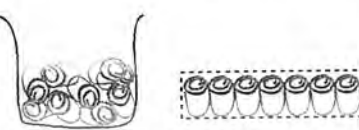
เงื่อนไขการออกแบบ A2

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยฉาบ แบบม้วน



รูปแบบการจัดเรียง



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทาน 1 คน คือ 80 กรัม
รวมน้ำหนัก 80 + 40(สำหรับแบ่งกินกับเพื่อน) คือ 120 กรัม
ปริมาณสุทธิ 900 ลบ.ซม.

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์	ความต้องการ	ความคุ้มครอง	วัสดุในขอบข่ายพิจารณา
กล้วยฉาบ (แบบม้วน)		<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันความชื้น, ไรน้ำ - ทนไขมันได้ - ป้องกันการไค(กันหืน) - เก็บรักษาได้ 1-2 เดือน - ป้องกันการกระแทก 	<ul style="list-style-type: none"> PE (ดีไนท์, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนความร้อนได้ดี, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) OPP (โปร่งใส, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนความร้อน) PET (กันน้ำ, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) PVC (โปร่งใส, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี) OPP/LDPE (โปร่งใส, กันไขมัน, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระป๋องกระดาษ PP, กระป๋องกระดาษ เคลือบ

A2 เงื่อนไขการออกแบบ

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- สามารถบรรจุได้ง่าย : การบรรจุจะต้องไม่กระทบกระเทือนมากนักเพราะผลิตภัณฑ์มีความกรอบ
- สามารถปิดไดสนิท : เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ทันที
- สามารถพกพาได้สะดวก : เพื่อบรรจุสำหรับการเดินทางต้องมีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน
- สามารถแยกรสชาติของสินค้าได้ : เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อแหล่งที่ผลิต : ผู้แทนประเทศไทย (รายละเอียดเหมือนดังที่แสดงไว้ในเงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไทย A2)
- แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ : ใช้รูปภาพผลิตภัณฑ์เพื่อชี้แจงให้เข้าใจผลิตภัณฑ์ภายใน
: ใช้ถ้อยคำสร้างความชัดเจนให้ผลิตภัณฑ์ เช่น banana chips, Hom crop
- สื่อรสชาติของผลิตภัณฑ์ : แสดงด้วยสีที่แตกต่างกัน
: ใช้รูปภาพของส่วนประกอบรสชาติ อย่างเช่น เนย, กระเทียม, พืชชา
: ใช้ถ้อยคำแสดงรสชาติ เช่น spicy, original, japanese style
: ฉลากมีรูปทรงที่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

A2

เอกลักษณะ ของแหล่งผลิต	บุคคลกรรพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มค่าของผลิตภัณฑ์
	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆

แบบร่าง

สัญลักษณ์แสดงระดับความพึงพอใจ มี ๕ ดาว มีดาวกี่ดวงแสดงถึงระดับ

A2

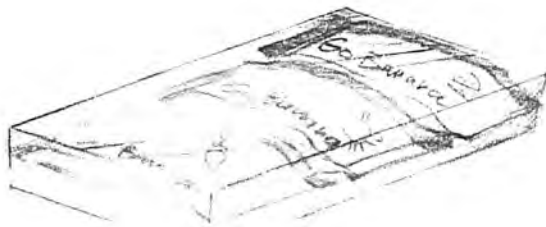


แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 3



แบบร่างที่ 4

๑๒๕

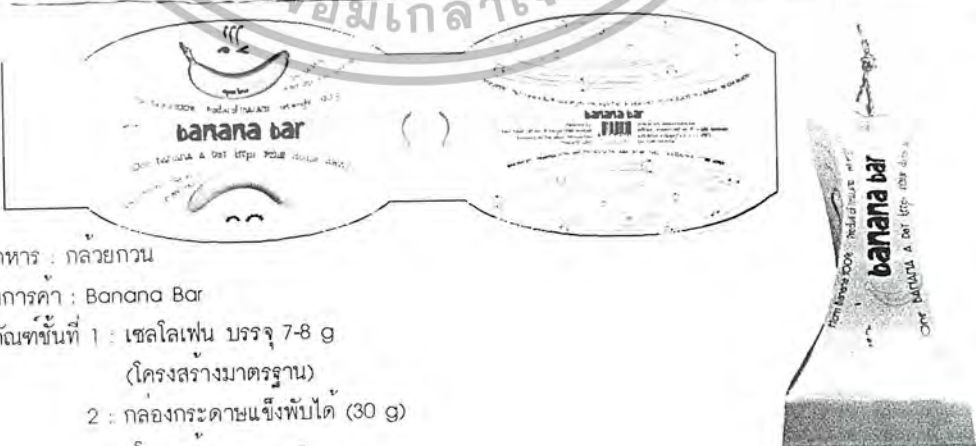
โจทย์ กรณิ

ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค

กล้วย + สถานการณ์การบริโภค - บรรจุภัณฑ์ไทย

A3 ประเทศ ไทย หอม กวน แห้ง   1 คน ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนแบบแห้ง ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโภคหนึ่งคน



ชนิดอาหาร : กล้วยกวน

ชื่อทางการค้า : Banana Bar

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : เซลโลเฟน บรรจุ 7-8 g (โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กลองกระดาษแข็งพับได้ (30 g) (โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : โครงสร้างมาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตจากกล้วยหอม มีลักษณะเป็นผลเรียวยาว

สีเหลืองสวยงามเป็นรูปแบบพร้อมกับการวาดถึงอารมณ์ขันของคนไทยด้วยถ้อยคำซึ่งเป็นจำนวนล้อเลียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการออกแบบ A3

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยกวน (แบบแห้ง) 13 มม

น้ำหนักเฉลี่ยเป็น 7-8 กรัม
ปริมาณที่ควรใช้สำหรับใส่หีบประมาณ 1 คน คือ 30 กรัม
มีขนาด 320 ซม.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

กล้วยกวน

ป้องกันความชื้น, อนุภาคน้ำ, อนุกรมละออง, ป้องกันความชื้น, ของที่ปนเปื้อน, เก็บรักษาได้ 2-3 เดือน

เซลโลเฟน, PE (กันน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ปิดผนึกด้วยความร้อน), PP (ทนแรงดัน, กันไขมัน, ทนไขมัน, ทนความร้อน, โปร่งใส), OPP (โปร่งใส, ทนความเหนียว, ทนความร้อน), PET (ทนแรงดัน, กันน้ำ, ทนกรด-ด่าง, ทนแสง UV), PVC (ทนน้ำ, กันไขมัน, ปิดผนึกด้วยความร้อน, ทนสารเคมี), กระดาษแข็ง, เลือกใช้พลาสติกชนิดอื่นได้

A3

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

เหมาะสำหรับกินขณะเดินทาง

สามารถบรรจุได้ง่าย

สามารถเปิดรับประทานง่าย

สามารถเข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร

การจัดเรียง ชนลง ไม่ลื่นเปื้อน

มีปริมาณพกพาและสามารถพกพาได้สะดวก

สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ไทยโดยไม่ต้องจัดเรียง

สามารถเปิดรับประทานหรือรับประทานได้ทันที, แบ่งรับประทานได้ในหน่วยย่อย

ใช้บรรจุภัณฑ์ที่แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้





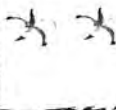




















4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- สื่อแหล่งที่ผลิต : ใช้ลักษณะของคนไทยมาสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สยามเมืองยิ้ม, อารมณ์ขัน, เป็นมิตร เป็นต้น โดยอาศัยชื่อ ที่แสดงอารมณ์สนุกสนาน เช่น One Banana a day keeps your doctor away โดยโครงสร้าง ที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ด้วย ความยาว เรียบ มีสีเหลืองของกล้วยหอม หรือลักษณะการเปิดปิดที่ง่าย ๆ เหมือนปอกกล้วยเข้าปาก
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงผลิตภัณฑ์ภายใน เช่น banana MIX, Banana Paste
- ให้นำรูปภาพแสดงประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือใช้ผลิตภัณฑ์ไว้ด้านนอก
- ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความใส โปร่งสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

A3

	เอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มค่าของผลิตภัณฑ์
				
				
				
				
				

A3



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 3

แบบร่างที่ 4



๑๓๑

โจทย์ การแข่งขันประกวดการันการบริโภค ผลิตภัณฑ์ไทยและบรรจุภัณฑ์ไทย

ชช

		อายุใส กว่า	1 คน	เทศกาล	พิษณุ โลก	น้ำจืด	กวน โรยงา	(รูปทรง เรขาคณิต)
--	--	----------------	---------	--------	--------------	--------	--------------	----------------------

ผู้ใหญ่อีกของขวัญให้อายุใส หนึ่งในเนื่องในโอกาสเทศกาลของขวัญเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้ากวนโรยงา
รูปเรขาคณิตวัตถุบจากจังหวัดพิษณุโลก

ชนิดอาหาร : กล้วยกวน
ชื่อทางการค้า : ทวีสุข

บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : กลองพลาสติกพับขึ้นรูป บรรจุ 90 g
(โครงสร้างมาตรฐาน)
2 : กลองกระดาษแข็งพับได้
(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความแตกต่าง
ที่สามารถนำมาสร้างชื่อ โครงสร้าง และกราฟิก ให้มีความสัมพันธ์กัน

๑๓๒

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยกวน
(รูปทรงเรขาคณิต)



น้ำหนักสุทธิ/ชิ้น 5 กรัม
มีพื้นที่ผิวของกระดาษห่อหุ้มประมาณ 1.40 คือ 18 กรัม
รวมน้ำหนัก คือ 90 กรัม
ปริมาณ 260 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง

หมายเหตุ : การจัดเรียงขึ้นอยู่กับปริมาณการรับใช้เท่านั้น เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของขวัญ ปริมาณการบริโภค จะเพิ่มมากขึ้นเพื่อความเหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์ที่ดี มีราคา

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์	ความคุ้มครอง	เงื่อนไขการรับประกัน
กล้วยกวน (รูปทรงเรขาคณิต)	<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันความชื้น ไขมัน ทนต่อการฉีก ป้องกันความชื้นชื้น ขลุ่ยพื้นผิวระเหย เก็บรักษาไว้ได้ 2.8 เดือน 	<p>เซลโลเฟน (ป้องกันความชื้น ไขมัน)</p> <p>PE (ป้องกันการกระแทก ป้องกันการฉีกขาด)</p> <p>PP (ทนกรด ทนด่าง ทนไขมัน ทนความร้อน ไม่รังสี)</p> <p>PET (ทนความร้อน ทนกรด ทนด่าง ทนสารเคมี)</p> <p>PVC (ทนกรด ทนด่าง ทนไขมัน ทนสารเคมี)</p>

๑๓๓

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

- เหมาะสำหรับการเป็นของขวัญ : มีความเหมาะสม ใช้สะดวก เป็นของขวัญได้โดยไม่ต้องตกแต่งเพิ่มเติมอะไร
- สามารถบรรจุได้ง่าย : สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์ได้ตรงเป็นระเบียบมีความพอดีพอดี
- สามารถเปิดรับประทานง่าย : หยิบรับประทานได้ทันทีไม่ต้องตัด
- เก็บรักษาสัตถภัณฑ์ได้สะดวก : ในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด
- สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ : เพื่อความสบายใจผลิตภัณฑ์และสร้างความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อ
- การจัดเรียง ชนลง ไม่สั่นเปลี่ยน : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้

๑๓๔






4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- แรงเหตุสำหรับเป็นของขวัญ : การผูกเรื่องหรือการสร้างเรื่องราวโดยอาศัยชื่อ โครงสร้างและกราฟฟิกที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น เรียงผลิตภัณฑ์เป็นสีขาวสลับดำ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่โดดเด่นสามารถสร้างเรื่องได้
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำอธิบายถึงการลอยชีพ โห่พร ให้ความเจริญความมั่งคั่งเช่น ทวีสุข
- สื่อถึงผลิตภัณฑ์ภายใน : ใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงความใส่ใจ ความห่วงใยในการเลือกซื้อ เช่น คัดสรร พอดีพอดี หรือแสดงให้เห็นคุณค่าของทุนประโยชน์ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่ากล้วยกวนธรรมดา
- ให้อารมณ์ความรู้สึก : ให้อารมณ์ความรู้สึกที่ประทับใจ
- ให้อารมณ์ความรู้สึก : ให้อารมณ์ความรู้สึกที่ประทับใจ
- ให้อารมณ์ความรู้สึก : ให้อารมณ์ความรู้สึกที่ประทับใจ
- ให้อารมณ์ความรู้สึก : ให้อารมณ์ความรู้สึกที่ประทับใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

ข1

	เอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆
	☆☆	☆☆	☆☆	☆☆

☆☆ สัญลักษณ์แสดงระดับการดีของแบบ ☆ หมายถึงดีกว่าแสดงว่าดีกวาคิด

ข1



แบบร่างที่ 1



แบบร่างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขการออกแบบ ๒2

1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยฉาบตามแนวขวาง		น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
รูปแบบการจัดเรียง		ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทานกับโยเกิร์ต ขนาด 80 กรัม คือ 20 กรัม
		รวมน้ำหนัก 80 + 20 คือ 100 กรัม
		ปริมาณต่อ 300 ลบ.ซม.

2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

กล้วยฉาบ (แผ่นกลม)	ความคุ้มครอง	วัสดุในถนอมช่วยพกรรณ
<p>หมายเหตุ : เงื่อนไขตามฉบับรพทพ พงศสิทธิ์ในวาระประเทศไทยมีการแสดงไว้ในเว็บไซต์</p>	<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันความชื้น ไอน้ำ ทนไขมันได้ ป้องกันก๊าซโอโซนที่เห็น เก็บรักษาไว้ได้ 12 เดือน ป้องกันการกระแทก 	<ul style="list-style-type: none"> PE (ทึบไฮดร. ทนกรด-ด่าง ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนกรด กับไอน้ำ พ่นไขมัน ทนความชื้น โยเกิร์ต) OPP (ยืดหด ปิดความเหนียว ทนความร้อน) PET (ทนกรด กับไอน้ำ กับไขมัน - ทนแรงกระแทก - ทนสารเคมี) PVC OPP/LDPE (ใส/ทึบ กับไขมัน ทนกรด-ด่าง ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษ (ทำเป็นซองลม / เจาะช่องขึ้นซองยาว) PVC เล็กๆ

๒2

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

เหมาะสำหรับบริโภคในรถ	มีปริมาณพอเหมาะและมีระดับราคาไม่สูงเกินไป
สามารถบรรจุได้ง่าย	บรรจุภัณฑ์ที่ใช่เหมาะแก่การใส่ของที่มีความเหลว
สามารถเปิดได้สนิท	สามารถเปิดได้โดยสะดวกใช้ความร้อน (heat seal)
สามารถเปิดรับประทานง่าย	สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานได้ไม่ทำใหหกเลอะเทอะ, สามารถถือรับประทานได้สะดวก
การจัดเรียง ชนลง ไม่ล้มเปลี่ยน	บรรจุภัณฑ์สามารถจัดวางบนชั้นและเรียงในลักษณะซ้อนกันได้






4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

- แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เห็นชัดเจน : ให้อ้อยคำโดยตรงแจ้งว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเช่น โยเกิร์ตพร้อมกล้วยฉาบ
- : ให้อภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงให้เข้าใจ เช่น รูปนม (ซึ่งเป็นส่วนประกอบของโยเกิร์ต), กล้วยฉาบกำลังหล่นลงไปโยเกิร์ตที่กระจายอยู่
- : ให้อีสลิ่งถึงผลิตภัณฑ์ ที่นำมาจับคู่ร่วมกันใหม่มีความแตกต่างกัน
- : ให้อโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่แยกจากกันเป็นตัวแบ่งส่วนให้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์
- : ให้อีสลิ่งคนละชนิดกันเพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เช่น พลาสติกกับวัสดุธรรมชาติแบบจักสาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

๑๒

	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	คุณสมบัติด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
	✳	✳	✳	✳ ✳
	✳ ✳ ✳	✳ ✳ ✳	✳ ✳	✳
	✳ ✳	✳	✳ ✳	✳ ✳
	✳ ✳	✳ ✳	✳ ✳	✳
	✳ ✳	✳ ✳	✳ ✳	✳

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย

๑๒



แบบร่างที่ 1

แบบร่างที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 3

แบบร่างที่ 4



ใจหาย

ข13



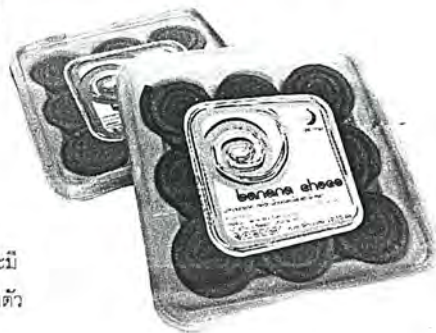
1 คน

กินเล่น นอกอาหาร เติมน้ำ

พิษณุโลก นาวา

อบ แยม, ช็อคโกแลต

ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ชื่ออาหารว่างเติมน้ำกินเล่นเอง ภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นว่า อบม้วนสอดไส้แยม,ช็อคโกแลต วัตถุประสงค์จากจังหวัดพิษณุโลก








ชนิดอาหาร : กล้วยอบสอดไส้ช็อคโกแลต
ชื่อทางการค้า : Banana Choc. Banana berry
บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ภาดพลาสติก(PVC) บรรจุ 100 g
(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : ตั้งระบบส่งข้อมูลด้วยมือถูกตัว ขวางจะมี
ส่วนการบรรจุที่วางที่ด้านใน ภาชนะที่บรรจุจะต้องมีที่ใส่ถุงตัว
มีความสัมพันธ์กับลักษณะผลิตภัณฑ์ที่รับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

๑13

	เอกลักษณ์ ของแหล่งผลิต	บุคลิกภาพ ของผลิตภัณฑ์	ความเหมาะสม ต่อการนำไปใช้งาน	ตอบสนองด้านความ คุ้มครองผลิตภัณฑ์
	✳	✳	✳	✳ ✳
	✳ ✳	✳ ✳	✳ ✳	✳
	✳	✳	✳ ✳	✳ ✳
	✳ ✳	✳ ✳	✳ ✳	✳ ✳
	✳	✳	✳ ✳	✳ ✳

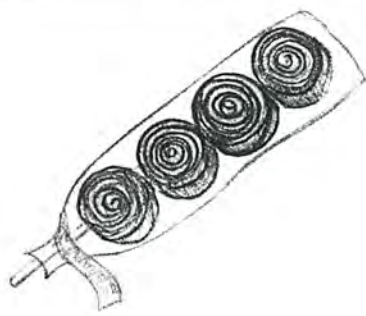
สัญลักษณ์แสดงระดับการคัดเลือกแบบ

๑13



แบบร่างที่ 1

แบบร่างที่ 2



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 3

แบบร่างที่ 4



๑๕๙

โจทย์ การ

ผลิตภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์ใหม่

สถานที่: สถานการณ์ตลาดบริโภค

๗4 คน

กินเล่น นอกอาคาร เดินกิน เพชรบุรี หักมุก ฉาบ + ช็อคโกแลต

เด็กชื่อขนมกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกฉาบ(แบบเส้น)วัตถุดิบจากจังหวัดเพชรบุรีกินพร้อมช็อคโกแลต



ชนิดอาหาร : กล้วยฉาบพร้อมช็อคโกแลต
 ชื่อทางการค้า : Banana Dip
 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ภาชนะพลาสติก(PVC) บรรจุ 30 g (โครงสร้างออกแบบ)


แนวทางการออกแบบ : ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นเส้นๆ และรับประทานคู่กับช็อคโกแลต ดังนั้นต้องพรางกลิ่นกล้วย

และเป็นสองชั้นพลาสติกพร้อมที่รัดท่อนๆ ผลกล้วยมาเป็นวงๆ ใต้ตามสนกสนุนเองตัวภาชนะเป็นการสร้างเรื่องราว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


1. เงื่อนไขการบรรจุ

บรรจุกล้วยฉาบ
แบบเส้น



น้ำหนักเฉลี่ย/ชิ้น 0.45 กรัม
ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับรับประทานบริโภคต่อคนต่อ 10 กรัม คือ 20 กรัม
รวมน้ำหนัก 10 + 20 คือ 30 กรัม
ปริมาตร 160 ลบ.ซม.

รูปแบบการจัดเรียง



2. เงื่อนไขความคุ้มครอง

ชนิดของผลผลิต	ประเภทของบรรจุภัณฑ์	วัสดุในช่องบรรจุผลผลิต
กล้วยฉาบ (แบบเส้น)	<ul style="list-style-type: none"> ป้องกันความชื้น, ใอน้ำ ทนไขมันได้ ป้องกันดวงไฟ(กันที่) เก็บรักษาไว้ได้ 1-2 เดือน ป้องกันการกระแทก 	PE (กันไอน้ำ ทนกรด-ด่าง ปิดผนึกด้วยความร้อน) PP (ทนกรด กันไอน้ำ ทนไขมัน ทนความร้อน โป้งโค) OPP (โป้งใส มีความเหนียว ทนความร้อน) PET (กันน้ำ, กันไอน้ำ, กันไขมัน, ทนแรงกระแทก, ทนสารเคมี) PVC OPP/LDPE (โป้งใส กันไอน้ำ ทนกรด-ด่าง ปิดผนึกด้วยความร้อน) กระดาษ (กระดาษแข็งสีน้ำตาล, ฟิล์มเรียงนึ่งสังเคราะห์) ฟิล์ม PVC
หมายเหตุ :	เงื่อนไขความคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ขอคิดแถมแสดงใช้ในบทที่ 6	

3. เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก

เหมาะสำหรับบริโภคเอง : มีปริมาณพอเหมาะและมีระดับราคาไม่สูงเกินไป

- สามารถบรรจุและปิดผนึกได้ง่าย : สามารถปิดได้โดยไม่ความร้อน (heat seal)

สามารถเปิดรับประทานง่าย : สามารถเปิดบรรจุภัณฑ์ออกมารับประทานด้วยกันได้ไม่ทำให้หกเลอะเทอะ, สามารถถือรับประทานได้สะดวก

การจัดเรียง ขบส่ง ไม่สิ้นเปลือง : บรรจุภัณฑ์สามารถจัดวางบนชั้นและเรียงในลักษณะซ้อนกันได้

- เหมาะสำหรับรับประทานได้ในครั้งเดียว

4. เงื่อนไขการสื่อสารประชาสัมพันธ์

เหมาะสำหรับผู้บริโภคเป้าหมาย : ใช้ถ้อยคำโดยตรงแจ้งว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด เช่น กล้วยฉาบจัมมี้ช็อคโกแลต (เป็นการบ่งบอกลักษณะการรับประทานไปในตัว)

: ใ้ภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงให้เห็นให้เข้าใจ เช่น กล้วยจัมมี้ช็อคโกแลต

: ใช้สีสดใส หรือใช้สื่อตัวการ์ตูนให้อารมณ์สนุกสนานนำมาสร้างเรื่องราว

: ใช้ชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิก ให้มีความสัมพันธ์กัน เช่น Mr. banana Dip

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกแบบ

๑๔

ประเภท	เอกลักษณ์	บุคลิกภาพ	ความเหมาะสม	คุณสมบัติความ
	ของผลิตภัณฑ์	ของผลิตภัณฑ์	ต่อการนำไปใช้งาน	คุณสมบัติผลิตภัณฑ์
นมเปรี้ยว		✳	✳	✳
		✳	✳ ✳	✳ ✳
		✳	✳ ✳	✳ ✳
		✳	✳	✳
		✳	✳	✳

สัญลักษณ์แสดงระดับความพึงพอใจแบบ ๑-๕ ดาว จากงานแสดงสินค้า

๑๕๓

๑๔



แบบร่างที่ 1

แบบร่างที่ 2



๑๕๓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างที่ 3

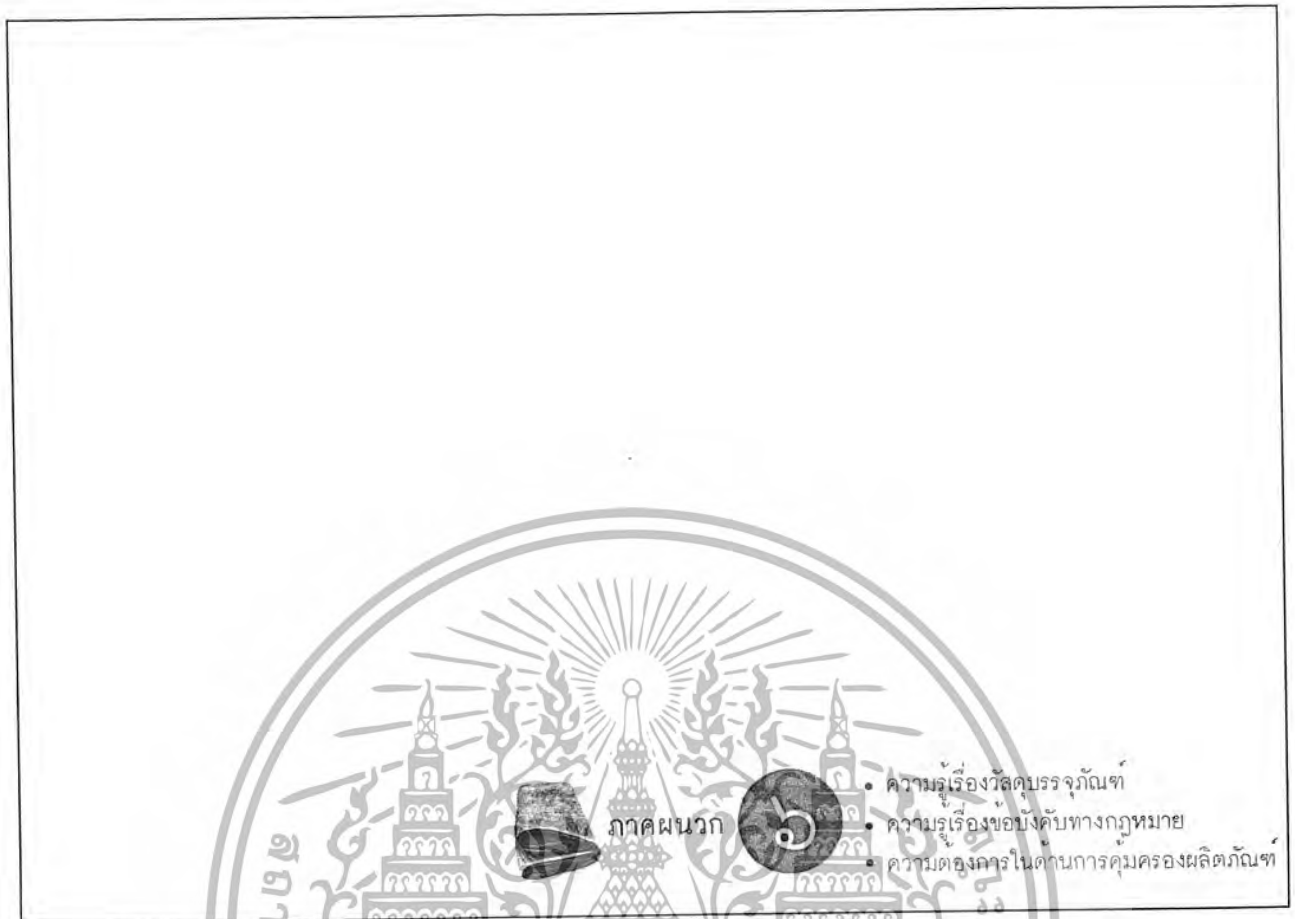


แบบร่างที่ 4



๑๕๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



- ความรู้เรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์
- ความรู้เรื่องข้อบังคับทางกฎหมาย
- ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ข้อมูลที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อประกอบการพิจารณา

- วัสดุบรรจุภัณฑ์และการผลิต
- ข้อบังคับทางกฎหมาย

ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

ของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบร่วมกับผลิตภัณฑ์กัลยแปรรูปของโครงการ

ภาคนวาก



ข้อมูลที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อประกอบการพิจารณา

วัสดุบรรจุภัณฑ์และการผลิต

ประเภทบรรจุภัณฑ์

แบ่งตามประเภทของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

บรรจุภัณฑ์พลาสติก

1. ภาชนะพลาสติกชนิดทรงแข็งและกึ่งแข็ง (Rigid and Semirigid containers)








- 1.1) ถ้วยและถาดพลาสติก (Plastic cup and tray)
- 1.2) กล่องและกระบอกพลาสติก (Injection Boxes and Cylinder Pack)
- 1.3) กล่องพลาสติกแบบพับขึ้นรูป (Folding Plastic Boxes)

2. ภาชนะพลาสติกชนิดทรงอ่อน (Flexible Packaging)

- ถุงและซองพลาสติก (Plastic Bag and Pouch)
 - 2.1) ฟิล์มพลาสติกเดี่ยว (Single plastic film)
 - 2.2) ฟิล์มพลาสติกประกบ (Laminated plastic film)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์พลาสติก	ชื่อวัสดุ	ความใส (clarity)	ตัวอย่างขนาดของบรรจุภัณฑ์ (มาตรฐาน)	ราคา/หน่วย	การสัมผัสในรูปแบบใหม่	การจัดการรูปแบบการพิมพ์	ฉลาก (labeling) flexography / silscreen / digital / offset
ภาชนะพลาสติกชนิดแข็งและกึ่งแข็ง (rigid and semi-rigid containers) 1.1) ถ้วยและภาชนะพลาสติก (Thermoformed Containers)	PVC	ใส	 7 x 11 x 5.5 cm.	0.80 บาท/ชิ้น	เดิมใจผลิตโดยสองพี่น้องลีด ชิ้นค่า 3,000 - 5,000 ชิ้น คำนวณราคาจาก - ผลิต (มีวัสดุให้เลือก เช่น เช่น อลูมิเนียม ราคาไม่เกิน 20,000 บาท หรือ เซรามิก ราคาไม่เกิน 10,000 บาท) - รูปแบบชิ้นงาน - ความสามารถของเครื่องจักร - วัสดุพลาสติกพลาสติก - ส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น สีทาไฟ ค่าแรง	 	flexography silscreen flexography letterpress
			 7.8 x 10.8 x 3 cm.	0.80 บาท/ชิ้น			
 11 x 17 x 4 cm.			0.80 บาท/ชิ้น				
	PET	ใส	 7.5 x 15.5 x 8.3 cm.	1 บาท/ชิ้น			
			 215.5 x 8 cm.	0.80 บาท/ชิ้น			

บรรจุภัณฑ์พลาสติก	ชื่อวัสดุ	ความใส (clarity)	ตัวอย่างขนาดของบรรจุภัณฑ์ (มาตรฐาน)	ราคา/หน่วย	การสัมผัสในรูปแบบใหม่	การจัดการรูปแบบการพิมพ์	ฉลาก (labeling) flexography / silscreen / digital / offset
	PS	ทึบ	Diameter 71.50 mm Height 45.50 mm	0.60 บาท/ชิ้น	เดิมใจผลิตโดยสองพี่น้องลีด ชิ้นค่า 3,000 - 5,000 ชิ้น คำนวณราคาจาก - ผลิต (มีวัสดุให้เลือก เช่น เช่น อลูมิเนียม ราคาไม่เกิน 20,000 บาท หรือ เซรามิก ราคาไม่เกิน 10,000 บาท) - รูปแบบชิ้นงาน - ความสามารถของเครื่องจักร - วัสดุพลาสติกพลาสติก - ส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น สีทาไฟ ค่าแรง		flexography letterpress
			 11.3 x 27.6 x 2 cm.				
	OPS	ใส	 15 x 16.2 x 2.6 cm.	0.60 บาท/ชิ้น			
			 4.5 x 4.6 x 1.5 cm. Ø 6.5 x 2.2 cm.	0.19 บาท/ชิ้น			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

1. กลองกระดาษแข็งพับได้ (Folding cartons)
2. กลองกระดาษแบบคงรูป (Rigid Boxes)
3. กระป๋องกระดาษ (Composite can)
4. กระดาษพับขึ้นรูป (Folding paper)



บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อกระดาษ

Folding cartons

Some like can

Some like can

ข้อดี

กระดาษรีไซเคิล

คุณสมบัติ ขนาด และมิติบรรจุภัณฑ์

น้ำหนักเบา ไม่เปื่อยยุ่ย

สามารถรีไซเคิลได้

ต้นทุนต่ำ

พิมพ์ได้สวยงาม

ใช้พลังงานน้อย

ปลอดภัย

ใช้งานได้หลากหลาย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ใช้พลังงานน้อย

ใช้พื้นที่น้อย

ข้อเสีย

ความทนทานต่ำ

ไม่สามารถรีไซเคิลได้

ต้นทุนสูง

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

ใช้พลังงานมาก

ใช้พื้นที่มาก

การพิมพ์ (ระบบการพิมพ์)

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

การพิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ข้อบังคับทางกฎหมาย

ศึกษาและทำความเข้าใจถึงข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ๒๐๑ ข้อ

พระราชบัญญัติสุขภาพ

กระทรวงสาธารณสุข

พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ



กรมสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข

(1) ชื่ออาหาร

(2) ...

(3) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปสำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศ

(4) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก

(5) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนัก เรียงลำดับปริมาณจากมากไปน้อย

(6) ชื่ออาหารว่า "โปรดดูในสัญญาการค้า"

(7) ข้อความว่า "เจือสีธรรมชาติหรือเจือสีสังเคราะห์ที่มีการใช้แล้วแต่กรณี"

(8) ข้อความว่า "ใช่... เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร" (ข้อความอื่นใดที่เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหารให้ไว้)

(9) ข้อความว่า "ใช่... เป็นวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล"

(10) ข้อความว่า "แสดงถิ่นกำเนิดตามถิ่นกำเนิดและแสดงถิ่นกำเนิดของส่วนผสม" (แสดงส่วนประกอบที่กล่าวไว้แล้วและมี)

(11) วันเดือนและปีที่ผลิต

- (11.1) วันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 90 วัน
- (11.2) เดือนและปีที่ผลิตหรือวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับอาหารที่เก็บไว้ได้เกิน 90 วัน
- (11.3) วันเดือนและปีที่ผลิตและวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคสำหรับ

จะต้องแสดงให้เรียงตามลำดับของวันเดือนปีตามที่กำหนดกรณีการแสดงเดือนอาจแสดงโดยใช้ตัวอักษรแทนได้ สำหรับวันเดือนและปีที่หมดอายุการบริโภคอาจแสดงวันเดือนและปีที่ควรบริโภคก่อนแทนได้

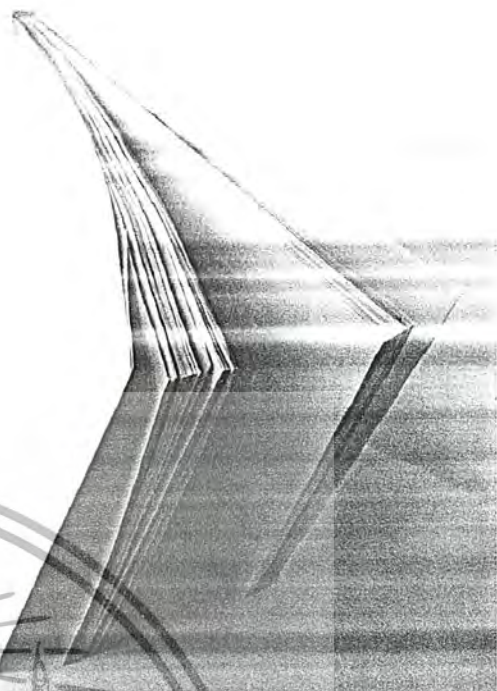
หรือ...

(13) วิธีปรุงเพื่อรับประทาน(ถ้ามี)

(14) ...

(15) มีสำหรับอาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดลักษณะของอาหารตามข้อ 2(4) อย่างน้อยต้องแสดงข้อความตาม(1)(3)(4)และ(11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาทานานี้ ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย



คู่มือเสนอแนะแนวทางแสวงหาโอกาส (handbook)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง (model) และแบบแสดงรายละเอียด

จากการคัดเลือกแบบเพื่อนำมาทำต้นแบบในขั้นตอนสุดท้าย จะนำเสนอตามโจทย์ทั้งสิ้น 11 โจทย์ โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอ ดังนี้

- ชนิดของอาหาร
- ชื่อทางการค้า
- ลำดับชั้นของบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์
- แนวทางการออกแบบ



ก1

พิษณุ
โลก

น้ำว่า

อบ

อาวุโส
กว่า1
คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว่าอบแบบม้วน ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือน
จังหวัดพิษณุโลกให้ผู้อาวุโสกว่าบริโภคนึ่งคน

ชนิดของอาหาร : กล้วยน้ำว่าอบ

ชื่อทางการค้า : กล้วยน้ำว่าอบม้วน

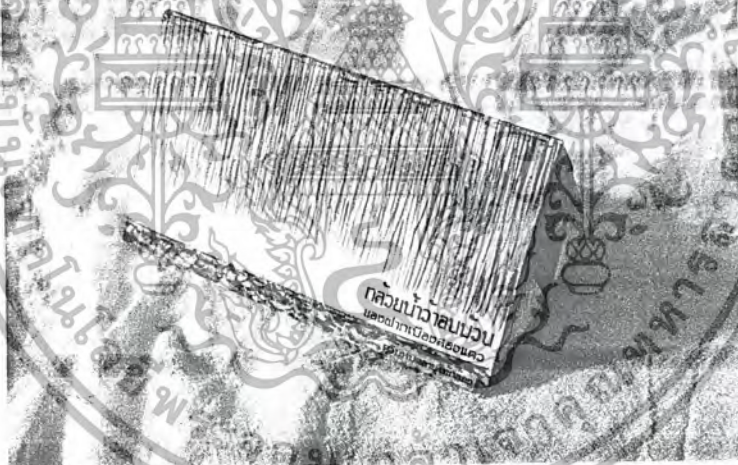
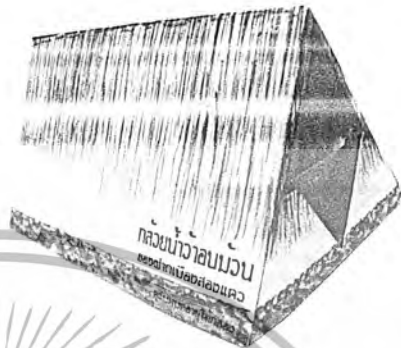
บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(OPP) บรรจุ 200g

(โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กล่องกระดาษแข็งพับได้

(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของแหล่งที่มาโดยใช้โครงสร้างและกราฟิกรูปเรือนแพสื่อเรื่องราวและ
บุคลิกของผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่ อาศัยการจัดเรียงซ้อนกันเป็นรูปสามเหลี่ยมของผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว่าอบแบบม้วนซึ่งบรรจุอยู่ใน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก3

ปทุมธานี

หอม กวน

(รูปทรงอิสระ)



เพื่อน

2-4

ต่างถิ่น

คน

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนวัตถุดิบจากจังหวัดปทุมธานีผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปีซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนต่างถิ่นให้เพื่อนสองถึงสี่คน

ชนิดของอาหาร : กล้วยกวน

ชื่อทางการค้า : ผูกพัน

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(OPP)

บรรจุ 130 g

(โครงสร้างมาตรฐาน)

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : กระดาษแข็งพิมพ์ลาย

(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ :

เป็นของฝากซึ่งบรรจุผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวน จึงนำเอาไม่ต้องมาเป็นลวดลายบนกระดาษสำหรับห่อ มัดไว้ สามารถหิ้วได้เหมาะสำหรับเป็นของฝาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก4

ชุมพร

เล็บมือ
นาง

อบ

คนที่
ทำงาน2-4
คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางอบทั้งลูก ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนจังหวัดชุมพร
ให้บุคคลในสำนักงานบริโภคสองถึงสี่คน

ชนิดของอาหาร : กล้วยอบ

ชื่อทางการค้า : ตวงพร

บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(PP) บรรจุ 250 g
(โครงสร้างมาตรฐาน)2 : กระดาษพับขึ้นรูป บรรจุ 250 g
(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : บรรจุภัณฑ์ที่มีลูกเล่นในการปรับเปลี่ยน
รูปทรงเพื่อความสะดวกในการพกพาและการสร้างภาพลักษณ์ของ
ผลิตภัณฑ์จากบรรจุภัณฑ์ธรรมดาเป็นบรรจุภัณฑ์ท้องถิ่นมีที่มา
จากหมาดักน้ำซึ่งเป็นภาชนะท้องถิ่นที่นิยมใช้กันมาดั้งเดิม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A1

ประเทศ
ไทย

น้ำว่า

อบ

2-4
คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว่าอบทั้งลูกและแบบมัน ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทย สำหรับบริโภคสองถึงสี่คน

ชนิดของอาหาร : กล้วยอบ

ชื่ออาหาร : Dried Banana

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(PP) บรรจุ 15-20 g
(โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กล่องกระดาษแข็งพับได้
(โครงสร้างมาตรฐาน)

แนวทางการออกแบบ : ถ่ายทอดเรื่องราวให้ชาวต่างประเทศ
ได้เข้าใจถึงประโยชน์ของต้นกล้วยซึ่งผูกพันกับวิถีชีวิตของคนไทย
เพื่อเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปภายในที่มีความหลากหลาย
และน่าลิ้มลอง เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างกะทัดรัด
แข็งแรง เหมาะกับผลิตภัณฑ์และการเดินทาง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A2

ประเทศ
ไทย

หอม ฉาบ

1
คน

ต่างกัน

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมฉาบแบบม้วน ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโภคหนึ่งคน

ชนิดอาหาร : กล้วยฉาบ

ชื่อทางการค้า : Go Bananas

บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : ถุงพลาสติก(PP) บรรจุ 120 g

(โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กระป๋องกระดาษ

(โครงสร้างมาตรฐาน)

แนวทางการออกแบบ : สร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีหลายรสชาติด้วย

ลักษณะกราฟิกแบบเดียวและสื่อความเป็นประเทศไทยด้วย

ศิลปะหัตถกรรมไทยในเรื่องราวของป่าเขตรอนซึ่งเป็น

สภาพภูมิศาสตร์ที่พบต้นกล้วยอยู่มาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โจทย์กรณี 1

ผลิตภัณฑ์แปรรูปลักษณะเดิม



กล้วย + สถานการณ์การบริโภค

บรรจุภัณฑ์ใหม่

A3

ประเทศไทย

หอม กวน แท่ง



1 คน

ต่างถิ่น

ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมกวนแบบแท่ง ผู้ใหญ่ซื้อเป็นของฝากในโอกาสเยือนประเทศไทยสำหรับบริโภคหนึ่งคน

ชนิดอาหาร : กล้วยกวน

ชื่อทางการค้า : Banana Bar

บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : เซลโลเฟน บรรจุ 7-8 g

(โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กล่องกระดาษแข็งพับได้ (30 g)

(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : โครงสร้างมาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์
ซึ่งผลิตจากกล้วยหอม มีลักษณะเป็นผลเรียวยาวสีเหลืองสุกมาเป็น
รูปแบบพร้อมกับการวิจัยถึงอารมณ์ขันของคนไทยด้วยถ้อยคำซึ่งเป็น
สำนวนล้อเลียน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข 1

อาวโศ
กาว1
คน

เทศกาล

พิษณุ
โลก

น้ำว้า

กวน
โรยงา(รูปทรง
เรขาคณิต)

ผู้ใหญ่ชื่อของขวัญให้ผู้อาวโศ หนึ่งคนเนื่องในโอกาสเทศกาลของขวัญเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว้ากวนโรยงา
 รูปเรขาคณิตวัตถุติดจากจังหวัดพิษณุโลก

ชนิดอาหาร : กล้วยกวน

ชื่อทางการค้า : ทวีสุข

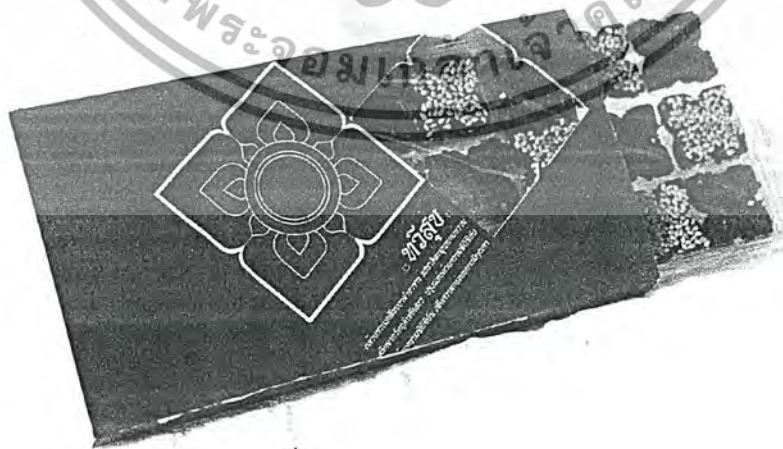
บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 : กลองพลาสติกพับขึ้นรูป บรรจุ 90 g

(โครงสร้างมาตรฐาน)

2 : กลองกระดาษแข็งพับได้

(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความแตกต่าง
 ที่สามารถนำมาสร้างชื่อ โครงสร้าง และกราฟฟิค ใหม่ความสัมพันธ์กัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข2



1 คน

กินเล่น ในอาคาร นั่งกิน เพชรบุรี หักมุก ฉาบ

โยเกิร์ต



ผู้ใหญ่ที่รับประทานอาหารกินเล่นเองในอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกฉาบตามขวางวัดดุติบจากจังหวัดเพชรบุรี
กินพร้อมโยเกิร์ต

ชนิดอาหาร : กล้วยฉาบพร้อม โยเกิร์ต

ชื่อทางการค้า : Banana Yogurt

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ภาตพลาสติก(PS) บรรจุ 80 g
(โครงสร้างออกแบบ)

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ภาตพลาสติก(PVC) บรรจุ 20 g
(โครงสร้างมาตรฐาน)

แนวทางการออกแบบ : ลักษณะของกานกล้วยเมื่อถูกตัดขวางจะมี
เส้นสายและรูปทรงที่น่านใจ สามารถแบ่งส่วนของผลิตภัณฑ์ได้ลงตัว
มีความสัมพันธ์กับลักษณะผลิตภัณฑ์ที่รับประทาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13

1
คน

กินเล่น นอกอาคาร เดินกิน

 พิษณุ
โลก

น้ำว่า

 อบ
+
แยม,
ช็อคโกแลต


ผู้ใหญ่อายุมากกว่า 20 ปี ซึ่งอาหารว่างเดินกินเล่นเอง ภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยน้ำว่า
อบมวนสอดไสแยม,ช็อคโกแลตวัตถุดิบจากจังหวัดพิษณุโลก

ชนิดอาหาร : กล้วยอบสอดไส้ช็อคโกแลต

ชื่อทางการค้า : Banana Choc. Banana berry

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ภาตพลาสติก(PVC) บรรจุ 100 g

(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : ลักษณะของถาดกล้วยเมื่อถูกตัดขวางจะมี
เส้นสายและรูปทรงที่น่าสนใจ สามารถแบ่งส่วนของผลิตภัณฑ์ได้ลงตัว
มีความสัมพันธ์กับลักษณะผลิตภัณฑ์ที่รับประทาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ข4



1
คน

กินเล่น นอกอาคาร เดินกิน เพชรบุรี หักมุก

ฉาบ
ช็อคโกแลต

เด็กชื่อขนมกินเล่นเองภายนอกอาคารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหักมุกฉาบ(แบบเส้น)วัตุดิบจากจังหวัดเพชรบุรีกินพร้อมช็อคโกแลต

ชนิดอาหาร : กล้วยฉาบพร้อมช็อคโกแลต

ชื่อทางการค้า : Banana Dip

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 : ภาตพลาสติก(PVC) บรรจุ 30 g
(โครงสร้างออกแบบ)

แนวทางการออกแบบ : ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นเส้นๆ
และรับประทานคู่กับช็อคโกแลต ดังนั้นต้องแบ่งแยกผลิตภัณฑ์
ออกเป็นสองส่วนจากฟอรัมที่ตัดทอนจากผลกล้วยมาเป็นวงรี
ใช้ความสนุกสนานของตัวการ์ตูนเป็นการสร้างเรื่องราว



ก1 ก2 ก3 ก4

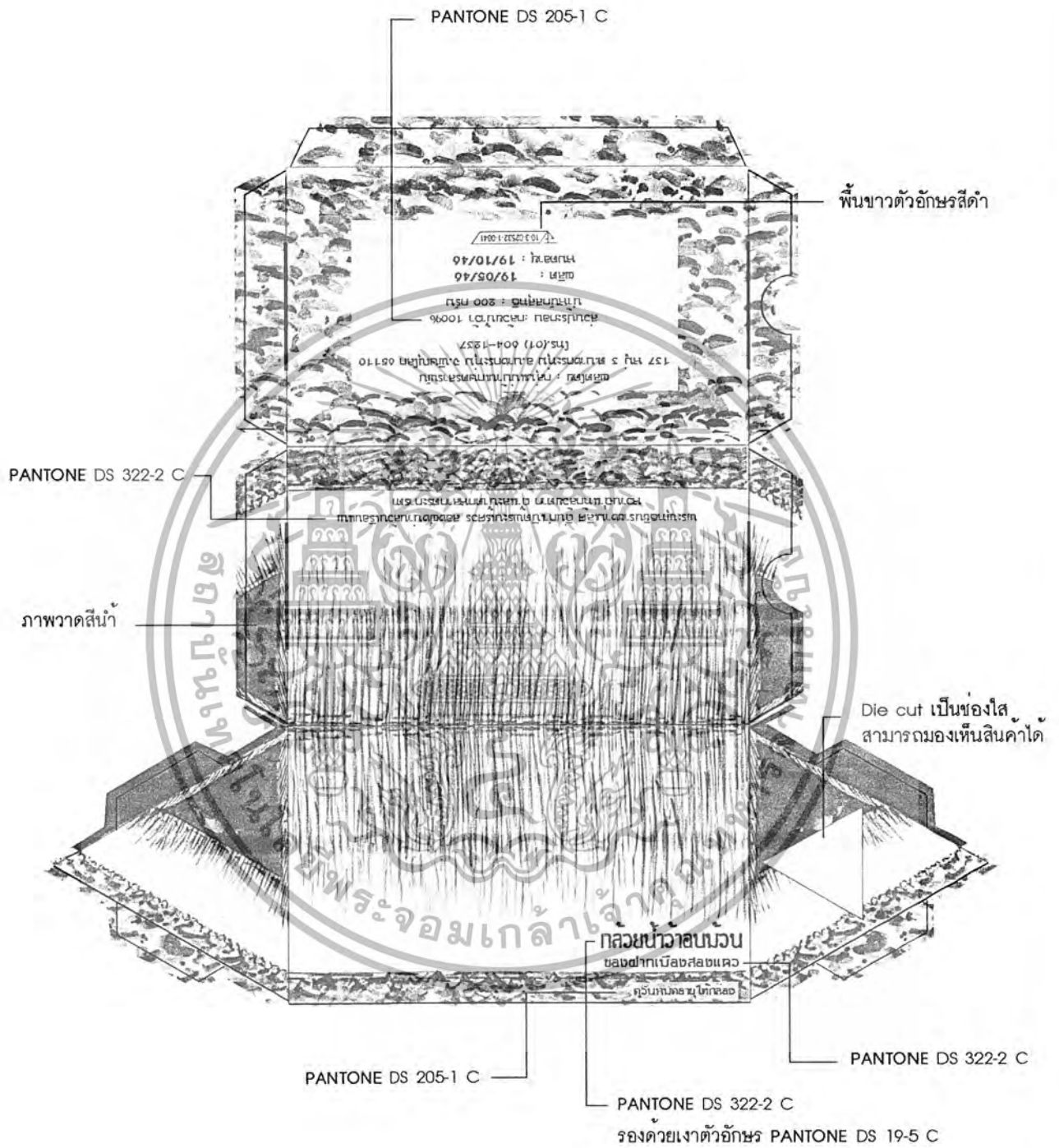


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๑1 ๑2 ๑3 ๑4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ตัวอักษร สีเขียว
 PANTONE DS 309-2 C
 กรอบตัวอักษร
 PANTONE DS 28-1 C



คห.บ.ช.บ.
 ๒๕๖๒

สีพื้นรูปกล้วย
 PANTONE 115 CVC
 กรอบสี่เหลี่ยม
 PANTONE DS 32-1 C
 highlight
 PANTONE 116 2X CVC

พื้นหลัง logo
 PANTONE DS 309-2 C

ผลิตโดย
 PANTONE DS 28-1 C
 ส่วนประกอบ
 PANTONE DS 38-1 C
 กรอบ ตัวอักษรและ
 ตัวเลข สีดำ BL 100

สีดำ BL 100

ลายเส้นรูปกล้วย
 PANTONE 116 2X CVC

PANTONE DS 36-1 C

PANTONE DS 36-2 C

พื้นหลัง
 PANTONE DS 1-7 C
 PANTONE DS 18-1 C

PANTONE DS 5-5 C
 วงกลม
 PANTONE 100 CVC
 PANTONE 154 CVC

กรอบโลโก้สีขาว
 PANTONE DS 36-1 C

PANTONE DS 36-1 C

กรอบกล้วย

กล้วย

90 กิ่ง





PANTONE DS 36-2 C

PANTONE DS 36-1 C

PANTONE DS 36-1 C

PANTONE DS 36-2 C

พื้นหลัง

PANTONE DS 18-1 C

ผลิตโดย

PANTONE DS 28-1 C

ส่วนประกอบ

PANTONE DS 38-1 C

กรอบ ตัวอักษรและ
ตัวเลข สีดำ BL 100

สีดำ BL 100

PANTONE DS 219-9 C

PANTONE DS 130-9 C

PANTONE DS 5-6 C

PANTONE DS 18-5 C

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





PANTONE DS 286-3 C



ผลิตโดย

PANTONE DS 28-1 C

ส่วนประกอบ

PANTONE DS 38-1 C

กรอบ ตัวอักษรและ
ตัวเลข สีดำ BL 100

สีดำ BL 100

PANTONE DS 278-3 C

PANTONE DS 298-2 C

PANTONE DS 278-3 C

PANTONE DS 219-9 C

PANTONE DS 286-3 C

PANTONE DS 309-2 C

พื้นหลัง

PANTONE DS 302-3 C



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพพื้นจากการสแกนลายใบตอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อทางการค้า 25 pt
PANTONE DS 320 C
เงา
PANTONE DS 18-4 C

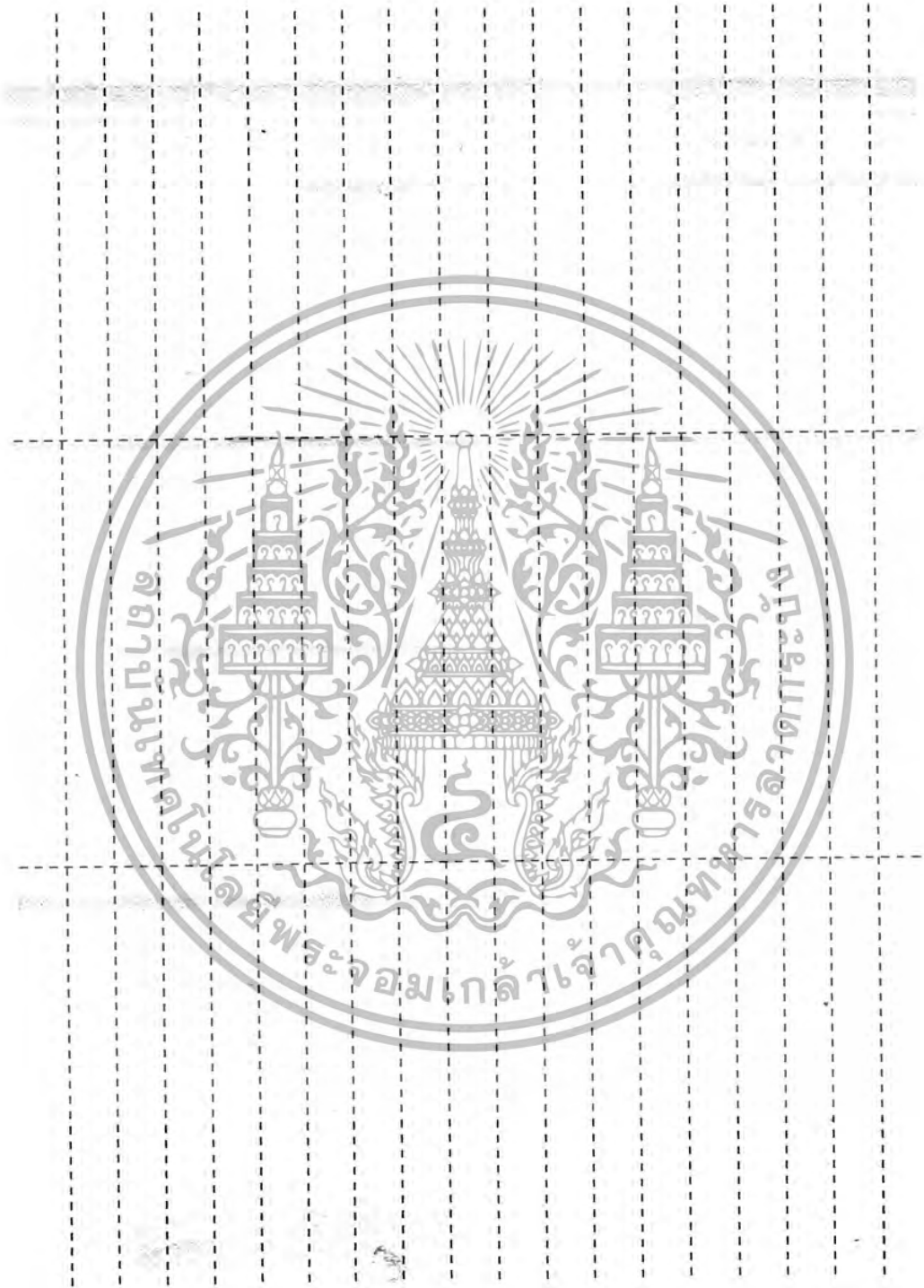


Font
PSLChalalaiClassicas
8 pt
PANTONE DS 322-2 C

10 pt
PANTONE DS 320 C



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพพื้นจากกระดาษสา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

size 100%

Font
PSL.ChalalaiClassicas
16.5 pt
PANTONE DS 322-2 C

PANTONE DS 320 C



ชื่อทางการค้า 37 pt PANTONE DS 322-2 C
PANTONE DS 320 C
เงา PANTONE DS 18-4 C

คำอักษร กรอบ สีดำ BL 100
10 pt
PANTONE DS 322-2 C

size 200%



ชื่อทางการค้า 22 pt
PANTONE DS 320 C
เงา PANTONE DS 18-4 C



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

size 40%



กรอบ ตัวอักษรและ
ตัวเลข สีค่า BL 100

PANTONE DS 42-3 C

PANTONE DS 26-5 C

PANTONE DS 18-1 C

PANTONE DS 21-3 C

PANTONE DS 19-8 C

PANTONE DS 30-1 C

PANTONE DS 42-3 C

PANTONE DS 42-2 C

PANTONE DS 18-6 C

PANTONE DS 18-7 C

PANTONE DS 18-8 C

PANTONE DS 26-5 C

(ฝากลง)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PANTONE DS 42-3 C

(ก้นกล่อง)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PANTONE DS 42-1 C

ตัวอักษร BL 100

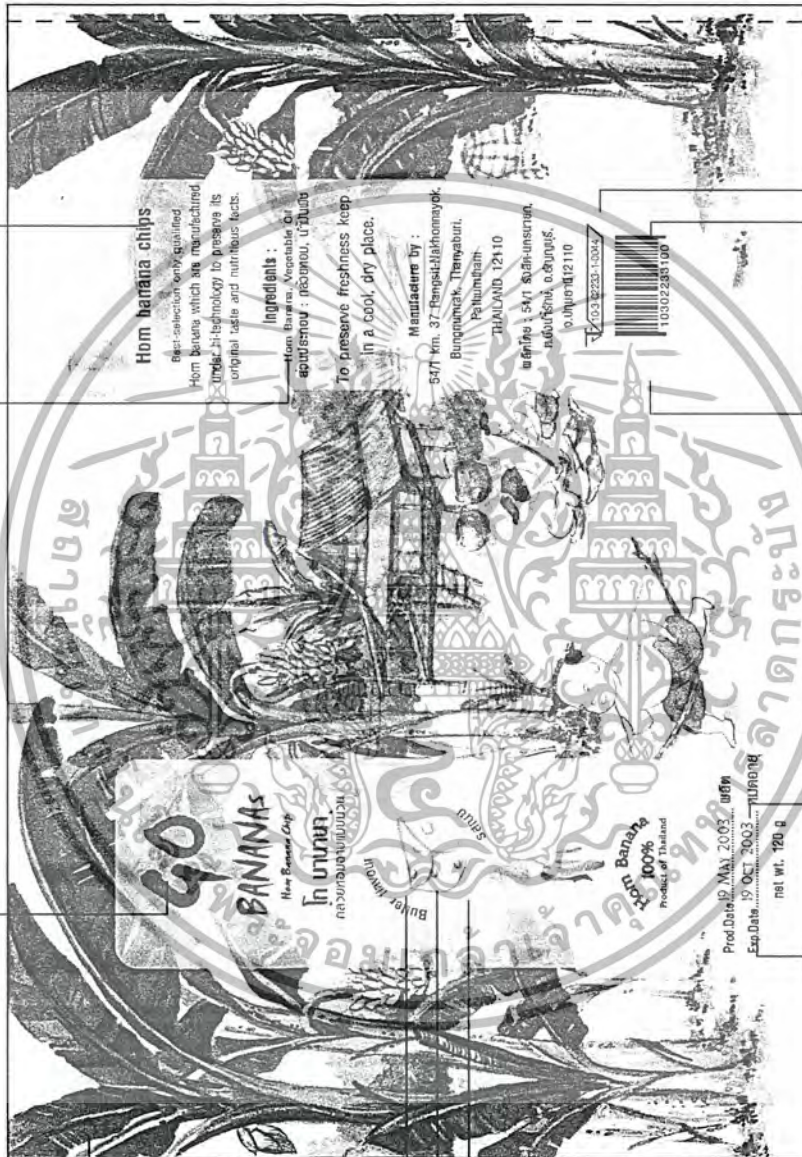
PANTONE DS 42-1 C
เงา PANTONE DS 26-5 C

ภาพวาดสีน้ำ

PANTONE DS 42-1 C

Transparency 50%

PANTONE DS 26-1 C



ตัวอักษรและกรอบ
BL 100 รองพื้นขาว

สีตัว BL 100
รองพื้นขาว

PANTONE DS 26-1 C
Transparency 70%

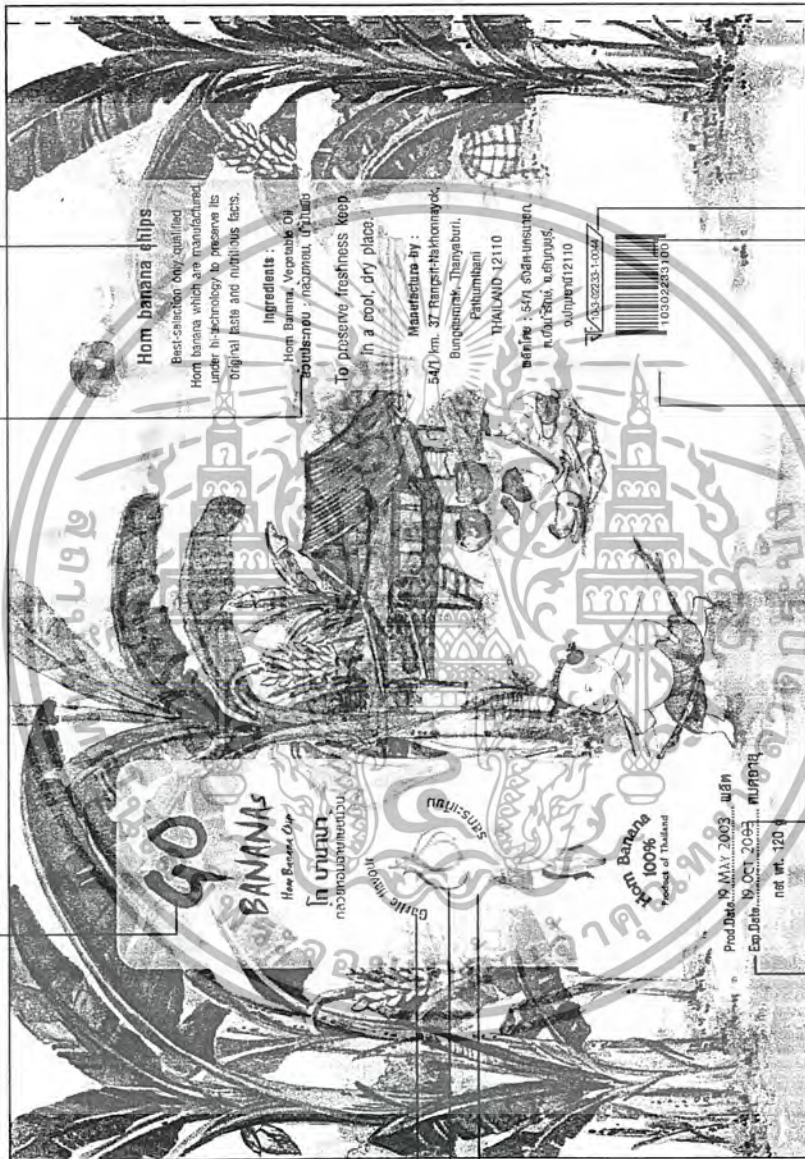
PANTONE DS 31-1 C

ตัวอักษร BL 100



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์อื่นใด

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PANTONE DS 42-1 C

ตัวอักษร BL 100

PANTONE DS 42-1 C
เงา PANTONE DS 26-5 C

ภาพวาดสีน้ำ

PANTONE DS 42-1 C

Transparency 50%

PANTONE DS 70-4 C

ตัวอักษรและกรอบ
BL 100 รองพื้นขาว

สีดำ BL 100
รองพื้นขาว

PANTONE DS 70-4 C
Transparency 70%

PANTONE DS 31-1 C

ตัวอักษร BL 100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PANTONE DS 42-1 C

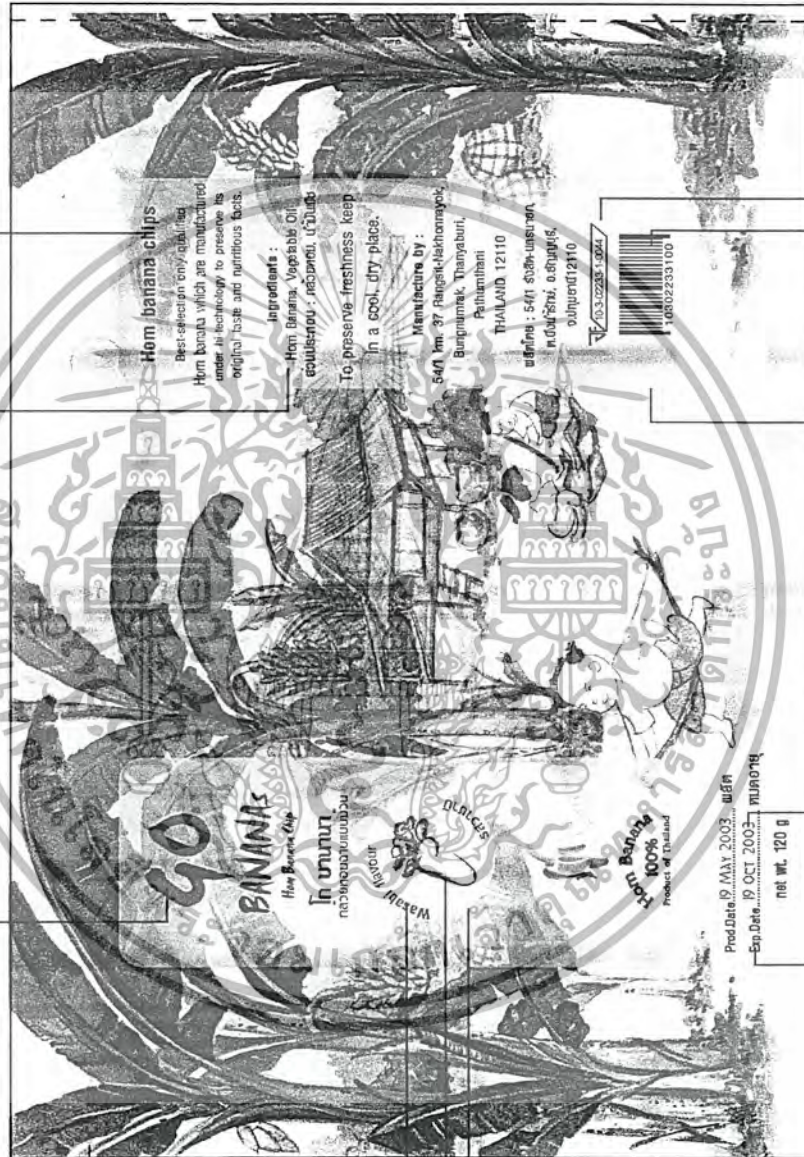
ตัวอักษร BL 100

PANTONE DS 42-1 C
เงา PANTONE DS 26-5 C

ภาพวาดสีน้ำ

PANTONE DS 42-1 C

PANTONE DS 287-3 C



ตัวอักษรและกรอบ
BL 100 รองพื้นขาว
สีตัว BL 100
รองพื้นขาว

Transparency 70%

PANTONE DS 31-1 C

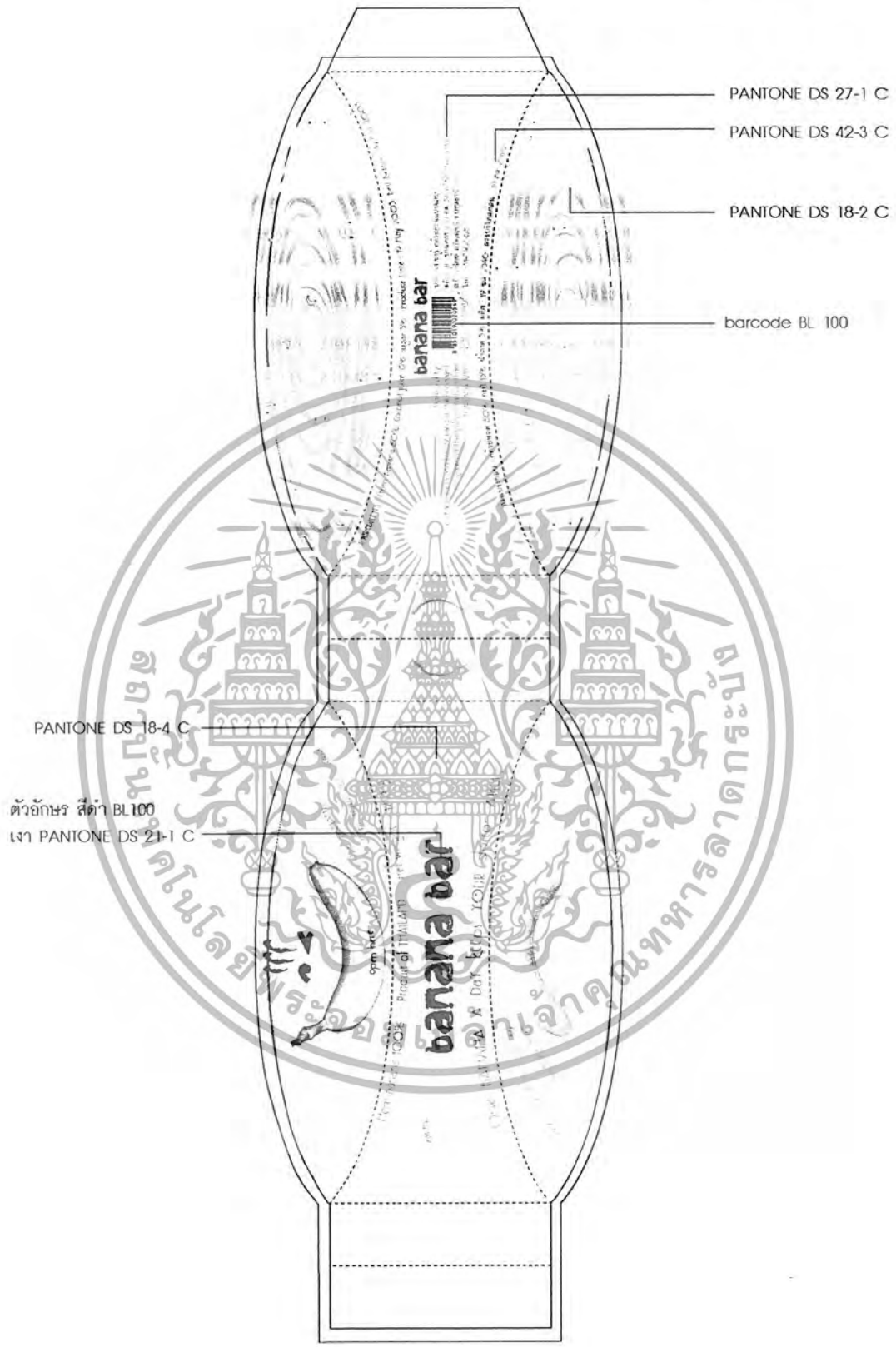
ตัวอักษร BL 100

Transparency 50%



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

size 50%



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PANTONE DS 66-1 C



Die cut
หรือวาง

PANTONE DS 18-6 C

PANTONE DS 18-6 C



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PANTONE DS 289-1 C

PANTONE DS 42-1 C

BL 100

Banana Yogurt

Yogurt with Banana chips
กล้วยฉาบโยเกิร์ต โยเกิร์ตพร้อมกล้วยฉาบ

น้ำหนักสุทธิ : 120 กรัม

40-3-02233-1-0046

ตัวอักษร สีน้ำตาล
PANTONE DS 42-1 C
กรอบตัวอักษร
PANTONE DS 26-6 C

ส่วนประกอบโดยประมาณ: นมโค 80% กล้วยฉาบ 8% นมเปรี้ยวไขมันต่ำ 3% น้ำตาล 2.8%
กล้วยฉาบโยเกิร์ต โยเกิร์ตพร้อมกล้วยฉาบ
กล้วยฉาบโยเกิร์ต โยเกิร์ตพร้อมกล้วยฉาบ
กล้วยฉาบโยเกิร์ต โยเกิร์ตพร้อมกล้วยฉาบ

(กระดาษสติ๊กเกอร์พอยล์ พูพื้นขาว)



(สติ๊กเกอร์ใส)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

size 100%

PANTONE DS 103-3 C

120 กรัม

PANTONE DS 114-4 C

PANTONE DS 103-3 C

logo

PANTONE DS 103-3 C

PANTONE DS 114-4 C

๒ดกด๒ berry

บานาน่าเบอร์รี่ กล้วยมันสอดไส้สตรอเบอร์รี่

PANTONE DS 114-4 C

ผลิตโดย : 54 กม.37 ต.วังสิด-นครนายก
ถ.วิบูลย์ราษฎร์ อ.วังสมบูรณ์ จ.ปราจีนบุรี 12110

PANTONE DS 114-4 C

Transparency 40%

10-3-02233-1-0044 ควบบริโภคนอกก่อน 19.10.46

PANTONE DS 103-3 C

(สติ๊กเกอร์ พิมพ์ 2 สี)

size 100%

PANTONE DS 100-3 C

120 กรัม

PANTONE DS 18-1 C

PANTONE DS 100-3 C

logo

PANTONE DS 100-3 C

PANTONE DS 18-1 C

๒ดกด๒ choco

บานาน่าช็อค กล้วยมันสอดไส้ช็อคโกแลต

PANTONE DS 18-1 C

ผลิตโดย : 54 กม.37 ต.วังสิด-นครนายก
ถ.วิบูลย์ราษฎร์ อ.วังสมบูรณ์ จ.ปราจีนบุรี 12110

PANTONE DS 18-1 C

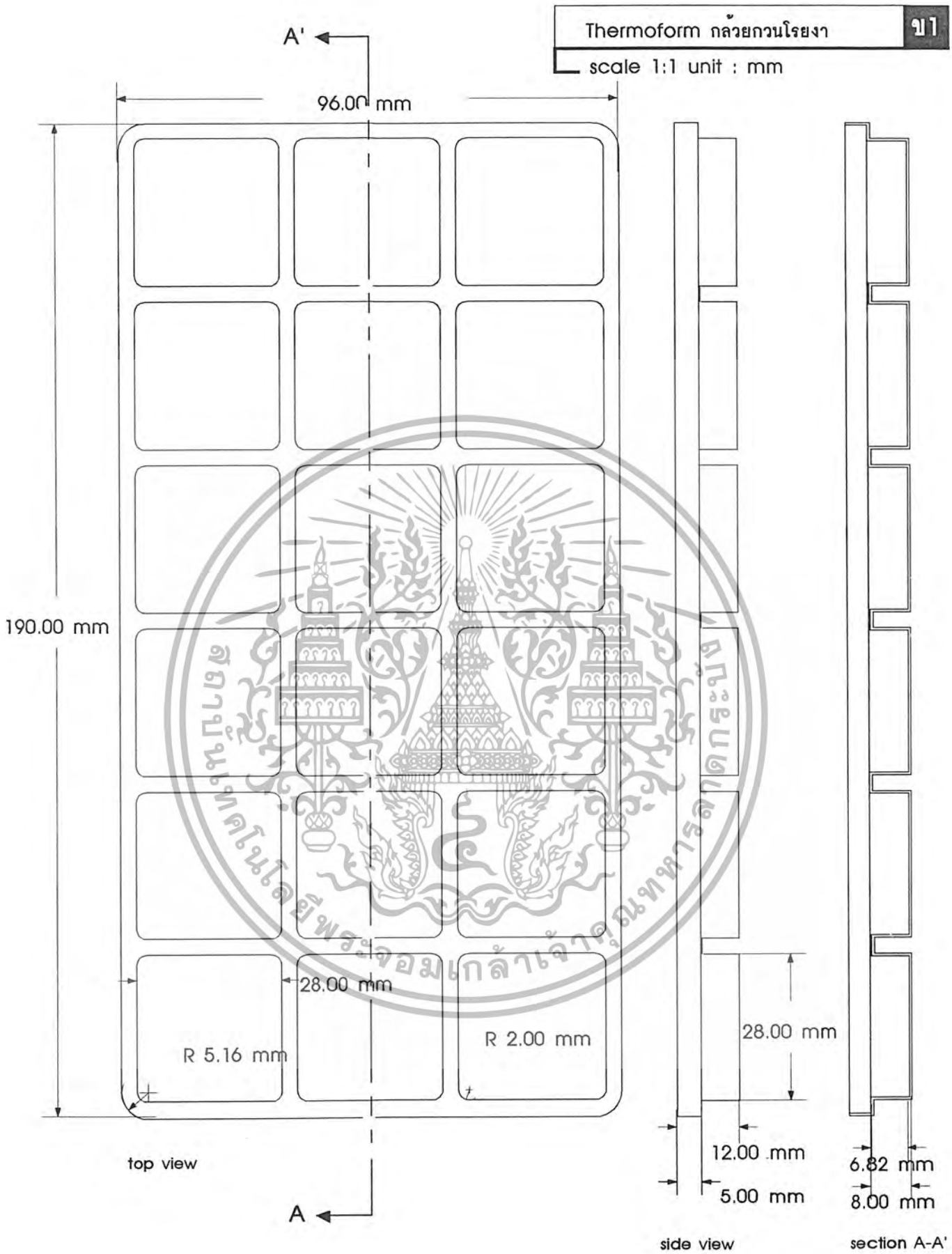
Transparency 40%

10-3-02233-1-0044 ควบบริโภคนอกก่อน 19.10.46

PANTONE DS 100-3 C

(สติ๊กเกอร์ พิมพ์ 2 สี)

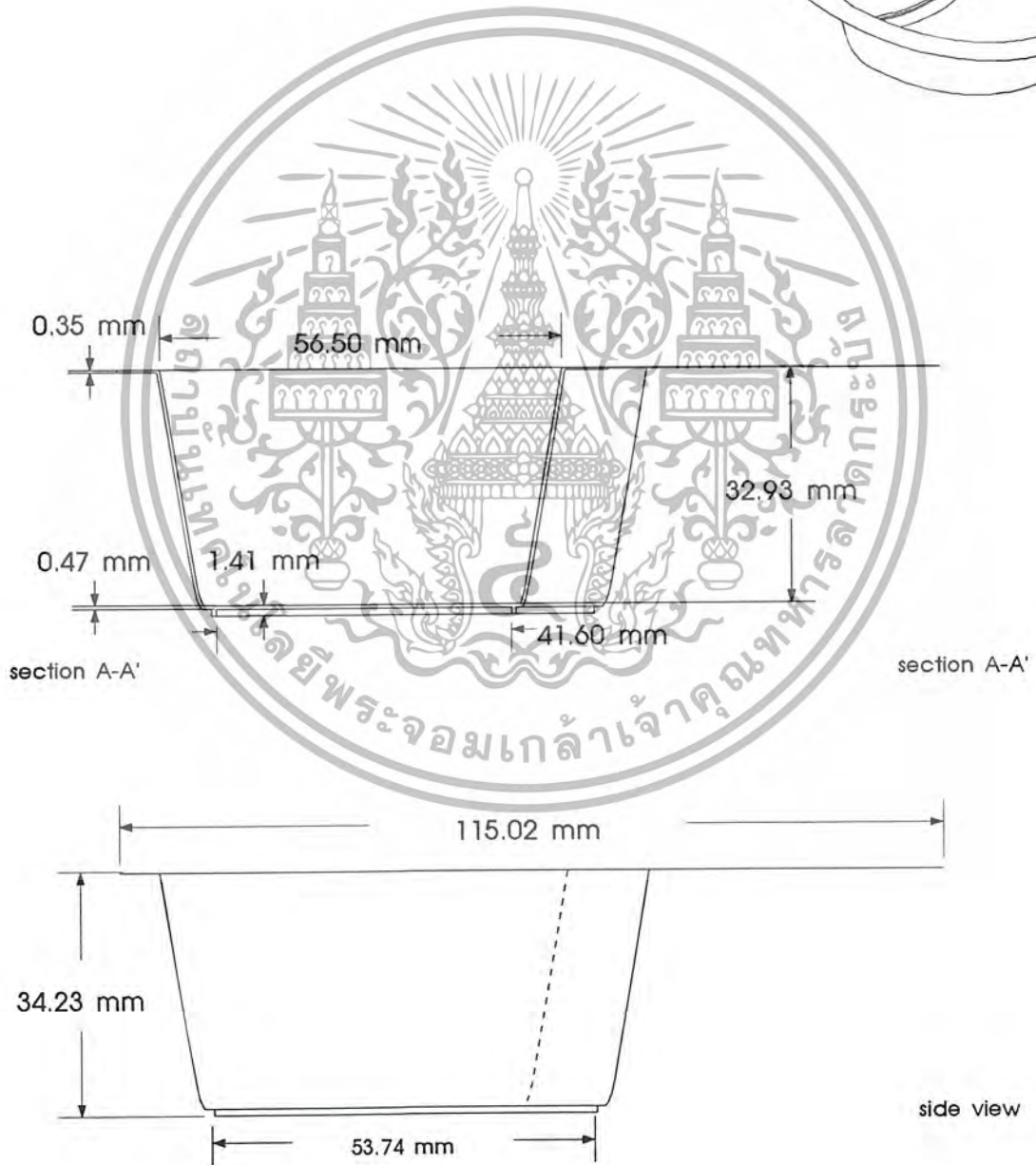
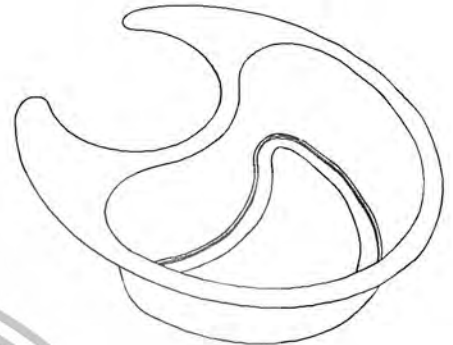
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

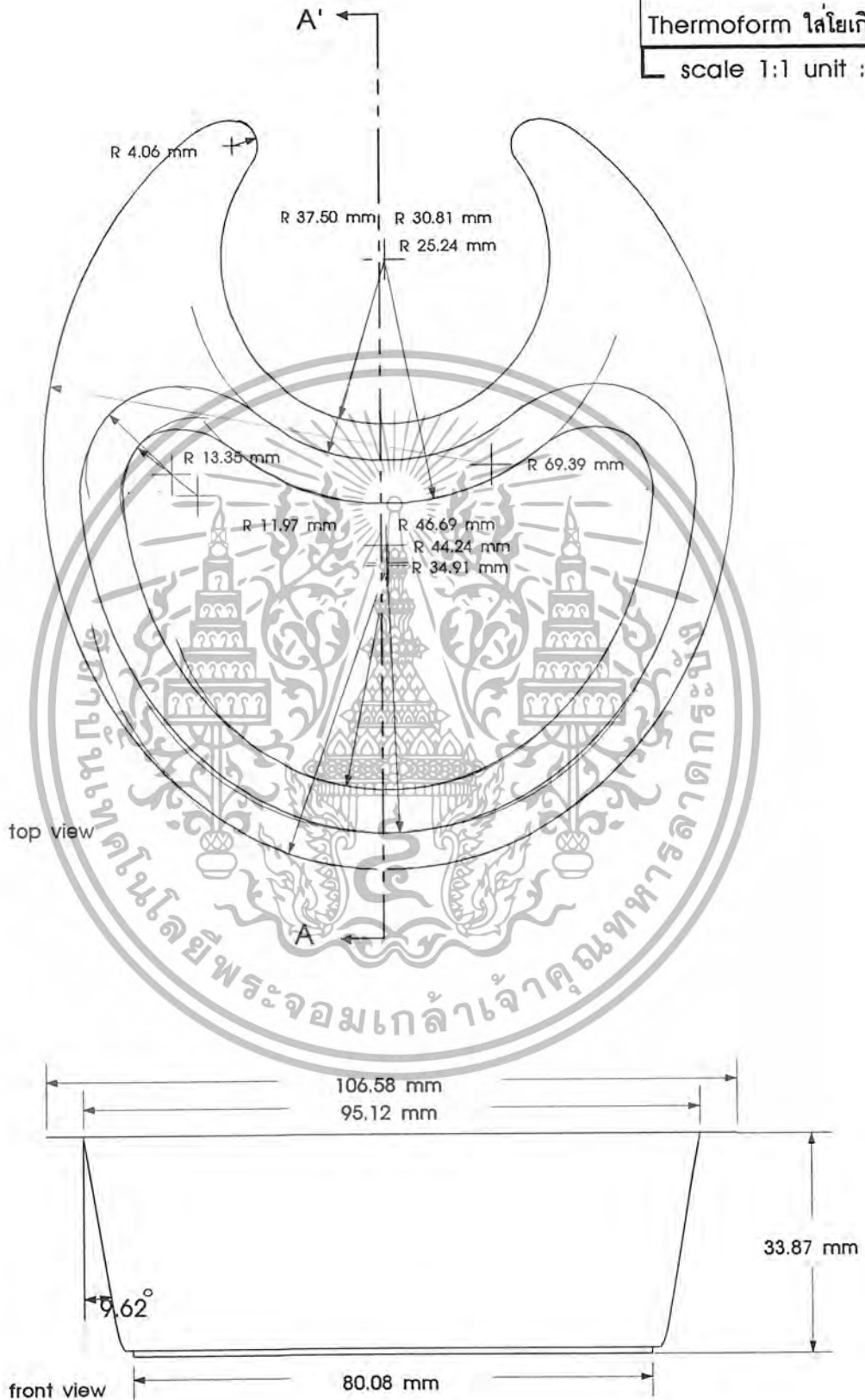


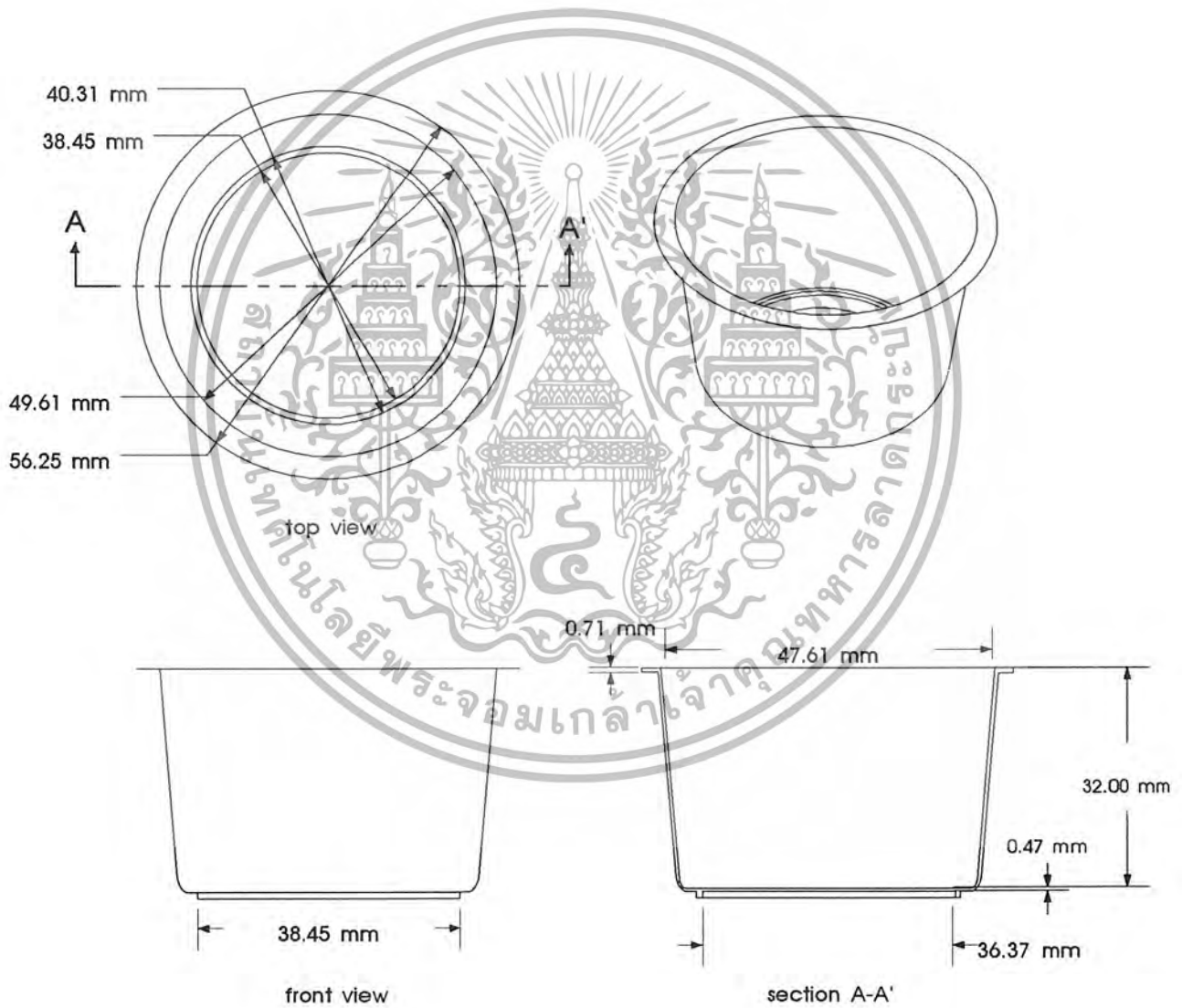
specification : ถาดพลาสติก (100 กรัม)

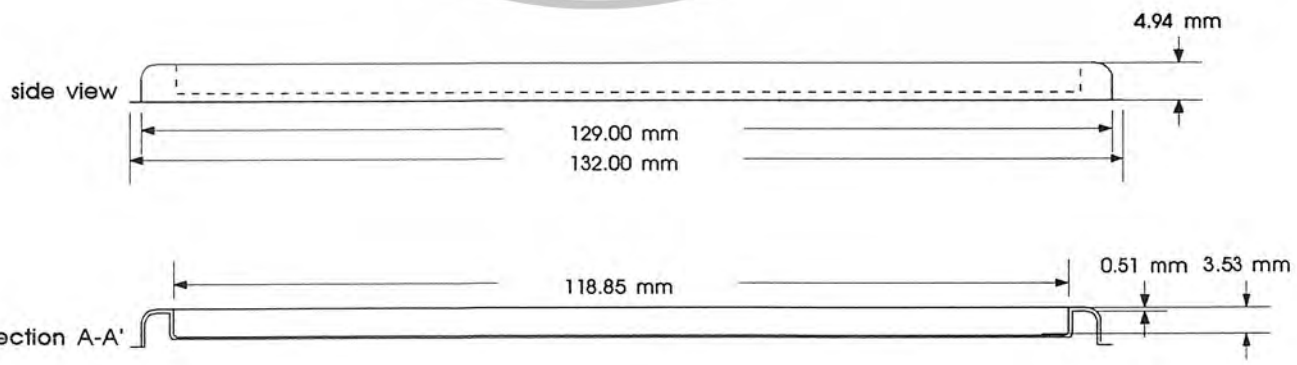
NAME	QUA	COLOR	MAT	PROCESS	REMARK
๑๑	๑	clear	PS	vacuum	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกพันหากไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

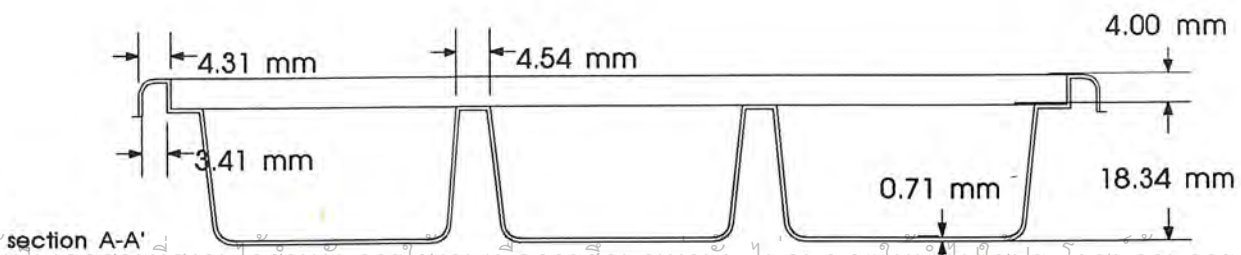
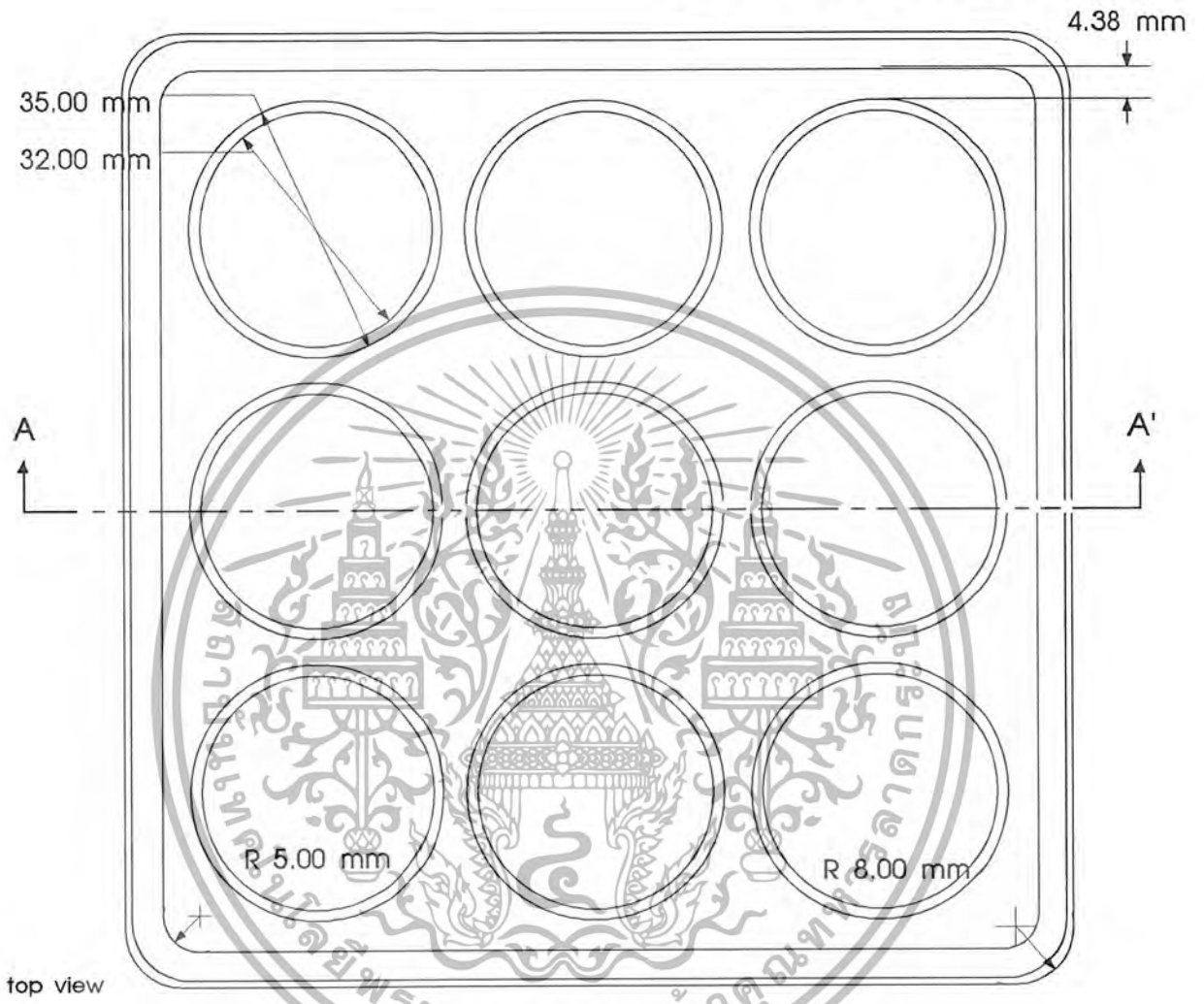


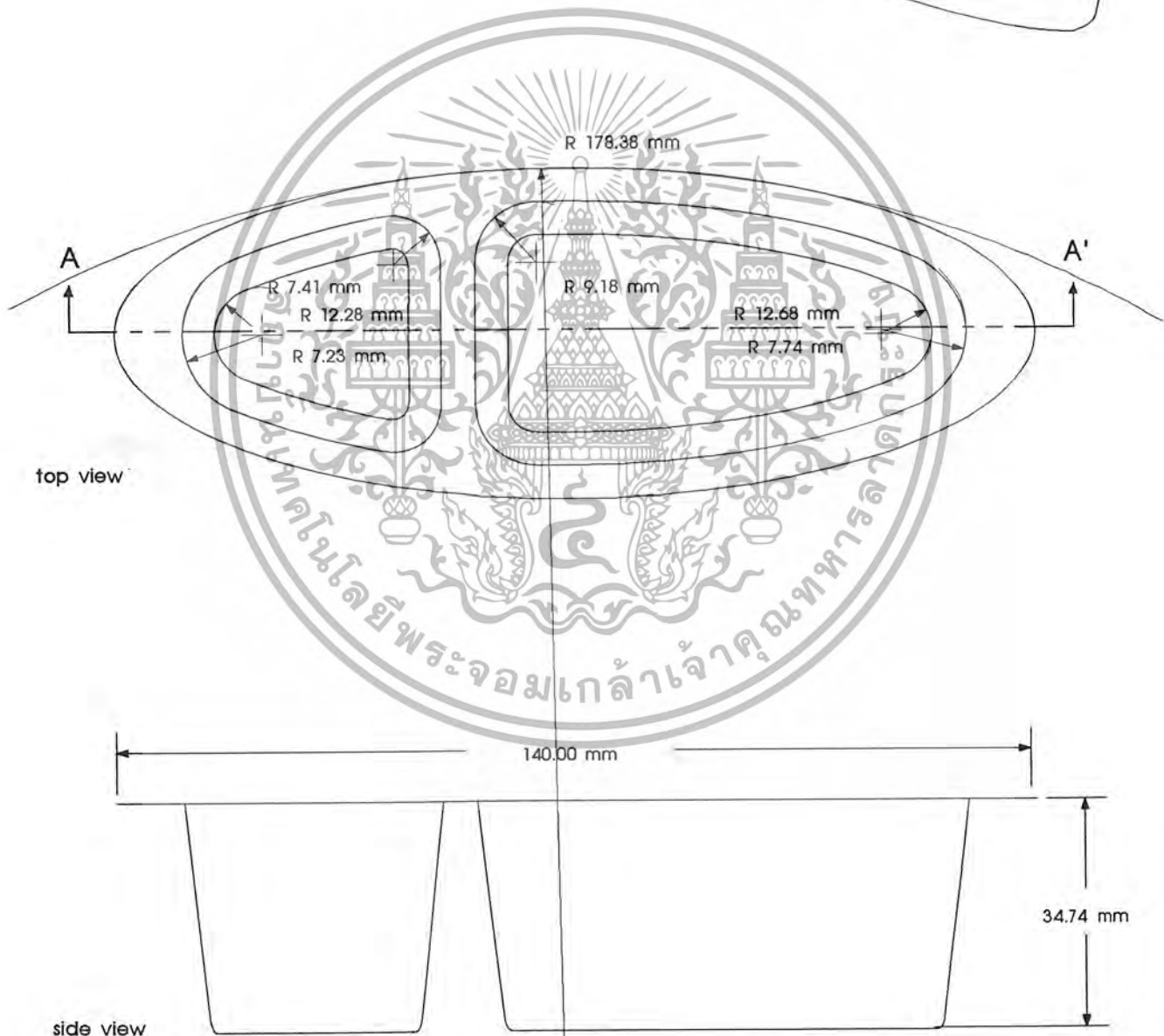
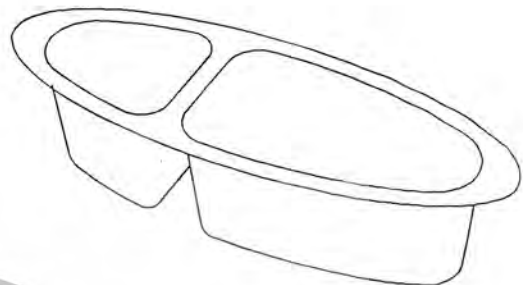




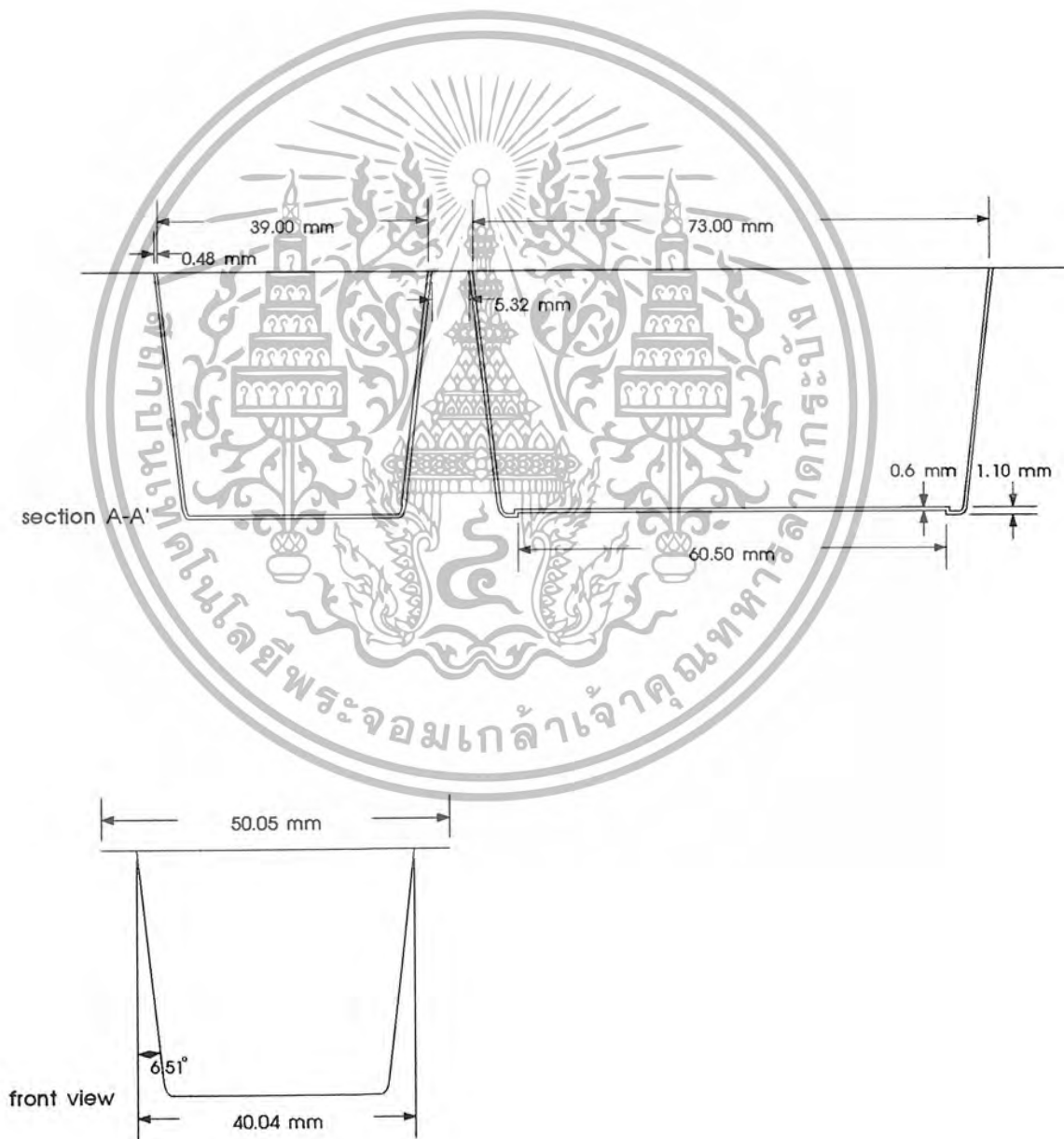


scale 1:1 unit : mm





scale 1:1 unit : mm





5.1 สรุปผลงานการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. กราฟฟิกสามารถสื่อภาพลักษณ์ได้ตรงใจത്യ มีกลิ่นน้ำว่าอบม้วน ก1 ที่ดูไม่สมบูรณ เพราะเหลือพื้นขาวมากเกินไป
2. โครงสร้างและกราฟฟิกมีความเป็นเอกลักษณ์สอดคล้องกับใจത്യ
3. การทำ หนังสือคู่มือมีรายละเอียดเยอะต้องมีการจัดระบบการวาง layout ให้ดีเพื่อให้ผู้อ่านไม่ลืบสน
4. การนำเสนองานโดยการใช้ Powerpoint เป็นภาพเคลื่อนไหวน่าสนใจดี แต่ควรกระชับใจความเน้นความสำคัญเพื่อลดระยะเวลาให้สั้นลง

ข้อเสนอแนะของอาจารย์

โครงสร้างบางตัวเป็นแบบมาตรฐานต้องมีการจัดการแก้ปัญหาโครงสร้างมาตรฐานนั้น ลักษณะโครงสร้างและกราฟฟิกมีที่มกและแนวทางในการออกแบบดี การนำเสนอในลักษณะการใช้ powerpoint presentation ยังเข้าใจยากและมีความยาวมากเกินไป ความคาดหวังในงานสุดท้ายของอาจารย์แต่ละท่านแตกต่างกันเพราะความไม่เข้าใจจุดประสงค์ที่ได้คุยกันไว้ในตอนแรก

5.2 สรุปผลงานการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปในแต่ละโจทย์ สามารถสร้างบุคลิกของผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตัวผลิตภัณฑ์เอง
2. โครงสร้างและกราฟฟิกมีบุคลิกภาพเฉพาะตัวมีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดอย่างชัดเจนทั้งทางด้านกราฟฟิกและโครงสร้าง
3. บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและลดงานการฉีกบรรจุภัณฑ์
4. บรรจุภัณฑ์มีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในด้านการผลิตและต้นทุนการผลิตจริงให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปในระดับผู้ประกอบการรายย่อย

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

- หนังสือคู่มือเป็นสื่อการสอนที่อาจจะไม่เหมาะกับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการศึกษาด้วยตนเองเพราะมีใจความแบบกระชับไม่เน้นการบรรยายดังนั้นควรศึกษาไปพร้อมกับวิทยากรหรือผู้อบรม
- แผ่นพลิกสามารถที่จะนำไปปรับเปลี่ยนบ้างจ้อย่อยๆให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อื่นๆเพื่อเป็นแนวทางแสวงหาโอกาสสร้างบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างได้ต่อไป
- รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ที่ยกตัวอย่างในโจทย์เป็นการสร้างเรื่องราวขึ้นมาจากพื้นฐานความเป็นจริง มิได้ผูกขาดกับผลิตภัณฑ์แบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง
- แม้จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไทยก้าวหน้าไปมากขนาดไหนถ้าคนไทยยังมีค่านิยมที่ผิดๆ



ความต้องการด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปที่มีส่วนผสมอื่น ๆ รวม

ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของโยเกิร์ต

โยเกิร์ตสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานประมาณ 7-12 วันนับตั้งแต่วันที่บรรจุ โดยการจะเก็บไว้ในที่ T 2-5 องศาเซลเซียส หรือไม่ควรเกิน 10 องศาเซลเซียส เมื่อโยเกิร์ตหมดอายุแล้วจะทำให้มีรสชาติที่เปลี่ยนไปทางเดิม เนื้อครีมจับตัวกันเป็นก้อนและเกิดก๊าซอันเนื่องมาจากเชื้อจุลินทรีย์ (กล้วยฉาบสามารถเก็บอยู่ได้ในอุณหภูมิเดียวกับโยเกิร์ต เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ออกรับประทานแล้ว ต้องรับประทานให้หมดภายในครั้งเดียว)

ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของช็อกโกแลต

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษา 3-4 เดือน เนื่องจากกล้วยแปรรูปเป็นกรรมวิธีแบบอบ เมื่อนำมาเคลือบช็อกโกแลต (เดิมที่ช็อกโกแลตจะเก็บรักษาได้นานกว่า 4 เดือน) ต้องป้องกันไม่ให้โดนความร้อน เพราะ จะส่งผลทำให้ช็อกโกแลตเสื่อมสภาพเนื่องจากการละลาย ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ

สาเหตุหลักที่มีผลต่ออายุของผลิตภัณฑ์อาหารมี 2 องค์ประกอบคือ

1. องค์ประกอบของตัวผลิตภัณฑ์อาหารเอง

ส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในอาหารมีโอกาสทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพขึ้นอยู่ว่าจะเกิดซ้ำหรือเกิดเร็วตั้งนั้น การปรับสูตรอาหาร การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตจึงเป็นขั้นตอนอันดับแรกที่มีอิทธิพลต่ออายุของผลิตภัณฑ์อาหาร สูตรอาหารที่ประกอบด้วยวัตถุดิบที่เสื่อมคุณภาพได้ง่าย หรือไม่ได้ควบคุมคุณภาพย่อมทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีอายุสั้น แม้ว่าจะใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่ดีก็ตาม

2. องค์ประกอบภายนอกตัวผลิตภัณฑ์อาหาร อันได้แก่บรรจุภัณฑ์สิ่งแวดล้อม

องค์ประกอบที่อยู่ภายนอกนี้คือสิ่งที่อยู่รอบตัวผลิตภัณฑ์อาหารอันได้แก่ บรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ ตัวบรรจุภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมภายนอก สามารถควบคุมโดยการเลือกใช้ บรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ กลไกที่มีบทบาททำให้อาหารเสื่อมคุณภาพ คือ

1. อากาศ – เนื่องจากปฏิกิริยาออกซิเดชันที่อาจเกิดไขมันและรับประทานในอาหาร ทำให้เสียนรสชาติและเกิดกลิ่นหืน

2. ความชื้น – ความชื้นมีผลต่อเนื้อสัมผัส เช่น ความนุ่ม ความเหนียว ความกรอบ

เป็นต้น มีผลต่อการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ซึ่งทำให้อาหารเน่าเสียได้

4. แสง – แสงที่ส่องผ่านบรรจุภัณฑ์มักจะเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาที่ทำให้เกิดการเสื่อม มีผลต่อรสชาติ, คุณค่าทางอาหาร

5. ความร้อนและความเย็น – การได้รับความร้อนเกินขนาดจะทำให้สูญเสียคุณค่าทางอาหาร

6. อันตรายทางกายภาพ – ในระหว่างการขนส่ง การเสียดสี การกระแทก กดทับ มีผลทำให้ผลิตภัณฑ์เสียหายได้

7. สัตว์ต่าง ๆ – ผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร มีประมาณ 30 % ที่ถูกทำลายด้วยสัตว์ตัวเล็กตัวน้อย บรรจุภัณฑ์หรือภาชนะที่ใช้จำเป็นต้องปิดสนิท

ปัจจัยที่ทำให้คุณสมบัติทางกายภาพเปลี่ยนสีที่เปลี่ยนไป รสชาติเปลี่ยน กลิ่นเปลี่ยน หรือคุณค่าทางอาหารหายไป อาจเกิดจากสาเหตุดังจำแนกได้ 3 ประเภทดังนี้

1. ปฏิกิริยาทางชีวเคมี เกิดจากจุลินทรีย์ใช้ในการเติบโต
2. ปฏิกิริยาทางเคมี เกิดจากสารพิษที่ตกค้างหรือการแยกของบรรจุภัณฑ์
3. ปฏิกิริยาทางกายภาพ เกิดจากการเร่งปฏิกิริยาของแสง การสูญเสียหรือเพิ่มความชื้น



ประเภทบรรจุภัณฑ์

แบ่งตามประเภทของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

บรรจุภัณฑ์พลาสติก

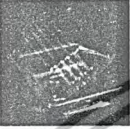





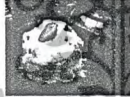



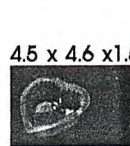
1. ภาชนะพลาสติกชนิดทรงแข็งและกึ่งแข็ง (Rigid and Semirigid containers)

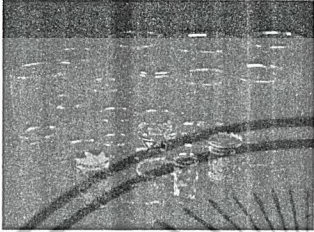
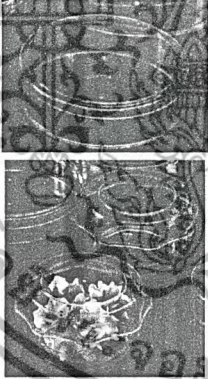
- 1.1) ถ้วยและถาดพลาสติก (Plastic cup and tray)
- 1.2) กล่องและกระบอกพลาสติก (Injection Boxes and Cylinder Pack)
- 1.3) กล่องพลาสติกแบบพับขึ้นรูป (Folding Plastic Boxes)

2. ภาชนะพลาสติกชนิดทรงอ่อน (Flexible Packaging)

- 2.1) ถุงและซองพลาสติก (Plastic Bag and Pouch)
 - พลาสติกฟิล์มเดี่ยว (Single plastic film)
 - พลาสติกฟิล์มประกบ (Laminated plastic film)



บรรจุภัณฑ์พลาสติก	ชื่อวัสดุ	ความใส (clarity)	ตัวอย่างขนาดของบรรจุภัณฑ์ (มาตรฐาน)	ราคา/หน่วย	การสั่งผลิตในรูปแบบใหม่	การจัดการรูปแบบการพิมพ์	ฉลาก (labelling)			
							พิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์โดยตรง (direct printing)	พิมพ์สติ๊กเกอร์ (sticker)		
1.ภาชนะพลาสติกชนิดทรงแข็งและกึ่งแข็ง (Rigid and semirigid containers) 1.1) ถ้วยและถาดพลาสติก (Thermoformed Containers)	PVC	ใส	 7 x 11 x 5.5 cm.	0.80 บาท/ชิ้น		 	flexography silkscreen	flexography letterpress		
			 7.8 x 10.8 x 3 cm.	0.80 บาท/ชิ้น						
			 11 x 17 x 4 cm.	0.80 บาท/ชิ้น						
	PET	ใส	 7.5 x 15.5 x 8.3 cm.	1 บาท/ชิ้น					เต็มใจผลิตโดยต้องสั่งผลิต ชิ้นค่า 3,000 - 5,000 ชิ้น คำนวนราคาจาก	
			 Ø15.5 x 8 cm.	0.80 บาท/ชิ้น					- โบลัด (มีวัสดุให้เลือกต่างกัน เช่น อลูมิเนียม ราคาไม่เกิน 20,000 บาท หรือ เรซิน ราคาไม่เกิน 10,000 บาท	
			 Diameter 71.50 mm Height 45.50 mm.						- รูปแบบชิ้นงาน - ความสามารถของเครื่องจักร - ระดับราคาเม็ดพลาสติก - ต้นทุนการผลิต (ค่าน้ำ, ค่าไฟ, ค่าแรง.....)	
	PS	ทึบ	 11.3 x 27.6 x2 cm.	0.60 บาท/ชิ้น						flexography letterpress
			 1.5 x 16.2 x2.6 cm.	0.60 บาท/ชิ้น						
			 4.5 x 4.6 x1.5 cm. Ø 6.5 x 2.2 cm.	0.19 บาท/ชิ้น						

บรรจุภัณฑ์พลาสติก	ชื่อวัสดุ	ความใส (clarity)	ตัวอย่างขนาดของบรรจุภัณฑ์ (มาตรฐาน)	ราคา/หน่วย	การสั่งผลิตในรูปแบบใหม่	การจัดการรูปแบบการพิมพ์	ฉลาก (labelling)	
							พิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์โดยตรง (direct printing)	พิมพ์ติดเกอร์ (sticker)
1.2) กล่องและกระบอกพลาสติก (Cylinder packs, Injection boxes)	PVC		 Ø 3.5 x 5 cm 48ml. Ø 4.5 x 5 cm 80ml. Ø 5 x 8cm 177ml. Ø 6 x 8cm 226ml. Ø 6.5 x12 cm 398ml. Ø 8,3x12 cm 649ml.					
	PS		 Ø 7.5 x 5.5 cm 243ml. Ø 16 x 4 cm 448ml. Ø 12.5 x6 cm 737ml. Ø 9.3 x5 cm 340ml. Ø 13 x4cm 531ml. Ø 10x2.5cm 196ml.					

บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

1. กล่องกระดาษแข็งพับได้ (Folding cartons)
2. กล่องกระดาษแบบคงรูป (Rigid Boxes)
3. กระป๋องกระดาษ (Composite can)
4. กระดาษพับขึ้นรูป (Folding paper)



บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อกระดาษ	ชื่อวัสดุ	คุณสมบัติ ขนาด และมิติบรรจุภัณฑ์	การสั่งผลิต	การพิมพ์ (ระบบการพิมพ์)
1.กล่องกระดาษแข็งพับได้ (folding cartons) 2.กล่องกระดาษแบบคงรูป (rigid boxes)	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษกล่อง - กระดาษแข็งขาวเคลือบ - กระดาษแข็งขาวไม่เคลือบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยาวของกล่องจะเริ่มจากมิติที่ยาวที่สุดของบริเวณฝาเปิดกล่อง ตามด้วยความกว้างและความสูงหรือความลึกของกล่อง 	จะคำนวณจากปริมาณการสั่งผลิต,จำนวนสี, ความยาวของมิตดาบตัด (Diecutter) การคำนวณราคา Diecut จะคิดจาก <ul style="list-style-type: none"> - ขนาดไม้ เมื่อเอาภาพคลี่วางลงบนไม้ วัดขนาดจากความกว้างสุดและยาวสุดบวกกันแล้วคูณด้วยราคา - ความยาวของใบมีดที่ไขตัดทั้งรอยพับและรอยตัด $\text{ราคาไม้} = (35+20) \times \text{ราคา}$ $\text{ราคาdiecut} = \text{ความยาวใบมีด} \times \text{ราคา}$	Diecut printing <ul style="list-style-type: none"> - letterpress - Lithography - Gravure การเรียง, วางแม่พิมพ์ให้คุ้มค่ากระดาษพิมพ์สีเดียว 2สี
3.บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหลายชั้น (folding cartons) 3.1กระป๋องกระดาษ (composite can)	<ul style="list-style-type: none"> - กระดาษเหนียวสีน้ำตาล (อาจจะเคลือบชั้นในสุดด้วยพลาสติกโพลีเอทิลีนหรือพลาสติกจำพวก PE) 	เส้นผ่านศูนย์กลาง X ความสูง 44 mm X 61 mm 66 mm 76 mm 80 mm		
4.กระดาษพับขึ้นรูป		<ul style="list-style-type: none"> - แปลเปลี่ยนไปตาม size กระดาษ และรูปแบบการพับ 		

ประวัติการศึกษา

- ชื่อ : สุขุมาล ตริยไชยาพร
- วัน เดือน ปี เกิด : 11 มีนาคม 2524
- สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น : โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์
- สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย : โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ
- สำเร็จการศึกษาระดับอุดมศึกษา : ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง

