

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การออกแบบซีดีรอมแนะนำการทำค็อกเทลเพื่อส่งเสริมการขายของ แอบโซลูท วอดก้า

CD-ROM DESIGN FOR ABSOLUT VODKA'S COCKTAIL MIXING

DEMONSTRATION



นายกิติ วงศ์มีชัย

Mr. KITTI WONGMEECHAI

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 75255
วัน,เดือน,ปี... 26 ต.ค. 2550

.b.....
.i.....

ศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2546

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

ออกแบบซีดีรอมแนะนำการทำค็อกเทลเพื่อส่งเสริมการขายของ ABSOLUT VODKA
CD-ROM DESIGN FOR ABSOLUT VODKA'S COCKTAIL MIXING DEMONSTRATION



ภาควิชาศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์..... กิตติ อมรพัฒนกุล วันที่ 18-3-2547
(อาจารย์กิตติ อมรพัฒนกุล)

หัวหน้าภาควิชา..... ว.ศ. รักษ์ใหม่ วันที่ 9 เม.ย. 47
(อาจารย์วศิกดิ์ รักษ์ใหม่)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปะนิพนธ์ การออกแบบซีดีรอมแนะนำการทำค็อกเทลเพื่อส่งเสริมการขายของ
 แอบโซลูท วอดก้า
 CD-ROM DESIGN FOR ABSOLUT VODKA'S COCKTAIL MIXING
 DEMONSTRATION

ชื่อ นายกิตติ วงศ์มีชัย

สาขาวิชา นิเทศศิลป์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2546

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กิตติ อมรพัฒน์กุล

บทคัดย่อ

ออกแบบซีดีรอมแนะนำการทำค็อกเทลนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค็อกก้าแบรนด์สินค้าส่งเสริมและ
 เพิ่มยอดขายให้กับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Absolut Vodka โดยหวังให้ผู้ใช้ซีดีรอมชุดนี้สามารถทำได้
 ด้วยตนเอง และนี่ก็ถึงเป็นสิ่งแรก เมื่อต้องการที่จะบริโภคสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ในซีดีรอมนี้จะใช้ภาพเคลื่อนไหวของกราฟฟิกแบบตัดทอนมาแสดงการทำค็อกเทล เพื่อที่จะ
 ทำให้ซีดีรอมชุดนี้เป็นชุดเดียวกับงานโฆษณาต่างๆของ Absolut Vodka และเป็นการส่งเสริม
 ภาพลักษณ์ให้กับตราองค์กร โดยงานโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นภาพถ่าย และเนวกราฟฟิก

ในซีดีรอมชุดนี้จะแนะนำและวิธีทำค็อกเทลโดยไม่ยุ่งยากกับส่วนผสม และค็อกเทลทั้งหมดจะ
 ใช้วอดก้าเป็นส่วนผสมหลัก

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงได้หากไม่มีบุคคลต่างๆ ที่คอยให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือ บุคคลที่จะกล่าวต่อไปนี้ถือได้ว่ามีส่วนร่วมกับการงานชิ้นนี้ของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่าน ที่เปิดโอกาสให้ข้าพเจ้าได้ทำงานชิ้นนี้และเป็นสิ่งที่ข้าพเจ้าต้องการ ที่จะศึกษา

ขอขอบคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่ทำให้กำลังใจ และเป็นส่วนสำคัญในเรื่องการเงินในการทำงานนี้

ขอขอบคุณ อาจารย์กิตติ อมรพัฒนกุล ที่ปรึกษาที่ดี ที่ไม่เคยกดดันนักศึกษาและพร้อมที่จะให้ คำปรึกษา และเปิดโอกาสให้ทำงานได้อย่างเต็มที่ และยังแนะนำวิธีการแก้ไข และให้ความรู้ต่างๆ กับงานชุดนี้

ขอขอบคุณ คุณสุวรรณดี บุญถิ้อ และ คุณพรพินิต บัวผ่อง ที่ช่วยเหลือในเรื่องข้อมูลต่างๆ ของ voudka

ขอขอบคุณ คุณชูสกุล วงศ์มีชัย พี่สาวที่คอยช่วยเหลือเรื่องการเรียบเรียง และการแปลข้อมูล voudka และคือเกณฑ์ที่สำคัญ

ขอขอบคุณ คุณฉัตรชัย วงศ์มีชัย ที่ช่วยเหลือในการช่วยเรียบเรียงข้อมูล

ขอขอบคุณ คุณวิริษา ศักดิ์สุจริต ที่ให้คำปรึกษาต่างๆ กับงานชิ้นนี้

ขอขอบคุณ คุณวิไล เดิมทอง ที่เป็นเพื่อนคุยที่ดี ที่ไม่ทำให้่วงนอนเวลาทำงาน

ขออภัย ถ้าข้าพเจ้าไม่ได้กล่าวถึงบุคคลที่ให้ความช่วยเหลือไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค-จ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
- ความเป็นมาสำคัญของโครงการ	1
- กลุ่มเป้าหมาย	1
- วัตถุประสงค์ในการศึกษา	1
- ขอบเขตของโครงการ	2
- แนวทางการบรรลุเป้าหมาย	2
- ขั้นตอนการทำงาน	2
บทที่ 2 ความเป็นมาของ Absolut Vodka	3
- ประวัติความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์วอดก้า	3
- การดื่มวอดก้า	3-4
- ความเป็นมาของ Absolut Vodka	4
- การผลิตแบบ Absolut Vodka	4
- Absolut Vodka ขายตลาดสู่ตะวันตก	5
- Absolut Vodka มีปัญหาในการจำหน่าย	5-6
- การประชาสัมพันธ์ของ Absolut Vodka	6-7
- ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ที่นิยมสะสมของต่างๆของ Absolut Vodka	7
- ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของผู้ที่นิยมสะสมของต่างๆของ Absolut Vodka	8
- การส่งออกต่างประเทศ	8-9
- ราคาของวอดก้า	9
- ข้อมูลราคาวอดก้าจาก Tesco Lotus.....	9

ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 ความเป็นมาของ Cocktail	10
- ประวัติความเป็นมาของค็อกเทล	10
- อุปกรณ์ในการทำค็อกเทล	11
- เครื่องมือวัดปริมาณ/จิกเกอร์(Jigger)	11
- เชคเกอร์(Shaker)	11
- แก้วค็อกเทล	11-12
- การตกแต่งค็อกเทล	12-13
- ความสำคัญของผลไม้	13
บทที่ 4 การใช้สื่อมัลติมีเดียในการออกแบบซีดีรอม Absolut Vodka	14
- ความหมายของ Multimedia	14
- องค์ประกอบของ Multimedia	14-16
- การรวมองค์ประกอบของ Multimedia	16
- ความหมายของ Interactive Multimedia	16
บทที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลหาแนวทางในการออกแบบ	17
- การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้แบรนด์ Absolut Vodka	17
- ลักษณะเด่นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Absolut Vodka	17
- สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบ	17
- ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการนำเสนอ	18
บทที่ 6 แนวทางการออกแบบและพัฒนาแบบร่าง	19
- แบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 1	19-20
- สรุปแบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 1	21
- วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 1	21

สารบัญ (ต่อ)

- แบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 2.....	22-24
- สรุบบนแบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 2.....	25
- แบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 1.....	26-27
- สรุบบนแบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 1.....	28
- วิธีแบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 1.....	28
- แบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 2.....	29
- สรุบบนแบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 2.....	30
บทที่ 7 ผลงานจริง.....	31-35
บทที่ 8 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	36
- ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน และข้อเสนอแนะ.....	36
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	36

สารบัญภาพ

รูปที่	หน้า
1. Logo Absolut Vodka	19
2. ขวด Absolut Vodka	19
3. แก้ว.....	20
4. เครื่องตวง จิกเกอร์.....	20
5. เช็คเกอร์.....	20
6. ขวดAbsolut Vodka ที่สมบูรณ์.....	22
7. ขวดกาลิอาโน.....	22
8. เช็คเกอร์ และ จิกเกอร์.....	23
9. แก้วที่สมบูรณ์.....	23
10. ค็อกเทลที่สมบูรณ์.....	24
11. แบบร่าง.....	26
12. แบบร่าง.....	26
13. หน้าเมนู.....	27
14. หน้าแสดงการทำค็อกเทล.....	27
15. หน้าเมนู.....	29
16. หน้าแสดงการทำค็อกเทล.....	29
17. Site Map.....	31
18. ภาพ Site Map.....	32
19. Intro CD-ROM.....	33
20. Home.....	33
21. Product ในหมวด Absolut Vodka.....	33
22. ภาพแก้วในหมวด Equipment : Glasses.....	34
23. ภาพ Shaker ในหมวด Equipment.....	34
24. ภาพ Jigger ในหมวด Equipment.....	34
25. ข้อมูลค็อกเทลและส่วนผสม.....	35
26. หน้าแสดงการทำค็อกเทล.....	35

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาสำคัญของโครงการ

Cocktail หมายถึง “ เครื่องดื่มที่ผสมจากสุราชนิดต่างๆ แล้วเข้าในหม้อน้ำแข็ง ” ค็อกเทล เป็นเครื่องดื่มที่มีการผสมระหว่างเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสมุนไพรเป็นส่วนผสมหลัก กล่าวได้ว่าผู้ที่ชอบดื่มค็อกเทลนั้น เป็นผู้ที่มีรสนิยมในบันดาผู้ที่ชอบดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และค็อกเทลก็มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจที่หลายคนไม่เคยทราบ และวอดก้าก็เป็นเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ ไม่ต่างจากค็อกเทล อีกทั้งยังเป็นส่วนผสมที่คนทั่วไป รวมถึงบาร์เทนเดอร์ ชอบใช้ในการผสมค็อกเทล เนื่องจากเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวอดก้าที่เมื่อผสมกับค็อกเทลชนิดไหนก็ไม่ทำให้รสชาติ หรือกลิ่นของค็อกเทลชนิดนั้นเสียหายหรือแย่งไป วอดก้ากลับเพิ่มความรู้สึกแปลกใหม่ ความสดชื่นให้กับเครื่องดื่มในแก้วนั้นๆด้วย โดยที่ผู้ดื่มจะเมาแบบนุ่มๆ

โดยทั่วไปวอดก้ามีหลายยี่ห้อหลายเกรดให้เลือกดื่ม Absolut Vodka เป็นอีกยี่ห้อที่คนทั่วไปรู้จักดีเพราะเป็นวอดก้าที่มีคุณภาพในเรื่องรสชาติและความใส ในด้านโฆษณาที่เป็นเอกลักษณ์ หรือพรีนแอด ต่างๆของแอบโซลูท วอดก้า ที่ใช้สื่อให้คนทั่วโลกรู้จักจึงทำให้ แอบโซลูท วอดก้า ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก

ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะทดลองออกแบบ มัลติมีเดียซีดีรอมแนะนำการทำค็อกเทลด้วยวอดก้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายและสร้างภาพพจน์ให้คนทั่วไปได้รู้จัก แอบโซลูทวอดก้า มากขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มคนทำงานต่างๆ และบุคคลทั่วไปที่ชื่นชอบเครื่องดื่มค็อกเทล รวมถึงกลุ่มคนที่ชอบดื่มแต่ไม่ทราบเทคนิคการผสม

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาในเรื่องของการทำสื่อมัลติมีเดียซีดีรอม ส่งเสริมการขายสินค้า
2. เพื่อเป็นการต่อยอดแบรนด์สินค้า เพื่อส่งเสริมการขาย
3. เพื่อให้บุคคลทั่วไปรู้จักการทำเครื่องดื่มค็อกเทลอย่างง่ายๆ โดยที่ไม่มีความรู้เลยก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการ

ออกแบบสื่อ Multimedia ลง CD-ROM โดยใช้ความรู้ในการออกแบบ Illustration เป็นตัวสื่อให้เกิดความเข้าใจ

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับводคำ และค็อกเทล รวมถึงประวัติความเป็นมา
2. วิเคราะห์ข้อมูล / สรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอ / เลือกรูปแบบการนำเสนอ
3. ทดลองออกแบบสื่อซีดีรอม
4. เสนอแบบร่าง
5. ปรับปรุงข้อบกพร่องให้สมบูรณ์

ขั้นตอนการทำงาน

1. เสนอหัวข้ออธิบายแนวทางที่เป็นไปได้
2. เสนอข้อมูลและสรุปเบื้องต้น
3. เสนอแบบร่าง
4. เสนอแบบงานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ความเป็นมาของ Absolut Vodka

2.1 ประวัติความเป็นมาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์วอดก้า

Vodka มาจากภาษารัสเซียว่า “Zhiznennia Vodka” ซึ่งมีความหมายว่า “น้ำแห่งชีวิต” คำว่า Vodka หรือ Wodka หมายความว่า “น้ำเพียงเล็กน้อย”

Vodka ได้จากการกลั่นวัตถุดิบประเภทข้าว ไม่ว่าจะเป็นข้าวโพด ข้าวไรย์ ข้าวสาลี หรือแม้กระทั่งมันฝรั่งและ ต้นอ้อย ก็สามารถนำมาเป็นวัตถุดิบได้ โดยมีวิธีการทำเช่นเดียวกับสุรากลั่นทั่วไป เริ่มที่การนำวัตถุดิบข้างต้นมาบด จากนั้นก็นำไปหมักโดยการเติมยีสต์ การหมักจะทำให้แป้งและน้ำตาลที่อยู่ในพืชนั้นกลายเป็นแอลกอฮอล์ตามธรรมชาติ แต่แอลกอฮอล์ที่ได้จะไม่สูงนัก จากนั้นก็นำไปกลั่นเพื่อให้ได้หยคน้ำที่มีแอลกอฮอล์สูงขึ้น การกลั่นวอดก้าจะกลั่นมากกว่า 3-4 ครั้ง ดีกรีที่ได้จึงมากถึง 80-95 ดีกรี จุดเด่นที่สุดของวอดก้าคือขั้นตอนต่อไปนี้ นั่นคือ การนำเหล้าที่ได้มากรองด้วยถ่านไม้ ที่ผ่านการเผาอย่างประณีตและพิถีพิถัน เพื่อกรองเอาสิ่งที่ไม่สะอาดออกไป การกรองจะใช้เวลาอย่างน้อย 8-10 ชม. หรืออาจถึง 1 วัน ถ่านไม้จะดูดซับสิ่งไม่บริสุทธิ์ และกลิ่นต่างๆ ให้หมดไป จนคนในสมัยก่อนตั้งฉายาให้ว่า “สุราไรสี ไรกลิ่น ไรรส” ขนาดมีคำพูดว่า “ผู้ดื่มวอดก้าเวลาหายใจออกมา ยังไม่มีกลิ่นวอดก้าออกมาเลย”

ปัจจุบันจากตำนานที่ว่า วอดก้าเป็นสุราไรสี ไรกลิ่น ไรรส ก็เปลี่ยนมาเป็น สุราที่มีสีส้ม มีกลิ่น มีรสชาติ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า กลิ่นและรสชาติได้มาจากการนำเอาสมุนไพร พืช และผลไม้ต่างๆ มาแช่ลงในวอดก้า เช่น Zumbrowka Vodka เป็นวอดก้าที่มีสีเขียวบางๆ มีกลิ่นหอมของหญ้าชนิดหนึ่งที่แช่ลงไปในช่วง เป็นหญ้าที่มีอยู่เฉพาะตามชายแดนระหว่าง รัสเซียกับ โปแลนด์ หรือ Goldwasser วอดก้าจากโปแลนด์ที่มีกลิ่นทองคำเปลวต่างๆลอยอยู่ในขวด และมีรสหวานจากคาราเมลเข้มข้น

วอดก้าเป็นเหล้าที่มีความบริสุทธิ์มากๆ จึงเป็นที่นิยมมาก ในการนำมาใช้เป็นเหล้าหลักในการผสมค็อกเทล เพราะจะไม่ส่งผลกระทบต่อรสชาติ และสีของเครื่องดื่มให้เปลี่ยนไป

2.1.1 การดื่มวอดก้า

- (Straight up) ดื่มแบบเพียวๆ การดื่มแบบนี้เป็นที่นิยมมาก แต่ต้องแช่ให้เย็นเฉียบแล้วเสิร์ฟแบบเย็นจัดๆ ดื่มแล้วสดชื่นถึงใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (On the rock) คัดแบบ “ ออน เคอะ ร็อค ” โดยการใส่น้ำแข็งลงไป 2-3 ก้อนแล้วเทวอดก้าตามด้วยมะนาวฝานสักชิ้น
- (With mixer) คัดแบบผสม โดยใส่น้ำแข็ง 3-4 ก้อนลงไป เทวอดก้า และส่วนผสมอื่นลงไป เช่น โทนิค , เซเว่นอัพ , โค้ก หรือน้ำผลไม้เป็นต้น
- (Cocktail) คัดแบบค็อกเทล ซึ่งนับว่าเป็นที่นิยมมาก มีหลายชนิดมากมายที่ติดปากผู้คนที่นี่ นิยมคัดกันทั่วโลก เช่น Screwdriver , Bloody Marry

2.2 ความเป็นมาของ Absolut Vodka

วอดก้าเริ่มขายครั้งแรกอย่างถูกต้องตามกฎหมายในสวีเดน เมื่อปี 1498 โดยคนดูแลโรงแรมเล็กๆ ชาวสตอกโฮล์มคนหนึ่ง Absolut Vodka เริ่มแนะนำให้ชาวสวีเดนรู้จักครั้งแรกในปี 1879 ในนามว่า “Absolut rent branvin” หรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า “Absolutely pure Vodka” ซึ่งแปลได้ว่า วอดก้าบริสุทธิ์แท้ๆ ปี 1879 นั่นคือปีที่ “King of Vodka” ชาวสวีเดนที่ชื่อ Lars Olsson Smith นักธุรกิจชื่อดังและเป็นบิดาของ Absolut Vodka ได้ประยุกต์วิธีการกลั่นขึ้นมาใหม่โดยใช้วิธีการทำให้บริสุทธิ์ ผลก็คือ สามารถผลิตวอดก้าบริสุทธิ์ที่สุด ซึ่ง Lars Olsson Smith ได้เริ่มทำ “Absolut Rent Branvin” เป็นวอดก้าที่เรียกว่า “การทำให้บริสุทธิ์” และทุกวันนี้ก็ยังใช้วิธีนี้อยู่ เริ่มแรกนั้นวอดก้าถูกผลิตในโรงงานกลั่นของ Lo Smith บนเกาะ Reimersholmen นอกเมือง Stockholm ทุกวันนี้ Absolut Vodka ทั่วโลกมาจาก โรงกลั่น ใกล้เมือง Åhus ในสวีเดนตอนใต้ ข้าวสาลีถูกนำมาจากทุ่งนาใกล้ๆ และน้ำก็มาจากบ่อของ โรงกลั่นเอง

ในปี 1993 ประชากรเกือบ 10,000 คน ในเมืองเล็กๆแห่งนี้เป็นผู้ผลิต , บรรจุ และ ส่งออกไปขายยังทั่วโลกมากกว่า 40 ล้านลิตร

2.2.1 การผลิตแบบ Absolut Vodka

วิธีการผลิต คือ เมล็ดข้าวจากทุ่งข้าวสาลีในเมือง Åhus จะถูกส่งมาให้แล้วก็ทำให้แห้งและบดละเอียด แล้วก็เอารำข้าวออก แล้วก็เติมน้ำเข้าไปเพื่อเอาโปรตีนจากข้าวออกให้หมด แล้วก็เอาไปคั้มให้เดือดจากนั้นทิ้งให้เย็น ตามธรรมชาติ เอนไซม์ก็จะย่อยสลายแป้งไปเป็นน้ำตาล จากนั้นก็ใส่ยีสต์ ตรงนี้เองที่ น้ำตาลจะกลายเป็นแอลกอฮอล์ จากนั้นก็เอาไปกลั่นทำให้บริสุทธิ์ และเอาส่วนที่ไม่ต้องการออกไป

2.2.2 Absolut Vodka ขยายตลาดสู่ตะวันตก

ตอนที่ Absolut Pure Vodka จะครบรอบ 100 ปี ประธานคนใหม่ของ บริษัท Swedish Wine and Spirits Corporation ชื่อ Lars Lindmark ได้ตัดสินใจส่งออกวอดก้าตัวใหม่ วอดก้าที่ดีที่สุด เทียบเท่าที่เทคโนโลยีการกลั่นสมัยใหม่จะทำได้ สินค้าตัวใหม่ที่มีมายาวนานเป็น ศตวรรษที่ชื่อ Absolut Vodka แต่ด้วยความที่มีประสบการณ์ด้านการโฆษณาน้อย รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การวางระดับสินค้าในตลาด เขาจึงเรียกใช้ที่ปรึกษาจากข้างนอกที่ชื่อว่า Curt Nycander มาเป็น หัวหน้าโครงการนี้ Nycander จัดทีมขึ้นมาซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด มี Peter Eke Lund และ Lars Brje Carlson and Broman ทีมพยายามทบทวนคิดเรื่องการวางตำแหน่งสินค้าทางการตลาด ให้กับ Absolut Vodka ตัวใหม่นี้ แรกๆนั้น ทุกความคิดมุ่งไปที่เรื่องการโฆษณาว่าเป็นสินค้าดำรง คิงเดิม ที่ยาวนานของสวีเดน และคำแนะนำมากมายเกี่ยวกับชื่อของวอดก้า

ทีม Absolut Vodka จากสวีเดน เดินทางไปนิวยอร์กและนำเสนอความคิดนี้ให้กับ NW Ayer เอเจนซี่ฟิง บางคนรู้สึกสนใจมาก แต่ส่วนใหญ่กลับคิดว่า “ มีใครล่ะที่ต้องการดื่มวอดก้าจาก สวีเดน ” หลังการประชุมผ่านไปหลายครั้ง ทั้ง NW Ayer จากนิวยอร์ก และทีมงานจากสวีเดนก็เห็น พ้องกันว่าใช้ชื่อ “Absolute Country of Sweden Vodka” ขวดควรเป็นแก้วใสและมีตัวอักษรสีเงิน พวกเขาทดสอบโดยการเอาสินค้าไปวางในชั้นหลังท่ามกลางสินค้าอื่นๆ เพื่อดูว่ามันเป็นยังไงบ้าง มันดูเด่นใหม่หรือว่ากลืนหายไปเลย Myron Poloner หนึ่งในพนักงานของ Absolut ชอบขวดมากๆ ถึงขั้นนั่งดูเป็นชั่วโมงๆ และคืนหนึ่งเขาก็เกิดความคิดว่า ขวดควรจะเป็นใสไม่ต้องมีฉลากติด เพื่อให้ มองเห็น วอดก้าชั้นดีได้ใสแจ๋ว เหมาะสำหรับผู้ที่มีรายได้สูงพอที่จะซื้อสินค้าชนิดนี้

2.2.3 Absolut Vodka มีปัญหาในการจำหน่าย

แต่ปรากฏว่าขายไม่ได้เลย ก็ใครกันล่ะเคยได้ยินชื่อวอดก้าจากสวีเดน แถมขวดก็ไม่มีฉลากเลย มันก็หายไปในช่วงนั้นแหละ มีบริษัทนำเข้าสินค้าชื่อ Carillion Importers Ltd. ในแมนฮัตตัน นำโดย AI Singer ผู้ซึ่งยอมรับความท้าทายทันทีที่ได้เห็นสินค้า ทั้งๆที่บริษัทมีเซลแมนเพียงคนเดียวที่ชื่อ Michel Roux ผู้ซึ่งตั้งวงการมีบทบาทเป็นผู้นำทางด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย Absolut Vodka AI Singer ไม่ต้องการทำงานกับบริษัท NW Ayer เขาเปลี่ยนมาใช้บริษัทเอเจนซี่ที่เล็กลง และเลือก Martin Lander Arlow มาทำงานแทน Martin และ AI ต้องการเปลี่ยนลักษณะขวดให้สูงขึ้น ก้นหนา ขึ้น มีเรื่องตลกอยู่ว่าลูกจ้างคนหนึ่งของ Gran Broman สามารถวางเหรียญไว้ตรงคอขวดได้ ซึ่งคน อเมริกันชอบเสียดาย ดังนั้นทีมของ Broman จึงคิดสร้างสรรค์ตัวผนึกให้เป็นรูปต่างๆ ทั้ง คาบ , ปืน , ผู้หญิง ใโป่ ฯลฯ และตัวบริษัทของ Gunnar Broman เองก็ตั้งอยู่ในที่เดียวกับบ้านเก่าของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Lo Smith ผู้เป็นคนริเริ่มทำ Absolut Rent Branvin คนแรกเมื่อหลายศตวรรษที่แล้ว จึงเกิดความคิดว่าทำไมไม่เอารูปเขาเอาไว้ในขวดละขวดก็เลยเปลี่ยนมาเป็นคอขวดยาวขึ้น สลักข้อความที่ขวด และทำฝาขวดเป็นโลหะสีเงินแทนจุกไม้ก๊อก ประธานคนใหม่ของ บริษัท Vin & Spirit Absolut นาย Lars Lindmark จึงตัดสินใจว่าให้ทำของตัวอักษรสีน้ำเงิน สำหรับขวดดำที่มีแอลกอฮอล์ 80% และสีแดงสำหรับ 100%

ในบอสตันเมื่อต้นปี 1979 Absolut Vodka ชนะรางวัล แพ็คเกจยอดเยี่ยม Martin Landey ยกเลิกสัญญา กับ Carillion

หุ้นส่วนเก่าของ Martin ที่ TBWA ในนิวยอร์กเมื่อได้ยินเกี่ยวกับเรื่องนี้เขาจึงรีบติดต่อกับ AI Singer เพื่อเข้ามาดูแล Absolut Vodka แทน และคนที่ได้ทำหน้าที่นี้ คือ Geoff Ltayes และ Turner คีหนึ่ง Geoff กำลังดู TV และก็สังเกตเห็นไปด้วย เขาพยายามหาสัญลักษณ์ที่จะใช้แสดงถึงความบริสุทธิ์ และความเรียบง่าย เขาวาดรูปปริศมเปล่งประกาย และคิดโฆษณาหลายๆแบบในแนวๆ ขบขัน วันต่อมาเขาก็นำเสนอ ความคิดให้ Graham ดู พวกเขาเปลี่ยนชื่อ โฆษณาจาก Absolut Purity มาเป็น Absolut Perfection (บริสุทธิ์จริงๆ สมบูรณ์แบบจริงๆ) คิด โฆษณาเป็นรูปขวดมีปีกก็เป็นที่ชอบ Absolut Heaven (สวรรค์จริงๆ) 15 นาทีต่อมาพวกเขาก็ได้แบบ โฆษณาเป็น โหลๆ และ Carillion ก็ชอบมาก

2.3 การประชาสัมพันธ์ของ Absolut Vodka

เรื่องราวของศิลปะ Absolut Vodka เริ่มต้นในปี 1985 เมื่อ Andy Warhol ขอมตกลงวาดรูปขวด Absolut Vodka ให้ ปรากฏว่า รูปนี้กลายเป็น โฆษณาที่ประสบความสำเร็จอย่างไม่น่าเชื่อและเป็นที่น่าสนใจของสื่อมวลชนทั่วโลกทันที Absolut Vodka กลายมาเป็นศิลปะ Pop art และเป็นสัญลักษณ์ไปในทันที ต่อมา Warhol ได้คำแนะนำให้ Keith Ltarig ผู้ซึ่งกำลังมีชื่อเสียงจากรูปที่ไม่มีชื่อในสถานีรถไฟใต้ดินในนิวยอร์ก มาวาดรูปให้เป็นคนที่สองจากนั้นก็ตามมาด้วย Kenny Suharf, Stephen Sprouse, Edward Ruscha, Arman, Britto และศิลปินชั้นนำของอเมริกาคนอื่นๆอีกมากมาย มาถึงวันนี้มีศิลปินมากกว่า 350 คน ที่กำลังวาดรูปให้ Absolut Vodka และยังมีผลงานเป็นร้อยๆ รายการที่ยังรอที่จะวาดอีก

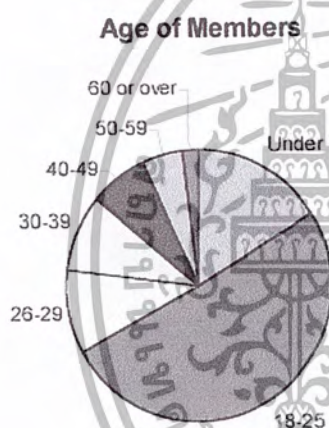
ยังมีโฆษณากว่าอีก 800 แบบที่ได้มีการสร้างสรรค์ขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นแบบเดี่ยวๆ คอลเลกชันของศิลปิน คอลเลกชันเมืองต่างๆ คริสมาสต์ , คอลเลกชันออกแบบ , รัฐต่างๆประเทศ , แฟชั่น ทั้งหมดจะมีชื่อ Absolut Vodka ติดอยู่ที่ขวดหรือตัวผนัง และแน่นอนที่ก้นขวดต้องมีตัวอักษรว่า Absolut Something โฆษณาแบบพิเศษๆ เช่น พิมพ์ในเพลย์บอย, พิมพ์ในแผ่นพลาสติกเอ็กซ์เรย์จริงๆ, พิมพ์ในเมล็ดพืช, พิมพ์ในแอสมบี้, ทำในทุ่งนากว่า 30 เอเคอร์, ในถู่นอง ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยโฆษณาที่เรียบง่ายแต่ดูดี ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะรูปขวดที่กลายเป็นสัญลักษณ์ที่ดูโมเดิร์นไปแล้ว แรงบันดาลใจมาจากขวดยาของชาวสวีเดนในยุคศตวรรษที่ 18 และ 19 ซึ่งเป็นการผสมผสานที่ลงตัว ของช่างฝีมือทำขวดโบราณของชาวสวีเดน กับการออกแบบที่ดีที่สุดแบบคอนเทมโพลารี ล่าสุดทุกคนก็พูดถึง โฆษณาที่ชื่อ Absolut Vodka Manhattan ที่เป็นรูปทิวทัศน์ของ นิวยอร์กเซ็นทรัลปาร์คในรูปทรงขวดของ Absolut Vodka

2.3.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ที่นิยมสะสมของต่างๆของ Absolut Vodka

กลุ่มที่นิยมสะสมข้าวของต่างๆ ของ Absolut Vodka คือช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นที่รู้จักกันดีว่าการสะสมโฆษณาถือเป็นงานอดิเรกของเด็กมหาวิทยาลัย ทั้งหมดดูได้จากกราฟ

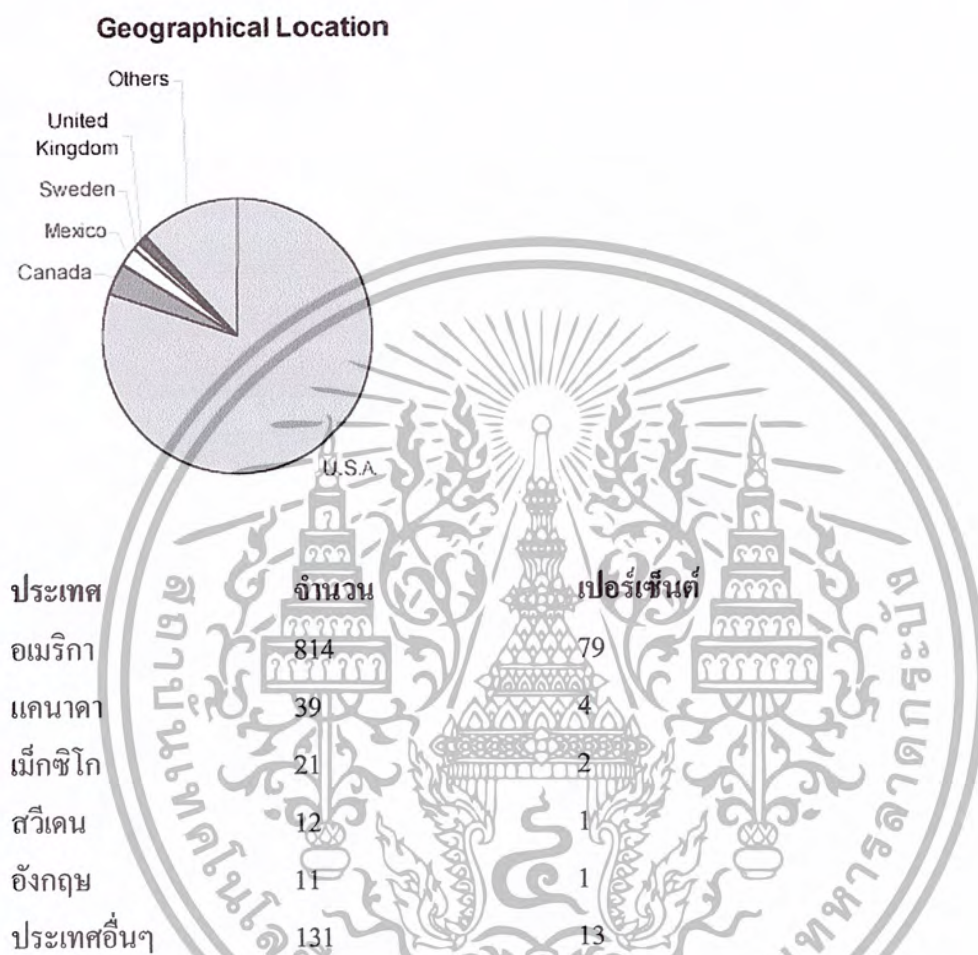


อายุ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ต่ำกว่า 18	152	15
18-25	513	51
26-29	109	11
30-39	93	10
40-49	69	7
50-59	54	5
60 หรือ มากกว่า	13	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของผู้ที่นิยมสะสมของต่างๆของ Absolut Vodka

ประชากรในประเทศอเมริกาเป็นผู้ที่สะสมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ 79% ดูได้จากกราฟ



ประเทศอื่นๆ คือ แอนตาร์กติกา, อาร์เจนตินา, ออสเตรเลีย, ออสเตรีย, เบลเยียม, เบอร์มิวด้า, บราซิล, กัมพูชา, ซิลิ, จีน, โคลัมเบีย, ไชปรัส, เดนมาร์ก, เอกวาดอร์, อียิปต์, เอสโตเนีย, ฝรั่งเศส, เยอรมัน, กรีซ, ฮังการี, อินเดีย, อินโดนีเซีย, อิสราเอล, อิตาลี, ญี่ปุ่น, เกาหลี, เนเธอร์แลนด์, นิวซีแลนด์, นอร์เวย์, ปากีสถาน, เปรู, โปรตุเกส, โรมาเนีย, รัสเซีย, สิงคโปร์, แอฟริกาใต้, สเปน, สวิตเซอร์แลนด์, ไต้หวัน, ไทย, ตุรกี

2.3.3 การส่งออกต่างประเทศ

Absolut Vodka ส่งออกครั้งแรกในปี 1979 และเป็นที่ถูกใจผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ในระยะเวลาอันสั้น Absolut Vodka ก็กลายมาเป็น 1 ใน 10 ยี่ห้อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีชื่อเสียงของโลก ในปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1994 Vin & Spirit Absolut Vodka ขายออกได้มากกว่า 49 ล้านลิตร และทุกวันนี้ยังเป็นสินค้า นำเข้าอันดับ 1 ใน USA , แคนาดา , ฟินแลนด์ และอีกหลายประเทศ

Absolut Vodka มีขายมากกว่า 80 ประเทศทั่วโลก ทั้งทวีปยุโรป, ทวีปอเมริกา, เอเชีย, ออสเตรเลีย

นอกจากตำรับดั้งเดิม Absolut Vodka รุ่นสีน้ำเงิน 40% แล้วยังมีอีก 4 อย่างคือ สีแดง 50%, กลิ่น มะนาว, กลิ่นเครื่องเทศ, ใหม่ล่าสุดกลิ่นแบลคเคอเรนท์เบอร์รี่

2.4 ราคาของวอดก้า

ราคาของวอดก้าจะแตกต่างกันนั้น เกิดจากการใช้วัตถุดิบและการกลั่นที่ต่างกัน วอดก้าที่มี ราคาสูงจะมีการใช้วัตถุดิบที่ดีและการกลั่นที่มีคุณภาพ รสชาติจะดีดื่มแล้วจะไม่มึนงงหรือมีอาการ ตื่น สีของวอดก้าจะใสมากบริสุทธิ์ ถ้าวอดก้าที่ไม่มีการคัดวัตถุดิบ และการกลั่นที่ไม่ดีจะมี รสชาติขม ดื่มแล้วจะมีกลิ่นหลงเหลือ

Absolut Vodka เป็นอันดับต้นๆในเรื่องของคุณภาพ และการผลิตที่ทันสมัยจึงทำให้ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก

2.4.1 ข้อมูลราคาของวอดก้าจาก Tesco Lotus.

ยี่ห้อ	ประเทศ	ราคา
ABSOLUT VODKA	สวีเดน	669
SMIRNOFF	รัสเซีย	615
URSUS IMPORTED	โอยซ์แลนด์	529
FINLANDIA	ฟินแลนด์	499
BORZOI	อังกฤษ	419
KERMANOFF	ฝรั่งเศส	239
OLD CHELSEA	อังกฤษ	215
NOBLE	เบลเยียม	215
STARNOVITCH	ฝรั่งเศส	195
PARDA	ฟิลิปปิน	195
CONTESSA	อินเดีย	175

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ความเป็นมาของ Cocktail

3.1 ประวัติความเป็นมาของค็อกเทล

ไม่มีใครรู้อย่างแน่นอนว่าคำว่า “Cocktail” มีที่มาจากไหน อย่างไรก็ตามหลายๆคนก็มีทฤษฎีที่ตัวเองเชื่อต่างกันไป

ทฤษฎีหนึ่งเชื่อกันว่า คำว่า Cocktail ได้มาจากเครื่องดื่มผสมตัวหนึ่งที่มีชื่อว่า “Coquetel” ซึ่งถูกเสิร์ฟให้เจ้าหน้าที่ตำรวจฝรั่งเศสในอเมริกาในช่วงระหว่างสงครามอเมริกัน ปี 1775 -1783

อีกทฤษฎีหนึ่งเชื่อว่า Cocktail เป็นผลิตภัณฑ์ในช่วงยุคการห้ามขายสุราในอเมริกา แต่สิ่งนี้ก็ยังไม่ใช่ค็อกเทลที่ถูกกล่าวถึงในบทความของนิตยสาร ในยุคที่ย้อนกลับ ไปเมื่อปี 1806 นานก่อนที่จะมีการห้ามขายสุราเสียอีก

ชาวอังกฤษก็บอกว่าค็อกเทลมาจากส่วนที่เป็นตะกอนนอนก้นของถังหมักเหล้า และเรียกกันว่า “Cock-tailings”

ส่วนผู้เขียนเชื่อว่า ค็อกเทลเป็นประดิษฐ์กรรมของ Betsy Flanagan เจ้าของกิจการ โรงแรม ซึ่งเป็นชาวไอริช-อเมริกัน Betsy นำเอาขนของไก่ตัวผู้ที่มีสีสันสดใสมาตกแต่งแก้ว ซึ่งลูกค้าชาวฝรั่งเศสคนหนึ่งประทับใจมาก ๆ กับเครื่องดื่มนั้น จนถึงกับยกแก้วขึ้นและพูดว่า “นี่ละ Cocktail”

ไม่ว่าจะเชื่อตามทฤษฎีไหนก็ตาม ก็ยังมีข้อสงสัยเล็กน้อยว่าค็อกเทล มีชื่อเสียงถึงขีดสุดในช่วงระหว่างปี 1920-1929 ได้อย่างไร ในเมื่อเป็นช่วงที่กฎการห้ามขายสุรานั้นถูกใช้ในอเมริกาแล้ว นั่นเป็นเพราะว่าเจ้าของร้าน “Speakeasies” ได้คิดหาวิธีเปลี่ยน โคมหน้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใหม่ นำมาใส่ในค็อกเทลเพื่อหลอกเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทำให้ค็อกเทลกลายเป็นที่นิยมอย่างมาก

ค็อกเทลที่ใส่วอดก้าเป็นตัวผสมหลักที่รู้จักกันดีคือ Screwdriver ซึ่งก็คือน้ำส้มใส่วอดก้านั่นเอง ว่ากันว่าคิดค้นโดยช่างก่อสร้างผู้ซึ่งอยากทำให้น้ำส้ม เครื่องดื่มตอนมีอกกลางวันดูมีความตื่นเต็นแปลกใหม่ เขาจึงใส่วอดก้าลงในแก้วน้ำส้ม และการคนเร็วๆด้วยไขควง ทำให้น้ำส้มผสมกันได้ อย่างลงตัว

วอดก้าเป็นส่วนผสมที่ดีที่สุดหากคุณคิดเป็นผู้จะริเริ่มสร้างสรรค์ ค็อกเทลรสชาติใหม่ๆ เพราะง่ายต่อการดื่ม และยังง่ายที่จะนำมาผสมคัดแปลง เป็นเครื่องดื่มหลากหลายไม่มีที่สิ้นสุด หากคุณผสมได้สูตรที่ลงตัวเหมาะสมเจาะขึ้นมา ชื่อของคุณก็อาจจะกลายเป็นชื่อ ค็อกเทลที่ใครหลายๆคน ชื่นชอบก็เป็นไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 อุปกรณ์ในการทำค็อกเทล

อุปกรณ์ในการทำค็อกเทลนั้นถือได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญมากเป็นเครื่องคั้นแต่ละชนิดนั้นจะมีการวาง และการใช้อุปกรณ์ที่แตกต่างกันออกไป

3.2.1 เครื่องมือวัดปริมาณ/จิกเกอร์(Jigger)

เป็นสิ่งแรกที่สาคูที่บาร์เทนเดอร์ควรมี บาร์เทนเดอร์หลายๆคนคิดว่า จิกเกอร์เป็นแค่อุปกรณ์สำหรับผู้เริ่มหัดทำ ซึ่งคือค็อกเทลของเขาจะออกมาแย่มากๆหากคิดเช่นนั้น จิกเกอร์สมัยใหม่มีมีแบบดับเบิลจิกเกอร์ คือใช้วัดได้ทั้ง 50 มิลลิลิตร และ 25 มิลลิลิตร ในตัวเดียวกัน (1 ออนซ์ เทียบเท่า 30 มิลลิลิตร)

3.2.2 เช็คเกอร์(Shaker)

อุปกรณ์นี้สำคัญเป็นอันดับที่สอง ที่บาร์เทนเดอร์ควรมี ซึ่งมี 2 แบบ คือ “บอสตันเช็คเกอร์” จะมีลักษณะครึ่งหนึ่งทำด้วยเสตนเลสอีกครึ่งหนึ่งเป็นแก้ว ซึ่งดูสวยงามทันสมัย อีกแบบคือ ออกทอร์คอกซ์เช็คเกอร์ ซึ่งมีลักษณะที่มีตัวกรองและฝาเกลียวอยู่ในตัวเดียวกัน ทั้ง 2 แบบใช้งานได้ดีพอกัน

3.3 แก้วค็อกเทล

นักคั้นค็อกเทลจะต้องตกใจมากถ้าเห็นว่าเครื่องคั้นถูกเสิร์ฟมาในแก้วที่ผิดประเภท อย่างมาร์ตินี่ก็สมควรต้องเสิร์ฟมาในแก้วมาร์ตินี่ , Harvey Wall banger เสิร์ฟในแก้ว Highball Glass เท่านั้น ทุกวันนี้เริ่มคลายความเข้มงวดลงบ้างแล้วในการเลือกใช้แก้ว

มีแก้วมากมายหลายชนิดสำหรับค็อกเทล แต่ก็ไม่จำเป็นจะต้องมีให้ครบชุดทุกชนิดก็ได้ในค็อกเทลบาร์ของคุณ สำหรับการเพิ่งเริ่มฝึกคุณควรมีแก้ว 4 แบบต่อไปนี้ คือ

- Highball
- Lowball
- Champagne flute
- Cocktail glass

3.3.1 The cocktail glass

ลักษณะเด่นตรงที่เป็นทรงต้นคล้ายขาม มีก้านที่ป้องกันความร้อนจากมือ ไม่ให้โดนเครื่องคั้นเย็นๆมากไป จะมีความจุอยู่ที่ 3-4 ออนซ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 The martini glass

เป็นที่รู้จักและพบเห็นได้บ่อยมาก ๆ ในภาพถ่ายพวกค็อกเทล ใช้สำหรับพวกมาร์ตินี และ มาการิต้า จะมีความจุอยู่ที่ 3-4 ออนซ์

3.3.3 The champagne flute

แก้วสูงเพียวทรงนี้เหมาะมากกับเครื่องดื่มที่มีแชมเปญผสมอยู่ทุกชนิด หรือเครื่องดื่มที่มีฟองฟูทั้งหลาย ทรงสูงและแก้วใสทำให้โชว์ความสวยงามของฟองอากาศฟูๆ และทำให้มันค่อยๆ ฟูลอยตัวขึ้นช้าๆ และฟองก็ไม่หายไปเร็วนัก จะมีความจุอยู่ที่ 10-12 ออนซ์

3.3.4 The lowball glass

ใช้บ่อยมากกับ Bloody Mary's และเครื่องดื่มอื่นๆ ที่มีอัตราส่วนแอลกอฮอล์มากๆ จะมีความจุอยู่ที่ 4-5 ออนซ์

3.3.5 The highball glass

ทรงสูงแบบนี้ตั้งใจให้ใช้กับพวกพินช์ผลไม้ และ Harvey Wall bangers จะมีความจุอยู่ที่ 9-10 ออนซ์

3.4 การตกแต่งค็อกเทล

เสน่ห์อย่างหนึ่งของค็อกเทลคือ การทำให้ผู้ดื่มมีอารมณ์ ความรู้สึกพอใจ สบายใจ ไม่ใช่เฉพาะแค่รสชาติเท่านั้น แต่มันต้องมีกลิ่นหอม , ดูดีสวยงามด้วย และเสียงของน้ำแข็งกระทบแก้วก็ยังช่วยทำให้ดูดีขึ้นไปอีก

บาร์เทนเดอร์ที่ดีจะใส่ใจมากกับผลงานของเขาทั้งทำให้ดูสวยงาม เลิศหรู เป็นอาหารตาแล้ว ยังเป็นการแสดงถึงรสนิยมด้วย แต่อย่างไรก็ตามการตกแต่งก็ไม่ควรมีบทบาทเหนือค็อกเทลที่สร้างสรรค์ขึ้นมา การตกแต่งด้วยผลไม้ที่ทำขึ้นมา , รมกระดาษ , ไม้เกลียวๆ พลาสติก , พลาสติกสีสรรทรงแบบน้ำแข็งก้อน กลับจะทำให้ดูยิ่งรกเกินไป

บาร์เทนเดอร์ที่ฉลาดจะตกแต่งเพียงแต่ให้ถูกจุดเท่านั้น โดยการเติมสิ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ ถึงรสชาติของค็อกเทลแก้วนั้นๆ เช่น การใช้เปลือกมะนาวที่บิดเป็นเกลียวๆ ก็สามารถบอกให้ผู้ดื่มรู้ว่า เครื่องดื่มนั้นจะมีกลิ่นและรสที่รุนแรง , ลูกเชอร์รี่ หรือแดง โม ก็บอกได้ถึงความหวานและความสดชื่นจากน้ำเชื่อม การตกแต่งบางอย่างเช่น การใช้ ใบสาระแหน่ ก็เพื่อเพิ่มรสหรือกลิ่นของเครื่องดื่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้นๆ อีกด้วย ขณะที่คืออกเทลบางชนิดก็ต้องเจาะจงใช้ของแต่นั้นเท่านั้น เช่น การใช้มะกอกให้ใช้เฉพาะกับ ทรายมาร์ตินี

การเสิร์ฟคืออกเทล โดยการจุ่มแก้วลงในน้ำตาลให้น้ำตาลติดตามขอบแก้วที่ขึ้นขอบด้วยไข่ขาวหรือน้ำก็มี

ในกรณีของมาร์การิต้าริมขอบแก้วจะใช้เกลือแทน

บางเครื่องดื่ม เหมาะกับการใช้หลอดดูด ถ้าแก้วนั้นไม่ใช่ทรงสูงก็ให้ใช้หลอดสั้นๆ โดยการตัดหลอดให้ได้ความยาวตามที่ต้องการ

3.5 ความสำคัญของผลไม้

คืออกเทลหลายสูตรต้องการใช้ผลไม้ทั้งชิ้น แต่บางสูตรก็ไม่ต้องการให้ใส่ชิ้นผลไม้ลงไปแก้วเลยทั้งชิ้น อาจต้องการเพียงแค่ว่าใส่ลูกไว้กับไม้เสียบแล้ววางบนปากแก้วเท่านั้น

ผลไม้มีบทบาทมากมายในการสร้างสรรค์คืออกเทลที่สมบูรณ์แบบในโอกาสพิเศษต่างๆ ต้องอย่าลืมว่าคืออกเทลที่ดีต้องไม่ไร้แคร์สาขาดี แต่ต้องดูดีด้วย และผลไม้เหล่านี้แหละจะทำให้เกิดความเด่นเป็นที่ดึงดูดสายตาใครต่อใครได้

ผลไม้ที่เหมาะสมตามฤดูกาลสามารถทำให้คืออกเทลนั้นดูเร้าใจมากขึ้น คล้าย , แดงโม , พีช และผลไม้เนื้ออ่อนหลายชนิด สามารถนำมาปั่นให้กลายเป็นน้ำผลไม้ ที่อร่อยได้ เพียงแค่เติมวอดก้าลงไปก็ได้เครื่องดื่มที่แสนวิเศษแล้ว

บทที่ 4

การใช้สื่อมัลติมีเดียในการออกแบบซีดีรอม Absolut Vodka

มัลติมีเดียเริ่มต้นในราว ๆ ต้นปี พ.ศ. 2534 พร้อม ๆ กับการใช้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์ 3.0 ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการที่ใช้สำหรับเครื่องพีซี (PC) และเป็นระบบปฏิบัติการที่เรียกว่า กราฟิกยูซเซอร์อินเทอร์เฟซ (Graphic User Interface) หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า GUI สำหรับ GUI เป็นอินเทอร์เฟซที่สามารแสดงได้ทั้งข้อความ (Text) และกราฟิก (Graphic) ซึ่งง่ายต่อการใช้งานต่อมาในราว ๆ ต้นปี พ.ศ.2535 บริษัท ไมโครซอฟต์ ได้พัฒนาโปรแกรมมัลติมีเดียเวอร์ชัน 1.0 ที่ใช้ร่วมกับระบบปฏิบัติการวินโดวส์ 3.0 ทำให้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์มีศักยภาพเพิ่มขึ้นในเรื่องของภาพและเสียง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของมาตรฐานมัลติมีเดียที่เรียกว่า มาตรฐานเอ็มพีซี (MPC : Multimedia Personal Computer) ซึ่งมาตรฐานนี้จะป็นสิ่งกำหนดระบบพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียที่เล่นบนระบบปฏิบัติการวินโดวส์

การเริ่มนำเอาวินโดวส์ 3.1 เข้ามาแทนวินโดวส์ 3.0 ในราว ๆ ต้นเดือนมีนาคม พ.ศ.2536 ทำให้การใช้มัลติมีเดียกว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉพาะมีศักยภาพในการเล่นไฟล์เสียง (Wave) ไฟล์มีดี (MIDI) ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และภาพยนตร์จากแผ่นซีดีรอม (CD-ROM) จนกลายเป็นจุดเริ่มต้นของมัลติมีเดียที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์พีซีจนถึงปัจจุบัน

ความหมายของ Multimedia

คำว่า มัลติมีเดีย มีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

มัลติมีเดีย คือ ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิด โดยผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ฐานข้อมูล ตัวเลข กราฟิก ภาพเสียง และวีดิทัศน์ (Jeffcoate. 1995)

มัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์สื่อความหมายโดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟ ภาพศิลป์ (Graphic Art) เสียง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และวีดิทัศน์ เป็นต้น (Vaughan. 1993)

องค์ประกอบของ Multimedia

มัลติมีเดียที่สมบูรณ์ควรจะต้องประกอบด้วยสื่อมากกว่า 2 สื่อตามองค์ประกอบ ดังนี้ ตัวอักษร ภาพนิ่ง เสียง ภาพเคลื่อนไหว การเชื่อมโยงแบบปฏิสัมพันธ์ และวีดิทัศน์ เป็นต้น โดยที่องค์ประกอบเหล่านี้มีความสำคัญต่อการออกแบบ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอักษร (Text) ตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการเขียน โปรแกรม มัลติมีเดีย โปรแกรมประยุกต์โดยมากมีตัวอักษรให้ผู้เขียนเลือกได้หลาย ๆ แบบ และสามารถที่จะ เลือกสีของตัวอักษรได้ตามต้องการ นอกจากนั้นยังสามารถกำหนดขนาดของตัวอักษรได้ตาม ต้องการ การโต้ตอบกับผู้ใช้ก็ยังสามารถใช้ตัวอักษร รวมถึงการใช้ตัวอักษรในการเชื่อมโยงแบบ ปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น การคลิกไปที่ตัวอักษรเพื่อเชื่อมโยงไปนำเสนอ เสียง ภาพกราฟิกหรือเล่นวีดิทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ตัวอักษรยังสามารถนำมาจัดเป็นลักษณะของเมนู (Menus) เพื่อให้ผู้ใช้เลือก ข้อมูลที่จะศึกษาได้ โดยคลิกไปที่บริเวณกรอบสี่เหลี่ยมของมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์

ภาพนิ่ง (Still Images) ภาพนิ่งเป็นภาพกราฟิกที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย หรือภาพวาด เป็นต้น ภาพนิ่งมีบทบาทสำคัญต่อมัลติมีเดียมาก ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงของการเรียนรู้ ด้วยการมองเห็น ไม่ว่าจะดูโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ จะมีภาพเป็นองค์ประกอบเสมอ ดัง คำกล่าวที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพมีคุณค่าเท่ากับคำถึงพันคำ” ดังนั้นภาพนิ่งจึงมีบทบาทมากในการ ออกแบบมัลติมีเดียที่มีตัวอักษรและภาพนิ่งเป็น GUI (Graphical User Interface) ภาพนิ่งสามารถ ผลิตได้หลายวิธี อย่างเช่น การวาด (Drawing) การสแกนภาพ (Scanning) เป็นต้น

เสียง (Sound) เสียงในมัลติมีเดียจะจัดเก็บอยู่ในรูปของข้อมูลดิจิทัล และสามารถเล่นซ้ำ (Replay) ได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์พีซี การใช้เสียงในมัลติมีเดียก็เพื่อนำเสนอข้อมูล หรือสร้าง สภาพแวดล้อมที่น่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น เสียงน้ำไหล เสียงหัวใจเต้น เป็นต้น เสียงสามารถใช้เสริม ตัวอักษรหรือนำเสนอวัสดุที่ปรากฏบนจอภาพได้เป็นอย่างดี เสียงที่ใช้ร่วมกับโปรแกรมประยุกต์ สามารถบันทึกเป็นข้อมูลแบบดิจิทัลจากไมโครโฟน แผ่นซีดี เสียง (CD-ROM Audio Disc) เทป เสียง และวิทยุ เป็นต้น

ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพเคลื่อนไหวจะหมายถึง การเคลื่อนไหวของภาพกราฟิก อาทิ การเคลื่อนไหวของลูกตุ้มและวาล์วในระบบการทำงานของเครื่องยนต์ 4 จังหวะ เป็นต้น ซึ่งจะทํา ให้สามารถเข้าใจระบบการทำงานของเครื่องยนต์ ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นภาพเคลื่อนไหว จึงมีขอบข่าย ตั้งแต่การสร้างภาพด้วยกราฟิกอย่างง่าย พร้อมทั้งการเคลื่อนไหวกราฟิกนั้น จนถึงกราฟิกที่มี รายละเอียดแสดงการเคลื่อนไหว โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างภาพเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจ ก็มี AutoDesk Animator ซึ่งมีคุณสมบัติทั้งในด้านของการออกแบบกราฟิกละเอียดสำหรับใช้ใน มัลติมีเดียตามต้องการ

การเชื่อมโยงแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Links) การเชื่อมโยงแบบปฏิสัมพันธ์จะหมายถึงการ ที่ผู้ชมมัลติมีเดียสามารถเลือกข้อมูลได้ตามต้องการ โดยใช้ตัวอักษรหรือปุ่มสำหรับตัวอักษรที่จะ สามารถเชื่อมโยงได้จะเป็นตัวอักษรที่มีสีแตกต่างจากอักษรตัวอื่น ๆ ส่วนปุ่มก็จะมีลักษณะคล้ายกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปุ่มเพื่อชมภาพยนตร์ หรือคลิก ลงบนปุ่มเพื่อเข้าหาข้อมูลที่ต้องการ หรือเปลี่ยนหน้าต่างของข้อมูลต่อไป

วิดีโอ (Video) การใช้มัลติมีเดียในอนาคตจะเกี่ยวข้องกับการนำเอาภาพยนตร์วิดีโอ ซึ่งอยู่ในรูปของดิจิทัลรวมเข้าไปกับ โปรแกรมประยุกต์ที่เขียนขึ้น โดยทั่วไปของวิดีโอจะนำเสนอด้วยเวลาจริงที่จำนวน 30 ภาพต่อวินาที ในลักษณะนี้จะเรียกว่าวิดีโอดิจิทัล (Digital Video) คุณภาพของวิดีโอดิจิทัลจะทัดเทียมกับคุณภาพที่เห็นจากจอโทรทัศน์ ดังนั้นทั้งวิดีโอ ดิจิทัลและเสียงจึงเป็นส่วนที่ผนวกเข้าไปสู่การนำเสนอได้ทันทีด้วยจอคอมพิวเตอร์ ในขณะที่เสียงสามารถเล่นออกไปยังลำโพงภายนอกได้โดยผ่านการ์ดเสียง (Sound Card)

การรวมองค์ประกอบของ Multimedia

พื้นฐานของมัลติมีเดียจะต้องมีองค์ประกอบมากกว่า 2 องค์ประกอบเป็นอย่างน้อย เช่นใช้ตัวอักษรร่วมกับการใช้สีที่แตกต่างกัน 2-3 สี ภาพศิลป์ ภาพนิ่ง จากการวาดหรือการสแกน นอกนั้นก็อาจมีเสียงและวิดีโอรวมอยู่ด้วยก็ได้ การใช้มัลติมีเดียที่นิยมกันมี 2 แบบ แบบแรกคือ การใช้มัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอและแบบที่สอง คือการใช้มัลติมีเดียเพื่อการฝึกอบรม

ความหมายของ Interactive Multimedia

การที่ผู้ใช้สามารถที่จะควบคุมสื่อให้นำเสนอออกมาตามต้องการได้จะเรียกว่า มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) การปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้สามารถจะกระทำได้โดยผ่านทางคีย์บอร์ด (Keyboard) เมาส์ (Mouse) หรือตัวชี้ (Pointer) เป็นต้น การใช้มัลติมีเดียในลักษณะปฏิสัมพันธ์ ก็เพื่อช่วยให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้หรือทำกิจกรรม รวมถึงดูสื่อต่างๆ ด้วยตัวเองได้ สื่อต่างๆ ที่นำมารวมไว้ในมัลติมีเดีย เช่น ภาพ เสียง วิดีทัศน์ จะช่วยให้เกิดความหลากหลายในการใช้คอมพิวเตอร์อันเป็นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในแนวทางใหม่ที่ทำให้การใช้คอมพิวเตอร์น่าสนใจและเร้าความสนใจเพิ่มความสนุกสนานในการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

วิเคราะห์ข้อมูลหาแนวทางในการออกแบบ

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ภายใต้แบรนด์ Absolut Vodka

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ซื้อ Absolut Vodka นั้นจะเป็นกลุ่มคนในวัยทำงาน และผู้ที่รักสุขภาพ จึงเป็นอันดับต้นๆ ที่กลุ่มนี้จะเลือกซื้อ มีอยู่สองยี่ห้อคือ Absolut Vodka ของสวีเดน และ Smirnoff Vodka ของรัสเซียจัดอยู่ในกลุ่มที่มีราคาสูง กลุ่มทั่วไปที่ซื้อวอดก้าที่ราคาปานกลางนั้นจะเป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ เพื่อแคะใช้ในการสังสรรค์ กลุ่มที่ซื้อวอดก้าราคาสูงนั้นจะเป็นพวกร้านค้าที่ใช้ในการผสมขาย และจะซื้อในจำนวนมากๆ วอดก้าจะขายดีในช่วงหน้าเทศกาลต่างๆ

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์วอดก้า ส่วนใหญ่แล้วต่างประเทศให้ความสนใจ และนิยมดื่มกันมากกว่าในประเทศไทย แต่ในประเทศไทยกลุ่มคนที่ชื่นชอบเครื่องดื่มนี้ส่วนมากแล้วเป็นผู้หญิง เพราะผู้ชายจะนิยมดื่มสุรามากกว่า

ลักษณะเด่นของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ Absolut Vodka

เป็นวอดก้าที่ใช้วิธีการผลิตการกลั่นแบบใหม่เป็นเจ้าแรกซึ่งเรียกว่า “การทำให้บริสุทธิ์” และทุกวันนี้ก็ยังใช้วิธีนี้อยู่

“Absolute Country of Sweden Vodka” ขวดเป็นแก้วใสและมีตัวอักษรสีเงิน Absolut Vodka ชนระวางวัล แพ็คเกจยอดเยี่ยม

ศิลปิน Andy Warhol วาดรูปขวด Absolut Vodka ปรากฏว่า Absolut Vodka กลายมาเป็นศิลปะ Pop art เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการออกแบบ

วอดก้าเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สามารถนำมาผสมกับเครื่องดื่มได้อีกหลากหลายชนิดโดยที่ไม่ทำให้กลิ่นและรสชาติของเครื่องดื่มนั้นเปลี่ยนไป ซึ่งนิยมใช้ผสมในเครื่องดื่มประเภทค็อกเทล เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อมัลติมีเดียซีดีรอมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย Absolut Vodka จึงได้ออกแบบสื่อที่สามารถให้คำแนะนำในการทำค็อกเทลสอดแทรกเทคนิคความรู้ไปพร้อมกับการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับตราองค์กรและเป็นการต่อยอดให้คนจดจำแบรนด์สินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะและรูปแบบที่ต้องการนำเสนอ

ในการออกแบบมีลวดลายที่เรียบง่ายแต่มีเอกลักษณ์ เพื่อต้องการคงลักษณะ และภาพพจน์ของ Absolut Vodka โดยงานโฆษณาของ Absolut Vodka ส่วนใหญ่เป็นภาพถ่าย และภาพเนวกราฟฟิกแบบตัดทอน การออกแบบซีดีรอมนี้จึงได้ใช้ กราฟฟิกแบบตัดทอน มาเป็นตัวเล่าเรื่องราวและแสดงวิธีการทำเครื่องดื่มค็อกเทล เพื่อเป็นการส่งเสริมและเข้าชุดกันกับงาน โฆษณาของ Absolut Vodka



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

แนวทางการออกแบบและพัฒนาแบรนด์

แบรนด์อุปกรณ์ครั้งที่ 1



ภาพที่ 1 Logo Absolut Vodka



ภาพที่ 2 ขวด Absolut Vodka

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 แก้ว



ภาพที่ 4 เครื่องตวง จิกเกอร์



ภาพที่ 5 เช็คเกอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 1

1. ภาพทั้งหมดดูแล้วออกแนวการ์ตูนมากเกินไป
2. ขาดเรื่องราวละเอียดของงาน

วิธีแก้ไขและปรับปรุงแบบร่างครั้งที่ 1

1. แนวภาพต้องสมจริงมากกว่านี้
2. เพิ่มรายละเอียดให้กับชิ้นงานมากขึ้น
3. ลดขนาดของเส้นให้บางลง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 2



ภาพที่ 6 ขวด Absolut Vodka ที่สมบูรณ์

ภาพที่ 7 ขวดกาลิอาโน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

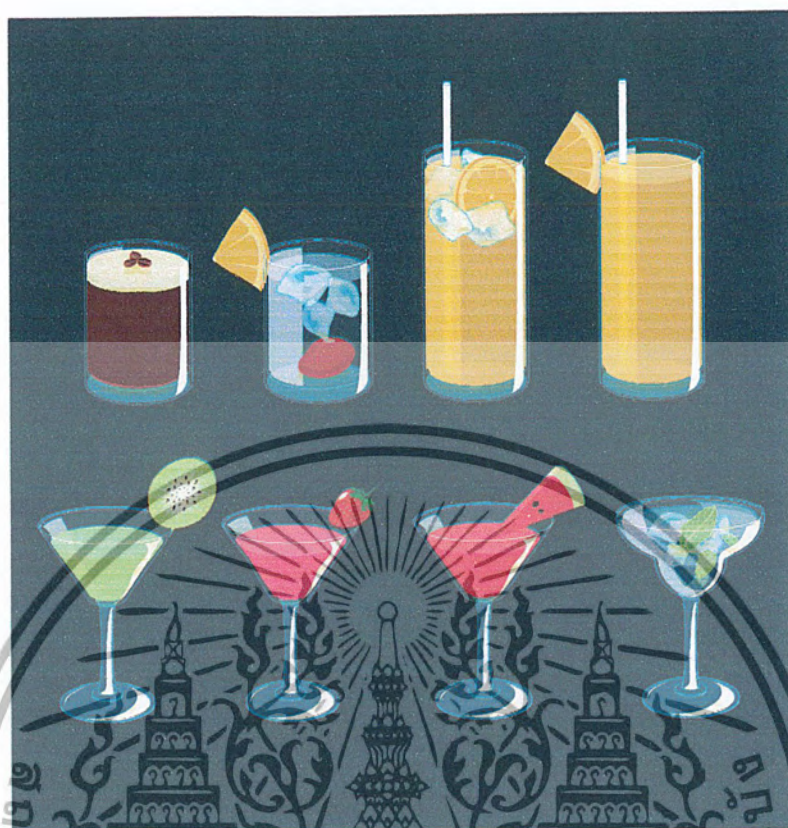


ภาพที่ 8 เช็คเกอร์ และ จิกเกอร์



ภาพที่ 9 แก้วที่สมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 10 คือเครื่องดื่มที่สมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างอุปกรณ์ครั้งที่ 2

1. แนวภาพออกมาเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
2. ภาพมีจุดเด่นของตัวเอง



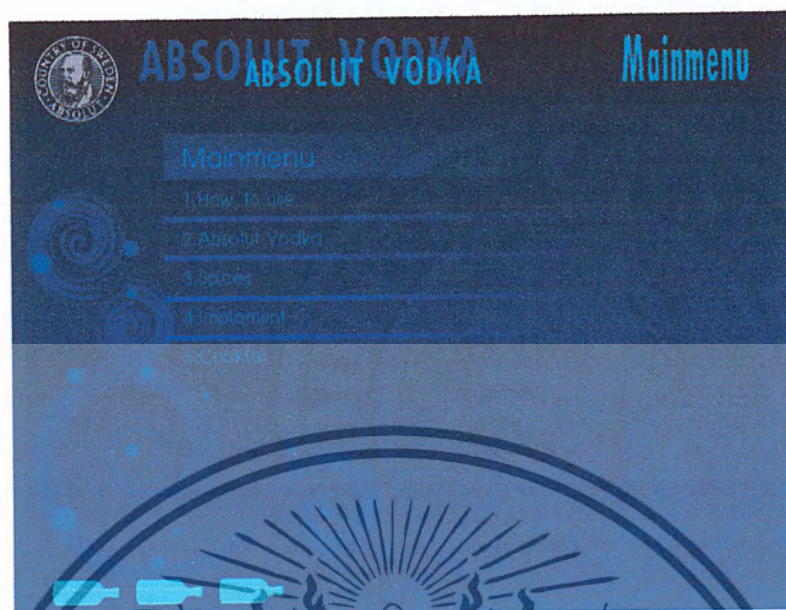
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 1

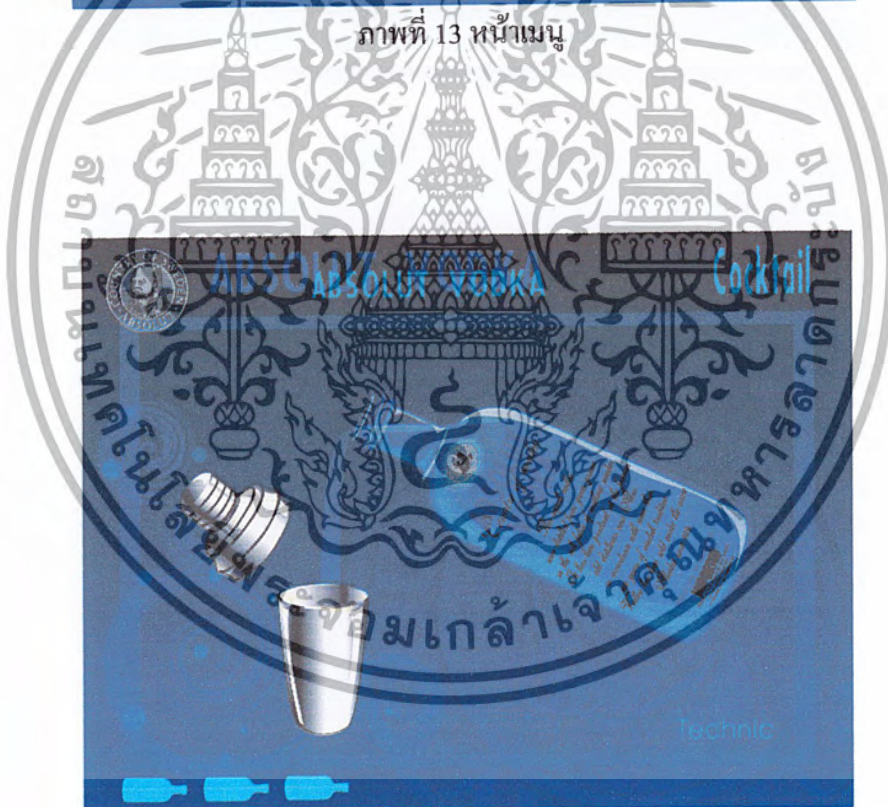


ภาพที่ 12 แบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 หน้าเมนู



ภาพที่ 14 หน้าแสดงการทำค็อกเทล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 1

1. สีทั้งหมดคลุมกลืนกันเกินไปทำให้ภาพแบน
2. Font ทั้งหมดเหมือนกันจนขาดความแตกต่างในงาน
3. การจัดวางยังดูธรรมดา
4. ภาพทั้งหมดดูแล้วให้ความรู้สึกเหมือนถูกบังคับ

วิธีแบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 1

1. แก้ไขเรื่องสีของภาพทั้งหมดให้มีความแตกต่างกัน เพื่อเป็นการสร้างระยะของภาพ
2. ใช้ Font ที่ดูแล้วแตกต่างกันเพื่อให้งานดูมีจุดเด่นที่ต่างกัน
3. การจัดวางต้องมีเอกภาพมากกว่านี้

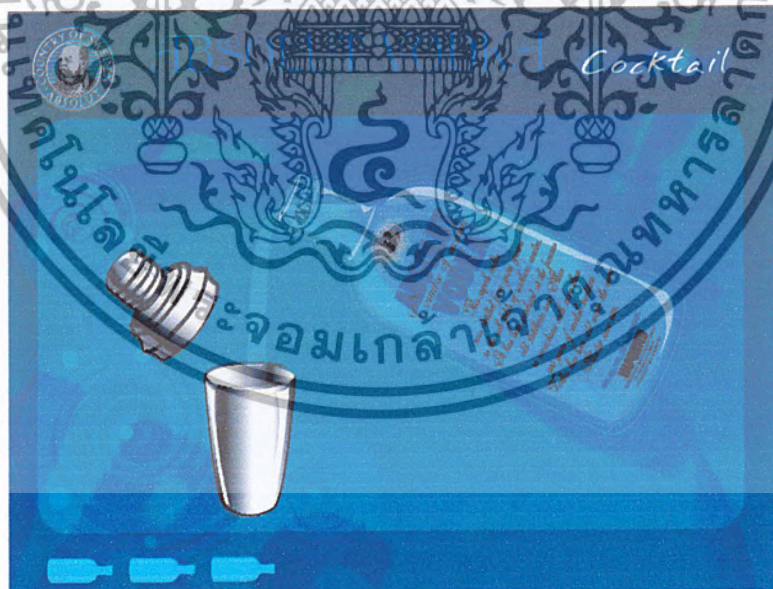


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 2



ภาพที่ 15 หน้าเมนู



ภาพที่ 16 หน้าแสดงการทำค็อกเทล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแบบร่างโครงสร้างซีดีรอมครั้งที่ 2

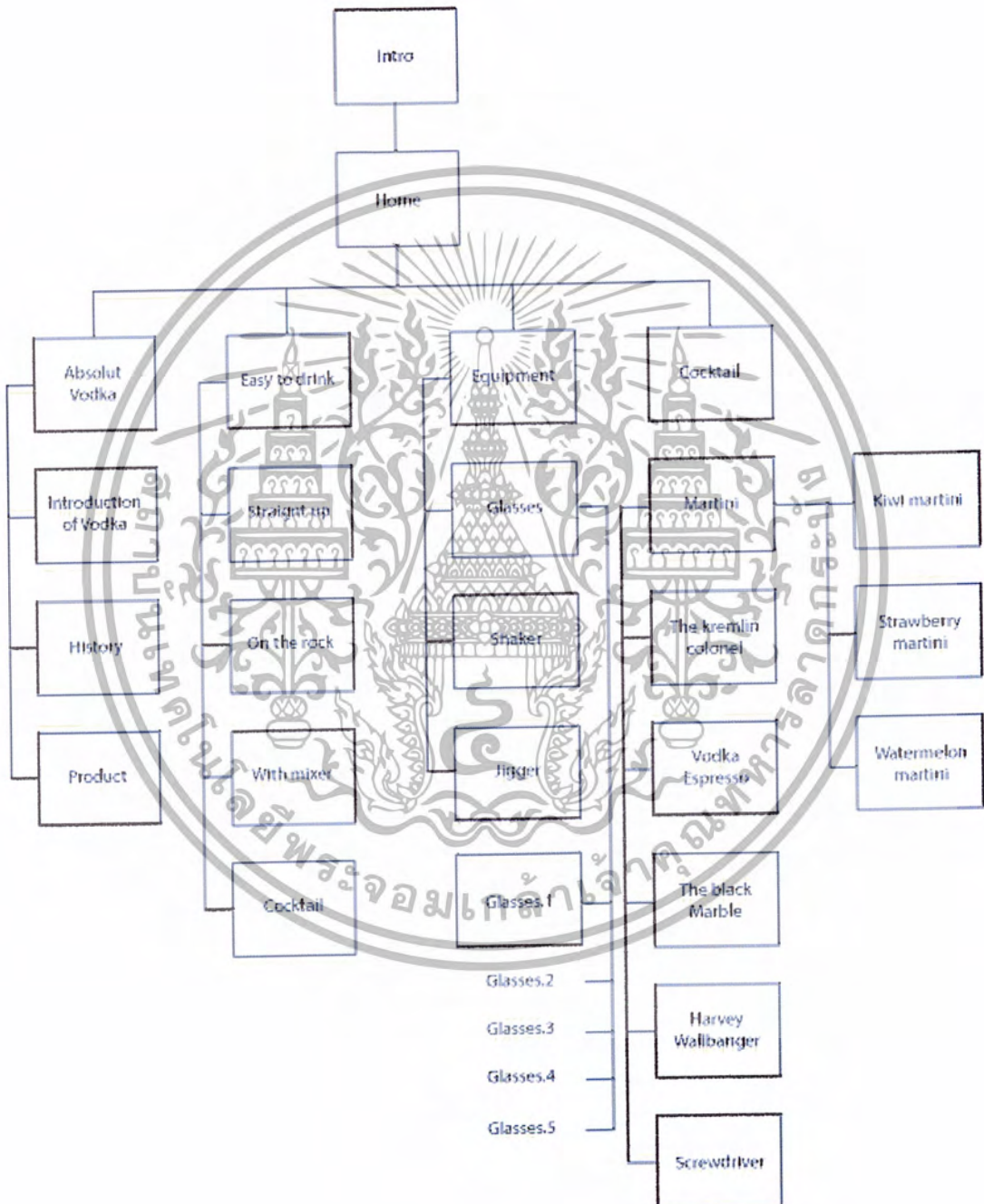
1. พื้นหลังดูแล้วแข่งกับตัวขอมากเกินไป
2. สีของภาพยังดูกลืนกันอยู่ทำให้งานดูแบน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

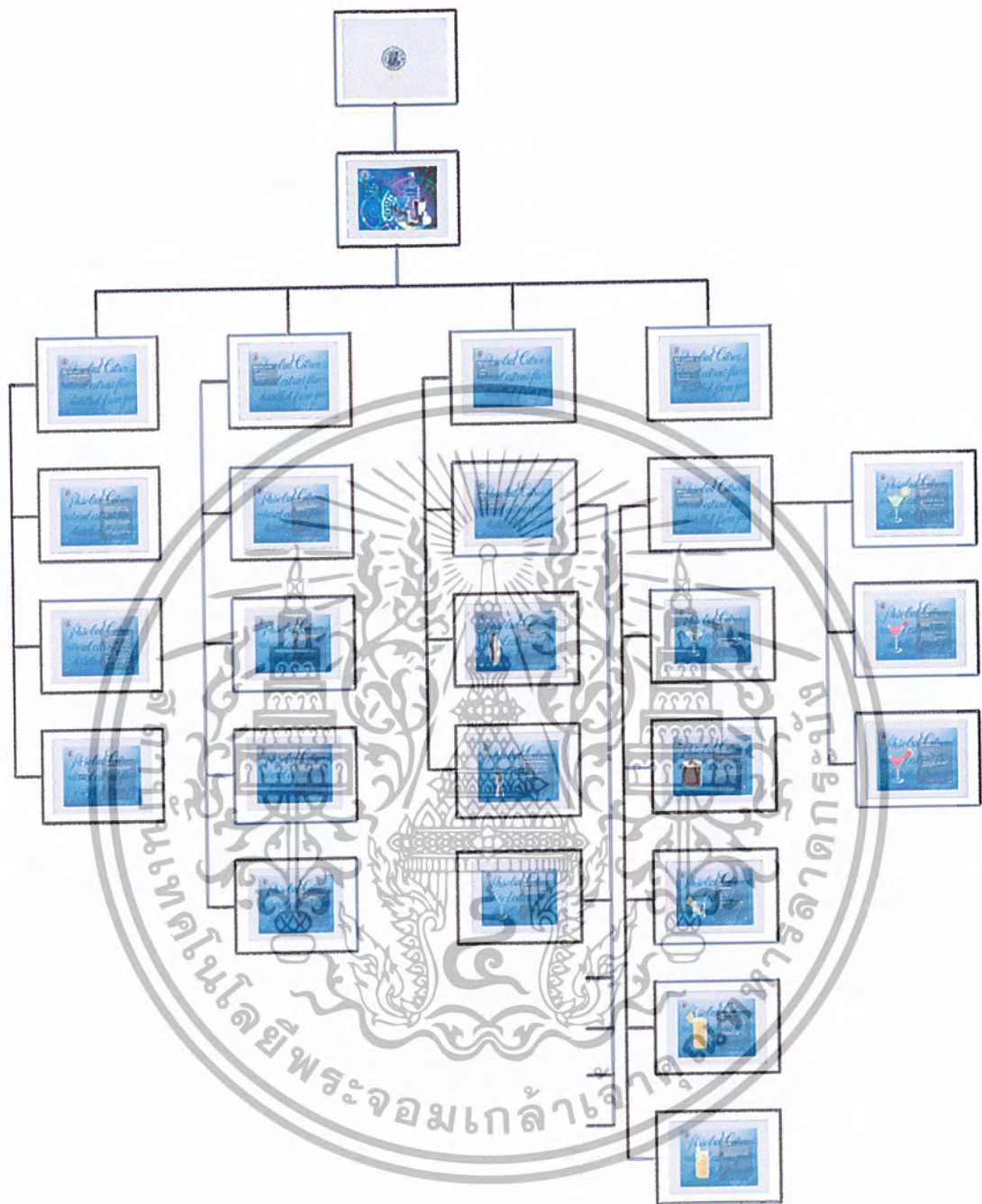
บทที่ 7

ผลงานจริง



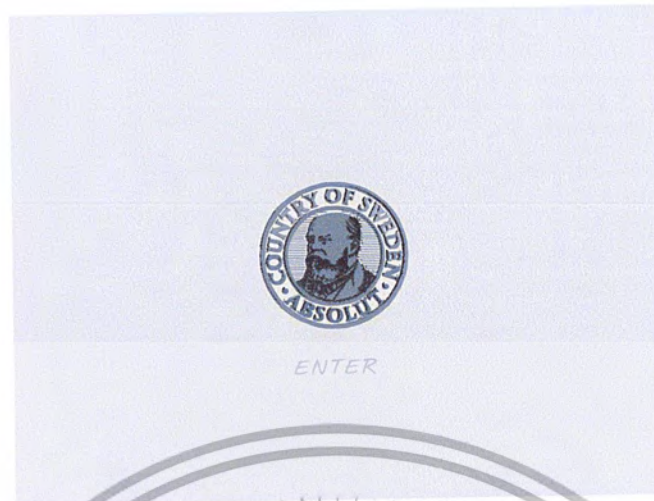
ภาพที่ 17 Site Map

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 18 ภาพ Site Map

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 19 Intro CD-ROM



ภาพที่ 20 Home



ภาพที่ 21 Product ในหมวด Absolut Vodka

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 22 ภาพแก้วในหมวด Equipment : Glasses



ภาพที่ 23 ภาพ Shaker ในหมวด Equipment



ภาพที่ 24 ภาพ Jigger ในหมวด Equipment

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 25 ข้อมูลค็อกเทลและส่วนผสม



ภาพที่ 26 หน้าแสดงการทำค็อกเทล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 8

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการออกแบบสื่อมัลติมีเดียซีดีรอมแนะนำการทำคือกเทลนั้น สามารถสร้างความรู้สึกร่วมกัน
ผลิตภัณฑ์ได้ในระดับหนึ่งโดยตรงกับจุดประสงค์ของการออกแบบที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถมีข้อโต้แย้ง
กับงานชิ้นนี้ได้

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน และข้อเสนอแนะ

ถ้าใช้โปรแกรม Illustrator ในการออกแบบภาพกราฟฟิกที่มีความซับซ้อนมากๆ เช่นการซ้อน
กันหลายๆของชิ้นงานที่มีการปรับแต่งค่า Transparency (ค่าโปร่งใส) และจำเป็นจะต้องนำชิ้นงาน
ไปใช้ในโปรแกรม Flash ในการ Copy เข้าไปในโปรแกรม Flash จะเกิดปัญหาคือ ค่าโปร่งใสที่เรา
ตั้งไว้จะทับ จึงควรที่จะ Save for web ในโปรแกรม Illustrator ให้ออกมาในรูปแบบนามสกุลของ
.SWF แล้วใช้วิธีการ Import เข้าไปใน Flash จะเป็นการลดปัญหาภาพทับได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้สื่อนี้เป็นแนวทางในการโปรโมทสินค้า ในการนำเสนอรูปแบบเดียวกันกับสินค้า
ประเภทอื่น
2. ผลงานนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลให้ความรู้แก่ผู้ใช้ ได้พอสังเขปทั้งวิธีการทำและบอกถึง
ความเป็นมาของเครื่องดื่มคือกเทลบางชนิด
3. เพื่อให้บุคคลทั่วไปที่ใช้สื่อซีดีรอมชุดนี้ รู้จักการทำเครื่องดื่มคือกเทลอย่างง่าย โดยที่ไม่มี
ความรู้เลยก็ได้

บรรณานุกรม

- ช้อนเงิน. ไส้ไส.. ไส้คืออกเทล, FOOD NEWS. (กันยายน-ตุลาคม, 2544), 128-129
- คารศ อวยพร. Vodka สุราขาวไร้เทียมทาน, FOOD NEWS. (กรกฎาคม-สิงหาคม, 2544), 118-120
- Ben Reed, Cool Cocktails. United Kingdom : Ryland Peters and Small Cavendish House, 2000.
- David Biggs, The Cocktail Handbook. United Kingdom : New Holland Publishers (UK) Ltd, 1999.
- “Absolut Facts” [Internet]. Available URL : <http://members.aol.com/absolutad/facts.htm>. 30 November 2003.
- “Absolut history” [Internet]. Available URL : <http://members.tripod.com/~alurgee/Absoluthistory.html>. 30 November 2003.
- “Advertisers in any way” [Internet]. Available URL : <http://www.absolutcollectors.com/gallery/> 14 December 2003.
- “Member Demographics of the Absolut Collectors Society” [Internet]. Available URL : <http://www.absolutcollectorsociety.com/index.php?category=demographics#>. 2000 (December, 31). 14 December 2003.