

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการเสนอแนะออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก สำหรับวัตถุประสงค์แต่งอาหาร
จากเครื่องเทศ ภายใต้การผลิตของ บริษัท โกลโบทูดส์ จำกัด

(PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF FOODS
CONDIMENT FROM SPICE)



โดย

นายณัฐพล นันทสุขเกษม

๒๗

๐๖๓๔๒๐

๒๕๔๙-๒๕๕๐

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....**78347**

วัน,เดือน,ปี.....**27 ก.พ. 2551**

b..... 11 88 ๑๑๖A
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2549 – 50

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



.....
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์ บุณยะ

.....
อาจารย์นิพนธ์วรรณ สมบูรณ์บุณยะ

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

รายการภาพประกอบ

รายการตาราง และ กราฟประกอบ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.2 ความเป็นไปได้ของโครงการ	3
1.3 ขอบเขตของโครงการในด้านคุณภาพ	5
1.4 ขอบเขตของโครงการในด้านปริมาณ	6
1.5 ปัญหา เจือปน ความต้องการและแนวทางในการออกแบบ	11
1.6 แนวทางการศึกษาวิจัย	50
1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	51

บทที่ 2 การค้นคว้าข้อมูลและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตต้นแบบ	
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของ บริษัท โกลโบฟูดส์ จำกัด	52
2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของทางบริษัท	53
2.1.3 นโยบายทางการตลาดของ บริษัท	54
2.1.4 วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	54
2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์	
2.2.1 ส่วนของพืชที่นำมาใช้เป็นเครื่องเทศ	56
2.2.2 ลักษณะทางกายภาพของเครื่องเทศที่นำมาใช้งาน	57
2.2.3 ความต้องการในการคุ้มครองปกป้องผลิตภัณฑ์	60
2.2.4 อายุการเก็บรักษาของเครื่องเทศ	60
2.2.5 ลักษณะการเสื่อมคุณภาพของเครื่องเทศ	60
2.2.6 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลกายภาพของเครื่องเทศ	61
2.2.7 วัตถุประสงค์ในการใช้งานเครื่องเทศ	61
2.2.8 การใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร	61
2.2.9 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร	65
2.2.10 วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการปรุงอาหารร่วมกับเครื่องเทศ	65
2.2.11 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	66
2.3 ข้อมูลด้านการตลาดของเครื่องเทศและเครื่องปรุงรส	
2.3.1 ช่องทางการจำหน่าย ของเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส	67
2.3.2 ภาพรวมตลาดเครื่องเทศเครื่องปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ	68

2.3.3	การแบ่งกลุ่มตลาดเครื่องปรุงแต่งอาหาร	70
2.3.4	วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	72
2.4	ข้อมูลสินค้าเทียบเคียงและคู่แข่ง	
2.4.1	บริษัทผู้ผลิตสินค้าเพียงกลุ่มเดียว	73
2.4.2	บริษัทผู้ผลิตที่มีสินค้าหลายกลุ่ม	76
2.4.3	ผู้ผลิตสินค้าเครื่องเทศจากต่างประเทศ	78
2.4.4	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	80
2.4.5	วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ	82
2.5	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
2.5.1	ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	84
2.5.1.1	ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	84
2.5.1.2	ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	85
2.5.2	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	85
2.6	ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต	
2.6.1	ข้อมูลวัสดุทั่วไป	86
2.6.2	ข้อมูลเบื้องต้นของวัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	88
2.6.3	ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ สำหรับเครื่องเทศ	90
2.6.4	การวิเคราะห์และสรุปผลการเลือกวัสดุที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ตามโครงการ	103
2.6.5	การสรุปเลือกวัสดุในโครงการทั้งหมด	108
2.7	ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
บทที่ 3	การพัฒนาการออกแบบ	
3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Data Analysis for Design)	113
3.2	การพัฒนาแนวความคิดเพื่อการออกแบบ (Idea and Design Development)	114
3.3	งานออกแบบในขั้นสุดท้าย (Structure and Graphic)	143
3.4	การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า (Design Analysis Evaluation)	150
บทที่ 4	การนำเสนอผลงานการออกแบบ	
4.1	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด	151
4.2	ภาพถ่ายหุ่นจำลองต้นแบบบรรจุภัณฑ์	187
4.3	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองานอาร์ตเวิร์ค	194
4.4	ภาพการแสดงผลแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยละเอียด	196
บทที่ 5	บทสรุป	
5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	200
5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	201

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ประวัติการศึกษา

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการเสนอแนะออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับวัตถุประสงค์ปรุงแต่งอาหาร
จากเครื่องเทศ ภายใต้การผลิตของ บริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด
(PACKAGING AND GRAPHIC DESIGN OF FOODS CONDIMENT
FROM SPICE)
ชื่อนักศึกษา นาย ณัฐพล นันทสุขเกษม รหัส 45020111
ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2549 – 50

บทคัดย่อ

การปรุงอาหารด้วยเครื่องเทศก็เป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่มีความละเอียดอ่อน และมีความหลากหลายมาก ในการเตรียมให้อาหารมีรสชาติและหน้าตาที่ดีขึ้น แต่ยังมีผู้คนจำนวนมากเข้าไม่ถึงการใช้เครื่องเทศอย่างจริงจัง แม้ว่าจะมีความสนใจก็ตาม เนื่องจากเป็นเรื่องที่ยากและต้องอาศัยการฝึกฝน รวมถึง ต้องใช้ประสบการณ์ในการใช้งาน

การปรุงอาหารทานเองในปัจจุบันได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากผู้คนใส่ใจในการดูแลตนเอง และมีทางเลือกในการบริโภคที่หลากหลาย และในท้องตลาดก็เริ่มมีสินค้าที่ตอบสนองคนกลุ่มนี้มากขึ้น เนื่องจากมีกำลังซื้อที่มาก จึงสามารถเพิ่มลูกเล่นกับสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

จากการเล็งเห็นโอกาสในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถลดช่องว่างนี้ลงได้ โดยใช้การพัฒนา รูปแบบการใช้งาน ที่ง่ายขึ้น และรูปลักษณะ ที่สวยงาม โดยสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้โดยผ่านทางบรรจุภัณฑ์ จึงเกิดเป็น โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ เพื่อให้เป็น กรณีศึกษา

สำหรับโครงการที่จะเกิดขึ้นนั้นจะ มีการศึกษาถึงรูปแบบการใช้งานดั้งเดิมของเครื่องเทศในการ ประกอบอาหาร รวมถึงพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อสร้างโอกาสทางการออกแบบที่หลากหลาย โดยใช้การวางแผนทางการตลาดเป็นตัวถ่วงกรองงานออกแบบให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในทุกด้าน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ เกิดแนวคิดใหม่ๆในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการปรุงอาหารให้มากขึ้น

คำนำ

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เรื่องที่มีความสำคัญไม่แพ้เรื่องอื่น คือ อาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ อาหารที่ถูกปากย่อมทำให้มนุษย์พึงพอใจ จึงมีผู้คนจำนวนมากหลงใหลในเสน่ห์ของการประกอบอาหาร ซึ่งในการปรุงอาหารนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่างด้วยกันที่ทำให้อาหาร น่ารับประทานไม่ว่าจะเป็น รูป รส กลิ่น โดยเคล็ดลับในการปรุงอาหารให้อร่อย ก็ย่อมต้องใช้สิ่งที่เข้ามาช่วย ในการปรุงแต่ง เช่นเครื่องปรุงรสประเภทต่างๆ ที่มีอยู่มาก มาย แต่สำหรับผู้รัก และมีความสนใจอย่างลึกซึ้งในการประกอบอาหาร แล้ว ย่อมต้องการสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับการปรุง นั่นคือ เครื่องเทศ

เครื่องเทศ เป็นสิ่งที่มีมานานหลายพันปี ตั้งแต่ครั้งแรกที่มนุษย์รู้จักการประกอบอาหาร ซึ่งตัวเครื่องเทศนั้นมีความหลากหลายมาก ทั้งในด้านรสชาติ รูปลักษณ์ การใช้งาน โดยได้ถูกใช้ในทุกส่วนของโลก ซึ่งผู้ที่ใช้งานให้ได้อย่างเชี่ยวชาญจะต้องอาศัยการฝึกฝน และประสบการณ์การใช้งานที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จึงจะได้สัมผัสถึงตัวตน และเสน่ห์ แห่งการใช้งาน จนการใช้งานเครื่องเทศนั้นถูกขนานนามว่าเป็นศาสตร์ หรือศิลปะแขนงหนึ่งเลยทีเดียว ปัจจุบันมีผู้คนจำนวนมากที่สนใจในศาสตร์ของการใช้เครื่องเทศในการปรุงอาหาร แต่ขาดการชี้นำที่ดีในการเข้าถึงการใช้งานอย่างถูกต้อง จุดนี้เองที่เป็นต้นกำเนิดแนว ความคิดในการนำเอาเครื่องเทศ มาสรรสร้างให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าถึงคนได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นด้านการใช้งานที่ง่ายขึ้น หรือการแสวงหาเครื่องเทศมาใช้งานที่ไม่ต้องลำบากและใช้ความรู้มากนัก

การนำเสนอโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเครื่องเทศนี้ เกิดขึ้นเพื่อลดช่องว่างในการเข้าถึงการใช้งานเครื่องเทศของผู้บริโภค โดยใช้การออกแบบเข้ามาช่วย ซึ่งจะเป็นการดึงเอาข้อดีของบรรจุภัณฑ์ ผลานการใช้งานและความงามเข้าด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทำให้ข้าพเจ้ารู้ว่าเราทำงานคนเดียวไม่ได้ และกำลังใจและความเป็นห่วงจากคนรอบข้างมีความสำคัญมาก

ก่อนอื่น ขอขอบพระคุณ พ่อ และแม่ที่เป็นกำลังกาย ใจ และ ทรัพย์ อย่างสุดซึ้ง ที่ทำให้ข้าพเจ้ามีทุกวันนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ดาว อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำปรึกษา ให้ความรู้ คำแนะนำต่างๆ ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้า อย่างไม่เคยเหน็ดเหนื่อย และอาจารย์ในสาขา วิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาอย่างดีมาโดยตลอด

ขอขอบคุณสิ่งดีๆ เหล่านี้ ที่เกิดขึ้นได้แก่.....

- เพื่อนๆ บ้านเช่า ก้อง ย้ง ปาล์ม ดุ้ย ที่รวมฝ่าฟันมาด้วยกันจนทุกวันนี้ และคอยถามไถ่ให้คำปรึกษา ขอขอบคุณมากเพื่อนรักจะจดจำพวกนายตลอดไป
- เพื่อนบ้านเช่า ทิป ใหม่ ปอยหลวง หงส์ ที่เป็นที่ระบายเวลาทุกข์ใจและต้องการความช่วยเหลือรวมถึงคลายเครียดขอบคุณและจะไม่มีวันลืม
- เพื่อนกลุ่ม แพคเกจที่เรียนกันมาด้วยกันตลอด 5 ปี และอยู่เคียงข้างคอยช่วยเหลือทุกอย่างตลอด อยากบอกเหลือเกินว่า นายแน่นมากเพื่อนที่ยังยืนอยู่ได้จนจบ
- น้องๆ พี่ๆ สายรหัส 11 ทุกคนที่คอยช่วยเหลือถามไถ่ทุกขั้สุขเสมอ น้องพี่สำหรับการทำโมเดลในช่วงกำลังลำบาก น้องหลิ พี่ตุ้ชั้วันคงมีโอกาส ช่วยเหลือกัน น้องพี่คนอื่นๆ
- เพื่อนๆ ศอ. รหัส 45 ทุกคน ดีใจที่ได้รู้จักกันและอยู่กันมาตลอด 5 ปี
- พี่สาวที่น่ารักที่สุดสำหรับการช่วยเหลือทุกอย่าง
- และสุดท้าย ขอขอบคุณ ไม่ หลุยส์ เก้ง ที่แม้จะไม่ได้ช่วยทำวิทยานิพนธ์ด้วยกันแต่ทำให้ข้าพเจ้ารู้ว่าคนเราควรจะทำในสิ่งที่ตนรัก
- สุดท้ายที่สุด ขอขอบคุณตัวเองที่อดทนต่อความยากลำบากจนมีวันนี้

รายการภาพประกอบ

	หน้าที่
ภาพที่ 1.1 แสดงภาพรวมขอบเขตในด้านปริมาณของโครงการ	10
ภาพที่ 1.5.1 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศทำน้ำสลัด	13
ภาพที่ 1.5.2 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับหมักเนื้อสัตว์	16
ภาพที่ 1.5.3 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับราดเนื้อสัตว์	19
ภาพที่ 1.5.4 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับราดอาหารเส้น	22
ภาพที่ 1.5.5 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์ เพื่อป้องกัน	25
ภาพที่ 1.5.6 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า	28
ภาพที่ 1.5.7 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปุ้นรส	31
ภาพที่ 1.5.8 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทำปรุงอาหารทอด	34
ภาพที่ 1.5.9 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องแกงพร้อมใช้	37
ภาพที่ 1.5.10 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศปรุงซุป	40
ภาพที่ 1.5.11 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศคอบแห้ง	43
ภาพที่ 1.5.12 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศทาน้ำขมิ้นบึง	46
ภาพที่ 1.5.13 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศจิ้มขนมปัง	49
ภาพที่ 2.1.1 เครื่องหมายของบริษัท	52
ภาพที่ 2.1.2 ตราสินค้า ของทางบริษัท	52
ภาพที่ 2.1.3 เครื่องปรุงอาหารประเภทต้ม	53
ภาพที่ 2.1.4 สินค้าจำพวกน้ำพริก	53
ภาพที่ 2.1.5 ผงเครื่องหมักอาหาร	53
ภาพที่ 2.1.6 ความหลากหลายในตัวสินค้า	53
ภาพที่ 2.2.1 หนุ่ยฝรั่ง มาจากเกสร	56
ภาพที่ 2.2.2 หัวหอม มาจากหัวใต้ดิน	56
ภาพที่ 2.2.3 โรสแมรี่ มาจากใบ	56
ภาพที่ 2.2.4 Cinnamon อบเชย, Clove กานพลู	58
ภาพที่ 2.2.5 Coriander Seed ลูกผักชี, White Pepper พริกไทยขาว	58
ภาพที่ 2.2.6 บรรจุภัณฑ์ที่พบในท้องตลาด	58
ภาพที่ 2.2.7 Rosemary โรสแมรี่, Bay leaf ใบเบย์	58
ภาพที่ 2.2.8 Turmeric ขมิ้น, Ginger ขิง, Garlic กระเทียม	59
ภาพที่ 2.2.9 บรรจุภัณฑ์ที่พบในท้องตลาด	59
ภาพที่ 2.2.10 ภาพตัวอย่างการปรุงโดยใช้ความร้อนแห้ง	62
ภาพที่ 2.2.11 ภาพตัวอย่างการปรุงโดยใช้ความร้อนชื้น	63
ภาพที่ 2.2.12 ภาพตัวอย่างการปรุงโดยไม่ใช้ความร้อน	64

	หน้าที่
ภาพที่ 2.2.13 แสดงขั้นตอนการประกอบอาหาร	64
ภาพที่ 2.3.1 แสดงโครงสร้างการตลาดเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส	67
ภาพที่ 2.3.2 แสดงแผนภาพมูลค่าตลาดรวมปี 2548	68
ภาพที่ 2.5.1 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Image Target	85
ภาพที่ 2.6.1 แสดงความต้องการในการปกป้อง	90
ภาพที่ 2.6.2 วัสดุประเภท	91
ภาพที่ 2.6.3 วัสดุประเภท PE / AL / PET	92
ภาพที่ 2.6.4 ตัวอย่างสารดูดซับออกซิเจน แบบของขนาดเล็ก	94
ภาพที่ 2.6.5 ตัวอย่างถุง Zip pack	96
ภาพที่ 2.6.6 ฉลากพลาสติกหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ (Shrink Label	98
ภาพที่ 2.6.7 ฉลากพลาสติกหุ้มฝาปากขวด (Shrink cap seal)	99
ภาพที่ 3.2.1 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ	114
ภาพที่ 3.3.1 โลโก้ที่ออกแบบตามแนวทางที่ 4	116
ภาพที่ 3.3.2 โลโก้ที่พัฒนาแบบแล้ว	116
ภาพที่ 3.3.3 ภาพแสดงตราสินค้าขั้นสุดท้าย	117
ภาพที่ 3.4.1 ภาพสรุปลักษณะการใช้งานทั้งหมด	124
ภาพที่ 3.5.1 แสดงการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 1 Art of Spices	125
ภาพที่ 3.5.2 แสดงการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 2 Secret of Spices	126
ภาพที่ 3.5.3 แสดงการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 3 Sense of Spices	127
ภาพที่ 3.5.4 สรุปการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 3 Sense of Spices	128
ภาพที่ 3.5.5 แสดงบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Characteristic	128
ภาพที่ 3.5.6 แสดงการพัฒนาแนวความคิดร่วมกับ Brand Character เพื่อสร้าง Element	129
ภาพที่ 3.5.7 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 1 + Element 1	129
ภาพที่ 3.5.8 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 1 + Element 2	129
ภาพที่ 3.5.9 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 2 + Element 3	130
ภาพที่ 3.5.10 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 2 + Element 4	130
ภาพที่ 3.5.11 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 3 + Element 5	130
ภาพที่ 3.5.12 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 3 + Element 6	130
ภาพที่ 3.5.13 แสดงแบบที่ถูกเลือกเพื่อนำไปสร้างต้นแบบ	131
ภาพที่ 3.5.14 หุ่นจำลองเพื่อศึกษาในรูปแบบ 3 มิติ	132
ภาพที่ 3.5.15 ภาพแสดงการสรุปแบบโครงสร้างสำหรับใช้เป็นแบบจริง แบบที่ 1	133
ภาพที่ 3.5.16 ภาพแสดงการสรุปแบบโครงสร้างสำหรับใช้เป็นแบบจริง แบบที่ 2	133
ภาพที่ 3.5.17 แสดงแบบโครงสร้างสุดท้ายที่ใช้จริงตามโครงการ	134

ภาพที่ 3.5.18 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกแบบที่ 1	135
ภาพที่ 3.5.19 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกแบบที่ 2	135
ภาพที่ 3.5.20 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกแบบที่ 3	135
ภาพที่ 3.5.21 แสดงการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 1	136
ภาพที่ 3.5.22 แสดงการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 2	136
ภาพที่ 3.5.23 แสดงการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 3	136
ภาพที่ 3.5.24 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 1	137
ภาพที่ 3.5.25 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 2	138
ภาพที่ 3.5.26 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 3	138
ภาพที่ 3.5.27 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 4	138
ภาพที่ 3.5.28 แสดงการแทนค่าสี ที่เลือกจากภาพเอกลักษณ์ประจำชาติ	140
ภาพที่ 3.5.29 แสดงสีต่างๆ ที่เลือกมาเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ	140
ภาพที่ 3.5.30 แสดงการแทนค่าสี ที่เลือกจากสีของส่วนประกอบในธงชาติ	141
ภาพที่ 3.5.31 แสดงการใช้ภาพประกอบในลักษณะสัญลักษณ์ประจำชาติ	141
ภาพที่ 3.5.32 แสดงการใช้ภาพประกอบในลักษณะภาพวาด	142
ภาพที่ 3.5.33 แสดงการออกแบบในองค์ประกอบอื่นๆ บนบรรจุภัณฑ์	142
ภาพที่ 3.6.0 แสดงบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม	143
ภาพที่ 3.6.1 แสดงภาพคลี่ลอกบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม	143
ภาพที่ 3.6.2 แสดง บรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน	143
ภาพที่ 3.6.3 ภาพคลี่ และ ส่วนประกอบของถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน	144
ภาพที่ 3.6.4 แสดง แถบคาดของบรรจุภัณฑ์น้ำซอสราดเนื้อสัตว์	144
ภาพที่ 3.6.5 แสดง แถบคาดของบรรจุภัณฑ์น้ำซอสราดอาหารเส้น	145
ภาพที่ 3.6.6 แสดง แถบคาดของบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า	145
ภาพที่ 3.6.7 แสดง แถบคาดของบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส	146
ภาพที่ 3.6.8 แสดง ส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำเนื้อสัตว์	146
ภาพที่ 3.6.9 แสดง แถบคาดของบรรจุภัณฑ์ แป้งสำหรับทอดปรุงรสอาหาร	147
ภาพที่ 3.6.10 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องแกงอินเดีย	147
ภาพที่ 3.6.11 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศถุงปรุงรูปแบบใส	148
ภาพที่ 3.6.12 แสดงบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรอบแห้งบรรจุภาต ชนิดของย่อย	148
ภาพที่ 3.6.13 แสดง ภาพคลี่ และ ส่วนประกอบของสมุนไพรอบแห้งชนิดของย่อย	148
ภาพที่ 3.6.14 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทาหน้าขนมปัง (ด้านหน้า - หลัง)	149
ภาพที่ 3.6.15 แสดงภาพคลี่ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกของเครื่องเทศจิ้มขนมปัง	149
ภาพที่ 3.6.16 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศจิ้มขนมปัง	149

ภาพที่ 4.1-1	ผ่านภาพแสดงสรุปสาเหตุของโครงการ	151
ภาพที่ 4.1-2	ผ่านภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย	151
ภาพที่ 4.1-3	ผ่านภาพแสดงข้อมูลบริษัท	152
ภาพที่ 4.1-4	ผ่านภาพแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์	152
ภาพที่ 4.1-5	ผ่านภาพแสดงขั้นตอนการประกอบอาหาร	153
ภาพที่ 4.1-6	ผ่านภาพแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยสรุป	153
ภาพที่ 4.1-7	ผ่านภาพแสดงข้อมูลด้านการตลาด	154
ภาพที่ 4.1-8	ผ่านภาพแสดงข้อมูลตลาดเครื่องเทศและเครื่องปรุงรส	154
ภาพที่ 4.1-9	ผ่านภาพแสดงการกระจายสินค้า	155
ภาพที่ 4.1-10	ผ่านภาพแสดงข้อมูลด้านการตลาดโดยสรุป	155
ภาพที่ 4.1-11	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง	156
ภาพที่ 4.1-12	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 1	156
ภาพที่ 4.1-13	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 2	157
ภาพที่ 4.1-14	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 3	157
ภาพที่ 4.1-15	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 4	158
ภาพที่ 4.1-16	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 5	158
ภาพที่ 4.1-17	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 6	159
ภาพที่ 4.1-18	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 7	159
ภาพที่ 4.1-19	ผ่านภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 8	160
ภาพที่ 4.1-20	ผ่านภาพแสดง ข้อมูลคู่แข่ง 9	160
ภาพที่ 4.1-21	ผ่านภาพแสดงการวางตำแหน่งในด้านภาพลักษณ์	161
ภาพที่ 4.1-22	ผ่านภาพแสดงการวางตำแหน่งในด้านการใช้งาน	161
ภาพที่ 4.1-23	ผ่านภาพแสดง การวางตำแหน่งในด้านอื่นๆ	162
ภาพที่ 4.1-24	ผ่านภาพแสดงสรุปจุดขาย	162
ภาพที่ 4.1-25	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 1	163
ภาพที่ 4.1-26	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 2	163
ภาพที่ 4.1-27	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 3	164
ภาพที่ 4.1-28	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 4	164
ภาพที่ 4.1-29	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 5	165
ภาพที่ 4.1-30	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 6	165
ภาพที่ 4.1-31	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 7	166
ภาพที่ 4.1-32	ผ่านภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 8	166
ภาพที่ 4.1-33	ผ่านภาพแสดงวัสดุและกรรมวิธีการผลิต	167
ภาพที่ 4.1-34	ผ่านภาพแสดงชนิดของฟิล์มพลาสติก	167

ภาพที่ 4.1-35 ผ่านภาพแสดงวัสดุป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ	168
ภาพที่ 4.1-36 ผ่านภาพแสดงอิทธิพลของความชื้น และวัสดุประกอบ	168
ภาพที่ 4.1-37 ผ่านภาพแสดงตารางสรุประวัติ 1	169
ภาพที่ 4.1-38 ผ่านภาพแสดงตารางสรุประวัติ 2	169
ภาพที่ 4.1-39 ผ่านภาพแสดงตารางเลือกชื่อแบรนด์	170
ภาพที่ 4.1-40 ผ่านภาพแสดงการออกแบบโลโก้	170
ภาพที่ 4.1-41 ผ่านภาพแสดงการพัฒนาแบบโลโก้	171
ภาพที่ 4.1-42 ผ่านภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบ	171
ภาพที่ 4.1-43 ผ่านภาพแสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้าง 1	172
ภาพที่ 4.1-44 ผ่านภาพแสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้าง 2	172
ภาพที่ 4.1-45 ผ่านภาพแสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้าง 3	173
ภาพที่ 4.1-46 ผ่านภาพแสดงการสร้าง element	173
ภาพที่ 4.1-47 ผ่านภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้าง 1	174
ภาพที่ 4.1-48 ผ่านภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้าง 2	174
ภาพที่ 4.1-49 ผ่านภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้าง 3	175
ภาพที่ 4.1-50 ผ่านภาพแสดงการสรุปเลือกโครงสร้าง	175
ภาพที่ 4.1-51 ผ่านภาพแสดงการวางแผนการจัดเรียงสินค้าทั้งหมด 1	176
ภาพที่ 4.1-52 ผ่านภาพแสดงการวางแผนการจัดเรียงสินค้าทั้งหมด 2	176
ภาพที่ 4.1-53 ผ่านภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิก	177
ภาพที่ 4.1-54 ผ่านภาพแสดงแนวทางในการออกแบบกราฟิก	177
ภาพที่ 4.1-55 ผ่านภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟิก 1 - 2	178
ภาพที่ 4.1-56 ผ่านภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟิก 3 - 4	178
ภาพที่ 4.1-57 ผ่านภาพแสดงการใช้สีในกราฟิกแนวทางที่ 1	179
ภาพที่ 4.1-58 ผ่านภาพแสดงสีที่ถูกเลือกมา	179
ภาพที่ 4.1-59 ผ่านภาพแสดงการใช้สีในกราฟิกแนวทางที่ 2	180
ภาพที่ 4.1-60 ผ่านภาพแสดงการใช้ภาพประกอบแนวทางที่ 1	180
ภาพที่ 4.1-61 ผ่านภาพแสดงการใช้ภาพประกอบแนวทางที่ 2	181
ภาพที่ 4.1-62 ผ่านภาพแสดงการออกแบบส่วนอื่นๆในด้านกราฟิก	181
ภาพที่ 4.1-63 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน	182
ภาพที่ 4.1-64 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดอาหารเส้น (Pasta Sauce บรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์ก่อนทาน (Finishing Sauce	182
ภาพที่ 4.1-65 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม (Salad Dressing	183
ภาพที่ 4.1-66 ผ่านภาพแสดง บรรจุภัณฑ์ แป้งสำหรับทอดปรุงรสอาหาร (Batter Spice Mix) บรรจุภัณฑ์ รวมหน่วย เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์เพื่อการ ปิ้งย่าง (Spice Rub Set)	183

ภาพที่ 4.1-67 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า (Rice with Spicy Curry	_____	184
บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส (Rice Seasoned Mix)		
ภาพที่ 4.1-68 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรอบแห้ง (Freeze Dry Herb)	_____	184
ภาพที่ 4.1-69 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทาหน้าขนมปัง (Spice Paste for Bread)	_____	185
ภาพที่ 4.1-70 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องแกงอินเดีย (Indian Style Curry)	_____	185
ภาพที่ 4.1-71 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ รวมหน่วยเครื่องเทศปรุงรูปแบบใส (Spice Bags)	_____	186
ภาพที่ 4.1-72 ผ่านภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศจุ่มขนมปัง (Spice Dipping)	_____	186
ภาพที่ 4.2.0 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งโครงการ	_____	187
ภาพที่ 4.2.1 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม	_____	187
ภาพที่ 4.2.2 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน	_____	188
ภาพที่ 4.2.3 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดอาหารเส้น	_____	188
ภาพที่ 4.2.4 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์	_____	189
ภาพที่ 4.2.5 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์	_____	189
ภาพที่ 4.2.6 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ แป้งสำหรับทอดปรุงรสอาหาร	_____	190
ภาพที่ 4.2.7 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องแกงอินเดีย	_____	190
ภาพที่ 4.2.8 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า	_____	191
ภาพที่ 4.2.9 ต้นแบบ บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส	_____	191
ภาพที่ 4.2.10 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรอบแห้ง	_____	192
ภาพที่ 4.2.11 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศปรุงรูปแบบใส	_____	192
ภาพที่ 4.2.12 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทาหน้าขนมปัง	_____	193
ภาพที่ 4.2.13 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศจุ่มขนมปัง	_____	193

รายการตาราง และ กราฟประกอบ

หน้าที่

ตารางที่ 2.6.1 แสดงค่าการซึมผ่านของก๊าซ	91
ตารางที่ 2.6.2 แสดงการสรุปเลือกวัสดุในโครงการทั้งหมด ส่วนแรก	109
ตารางที่ 2.6.3 แสดงการสรุปเลือกวัสดุในโครงการทั้งหมด ส่วนที่สอง	109
ตารางที่ 3.3.1 แสดงการเลือกชื่อโดยการให้คะแนนจากปัจจัย	115
ตารางที่ 3.5.1 แสดงการเลือกแบบที่พัฒนาแล้ว	131
ตาราง ที่ 3.5.2 แสดงการเลือกแบบกราฟิกเพื่อนำไปพัฒนาต่อ	137
กราฟที่ 2.4.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ภาพลักษณ์	80
กราฟที่ 2.4.2 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน การใช้งาน	80
กราฟที่ 2.4.3 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน การปรุง และ ทักษะ	81
กราฟที่ 2.4.4 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ราคา และ การใช้ภาพ	81
กราฟที่ 2.2.5 แสดงตำแหน่งของ ZEST เมื่อเทียบกับคู่แข่ง	82
กราฟที่ 2.5.1 แสดงการเปรียบเทียบ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเดิม และ สินค้าใหม่	84





บทที่ 1 บทนำ

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องเทศถือเป็นอีกหนึ่ง อุตสาหกรรมอาหารที่น่าสนใจ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมประกอบเครื่องเทศมากขึ้น และความต้องการในการใช้งานก็มีมากขึ้น ตลาดเครื่องเทศในแต่ละประเทศจะมีลักษณะแตกต่างกันเช่นในประเทศอินเดียการบริโภคเครื่องเทศ มีมากมายหลายชนิดส่วนใหญ่แล้วจะเน้นเครื่องเทศที่มีกลิ่นฉุน ตลาดในยุโรปจะมีความต้องการเครื่องเทศจำพวกพริกไทย มากที่สุด รวมทั้งเครื่องเทศที่ให้ความเผ็ดร้อน หรือมีคุณสมบัติเป็นสมุนไพร ในส่วนของตลาดในประเทศญี่ปุ่นจะเน้นเครื่องเทศที่ให้รสชาติเผ็ดร้อนรวมทั้งเครื่องเทศที่ช่วยเพิ่มสีส้มให้กับอาหารจะเห็นว่าตลาดเครื่องเทศเริ่มเป็นที่แพร่หลายในทุกประเทศรวมถึงภายในประเทศด้วย

เครื่องเทศใช้ถูกใช้เพื่อการแต่งกลิ่น รสและเพิ่มสีสันของอาหาร ตลอดจนการดับกลิ่นคาวของเนื้อสัตว์หรือกลบกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ของส่วนผสมของอาหารบางชนิด นอกจากนั้นยังมีการใช้เครื่องเทศในการถนอมอาหารไม่ให้บูดเน่าง่าย เครื่องเทศเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้ควบคู่กับการ รับประทานหรือการปรุงอาหาร สำหรับการบริโภคภายในประเทศมีทั้งการบริโภคขั้นสุดท้าย (Final goods) และใช้เป็นส่วนผสมของการผลิตอาหารสำเร็จรูปในลักษณะสินค้าขั้นกลาง (Intermediate goods) เช่น บะหมี่สำเร็จรูป เครื่องแกง เป็นต้น

รูปแบบการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไปของสังคมในปัจจุบัน ผู้คนรีบเร่งและมีเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ น้อยลง การปรุงอาหารทานเองที่บ้านก็เป็นที่ได้รับความนิยมมากขึ้น แม้บ้านสมัยใหม่จึงต้องการความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลาในการประกอบอาหารมากขึ้น นอกจากนี้การปรุงอาหารส่วนใหญ่ ต้องใช้เครื่องเทศหลายอย่าง และการปรุงอาหารให้อร่อยต้องใช้เครื่องเทศต่างๆ ในสัดส่วนที่พอเหมาะ การใช้เครื่องเทศเครื่องปรุงรสแบบแก้มมีความยุ่งยากและใช้เวลาในการเตรียมมาก อีกทั้งยังต้องใช้ทักษะ และความรู้ในการทำงานมากทั้งในด้านการเลือกชนิดเครื่องเทศ การตรวจเพื่อ กำหนดปริมาณ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการใช้งานต่อแม่บ้านมือใหม่ไม่น้อย เครื่องปรุงรสในปัจจุบันมีอยู่มากมายหลายชนิด แต่กระแสของการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้บริโภค ทำให้เครื่องปรุงรสที่มีส่วนผสมหลักจากเครื่องเทศซึ่งเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติไม่ใช้สารสังเคราะห์เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้

เครื่องเทศ และเครื่องปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ นับว่าเป็นหนึ่งในสินค้าอุตสาหกรรม ที่ตลาดยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก สำหรับในประเทศนั้นมีการเติบโตจากปัจจัยหนุนหลากหลายประการ กล่าวคือ ผู้บริโภคหันมานิยมสิ่งปรุงแต่งอาหารหลากหลายประเภทมากขึ้น จากเดิมที่นิยมบริโภคน้ำปลาและซอสถั่วเหลืองเท่านั้น รวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยน แปลงไปของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการปรุงอาหาร บริษัท บริษัท โกลโบทัส จำกัด จึงมีความต้องการวิจัยและพัฒนาเครื่องปรุงรสอาหารให้มีความหลากหลาย และใช้งานได้สะดวกมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดขึ้น

รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่นั้น จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยจัดการกับสินค้าเหล่านั้น ผ่านทางการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ อันจะเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้ สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม เป็นการยกระดับสินค้า และตอบรับกับความต้องการในการใช้งานจริงที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้าน การอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

(Convenience) การบรรจุที่ดี (Containment) การเก็บรักษาคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (Protection) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) จึงได้ริเริ่มให้เกิด โครงการเสนอแนะออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศภายใต้ บริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด

1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

โครงการเสนอแนะออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ ภายใต้การผลิตของ บริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุน นโยบายของทางบริษัท ที่ต้องการขยายตลาดของการบริโภคเครื่องเทศให้มากขึ้น เนื่องจากบริษัทเป็นผู้นำในการผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรสอาหาร และเครื่องเทศภายในประเทศ ตลอดจนส่งออกไปยังต่างประเทศ จึงมีศักยภาพในการผลิตและการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน โดย เพิ่มความหลากหลายและหน้าที่การใช้งานให้ผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในปัจจุบัน การใช้งานเครื่องเทศยังมีรูปแบบเดิมๆ คือใช้เป็นเครื่องปรุงอาหารมือหลัก ซึ่งถูกปรุงโดยผู้ที่มีความรู้ชำนาญในการใช้งานเครื่องเทศอยู่แล้ว เช่น พ่อครัว แม่ครัว หรือผู้ที่มีหน้าที่ทำอาหารโดยใช้งานเครื่องเทศที่ยังไม่ผ่านการแปรรูปเป็นหลัก แม่บ้านหรือผู้ที่ต้องการประกอบอาหารมือใหม่ไม่สามารถใช้งานได้สะดวก เนื่องจากขาดความรู้และประสบการณ์ในการใช้งานตลอดจนแม่บ้านที่มีความรู้แต่ไม่มีความสะดวกในการใช้งาน จึงควรทำให้เครื่องเทศเหล่านั้นอยู่ในรูปที่ใช้งานได้สะดวกสบายมากขึ้นให้กับผู้บริโภคที่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในการทำอาหารมาก่อนหรือซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าที่จะเกิดขึ้นใหม่ และเกิดทางเลือกใหม่ๆ ในการบริโภคมากขึ้น

จึงเป็นโอกาสอันดีที่จะสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้แก่เครื่องเทศ ที่จะเสนอความสะดวกในการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงแต่งอาหารแต่ละชนิด ที่มีปัจจัยความต้องการในการใช้งานเครื่องเทศในรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามวิธีการประกอบอาหารแต่ละประเภท และสร้างความหลากหลายในด้านรสชาติ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ในการบริโภค ซึ่งตลาดเครื่องเทศดังกล่าวยังมีช่องว่างในการทำตลาดอยู่มาก

โดยแบ่งเป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การวางแผนการทำงานในการออกแบบ รวมถึงการจัดการ จะถูกดำเนินการ เพื่อผลักดันโครงการ ของ บริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด เพื่อให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นแนวทางการผลิตในอนาคตต่อไป
2. การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นการสร้างเอกลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าของทางบริษัท ให้เป็นที่สังเกตและจดจำง่าย รวมทั้งเพื่อเป็นการสร้างจุดขาย (selling point) ตามตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (product - positioning) โดย

เสนอเป็นโครงการออกแบบเสนอแนะตามนโยบาย ของทางบริษัท โกลโบทูเดิล จำกัด เพื่อเป็นต้นแบบและกรณีศึกษา สำหรับผลิตภัณฑ์ในอนาคต

3. การวางแผน การจัดการ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ ประยุกต์อาหารจากเครื่องเทศ จะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงาม ความเหมาะสมในแง่ต้นทุน และวัสดุที่ใช้ ตลอดจน ความเป็นไปได้ทางการผลิต
4. บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจะต้องอำนวยความสะดวกในการตอบสนองของผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยคำนึง ถึงความต้องการในด้าน การจับถือ การเคลื่อนย้าย การจัดบนชั้นวางขาย การพกพา การเก็บรักษา การบรรจุ การเปิด-ปิด การผสม และการใช้งานอื่น ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์

1.2 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นโครงการออกแบบเพื่อสนับสนุน โครงการของบริษัท โกลโบทูเดิล จำกัด ซึ่งพิจารณาแล้วว่ามีประโยชน์และมีความสอดคล้อง กับนโยบายของ บริษัท ที่ต้องการพัฒนา สินค้ากลุ่มใหม่ขึ้นมาจากวัตถุดิบเดิม คือเครื่องเทศ เครื่องปรุงรสที่มีความพร้อมสูงอยู่แล้ว ทั้งในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพและเงินทุน โดยสินค้ามีโอกาสที่จะผลิตได้จริงในอนาคต

2. ด้านเศรษฐกิจ

โครงการออกแบบ บรรจุภัณฑ์นี้ จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เพื่อให้เกิดการบริโภครูปแบบใหม่ และเป็นที่ยอมรับ ส่งเสริมให้เกิด การกระตุ้นการขยายตัวตลาดของเครื่องเทศ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารภายในประเทศให้เติบโตยิ่งขึ้น และยังใช้เป็นจุดขายใหม่เพื่อการส่งออกไปยังต่างประเทศ เป็นการสร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับทางบริษัท รวมถึงแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในอุตสาหกรรมอาหารของไทย

3. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์ ประยุกต์อาหารจาก เครื่องเทศ จะมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติไม่ใช้สารสังเคราะห์ขึ้นมาจึงปลอดภัยกว่าการใช้สารปรุงแต่งอื่นๆ ซึ่งถือเป็นจุดขายคือ สุขภาพที่ดีที่ผู้บริโภคจะได้รับ และรสชาติแท้จากเครื่องเทศธรรมชาติ และรวมถึงการเลือกใช้วัสดุเพื่อมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงผล กระทบต่อสิ่งแวดล้อม และจะต้องไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมอันดีงามของไทยด้วย

4. ด้านการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของการออกแบบ

โครงการนี้เป็นโครงการที่ก่อให้เกิดการฝึกฝนในการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ อย่างมีระบบโดยเปิดโอกาสให้ได้ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ การดำเนิน งาน อีกทั้งต้องใช้ ความรู้ความสามารถ และการค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการออกแบบกราฟิก การออกแบบ โครงสร้าง การสร้างเอกลักษณ์ร่วม (Corporate identity) รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตได้อย่างเหมาะสม

5. ด้านความเป็นไปได้ด้านกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

โครงการนี้เป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและอุตสาหกรรมทางอาหาร จึงมีระเบียบข้อบังคับของบรรจุกภัณฑ์อาหารของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ที่ต้องศึกษาและทำความเข้าใจ

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

จากเหตุผลข้างต้นจึงสรุปได้ว่า โครงการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งรสอาหารจากเครื่องเทศของบริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด มีความเป็นไปได้ และมีความเหมาะสมที่จะเกิดขึ้นในหลายๆ ด้าน ซึ่งการดำเนินการดำเนินการของโครงการเป็นไปตามความต้องการ และเป็น นโยบายของทางบริษัท และ สอดคล้องกับความต้องการจริงที่มีอยู่ของผู้บริโภค ตลอดจนเป็นโอกาสอันดีที่จะเกิดกระบวนการฝึกฝนและเป็นการใช้ความรู้ในวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกให้เกิดประโยชน์สูงสุด



1.3 ขอบเขตของการออกแบบตามโครงการในด้านคุณภาพ

1. ด้านการออกแบบกราฟิกและการสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์

- ทำการออกแบบตราสัญลักษณ์รุ่นใหม่ (Corporate logo) เพื่อการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ หรือสื่ออื่นๆ โดยแสดงถึงความเป็นตัวตน เอกลักษณ์ที่พึงมี ให้เป็นที่จดจำ
- ทำการออกแบบกราฟิกแสดงถึง เอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand identity) เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวสินค้า เป็นการสร้างความแข็งแรงของตราสินค้าให้เป็นที่สนใจจดจำ ของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่ยึดของบุคคลทั่วไป
- ทำการออกแบบกราฟิก ให้เกิดเอกลักษณ์ร่วม (Corporate identity) ในแต่ละกลุ่มสินค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) ของผลิตภัณฑ์ ภายใต้เอกลักษณ์ของตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและจดจำระหว่างสินค้าภายใต้ แบนด์เดียวกัน พร้อมแสดงความแตกต่างของสินค้าตามประเภท และการใช้งาน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนต่อทั้งผู้ชาย และ ผู้ซื้อ และ ผู้บริโภค
- แสดงข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบ เช่น ชื่อ ของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้งาน รสชาติ ส่วนประกอบ วันที่ผลิต วันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ และ ข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นไปตามข้อบังคับของกฎหมายให้ครบถ้วน

2. ด้านการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

- ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึง เอกลักษณ์ของ ตราสินค้า เอกลักษณ์ของสินค้า ตามการวางตำแหน่ง ของ ตราสินค้า เป็นการสร้างความแข็งแรงของตราสินค้า ให้ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย สนใจ และอยู่ในความทรงจำ ตลอดจนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป
- ทำการออกแบบรูปร่างและโครงสร้างของ บรรจุภัณฑ์ ให้มี เอกลักษณ์ร่วม (Corporate identity) ตลอดจน ประยุกต์เอกลักษณ์ร่วม ลงบนสินค้าต่างโครงสร้างกัน ในแต่ละกลุ่มสินค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายใต้เอกลักษณ์ของตราสินค้าได้อย่างมีคุณภาพ ขณะเดียวกัน ต้องสามารถแบ่งแยกสินค้าแต่ละชนิดกัน ได้อย่างไม่สับสน
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้ คือ การบรรจุที่ดี ง่ายและสะดวก (Containment) , การปกป้องคุ้มครองสินค้าที่ดี ทั้งจากการวางขาย การขนส่ง และการเก็บรักษา (Protection) , การอำนวยความสะดวก ให้กับผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ซื้อ (Convenience) , การส่งเสริมการขาย เชื้อประโยชน์ในด้านการจัดวางและ โดดเด่น (Promotion)

1.4 ขอบเขตของการออกแบบตามโครงการในด้านปริมาณ

จากการวิเคราะห์โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์ และสภาพตลาด มีความต้องการทางด้านการใช้งาน ที่บรรจุภัณฑ์จะต้องถูกสร้างขึ้นเพื่อรองรับ กับการใช้งานที่แตกต่างกัน จึงได้ทำการเลือกความต้องการเหล่านั้นจำแนก ออกเป็นความต้องการสำหรับการปรุงอาหาร ประเภทต่างๆ รวมถึงความต้องการในใช้งานที่ปรับให้ได้หลายอย่างของบรรจุภัณฑ์ และจัดให้อยู่ตามการแบ่งประเภทตามสภาพการจัดจำหน่ายออกเป็น 4 กลุ่ม โดยบรรจุภัณฑ์เครื่องเทศที่ทำการออกแบบภายใต้โครงการ มีจำนวนทั้งสิ้น 59 ชิ้นงาน ดังนี้

กลุ่มน้ำซอส Sauce and condiment

- เครื่องเทศสำเร็จรูปเพื่อการทำน้ำสลัดแบบเย็น โดยการผสมน้ำสลัดเข้ากับผงเครื่องเทศ และนำไปแช่เย็น ในบรรจุภัณฑ์ตัวเดียวกัน ก่อนราดลง บน ผัก ผลไม้ เพื่อปรุงแต่ง รส กลิ่น จำนวน 4 ชิ้น 4 รสชาติ

1. เครื่องเทศสำหรับการทำน้ำสลัด รส French Vinaigrette
2. เครื่องเทศสำหรับการทำน้ำสลัด รส Italian herb
3. เครื่องเทศสำหรับการทำน้ำสลัด รส Indian Tikka
4. เครื่องเทศสำหรับการทำน้ำสลัด รส Mexican Red pepper

- เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับหมักเนื้อสัตว์ก่อนนำไปอบ ที่ใช้หมักได้ในตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อดับกลิ่นคาว และปรุงแต่ง รส สี กลิ่น แบ่งออกเป็น 3 รสชาติ เพื่อความสะดวกในการเลือกใช้ จำนวน 3 ชิ้น 3 สูตรอาหาร (primary 3 + secondary 3)

1. ดูกหมักเครื่องเทศสำเร็จรูป รส Africa's Jabula
2. ดูกหมักเครื่องเทศสำเร็จรูป รส Argentine Chimmi
3. ดูกหมักเครื่องเทศสำเร็จรูป รส Tahitian Lime

- เครื่องเทศสำเร็จรูปชนิด ผง น้ำซอส สำหรับราดลงบนเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จ จากการ อบ ย่าง ทอดมาแล้ว โดยใช้ผสม ชุ่น และราดลงบนเนื้อสัตว์ ได้ในบรรจุภัณฑ์ตัวเดียวกัน เพื่อเพิ่ม รสชาติ สี กลิ่น แบ่งรสชาติออกเป็นสูตรอาหารนานาชาติ จำนวน 3ชิ้น3รสชาติ (primary3 + secondary3)

1. น้ำซอส สำหรับราดบนเนื้อสัตว์ ก่อนทาน รส Roasted Garlic
2. น้ำซอส สำหรับราดบนเนื้อสัตว์ ก่อนทาน รส Creamy Dijon Mustard
3. น้ำซอส สำหรับราดบนเนื้อสัตว์ ก่อนทาน รส Cracked Peppercom

- เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำน้ำซอสราดสปาเก็ตตี้หรืออาหารเส้นปรุงสุกจำพวก มักกะโรนี พาสต้า โดยการเติมน้ำและเนื้อสัตว์ดิบโดยการอุ่นและราดบนอาหารเส้น ก่อนการทาน โดยบรรจุภัณฑ์เดียวกัน เพื่อ ปรุงแต่ง รส จำนวน 3 ชั้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3)

1. น้ำซอสสำหรับพาสต้า รส Indonesian Sambalan
2. น้ำซอสสำหรับพาสต้า รส Vietnamese Chilli
3. น้ำซอสสำหรับพาสต้า รส Italian Ricotta

กลุ่มเครื่องปรุงรส Seasoning

- เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำข้าวราดหน้าต่างๆ เช่นข้าวราดแกงกะหรี่ไก่ โดยใช้การ เติมน้ำและเนื้อสัตว์ดิบ และนำไปอุ่นโดยไมโครเวฟ และราดบนข้าวปรุงสุก โดยใช้บรรจุภัณฑ์ตัวเดียวกัน เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น จำนวน 3 ชั้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3)

1. เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า Indian Dhal Curry Rice
2. เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า Italian Cacciatore Rice
3. เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า Indonesian Red Curry Rice

- เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำข้าวปรุงรส โดยการเติมน้ำและเนื้อสัตว์ดิบ และอุ่นไมโครเวฟ แล้วใช้ผสมกับข้าวที่ปรุงสุก ก่อนการทาน ได้ในบรรจุภัณฑ์ตัวเดียวกัน เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น และสี สัน ให้มีความสวยงามน่ารับประทาน จำนวน 3 ชั้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3)

1. เครื่องเทศสำหรับการทำข้าวปรุง รส Fennel Dill Risotto
2. เครื่องเทศสำหรับการทำข้าวปรุง รส Saffron Turmeric rice
3. เครื่องเทศสำหรับการทำข้าวปรุง รส Garlic Basil Rice

- เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับการทำเนื้อสัตว์ เพื่อการบั้ง ย่าง โดยสะดวกพร้อมใช้งานเพื่อเพิ่มรสชาติ สี กลิ่น ประกอบไปด้วย เครื่องเทศผสม และ น้ำมันมะกอก หรือซอสทา พร้อมแบ่งตามรสชาติตามสูตรอาหารนานาชาติ จำนวน 3 ชั้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3)

1. ชุดเครื่องเทศสำหรับทำเนื้อสัตว์เพื่อการบั้งย่าง รส Moroccan Za'atar
2. ชุดเครื่องเทศสำหรับทำเนื้อสัตว์เพื่อการบั้งย่าง รส Hungarian Paprika
3. ชุดเครื่องเทศสำหรับทำเนื้อสัตว์เพื่อการบั้งย่าง รส Mexican Chilli

- เครื่องเทศผงสำเร็จรูปสำหรับทำผักชุบแป้งทอดผสมเครื่องเทศ โดยการคลุกผักกับแป้ง และผงเครื่องเทศในตัวบรรจุภัณฑ์ ก่อนนำออกไปทอดในกระทะ เพื่อ ปรงแต่ง รส กลิ่น และเพิ่มความน่ารับประทาน จำนวน 3 ชั้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3)

1. เครื่องเทศพร้อมแป้งสำหรับทอดปรงรส Cajun Style
2. เครื่องเทศพร้อมแป้งสำหรับทอดปรงรส Lemon & Pepper
3. เครื่องเทศพร้อมแป้งสำหรับทอดปรงรส Garlic & Herbs

- เครื่องเทศในรูปของเครื่องแกงสำเร็จรูปที่ใช้ ในการทำอาหารผัด หรือแกง โดยการใส่กับเนื้อสัตว์ หรือ ผักในการประกอบอาหาร โดยนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ได้ง่าย จำนวน 3 ชั้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3)

1. เครื่องแกงตำรับอินเดียรส Madrasi
2. เครื่องแกงตำรับอินเดียรส Korma
3. เครื่องแกงตำรับอินเดียรส Vindaloo

กลุ่มเครื่องเทศ Spices

- เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำอาหารต้ม แกง และชุบ โดยการใส่ลงในภาชนะหุงต้ม พร้อมเนื้อสัตว์ หรือผัก และนำออกมาเมื่อปรงเสร็จได้โดยสะดวก เพื่อ ปรงแต่ง รส สี กลิ่นอาหาร จำนวน 3 ชั้น 3 สูตร (primary 3 + secondary 3)

1. เครื่องเทศผงปรุงรูป รส Herbal
2. เครื่องเทศผงปรุงรูป รส Hot
3. เครื่องเทศผงปรุงรูป รส Pungent

- เครื่องเทศอบแห้ง (freeze dry) สำหรับการใช้งานได้โดยสะดวก เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี อาหาร ได้หลายชนิด เช่น โดยการวางบนอาหารก่อนนำไปอบ ใส่ในขั้นตอนการต้ม ทำซूप หรือวางบนอาหารก่อนเสิร์ฟ เป็นต้น จำนวน 3 ชิ้น 3 ชนิด (primary 3 + secondary 3)

1. เครื่องเทศอบแห้ง สำหรับประกอบอาหารชนิด ใบเบย์ (Bay leaves)
2. เครื่องเทศอบแห้ง สำหรับประกอบอาหารชนิด ไทม์ (Thymes)
3. เครื่องเทศอบแห้ง สำหรับประกอบอาหารชนิด โรสแมรี่ (Rosemary)

กลุ่มของว่าง ของทานเล่น Yam and Spreads

- เครื่องเทศสำหรับทาหน้าขนมปัง ก่อนการนำไปปิ้งหรืออบ หรือหลังจากปิ้งอบมาแล้ว โดยมีลักษณะเป็นของเนื้อใช้ปาดหรือทา เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี พร้อมอุปกรณ์ทา ในตัว จำนวน 3 ชิ้น 3 รสชาติ

1. เครื่องเทศเพื่อใช้ทาหน้าขนมปังรส Hot Garlic
2. เครื่องเทศเพื่อใช้ทาหน้าขนมปังรส Spicy Halva
3. เครื่องเทศเพื่อใช้ทาหน้าขนมปังรส Tahini Sesami

- เครื่องเทศสำหรับจิ้มกับขนมปังหรือของทานเล่น โดยการใช้งานร่วมกันระหว่างผงเครื่องเทศรวมกับน้ำซอส หรือเครื่องจิ้ม จำนวน 4 ชิ้น 3 รสชาติ (primary 3 + secondary 3+ 1)

1. เครื่องเทศสำหรับจิ้มกับขนมปังหรือของทานเล่น รส Salsa Garlic Dip
2. เครื่องเทศสำหรับจิ้มกับขนมปังหรือของทานเล่น รส Zesty Lemon Dip
3. เครื่องเทศสำหรับจิ้มกับขนมปังหรือของทานเล่น รส Fiesta Onion Dip
4. ชุดส่งเสริมการขาย บรรจุภัณฑ์ รวมหน่วย เครื่องเทศสำหรับจิ้มกับขนมปังหรือของทานเล่น จำนวน 3 ชิ้น / 1 บรรจุภัณฑ์รวม

ภาพที่ 1. แสดงภาพรวมขอบเขตในด้านปริมาณของโครงการ



เครื่องเทศหมักเนื้อสัตว์
3 ชั้น 3 สูตรอาหาร



ราดเนื้อสัตว์ปรุงเสร็จ
3 ชั้น 3 รสชาติ



น้ำซอสราดอาหารเส้น
3 ชั้น 3 สูตรอาหาร



เครื่องเทศ ทำน้ำสลัด
แบบเย็น 3 ชั้น 3 รสชาติ

Sauces and
Condiments



เครื่องเทศสำหรับการทำ
เนื้อสัตว์ 3 ชั้น 3 รสชาติ



เครื่องเทศ สำหรับทำ
อาหารซูบแห้งทอด
3 ชั้น 3 สูตรอาหาร



เครื่องเทศทำข้าวปรุงรส
3 ชั้น 3 สูตรอาหาร



เครื่องเทศทำข้าวราดหน้า
3 ชั้น 3 สูตรอาหาร



เครื่องแกงสำเร็จรูป
3 ชั้น 3 รสชาติ

Seasoning

Yam and
Spreads



เครื่องเทศขมิ้นมับัง
3 ชั้น 3 รสชาติ



เครื่องเทศขมิ้นมับัง
3 ชั้น 3 รสชาติ



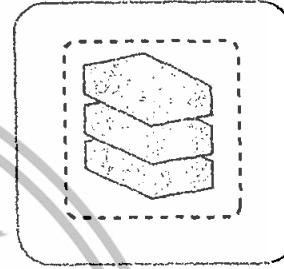
สมุนไพรสดอบแห้ง
3 ชั้น 3 ชนิด



เครื่องเทศดองปรุงซูบ
3 ชั้น 3 สูตร

Spices

รวมหน่วย



เครื่องเทศขมิ้นมับัง
3 ชั้น 1 รสชาติ

LOGO

ZEST

co-structure

primary + secondary structure

สรุป

โครงสร้างหลัก 11 แบบ
โครงสร้าง(secondary) 6 แบบ
โครงสร้างรวมหน่วย 1 แบบ
รวมทั้งหมด 18 โครงสร้าง
กราฟฟิกหลัก 14 แบบ
กราฟฟิก (secondary) 6 แบบ
กราฟฟิกย่อย 55 แบบ
จำนวนรวม 59 ชิ้นงาน

1.5 ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการและแนวทางในการออกแบบ

A กลุ่มน้ำซอส Sauce and condiment

A01. เครื่องเทศสำเร็จรูปพร้อมผสมใช้งาน เพื่อการทำน้ำสลัดแบบเย็น เพื่อ ราดผักผลไม้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ลักษณะผลิตภัณฑ์ เป็นของเหลว คือ ครีม หรือน้ำมันพืช แยกกันอยู่ กับของที่เป็นผง คือเครื่องเทศ

ปัญหา - การบรรจุของต่างสถานะลงในบรรจุภัณฑ์เดียวอาจทำได้ยาก

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ในส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะ ต้องกันความชื้นได้ ทั้งจากภายนอก และส่วนที่เป็นของเหลวที่อยู่ติดกันก่อนการใช้งาน

- ต้องรักษาคุณภาพน้ำสลัดก่อนการผสมให้ได้

- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมของทั้ง 2 ส่วน ออกไปสู่ภายนอก

- ในการใช้งานต้องปกป้องกลิ่น และคุณภาพน้ำสลัดจากการแช่เย็นได้

- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องใช้งานได้ง่ายในการผสมระหว่างเครื่องเทศผง และน้ำซอส, น้ำมัน หรือ ครีมสลัด

- การผสมใช้การเขย่า ในภาชนะที่มีฝาปิด หรือการคนในภาชนะอื่นๆ

- ต้องง่ายต่อการเปิดใช้งาน และเก็บส่วนที่เหลือ หากทานไม่หมดในครั้งเดียวได้

- ต้องสามารถเก็บในตู้เย็นได้

ปัญหา - ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นซองหรือขวดแก้วต้องใช้ภาชนะอื่นในการผสมกับเครื่องเทศ

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบให้มีการบรรจุแยกส่วนแล้ว นำมาประกอบกัน
- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุ สินค้าได้ง่าย
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ในส่วนผงเครื่องให้สามารถป้องกันความชื้นแสงได้ดี โดยการปิดผนึกและใช้วัสดุหีบแสง
- ป้องกันการร่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษา เช่น ใช้การปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อน หรือขนส่งได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

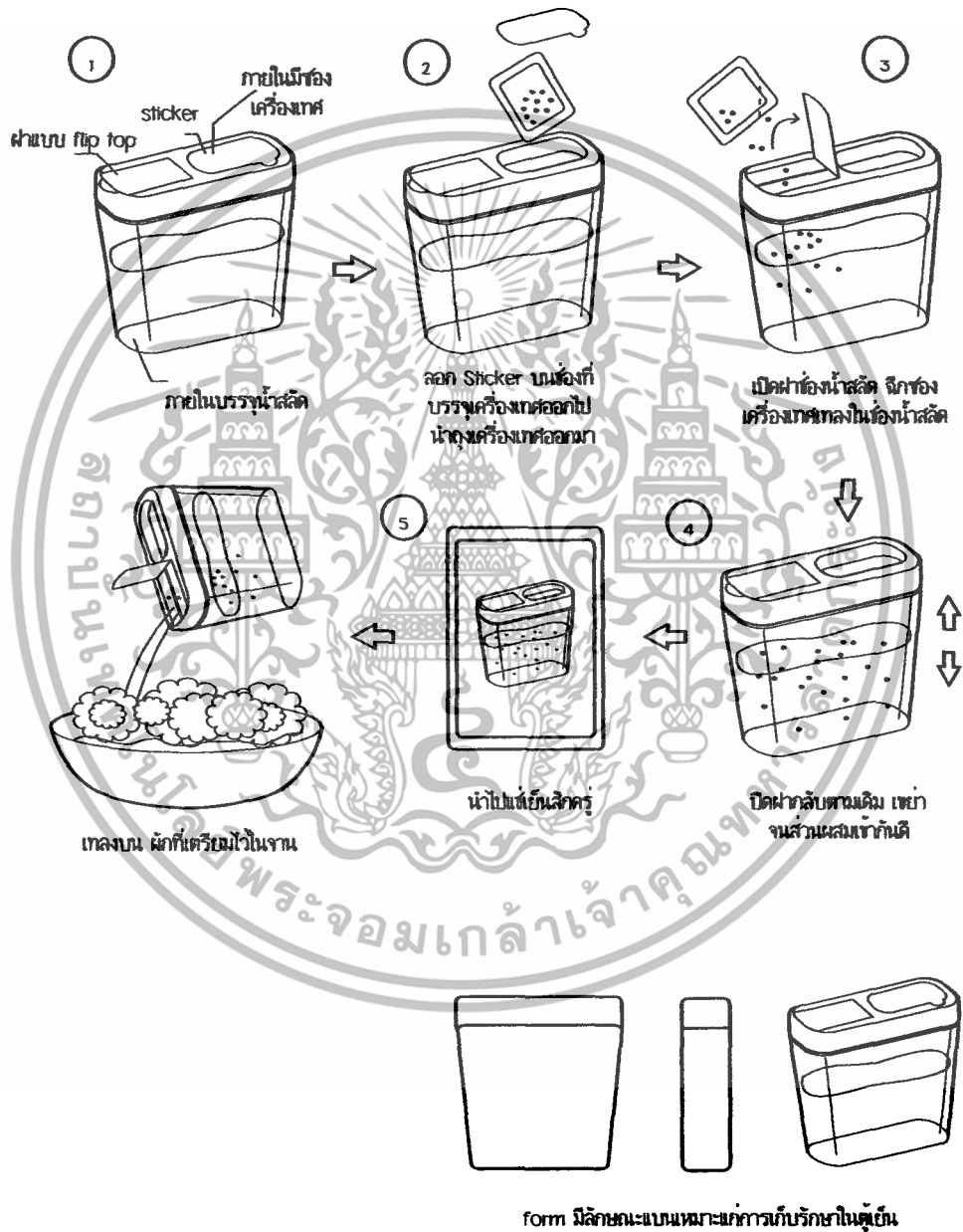
- ออกแบบให้ผสมน้ำสลัด เข้ากับเครื่องเทศผงได้ง่ายในตัวบรรจุภัณฑ์ได้โดยโดยการเขย่า หรือ คน
- สามารถเทออกมาใช้งานในการราดบน ภาชนะรองรับที่มีฝัก ได้สะดวกโดยมีช่องเปิดเฉพาะ
- โดยช่องเปิดต้องป้องกันการร่วซึมระหว่างที่ไม่ใช้งานได้ เช่น เป็นฝาที่เปิดปิดง่ายแต่แน่นหนา
- ออกแบบให้เข้ากับการจัดเก็บภายในตู้เย็น เช่น ใช้ฟอรั่มที่มีลักษณะ เข้ากับการจัดวางในการแช่ เช่น ออกแบบเป็นแบบ แบน ๆ หรือเป็นทรงกระบอก

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ที่มาจากผลิตภัณฑ์

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำเร็จรูปเพื่อการทำน้ำสลัดแบบเย็น โดยการผสมน้ำสลัดเข้ากับผงเครื่องเทศ และนำไปแช่เย็น ในบรรจุภัณฑ์ที่ตัวเดียวกัน ก่อนราดลง บน ผัก ผลไม้ เพื่อปรุงแต่ง รส กลิ่น



ภาพที่ 1.5.1 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศทำน้ำสลัด

A02. เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับหมักเนื้อสัตว์

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์ เป็น ของแข็งและของเหลวปนกันอยู่

- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการหมักเนื้อสัตว์ใน 1 ครั้งเพื่อการทาน

ปัญหา - การบรรจุเครื่องหมักและเนื้อสัตว์ลงในภาชนะหมักแบบเดิมมักทำให้เกิดการหกเลอะ และมี
ขั้นตอนที่มาก ไม่สะดวก

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์จะต้องอยู่ภายใต้อุณหภูมิที่ไม่สูงเกินไปเพื่อการหมักได้ และทนร้อนขณะอบได้

- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมทั้งก่อน และขณะการใช้งาน

- มีความยืดหยุ่นหรือไม่ขาดง่ายขณะใช้งานที่อาจมีการขยำเพื่อการผสม

ปัญหา - ภาชนะที่ใช้หมัก มักจะรั่วซึม หรือเป็นภาชนะเปิดที่ต้องหาฝาปิด

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องใช้งานได้ง่ายสะดวกในการเตรียม

- ต้องสามารถบรรจุเนื้อสัตว์ดิบเพื่อหมักได้ง่าย

- เนื้อสัตว์บางชนิดอาจต้องมีการขยำเพื่อให้เข้าเนื้อ ในขั้นตอนการเตรียมก่อนการหมัก

ปัญหา - ต้องมีการเตรียมอุปกรณ์และเครื่องปรุง หลายชิ้น ทำให้เกิดความไม่สะดวกเท่าที่ควร เช่น ผง
หมัก ซอสหมัก ภาชนะที่ใช้หมัก

- การหมักในภาชนะเช่นชามเมื่อจะแช่ในตู้เย็นก็ทำได้ลำบากในเรื่องการจัดสรรพื้นที่วาง ทั้งยัง
อาจหกเลอะเทอะ

- การใช้ถุงพลาสติกทั่วไปหมัก ก็มีความบางและอาจเกิดการรั่วซึมขึ้นได้ และไม่สะดวกเท่าที่ควร

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ความต้องการ
ของกลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากสินค้าเดิมที่มีอยู่

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบและจุดขายซ้ำซ้อนกันเช่นเป็น ขวด หรือ ของ ที่มีเครื่อง
หมักอยู่

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่สะดุดตา ทั้งทางด้านประโยชน์ใช้
สอยและกราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ ที่บรรจุเครื่องเทศในขั้นการผลิตได้ง่ายและในขั้นการใช้งานก็ บรรจุเนื้อสัตว์ ในการหมักได้ง่ายเช่นกัน เช่น โดยออกแบบให้มีปากกว้างและเปิดปิดสะดวก

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองตัวเครื่องเทศในขณะก่อนใช้งานได้ดี โดยการผนึกอย่างแน่นหนา
- คุ้มครองและอาหารภายในได้ดีขณะใช้งานโดยผ่านการเก็บในตู้เย็นโดยการผนึกกันรั่วซึม
- ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความแข็งแรงและรองรับต่อการเก็บในตู้เย็นได้ดี หรือมีความยืดหยุ่นไม่ขาดง่าย

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

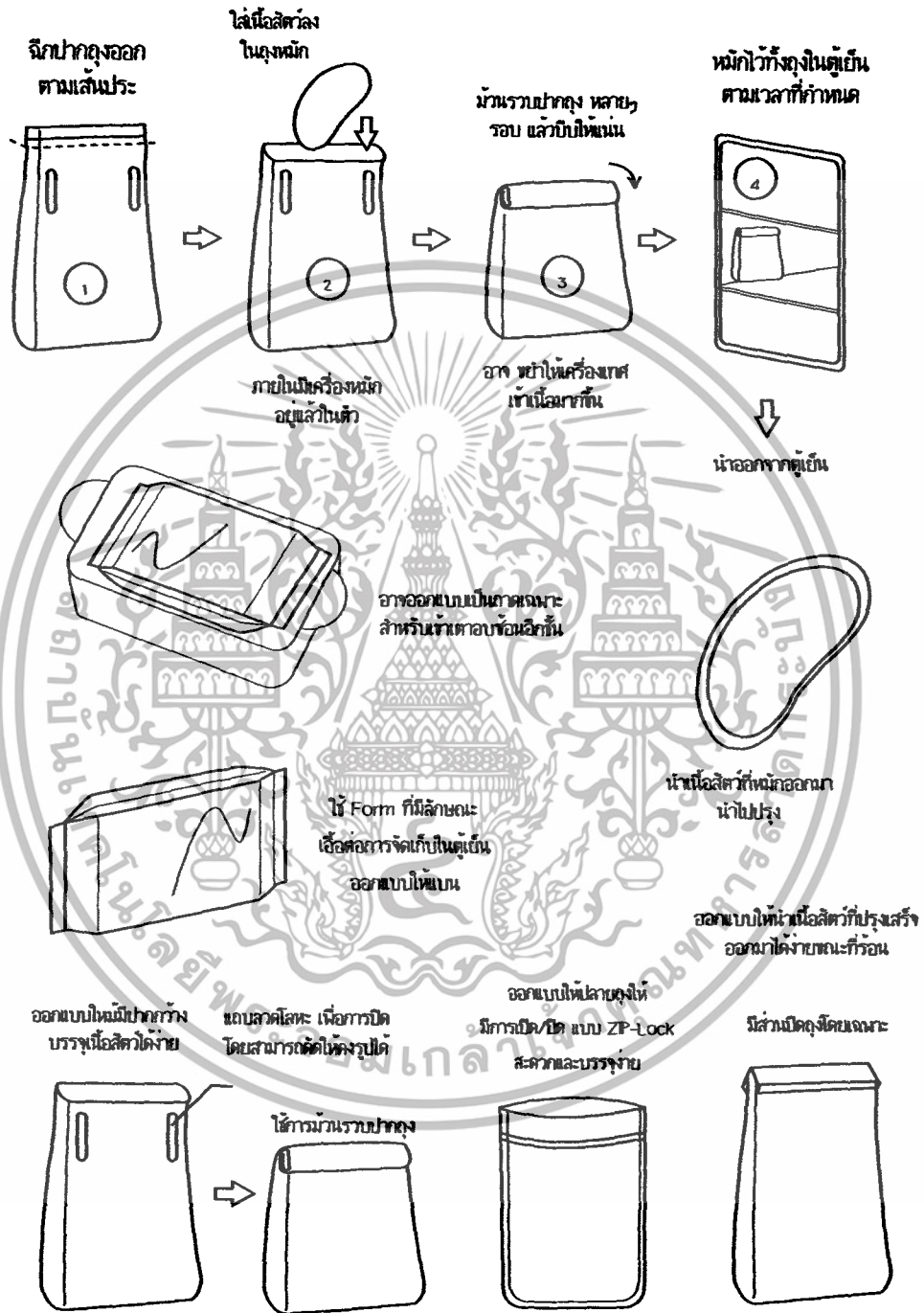
- ลดอุปกรณ์ที่ใช้ลงโดย ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีเครื่องหมักในตัวและสามารถใส่เนื้อสัตว์เพื่อหมัก ตลอดจนสามารถนำไปอบในเตาอบเพื่อทำให้นุ่มสุกได้เลยในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน
- สามารถเก็บไว้ในตู้เย็นโดยประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บ
- ออกแบบให้มีวิธีการปิดที่ป้องกันการรั่วซึมได้ เช่น ใช้ ถุงแบบซิปล ใช้การรัดม้วนทบต่างๆ
- ออกแบบให้จับถือในขณะที่ร้อนหรือเคลื่อนย้ายในขณะที่ร้อนได้สะดวก โดยอาจออกแบบเป็นถาดซ้อนถุงสำหรับเข้าเตาอบที่มีส่วนถือจับขณะร้อน

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ออกมาโดย มีความโดดเด่น และทำให้ผู้บริโภคจดจำได้

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับหมักเนื้อสัตว์ก่อนนำไปอบ เพื่อให้หมักได้ในตัวบรรจุภัณฑ์ โดยสะดวกพร้อมใช้งานเพื่อเพิ่มรสชาติ สี กลิ่น



ภาพที่ 1.5.2 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับหมักเนื้อสัตว์

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

A03. เครื่องเทศสำเร็จรูปชนิดผงขอส สำหรับราดลงบนเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จ มาแล้ว

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์ เป็น เป็นซองเหลว และเป็นผง แยกกันอยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน

- ต้องมีการใส่เครื่องเทศผงรวมกับน้ำซอสก่อนการใช้งาน

ปัญหา - ปริมาณการบรรจุเครื่องเทศเดิมนั้นมีปริมาณที่มากเกินไปความต้องการในการใช้งานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ในส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะ ต้องกันความชื้นได้ ทั้งจากภายนอก และส่วนที่เป็นของเหลวที่อยู่ติดกันทั้งก่อนและหลังการใช้งาน

- ต้องปกป้องเครื่องเทศจากการรั่วซึมของวัตถุดิบภายในจากการผสมโดยการเขย่า

- ต้องป้องกันความเสียหายสินค้าภายใน ที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น แสง และอุณหภูมิสูง ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องใช้งานได้ง่ายสะดวกในการใส่เครื่องเทศผงรวมกับน้ำซอส และง่ายในการผสมระหว่างเครื่องเทศผง และน้ำซอส

- การผสมใช้การเขย่า ในภาชนะที่มีฝาปิด หรือการคนในภาชนะอื่นๆ

- ต้องง่ายต่อการเปิดใช้งาน และเก็บส่วนที่เหลือ หากทานไม่หมด ในครั้งเดียวได้

- สามารถอุ่นด้วยเตาอบไมโครเวฟได้

ปัญหา - เมื่อเปิดใช้งานอาจมีการหกของส่วนผสมได้

- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นซองหรือขวดแก้ว ที่ไม่สามารถผสมและอุ่นด้วยไมโครเวฟ ต้องใช้ภาชนะอื่นในการผสมและอุ่น

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการใช้งานในการรับประทานกับเนื้อสัตว์แต่ละครั้ง
- ออกแบบให้บรรจุรวมเครื่องเทศเข้าไปรวมกับน้ำซอสได้ง่าย
- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้ามาจากการผลิต

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในระหว่างการใช้งาน ในการผสม และระหว่างการเก็บรักษา เช่น ใช้ระบบการปิดที่แน่นหนา
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี การปิดผนึก และ วัสดุทึบแสง
- บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทก ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานและการวางซ้อนกันได้
- ออกแบบให้มีระยะความสูงที่เพียงพอ ที่ของภายในขณะให้ความร้อนจะไม่ล้นออกมาจากบรรจุภัณฑ์

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

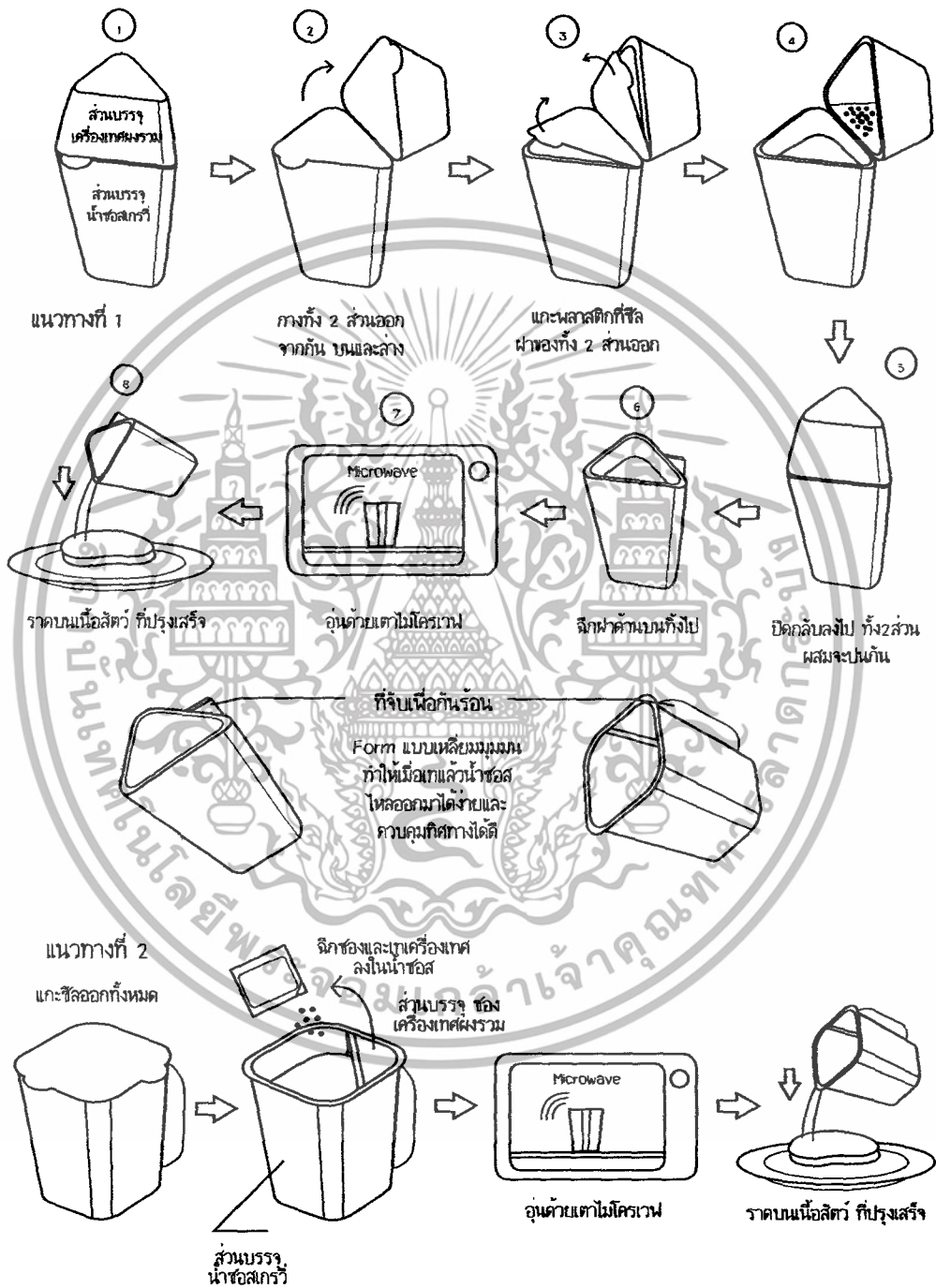
- ออกแบบให้มีรูปร่างเอื้อต่อการผสม และคำนึงถึงการจับถือขณะใช้งาน ในการเปิด เขย่า เท ภาดลงบนเนื้อสัตว์
- ต้องสามารถถือจับและเทได้ในสภาวะที่ร้อนจากการ อุณหภูมิหลังจากผสมแล้วได้
- ออกแบบให้สามารถเทส่วนผสมลงบนเนื้อสัตว์ได้เลยไม่ต้องใช้ภาชนะเพิ่มเติม

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำออกมาในหลาย รสชาติเพื่อความหลากหลายทานได้ไม่เบื่อ และเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคค้นหารสชาติที่ตนชื่นชอบ
- การทำอาหารเป็นสิ่งที่ มีเสน่ห์อาจใช้ เรื่องราวเกี่ยวกับการประกอบอาหารด้วยเครื่องเทศที่เกี่ยวข้อง มาถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำเร็จรูปชนิดผง และ น้ำซอส สำหรับราดลงบนเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จ จากการ อบ ย่าง ทอด มาแล้ว โดยใช้ผสม อุ่น และราดลงบนเนื้อสัตว์ ได้นับบรรจุภัณฑ์ที่ตัวเดียวกัน เพื่อเพิ่ม รสชาติ สี กลิ่น



ภาพที่ 1.5.3 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับราดเนื้อสัตว์

A04. เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำน้ำซอสราดสปาเกตตีหรืออาหารเส้นปรุงสุก

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์เป็น ของเหลว ในรูปน้ำซอส และมีผงเครื่องเทศแยกกันอยู่
- ต้องมีการเติมเนื้อสัตว์ เป็นชั้น เพื่อการถ่วง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็น ตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งานได้
- ต้องไม่รั่วซึม หรือล้นออกมาระหว่างการใช้งานในการถ่วง
 - ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้
- ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

- เงื่อนไข - ต้องมีการให้ความร้อนเพื่อให้เนื้อสัตว์ที่เติมสุก และน้ำราดมีความร้อน ด้วยความสะดวก รวดเร็ว
- ต้องมีการราดบนอาหารเส้นเพื่อใช้งานในขณะที่มีความร้อนอยู่
- ปัญหา - มีการใช้ความร้อนมาเกี่ยวข้องในการปรุง อาจเกิดอันตรายแก่ผู้ใช้งานได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย
- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน
- ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป
- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบให้บรรจุเนื้อสัตว์ได้ง่าย ใส่ได้สะดวกไม่หกเลอะเทอะ
- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี การปิดผนึก และ ใ้วัสดุที่บดแสง
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนการใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษา ใช้การปิดที่แน่นหนา
- ออกแบบให้มีระยะความสูงที่เพียงพอที่ของภายใน ขณะเดือดและไม่ล้นออกมานอกบรรจุภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

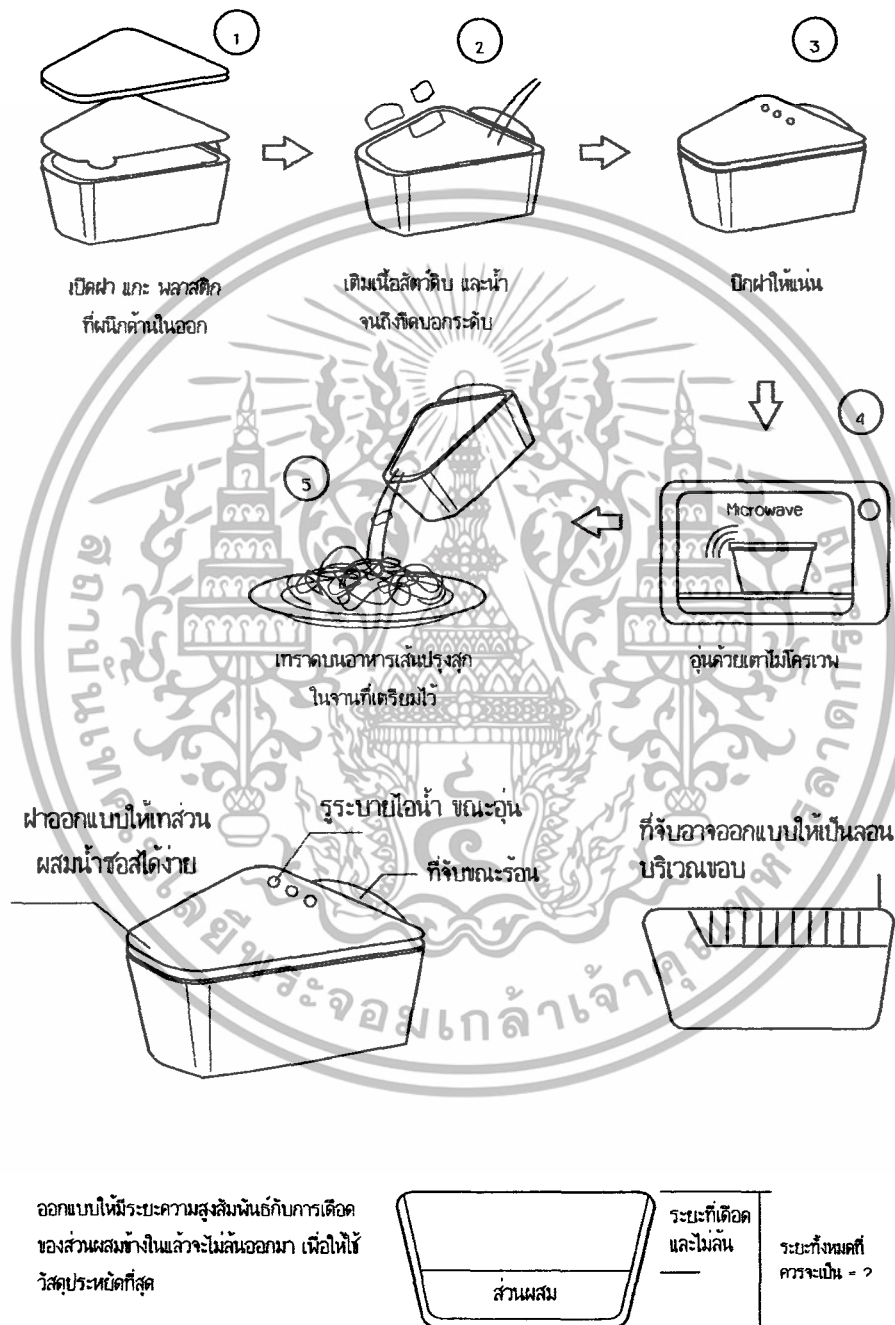
- ออกแบบให้สามารถเตรียมน้ำซอสได้ด้วยกรให้บรรจุภัณฑ์อุ่นในเตาไมโครเวฟได้
- คำนึงถึงการจับถือขณะใช้งาน โดยออกแบบให้มีส่วนจับถือในขณะที่ร้อน
- ออกแบบให้ง่ายในการจับเท โดยใช้รูปร่างที่เทได้ง่าย หรือมีส่วนจับเฉพาะ
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ มีช่องเปิดที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หลังจากอุ่นแล้วเทออกมาราดบนสปาเก็ตตี้ได้ง่าย เช่น ออกแบบ ทางออกในการเทผลิตภัณฑ์ออกมาให้สะดวก

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำออกมาในหลาย รสชาติเพื่อความหลากหลายทานได้ไม่เบื่อ และเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคค้นหารสชาติ ที่ตนชื่นชอบ
- การทำอาหารเป็นสิ่งที่ มีเสน่ห์อาจใช้ เรื่องราวเกี่ยวกับการประกอบอาหารด้วยเครื่องเทศที่เกี่ยวข้อง มาถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำน้ำซอสราดสปาเกตตีหรืออาหารเส้นปรุงสุกจำนวนมาก มักกะโรนี พาสต้า โดยการเติมน้ำ และเนื้อสัตว์ดิบโดยการอุ่นและราดบนอาหารเส้น ก่อนการทาน โดยบรรจุภัณฑ์เดียวกัน เพื่อ ประหยัด วัสดุ



ภาพที่ 1.5.4 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับราดอาหารเส้น

B กลุ่มเครื่องปรุงรส Seasoning

B05. เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับการทำเนื้อสัตว์ เพื่อการปิ้ง ย่าง โดยสะดวกพร้อมใช้งาน

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์ เป็น ของแข็งและของเหลวปนกันอยู่ โดยประกอบด้วยน้ำมันมะกอก และ เครื่องเทศ
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการใช้งานในการทำเพื่อปรุงอาหาร ในแต่ละครั้ง

ปัญหา - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะหลายสถานะอาจยากต่อการบรรจุ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์จะต้องอยู่ภายใต้อุณหภูมิต่ำในตู้เย็นได้
- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมทั้งก่อน และหลังการใช้งาน
- คุ้มครองผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ขนส่ง ขณะเก็บรักษาจนถึงตลอดอายุการใช้งาน

ปัญหา - ภาชนะที่ใช้เดิมเป็นแก้ว ทำให้มีน้ำหนักมากและอาจแตกได้ง่าย

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องใช้งานได้ง่ายสะดวกในการเตรียมโดยการทาผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิดลงบนเนื้อสัตว์

ปัญหา - ต้องมีอุปกรณ์และเครื่องปรุง หลายชิ้น ทำให้เกิดความไม่สะดวกเท่าที่ควร เช่น ผงเครื่องเทศ น้ำมัน และอุปกรณ์ที่ใช้ทา หรือปาด เป็นต้น
- การใช้งานแบบเดิมต้องมีภาชนะสำหรับการแบ่งเครื่องเทศและน้ำมัน เพื่อการทำแต่ละครั้งทำให้ไม่สะดวก
- การใช้งานแบบเดิม ใช้พื้นที่ในการทำงานมากและอาจเกิดความเลอะเทอะ เนื่องจากการใช้งานภาชนะหลายชิ้นที่แยกกันอยู่

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากสินค้าเดิมที่มีอยู่ โดยชูคุณสมบัติพิเศษของ บรรจุภัณฑ์

ปัญหา - บรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบจุดขายซ้ำซ้อนกันเช่นเป็นขวดหรือกระปุกที่มีเครื่องเทศอยู่
- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่สะดุดตา ทั้งทางด้านประโยชน์ใช้สอยและกราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์

แนวทางการแก้ไขปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ ที่บรรจุเครื่องเทศในขั้นการผลิตได้ง่าย
- ออกแบบให้บรรจุส่วนผสมที่ต้องใช้ร่วมกันมาเลยในบรรจุภัณฑ์เดียวมาเลยเพื่อลดการใช้วัสดุลง คือให้มีส่วนของ น้ำมันมะกอกสำหรับทา เครื่องเทศ และอุปกรณ์ทำ อยู่ด้วยกัน แต่แยกส่วนบรรจุ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองตัวเครื่องเทศในขณะก่อนและหลังการใช้งานได้ดี
- คุ้มครองและรักษาผลิตภัณฑ์ภายในได้ดีภายหลังการใช้งานโดยผ่านการเก็บในตู้เย็นได้หากใช้ไม่หมด โดยมีฝาปิด หรือมีการปิดผนึกซ้ำ
- ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความแข็งแรงและรองรับต่อการเก็บในตู้เย็นได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

- ลดอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการประกอบกรบียง่างลง โดยออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีเครื่องเทศ และ น้ำมันมะกอก และ แปรงทาอยู่ด้วยกัน
- ออกแบบให้มีแปรงสำหรับทาเครื่องเทศลงบนเนื้อสัตว์มาให้เลย และออกแบบให้ใช้งานได้สะดวก
- สามารถเก็บในตู้เย็นโดยประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บ
- ออกแบบให้มีวิธีการปิด/เปิดที่สะดวก ทั้งในขั้นการใช้งานและการเก็บรักษาส่วนที่เหลือ

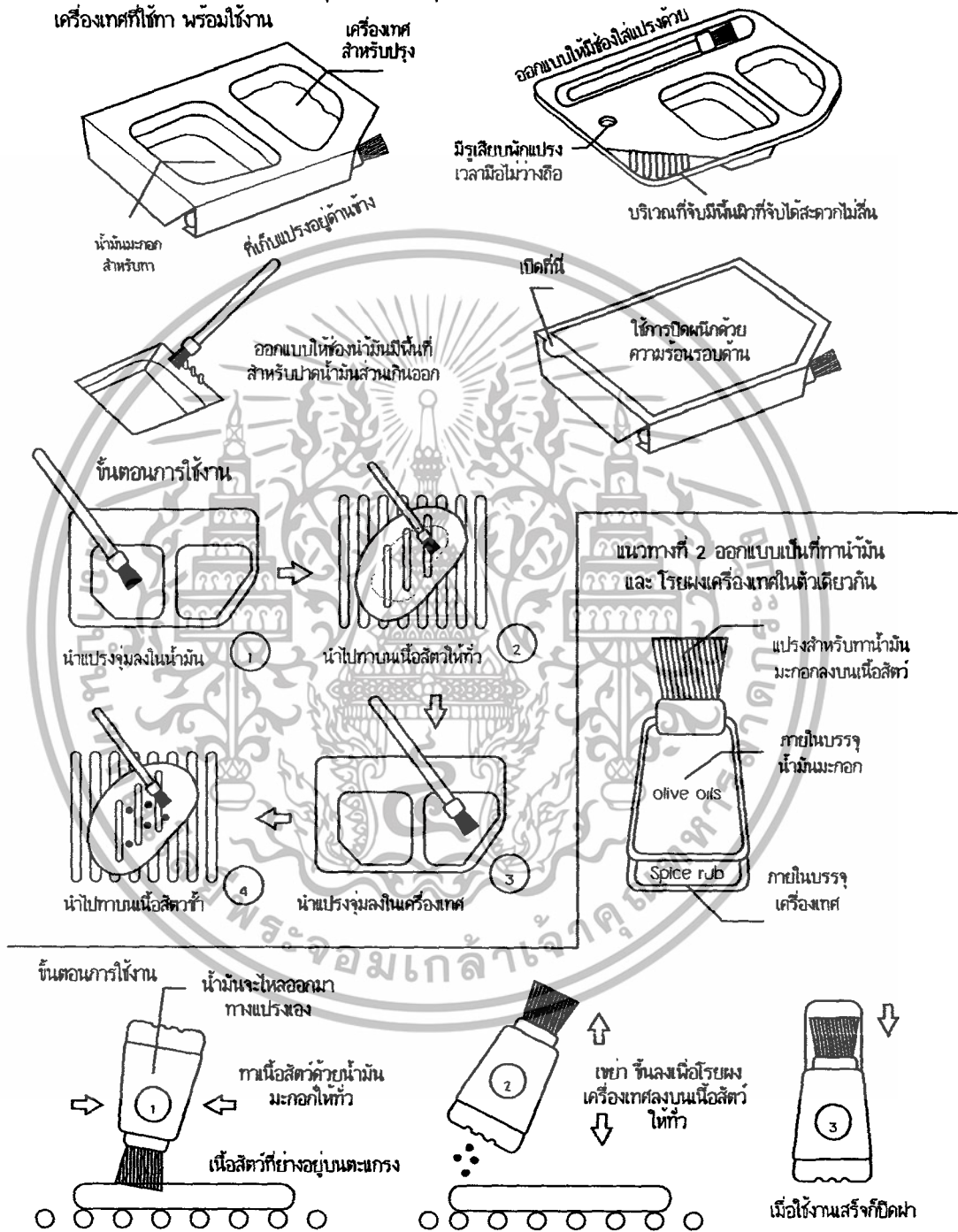
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ออกมาโดย มีความโดดเด่น และทำให้ผู้บริโภคจดจำได้
- แสดงคุณลักษณะเด่นในเรื่องความสะดวกของตัวสินค้าให้โดดเด่นและใช้เป็นจุดขายได้

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำหรับโรยทาเนื้อสัตว์ เพื่อการบึ่ง ย่าง โดยสะดวกพร้อมใช้งานเนื้อเพิ่มรสชาติ สี กลิ่น ประกอบไปด้วย เครื่องเทศผงรวม และ น้ำมันมะกอก หรือซอสทา หรืออุปกรณ์ที่ใช้ทา

แนวทางที่ 1 ออกแบบเป็นภาชนะที่รวมอุปกรณ์และวัตถุดิบ เครื่องเทศที่ใช้ทา พร้อมใช้งาน



ภาพที่ 1.5.5 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์ เพื่อบึ่งย่าง

B06. เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำข้าวราดหน้าต่างๆ เช่นข้าวราดแกงกะหรี่ไก่

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นผงรวม

- ต้องมีการบรรจุน้ำ และเนื้อสัตว์ดิบ ลงในบรรจุภัณฑ์ก่อนนำไปอุ่นด้วยไมโครเวฟเพื่อปรุงสุก

ปัญหา - มีการบรรจุวัตถุดิบหลายชนิดอาจเกิดความยุ่งยากใน การใช้งานได้

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งานได้

- ต้องไม่รั่วซึม หรือล้นออกมาระหว่างการใช้งานในการอุ่นก่อนการใช้งาน

- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - สามารถอุ่นเนื้อสัตว์ น้ำพร้อมกับเครื่องเทศได้สะดวก

- ถือจับในสภาวะที่ร้อนเพื่อนำมาราดบนข้าว ที่ปรุงสุกแล้วในงาน ได้

ปัญหา - มีการใช้ความร้อนมาเกี่ยวข้องในการปรุง อาจเกิดอันตรายแก่ผู้ใช้งานได้

- ในการปรุงอาหารดังกล่าวมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ไม่สะดวก

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง ใน 1 มื้อ
- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุน้ำเพื่อการใช้งานได้ง่ายโดยมีช่องเปิดเพื่อรองรับการเติมน้ำ
- มีขีดบอกระดับการเติมน้ำที่เหมาะสม
- ออกแบบให้บรรจุเนื้อสัตว์ได้ง่าย

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี การปิดผนึก และ วัสดุที่บแสง
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนใช้งาน และระหว่างการใช้รักษา เช่น ใช้ระบบการปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้
- ออกแบบให้มีระยะความสูงที่เพียงพอที่ของภายใน ขณะให้ความร้อนจะเดือดและไม่ล้นออกมาจากบรรจุภัณฑ์

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

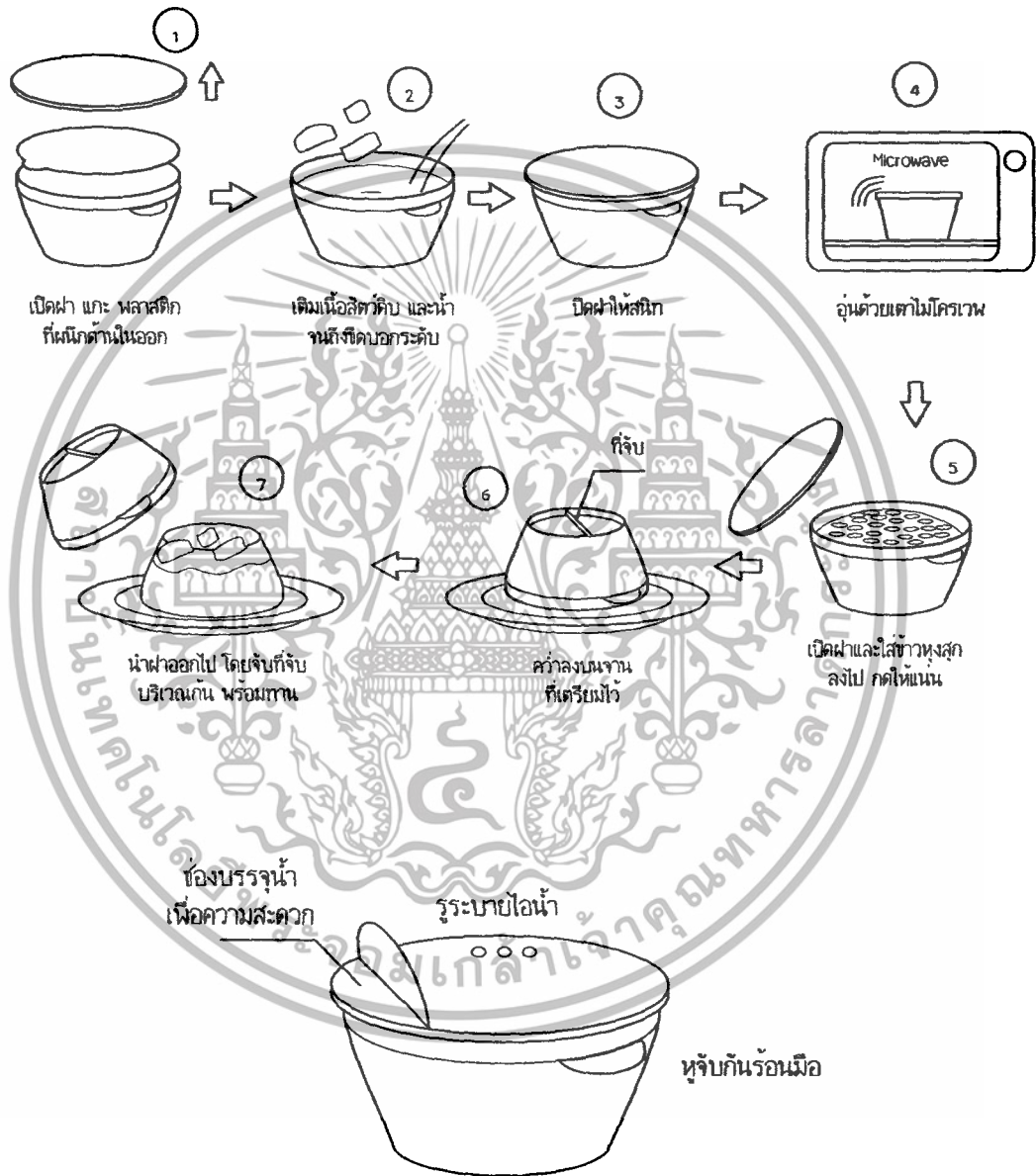
- ออกแบบให้อุ่นด้วยเตาไมโครเวฟได้ และมีวัสดุเหมาะสม
- คำนึงถึงการจับถือขณะใช้งาน โดยออกแบบให้มีส่วนจับถือขณะที่ยร้อน
- ออกแบบให้ง่ายในการจับเท โดยใช้รูปร่างที่เทได้ง่าย หรือมีส่วนจับเทเฉพาะ
- ออกแบบให้ตัวผลิตภัณฑ์หลังจากอุ่นแล้วเทออกมาผสมกับข้าวปรุงสุกในงาน ได้ง่าย ออกแบบให้มีช่องเปิดที่ใหญ่

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำออกมาในหลายรสชาติเพื่อความหลากหลายทานได้ไม่เบื่อ และเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคค้นหารสชาติที่ตนชื่นชอบ
- การทำอาหารเป็นสิ่งที่มีความสนใจใช้ เรื่องราวเกี่ยวกับการประกอบอาหารด้วยเครื่องเทศที่เกี่ยวข้อง มาถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำข้าวราดหน้าต่าง ๆ เช่น ข้าวราดแกงกะหรี่ไก่ โดยใช้การ เติมน้ำ และเนื้อสัตว์ดิบ และนำไปอุ่นโดยไมโครเวฟ และราดบนข้าวปรุงสุก โดยใช้บรรจุภัณฑ์ตัวเดียวกัน เพื่อ ประหยัด วัสดุ สีส กลิ่น



ภาพที่ 1.5.6 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า

B07. เครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับทำข้าวปรุงรส (ใช้ ผสมกับข้าวหุงสุก เพื่อทำเป็นข้าวปรุงรส ได้ในตัวบรรจุภัณฑ์)

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็น เครื่องเทศผง หรือชิ้น เล็กหรืออบแห้ง รวมกันอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์
- ต้องมีการเติมน้ำแล้ว อุ่นเครื่องเทศก่อน จึงใส่เนื้อสัตว์ แล้วอุ่นอีกครั้งเพื่อปรุง

- ปัญหา - การบรรจุน้ำอาจทำได้ยาก หรือกะปริมาณได้ยาก

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งานได้
- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึม ก่อนการใช้งาน
 - ต้องไม่รั่วซึม หรือล้นออกมาระหว่างการใช้งานในการอุ่น
 - ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้
- ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

- เงื่อนไข - ต้องมีการเตรียมน้ำเครื่องเทศที่ใช้ในการปรุง เพื่อให้สีสันทัน และ รสชาติ เครื่องเทศออกมา โดยการใช้น้ำหรือน้ำมันเป็นตัวทำละลาย
- มีการอุ่นเนื้อสัตว์เป็นชิ้นๆในขั้นตอนถัดมา
 - ต้องมีการผสมระหว่างข้าวปรุงสุกที่มีสถานะแฉะวน กับเครื่องปรุงที่มีลักษณะเป็นของเหลวที่มี ผงเครื่องเทศประกอบกัน
 - ต้องการอุปกรณ์ในการคนเพื่อการผสม ข้าวกับน้ำปรุงที่มีเครื่องเทศ และเนื้อสัตว์ที่ปรุงแล้วอยู่
- ปัญหา - มีการใช้อุปกรณ์ หรือภาชนะหลายชิ้นในการปรุงแบบ เดิม
- มีขั้นตอนในการใช้งานหลายขั้นอาจเกิดความสับสนในการใช้งานได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย
- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน
- ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป
- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ต้องบรรจุน้ำและ เนื้อสัตว์ได้สะดวก โดยออกแบบเป็นช่องเปิดเฉพาะ
- บรรจุข้างลงในชั้นตอนสุดท้ายของการปรุง
- มีขีดบอกปริมาณการเติมน้ำที่เหมาะสม
- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี การปิดผนึก และ วัสดุที่บแสง
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษา เช่น ใช้ระบบการปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

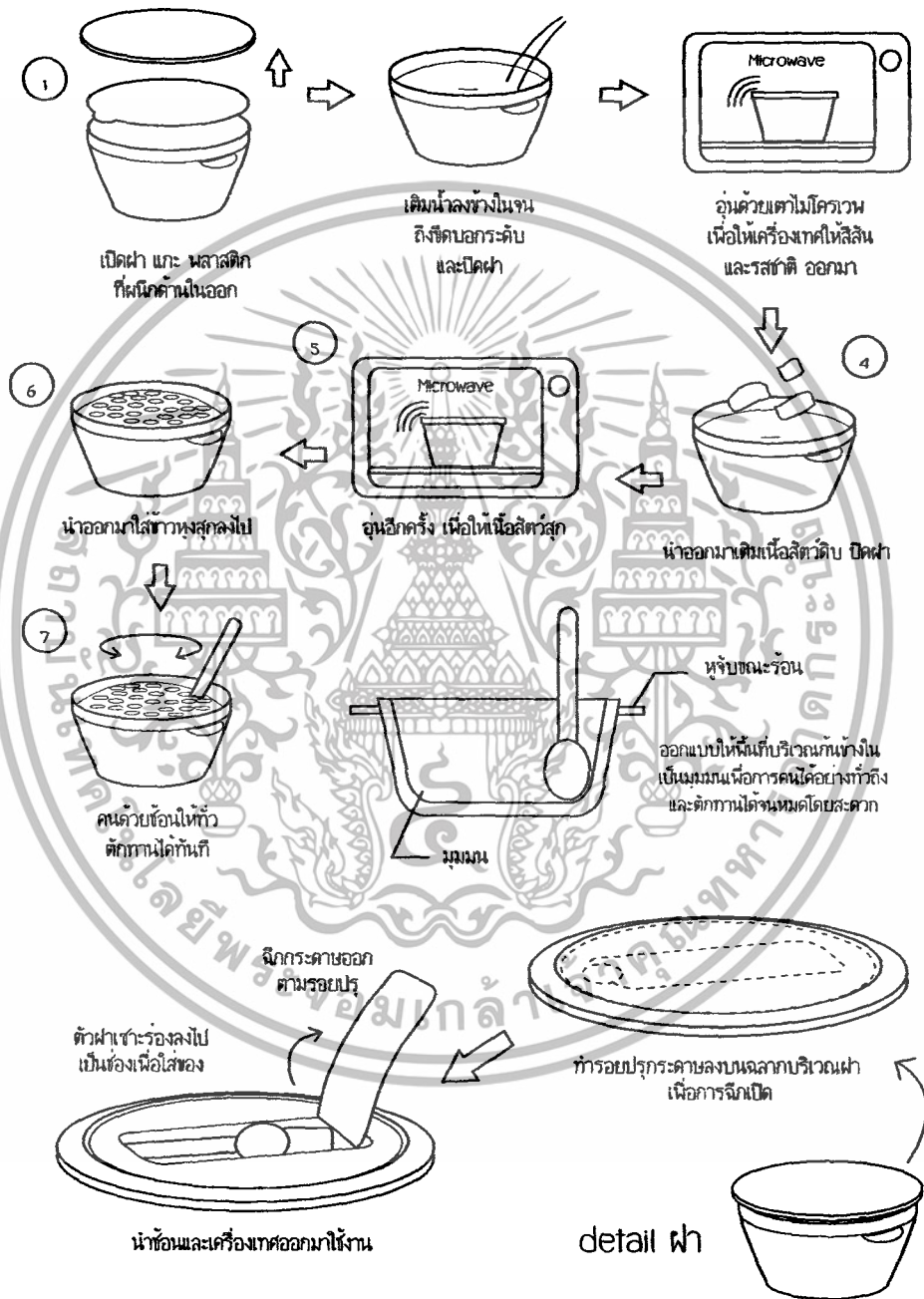
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถอุ่นน้ำปรุงได้เลยในตัวบรรจุภัณฑ์ โดยการเติมน้ำและอุ่นใน ไมโครเวฟ
- ออกแบบให้อุ่นเนื้อสัตว์หลังจากการอุ่นน้ำปรุงโดยนำออกจาก ไมโครเวฟใส่เนื้อสัตว์แล้วอุ่นต่อ
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์สามารถผสมระหว่างน้ำปรุงและข้าวได้สะดวก มีขนาดที่เหมาะสมกับการบรรจุข้างลงในภาชนะและคนเพื่อผสม
- ออกแบบให้ทานได้ในตัวบรรจุภัณฑ์โดยตรง โดยมีอุปกรณ์ในการคนและทานคือช้อนให้มาเลย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หลากหลายรสชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการซื้อ
- การทำอาหารเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ เรื่องราวเกี่ยวกับการประกอบอาหารด้วยเครื่องเทศที่เกี่ยวข้อง มาถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม เช่น ออกแบบให้มีลักษณะเป็นหม้อดินเพื่อสร้างคุณค่า

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส โดยการเติมน้ำและเนื้อสัตว์ดิบ และอุ่นไมโครเวฟ แล้วได้ผสมกับข้าวที่ปรุงสุกก่อนการทำงาน ไดโนบรรจุก่อนทำตัวเดียวกัน เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น และสีส้มให้มีความสวยงามน่ารับประทาน



ภาพที่ 1.5.7 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส

B08. เครื่องเทศ พร้อมแบ่ง สำเร็จรูป สำหรับการปรุงรสอาหาร ก่อนการนำไปทอด (ซุบ แบ่งทอด)

เงื่อนไขความต้องการ/ ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นผงแบ่ง ร่วมกับเครื่องเทศที่มีลักษณะเป็นผงแยกกันอยู่ในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน

- ต้องใส่น้ำหรือน้ำมันลงในแบ่งเพื่อเตรียมการใช้งาน

ปัญหา - สิ่งที่บรรจุมีลักษณะที่ฟุ้งกระจายอาจทำให้ยากแก่การบรรจุ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งานได้

- เนื้อผลิตภัณฑ์ เป็นผงแบ่ง ต้องการ การปกป้องจากความชื้นภายนอก ก่อนการนำไปใช้งาน

- ต้องไม่รั่วซึม หรือล้นออกมาระหว่างการใช้งาน

- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - ต้องการภาชนะรองรับ อาหารที่หั่นเป็นชิ้น เพื่อการชุปกับ แบ่งและเครื่องเทศตามลำดับ

- ต้องมีการผสมน้ำมันลงในแบ่งเพื่อการยึดเกาะบนพื้นผิวอาหารได้ดีขึ้น รวมถึงยึดเกาะกับผงเครื่องเทศได้มากขึ้นด้วย

- ต้องใช้งานในการชุปด้วยมือและปรุงโดยการทอดทันที ซึ่งต้องมีความสะดวกในการใช้งาน

- ออกแบบให้ถือจับมือเดียวได้สะดวกเนื่องจากต้องใช้อีกมือนในการชุปอาหาร และนำไปทอด

- ควรมีอุปกรณ์ในการซับน้ำมันหลังจากทอด

ปัญหา - การใช้งานมีการเคลื่อนย้ายเนื้อสัตว์ไปที่กระทะทอดอาจเกิดการหกขึ้นได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบให้บรรจุเครื่องเทศและผงแป้งได้ง่าย
- ออกแบบให้บรรจุน้ำเพื่อผสมกับแป้งได้สะดวก
- มีขั้นตอนการเติมน้ำที่เหมาะสม
- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง อากาศ ได้ดี โดยการปิดผนึก และ ใช้วัสดุทึบแสง
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนการใช้งาน และระหว่างการรักษา ใช้ระบบการปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

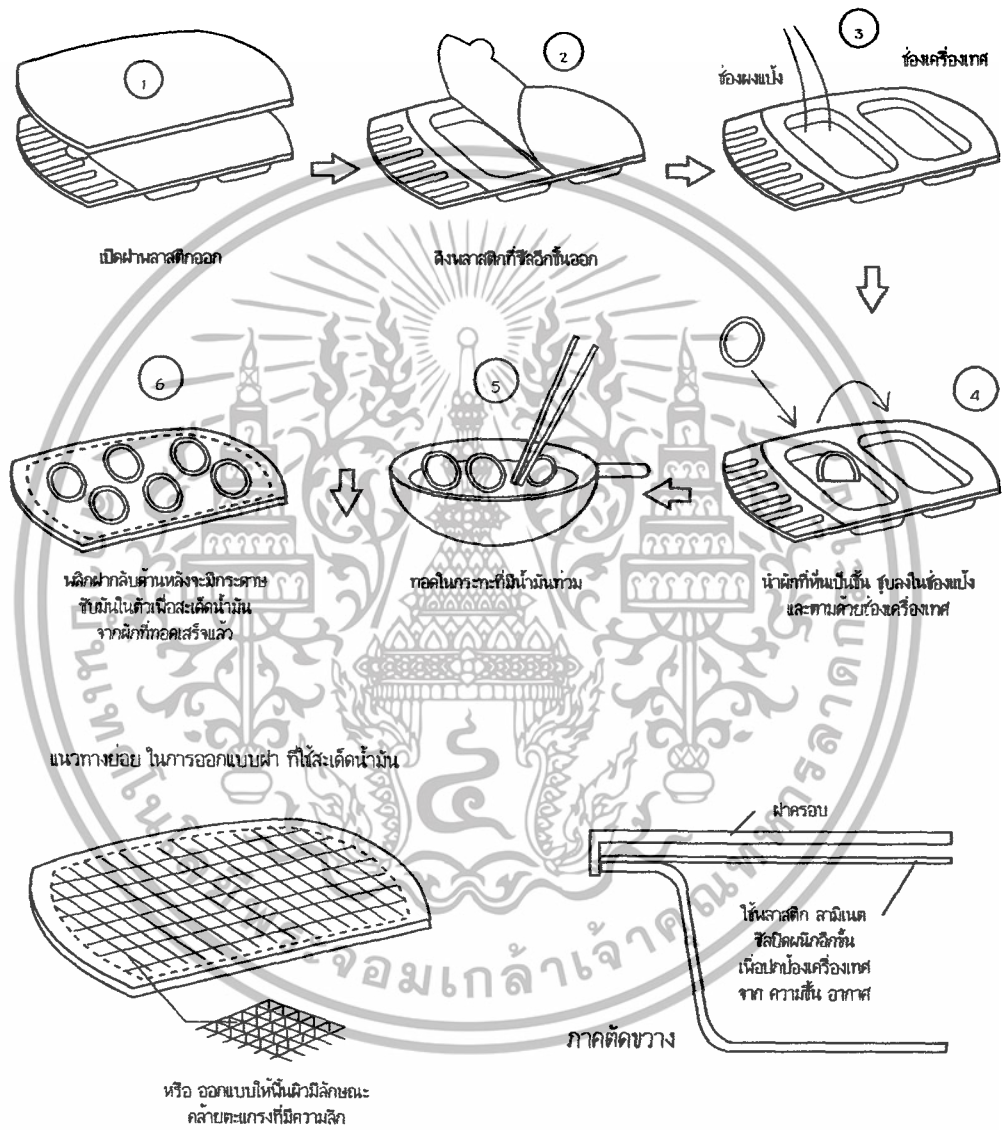
- ออกแบบให้ตัวบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนรองรับเครื่องเทศ และแป้ง ที่ใช้ในการชุปได้เลย
- ออกแบบให้มีขนาดของเปิดสำหรับการชุปที่มากพอให้ชุปได้อย่างสะดวก
- ออกแบบให้มีส่วนที่จับถือเพียงมือเดียวเพื่อการชุปได้โดยสะดวก โดยมีพื้นผิวกันลื่น
- ออกแบบให้มีที่จับน้ำมัน มาให้กับตัวบรรจุภัณฑ์เลย โดยทำเป็นกระดาดาชิมมันในส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ หรือ เป็นตะแกรงเสเด็ดน้ำมัน

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ที่มาของผลิตภัณฑ์

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศผงสำเร็จรูปสำหรับทำผักชุบแป้งทอดผสมเครื่องเทศ โดยการคลุกผักกับแป้ง และผงเครื่องเทศในตัวบรรจุภัณฑ์ ก่อนนำออกไปทอดในกระทะ เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น และเพิ่มความน่ารับประทาน



ภาพที่ 1.5.8 แนวทางแก้ปัญหา เครื่องเทศสำหรับทำปรุงอาหารทอด

B09. เครื่องเทศในรูปของเครื่องแกงสำเร็จรูปที่ใช้ ในการทำอาหารผัด หรือแกง

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ลักษณะผลิตภัณฑ์ เป็นของเหลวหนืด ในลักษณะที่มีการผสมของเครื่องเทศหลายชนิด

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษาได้

- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมของเครื่องเทศออกมา
- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - เครื่องแกงเป็นของประกอบที่มีสมุนไพร และเครื่องเทศอยู่ด้วยกันซึ่งอายุการใช้งานจะสั้นกว่าเครื่องเทศแบบอื่น

- บรรจุภัณฑ์เดิมที่มีลักษณะเป็นถุง ที่เก็บรักษาหลังจากการใช้งานได้ไม่ดีหรือ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - ต้องง่ายต่อการเปิดใช้งาน และเก็บส่วนที่เหลือ หากทานไม่หมดในครั้งเดียวได้

- ใช้งานได้สะดวกขณะที่ปรุงอาหารอยู่ และรวดเร็วในการ นำผลิตภัณฑ์ออกมา และเก็บ

ปัญหา - บรรจุภัณฑ์เดิมที่มีลักษณะเป็นกระปุก ต้องใช้ช้อนตักออกจากบรรจุภัณฑ์ซึ่ง อาจเลอะเทอะ และหากช้อนไม่สะอาดหรือมีความชื้น ก็จะทำให้เครื่องเทศนั้นเน่าเสีย

- บรรจุภัณฑ์เดิมที่มีลักษณะเป็นกระปุกแก้วมีน้ำหนักมากต้องมีการแบ่งดวงออกมาเพื่อใช้งาน
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่จับไม่ถนัดอาจทำให้เกิดการหกได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไป

ที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญหานี้

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการใช้งาน และในการซื้อไปใช้ในแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี การปิดผนึก และ วัสดุที่บดแสง
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษา เช่นใช้ระบบการปิดที่แน่นหนา
- ส่วนที่นำบรรจุภัณฑ์ออกมาใช้งานอาจออกแบบให้เปิดเปิดได้สะดวก แต่ แน่น เพื่อการคุ้มครองที่ดีขึ้น
- อาจออกแบบให้ช่องเปิดมีการทำฝา 2 ชั้นเพื่อการปกป้องที่ดีขึ้น
- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนหรือขนส่งกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

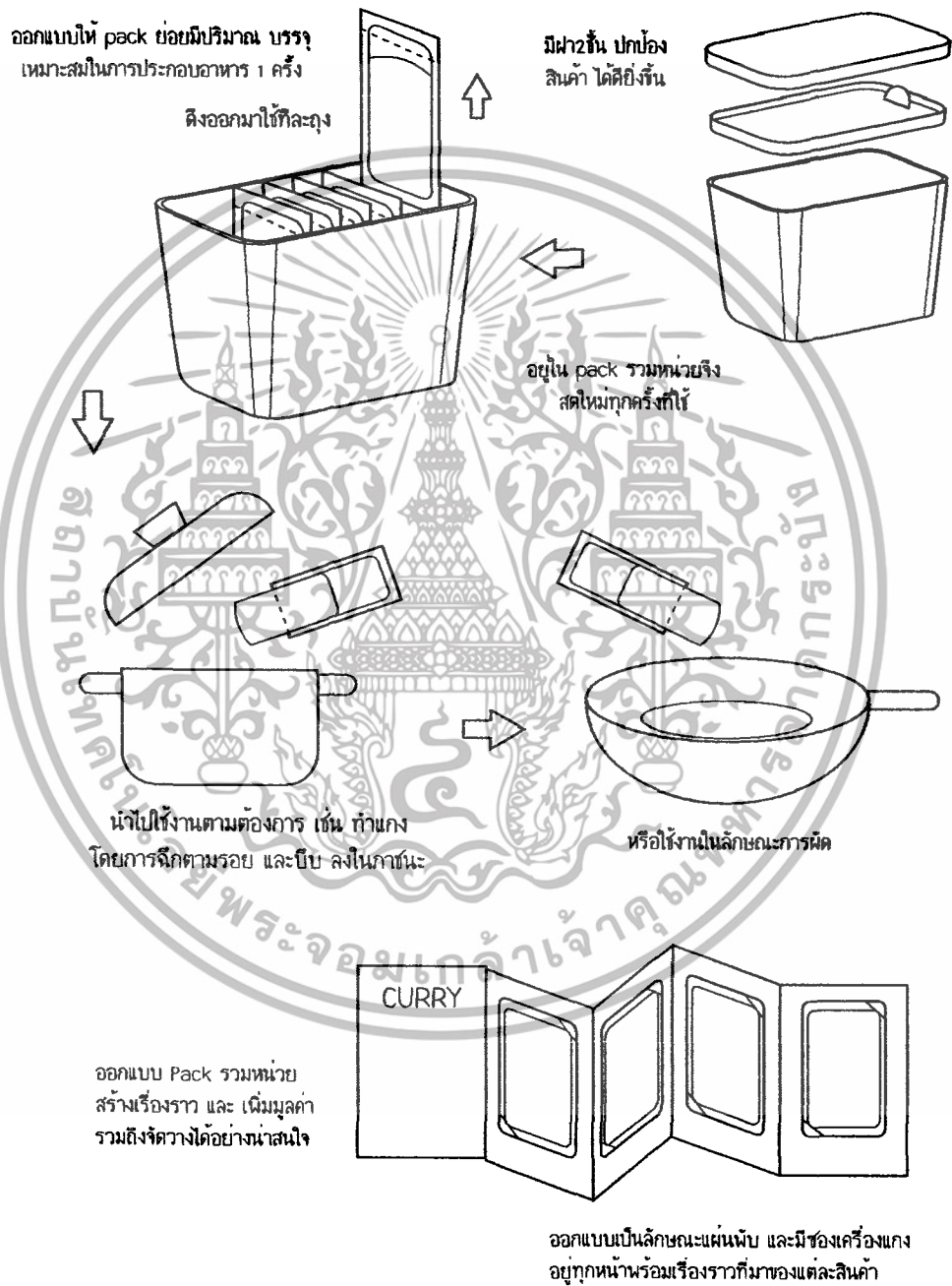
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ย่อย เป็นขนาดพอดีสำหรับการปรุงครั้งเดียวแล้วทิ้งสะดวกในการใช้งาน โดยมีบรรจุภัณฑ์รวมอีกทีเพื่อการใช้ได้หลายครั้ง
- ออกแบบให้มีรูปร่างเอื้อต่อการใช้งาน และคำนึงถึงการจับถือ เช่นออกแบบเป็นหลอดบีบ ซึ่งจะลดการใช้ชั้นลง และใช้งานสะดวกขึ้น น้ำหนักเบา ปิดและเก็บรักษาได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หลากหลายรสชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการซื้อ

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศในรูปของเครื่องแกงสำเร็จรูปที่ใช้ ในการทำอาหารผัด หรือแกง โดยการใส่กับเนื้อสัตว์ หรือ ผักในการประกอบอาหาร ที่นำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ได้ง่าย



ภาพที่ 1.5.9 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องแกงพร้อมใช้

C กลุ่มเครื่องเทศ Spices

C10. เครื่องเทศแห้งทั้งชิ้น (หลายชนิดรวมกัน) เพื่อการปรุงซूप ตามสูตร

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นชิ้น ที่มีขนาดใหญ่และเล็กรวมกันอยู่

- ต้องใส่ลงไปในชั้นปรุงและนำออกก่อนการทาน

ปัญหา - ลักษณะที่แตกต่างกันของ ขนาดสินค้าอาจทำให้บรรจุได้ยากกว่า

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งาน และส่วนที่เหลือในระหว่างการเก็บรักษาได้

- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมของเครื่องเทศออกมา

- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น อากาศ และแสงแดดซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - ต้องมีการแช่เครื่องเทศทั้งชิ้น ในน้ำ และต้มจนเสร็จและนำออกก่อนการนำน้ำต้มนั้นไปใช้งาน เนื่องจากเครื่องเทศมีลักษณะเป็นกาก

- เครื่องเทศที่แช่ตามสูตรการประกอบอาหารบางชนิดที่มีขนาดเล็กอาจใส่ลงไปได้โดยไม่ต้องนำออก เนื่องจากไม่มีผลต่อการรับประทาน

ปัญหา - มีความร้อนมาเกี่ยวข้องอาจเกิดอันตรายกับผู้ใช้งานในการหยิบจับ

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความต้องการ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไป ที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุภัณฑ์ย่อยที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง รวมถึงบรรจุภัณฑ์หลัก ที่พอเหมาะต่อการซื้อ
- แต่ละครั้งเพื่อนำไปใช้งาน
- ถุงเรื่องเทศควรมีรูปร่างที่เอื้อต่อการบรรจุในลักษณะการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรบรรจุ เช่น มีปากถุงที่กว้างเพียงพอ

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี ด้วยการปิดผนึก และใช้วัสดุทึบแสงหากจำเป็น
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษา เช่น ใช้ระบบการปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์คุ้มครองถุงเครื่องเทศในขณะเก็บรักษาโดยมีส่วนดูดความชื้นเฉพาะ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

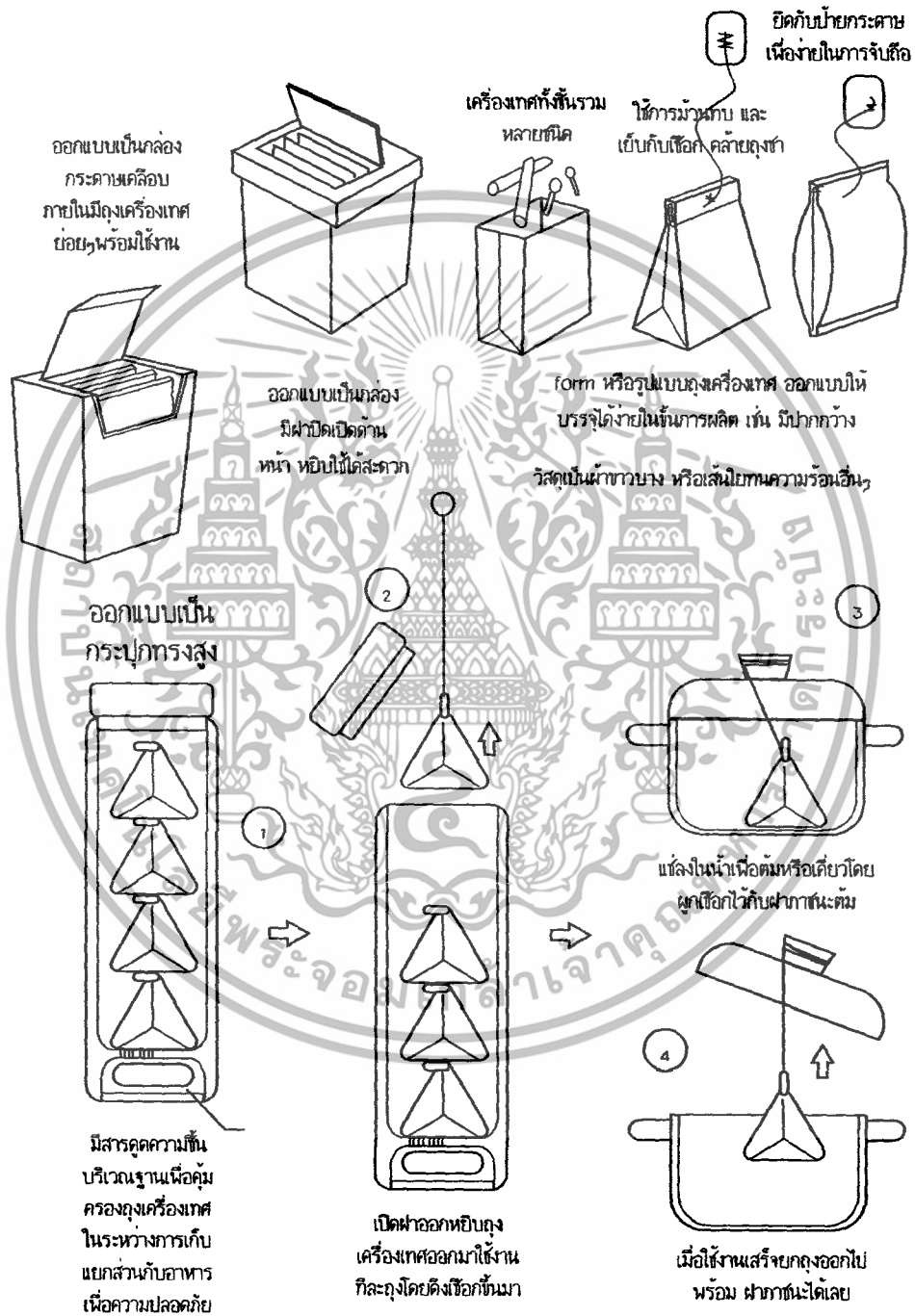
- ออกแบบให้ใส่ลงไปในภาชนะตัม คือหม้อ แล้วสามารถนำออกไปทิ้งเมื่อปรุงเสร็จโดยสะดวก โดยอาจทำเป็นถุงเครื่องเทศ เพื่อการเก็บกักเครื่องเทศให้ละลายออกมา เฉพาะ รส สี กลิ่น ในการปรุง
 - ออกแบบให้มีเชือกโยงออกมานอกถุงนั้นเพื่อการยึดและดึงออกจากอาหารในขณะที่ร้อนได้สะดวก
- ปลอดภัย
- หรือใช้การผูกกับส่วนหนึ่งของภาชนะ เช่น ฝา

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ที่มาจากผลิตภัณฑ์
- ทำเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หลากหลายรสชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการซื้อ

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำเร็จรูป ทั้งสิ้น สำหรับทำอาหารต้ม แกง และซूप โดยการใส่ลงในภาชนะหุงต้ม พร้อมเนื้อสัตว์ หรือผัก และนำออกเมื่อปรุงเสร็จได้โดยสะดวก เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่นอาหาร



ภาพที่ 1.5.10 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศปรุงซूप

C11. เครื่องเทศสดอบแห้ง (แยกชนิด) เพื่อใช้ปรุงแต่งอาหาร เช่นการวางบนเนื้อสัตว์อบ ใสในซุพ

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นเครื่องเทศที่เป็นใบเช่นใบกะเพราแล้วนำมาผ่านกรรมวิธีให้แห้ง เพื่อคุณค่าและเก็บรักษาได้นานขึ้น

ปัญหา - การบรรจุอาจทำได้ลำบากเนื่องจากมีลักษณะเป็นแผ่นบาง อาจมีปัญหาในการกำหนดปริมาณ
- ต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่เกิน เพราะต้องเผื่อที่ว่างระหว่างตัวผลิตภัณฑ์มาก

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษาได้

- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - เครื่องเทศมีลักษณะไวต่อความชื้น ซึ่งในไทยมีอากาศแบบร้อนชื้น อายุการเก็บรักษาเครื่องเทศจะสั้นลง

- ใบเครื่องเทศที่อบแห้งแล้วเกิดการแตกหักเนื่องจากการบรรจุ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - ต้องนำออกมาใช้งานได้โดยง่าย และใบไม่ฉีกขาด

- ใช้มือจับและวางบนอาหารต่างๆ

- เปิดปิดได้สะดวก

ปัญหา - การหยิบสินค้าออกมาใช้งานยาก เพราะขณะที่ปรุงอาหาร มืออาจจะไม่แห้ง หรือสกปรก การจะล้วงลงไปก็ทำได้ลำบาก

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้าได้สะดวกขึ้น เช่นออกแบบเป็นการบรรจุในแนวนอน แทนเนื่องจากมีลักษณะเข้ากับรูปฟอร์มของใบ
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี เช่นการปิดผนึก และ ใช้วัสดุทึบแสง
- ออกแบบให้มีวิธีการบรรจุแยกเป็นใบๆ หรือตามการใช้งานแต่ละครั้ง เพื่อให้ส่วนที่ยังไม่ใช้งานไม่สัมผัสกับอากาศ ความชื้นทำให้เก็บได้นานขึ้น
- ออกแบบให้มีบรรจุภัณฑ์รวมส่วนย่อยๆ อีกทีเพื่อการเก็บรักษาที่ดีขึ้น
- บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

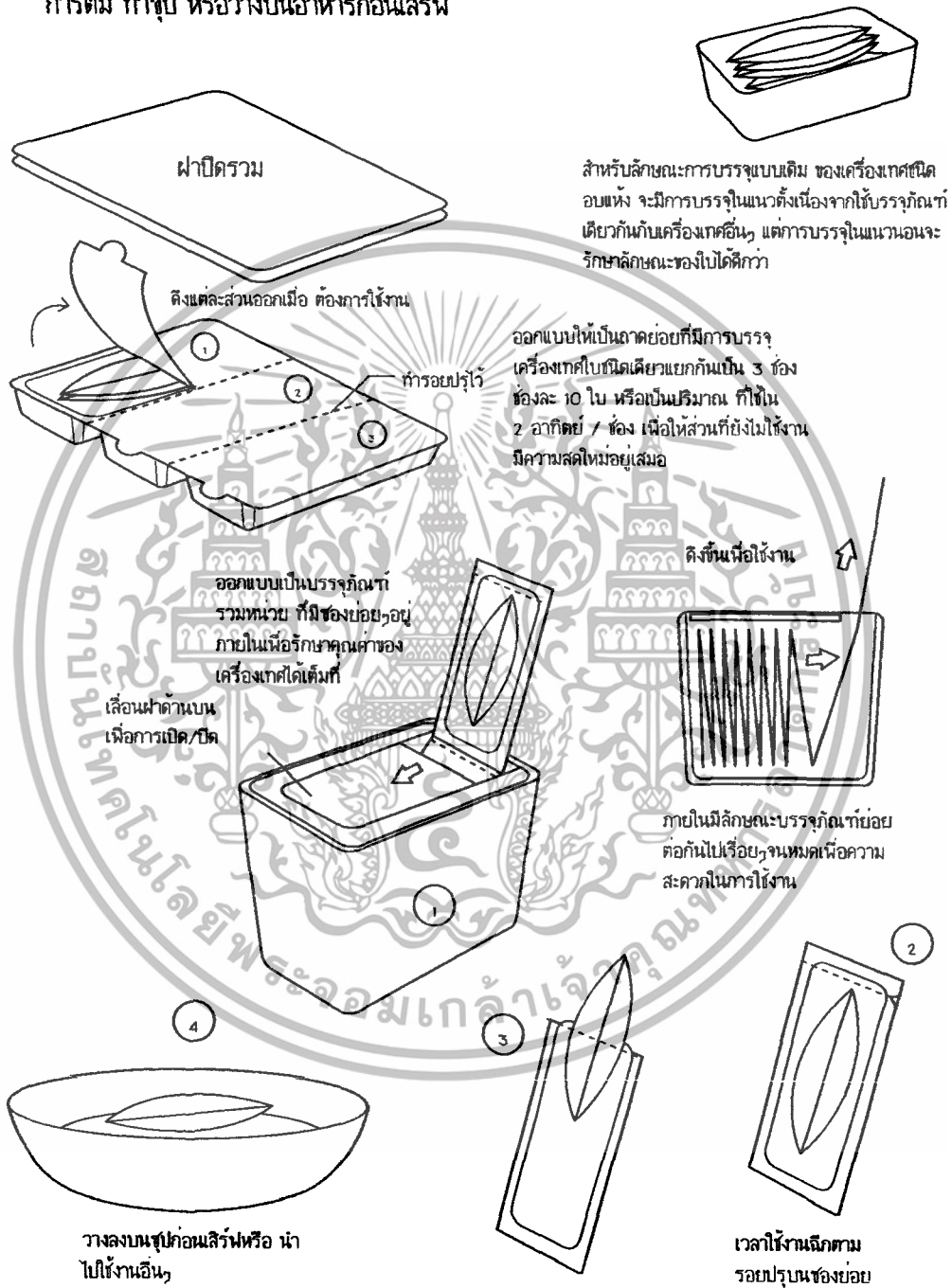
- ออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์ย่อยๆ ที่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละครั้ง และยังไม่ขึ้นง่าย เก็บนานขึ้น
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยย่อยๆ เข้าด้วยกันเพื่อการปกป้องที่ดีขึ้น จากการทำลายโดยแสงแดด ความร้อน
- ออกแบบให้เปิดใช้งานได้ง่าย โดยการบรรจุติดกันและนำออกมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หลากหลายรสชาติโดยประกอบกับเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับเครื่องเทศแต่ละชนิด เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการซื้อ

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศคอบแห้ง (freeze dry) สำหรับการใช้งานได้โดยสะดวก เมื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น อาหาร ได้หลายชนิด เช่น โดยการวางบนอาหารก่อนนำไปอบ ใส่ในขั้นตอน การต้ม ทำซूप หรือวางบนอาหารก่อนลิ้น



ภาพที่ 1.5.11 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศคอบแห้ง

D กลุ่มของว่าง ของทานเล่น Yam and Spreads

D 12. เครื่องเทศสำหรับทานหน้าขนมปัง โดยมีอุปกรณ์ ทาปาดในตัว

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของหนืด และมีของแข็งบนอยู่บ้างเล็กน้อย

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษาได้

- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมของเครื่องเทศออกมา

- ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้

ปัญหา - ส่วนที่เป็นเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

เงื่อนไข - ต้องใช้อุปกรณ์ในการปาดคือมีด

- ใช้ภาชนะในการรองรับก่อนนำขนมปังไปอบ

- ใช้ทั้งการปรุงก่อน หรือ นำขนมปังที่อบแล้วมาทาก็ได้

ปัญหา - บรรจุภัณฑ์เดิมมีลักษณะเป็นกระปุกทำให้ตักออกมาปาดลงบนขนมปังได้ยาก

- อาจต้องใช้ช้อนตักแบ่งออกมาจากภาชนะก่อน จึงค่อยนำไปทาบนขนมปังได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย

ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในท้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป

- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการปฐเพื่อรับประทานแต่ละครั้ง

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี ด้วยการปิดผนึก และ ใช้วัสดุทึบแสง ในส่วนที่เป็นเครื่องเทศ
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนการใช้งาน และระหว่างการใช้รักษา เช่น ใช้การปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

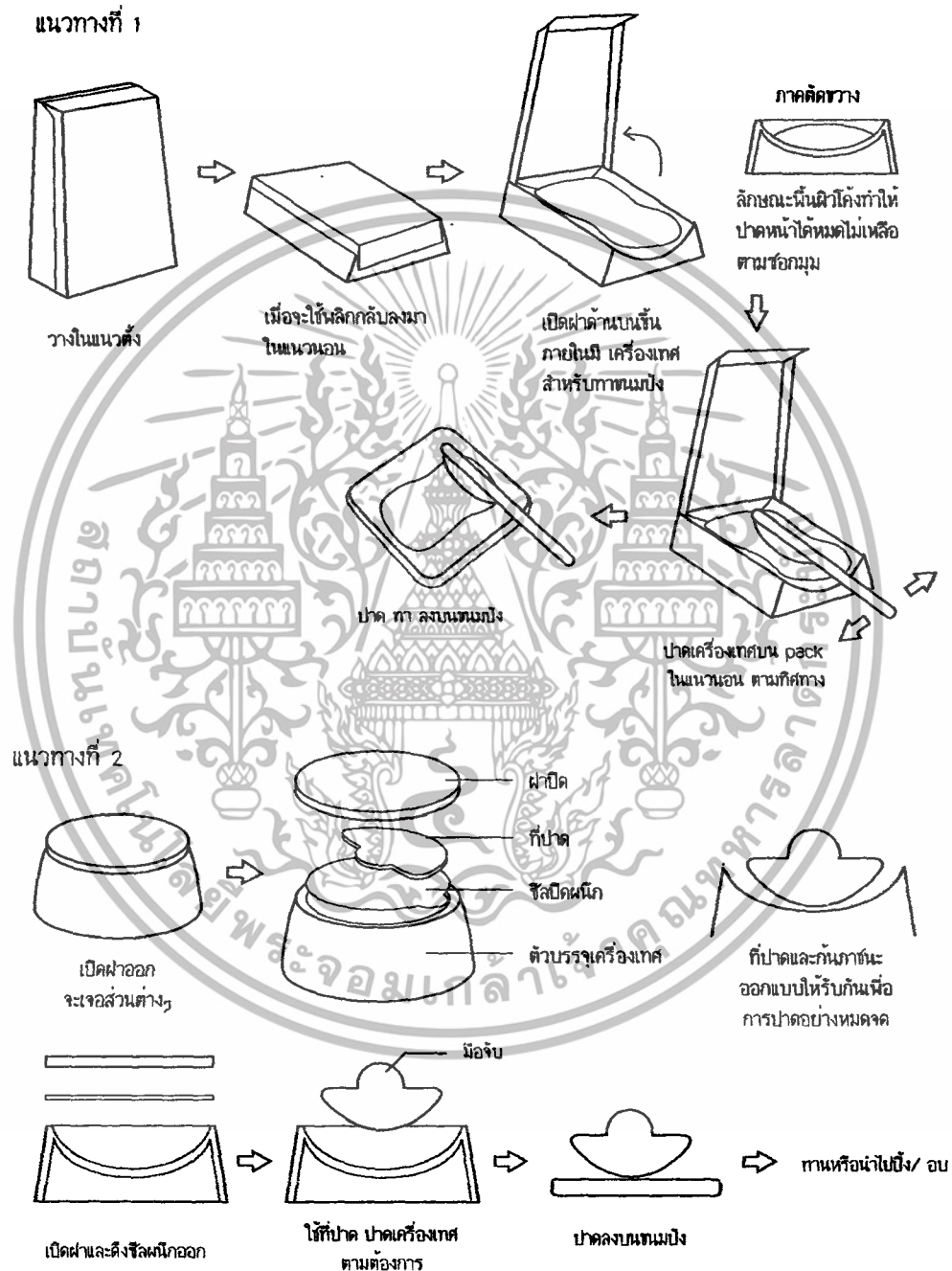
- ออกแบบให้มีลักษณะที่เอื้อต่อการปาดได้อย่างหมดจด โดยมีก้านภาชนะโค้งมน
- ออกแบบให้มีอุปกรณ์ที่ใช้ในการปาดมาพร้อมกันภายในบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวก
- ออกแบบให้เป็นหลอดบีบเพื่อการปาดจากตัวบรรจุภัณฑ์ได้เลยโดยทำให้ส่วนผสมมีความละเอียดมากขึ้น
- ออกแบบวิธีการปาดแบบใหม่ๆ เพื่อความรวดเร็วในการใช้งาน

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำออกมาในหลาย รสชาติเพื่อความหลากหลาย
- ทำเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หลากหลายรสชาติโดยประกอบกับเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับเครื่องเทศแต่ละชนิด เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการซื้อ

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำหรับทาหน้าขนมปัง ก่อนการนำไปปิ้งหรืออบ หรือหลังจากปิ้งอบมาแล้ว โดยมีลักษณะเป็นของเหลวเหนียวผสม ใช้ปาดหรือทา เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น สี พร้อมอุปกรณ์ทา ในตัว



ภาพที่ 1.5.12 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศทาหน้าขนมปัง

D 13. เครื่องเทศสำหรับจิ้มกับขนมปังหรือของทานเล่น

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

ด้านการบรรจุ (Containment)

- เงื่อนไข - ผลิตภัณฑ์ เป็น ผง และเป็นของเหลวหนืดอยู่แยกกันอยู่ในบรรจุภัณฑ์ตัวเดียวกัน
- ปัญหา - ปริมาณการบรรจุเครื่องเทศเดิมนั้นมีปริมาณที่มากเกินไปเกินความต้องการในการใช้งาน
- ไม่สะดวกในการใช้งานต้องกำหนดส่วนผสมและปริมาณ ในการทาน
 - ในห้องตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันไม่มีความโดดเด่นเนื่องจากมีขนาดเล็กสังเกตได้ยาก

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ ต้องป้องกันความเสียหายจากภายนอก ในรูปความชื้น อากาศ แสงแดด ความร้อน ที่เป็นตัวทำลายคุณสมบัติของเครื่องเทศ ก่อนการใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษาได้
- ต้องปิดสนิทป้องกันการรั่วซึมของทั้ง2ส่วน
 - ต้องป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่งได้
- ปัญหา - ส่วนที่เป็นผงเครื่องเทศจะไวต่อความชื้น ซึ่งเป็นตัวทำลายกลิ่นและรสชาติของเครื่องเทศ

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องใช้งานได้ง่ายสะดวกในการทาน
- การรับประทานใช้ทานคู่กันกับขนมปัง ควรจับถือได้ด้วยมือเดียว
 - ต้องง่ายต่อการเปิดใช้งาน
 - อาจมีการรูดส่วนผสมลงบน ขนม
- ปัญหา - เมื่อเปิดใช้งานอาจมีการหกของส่วนผสมได้
- ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่จับไม่ถนัดอาจทำให้เกิดการหกได้

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- เงื่อนไข - บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองสินค้า และตรงกับความชอบ และ รสนิยม ของกลุ่มเป้าหมาย
- ต้องสร้างความน่าสนใจในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีมาก่อน
- ปัญหา - เป็นบรรจุภัณฑ์ในห้องตลาดมีรูปแบบซ้ำซ้อนและมีทางเลือกให้ผู้บริโภคน้อยเกินไป
- บรรจุภัณฑ์เดิมมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่สอดคล้องกระแสกับการบริโภคที่เปลี่ยนไปที่เน้นความสะดวกและแปลกใหม่เป็นหลัก

แนวทางการแก้ไขปัญห

ด้านการบรรจุ (Containment)

- ออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการบรรจุ สินค้า
- มีขนาดบรรจุที่พอเหมาะต่อการรับประทานแต่ละครั้ง
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่ 2 เพื่อเพิ่มพื้นที่ ในการมองเห็น เพื่อความน่าสนใจ บนชั้นวาง หรือ ทำ Display ณ จุดเสนอขายสินค้า

ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความชื้นแสง ได้ดี ด้วยการปิดผนึก และ ใช้วัสดุที่บแสง
- ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ก่อนการใช้งาน และระหว่างการเก็บรักษา เช่น ใช้การปิดที่แน่นหนา
- บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรองรับต่อแรงกระแทกที่อาจเกิดขึ้นจากการวางซ้อนกันได้

ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)

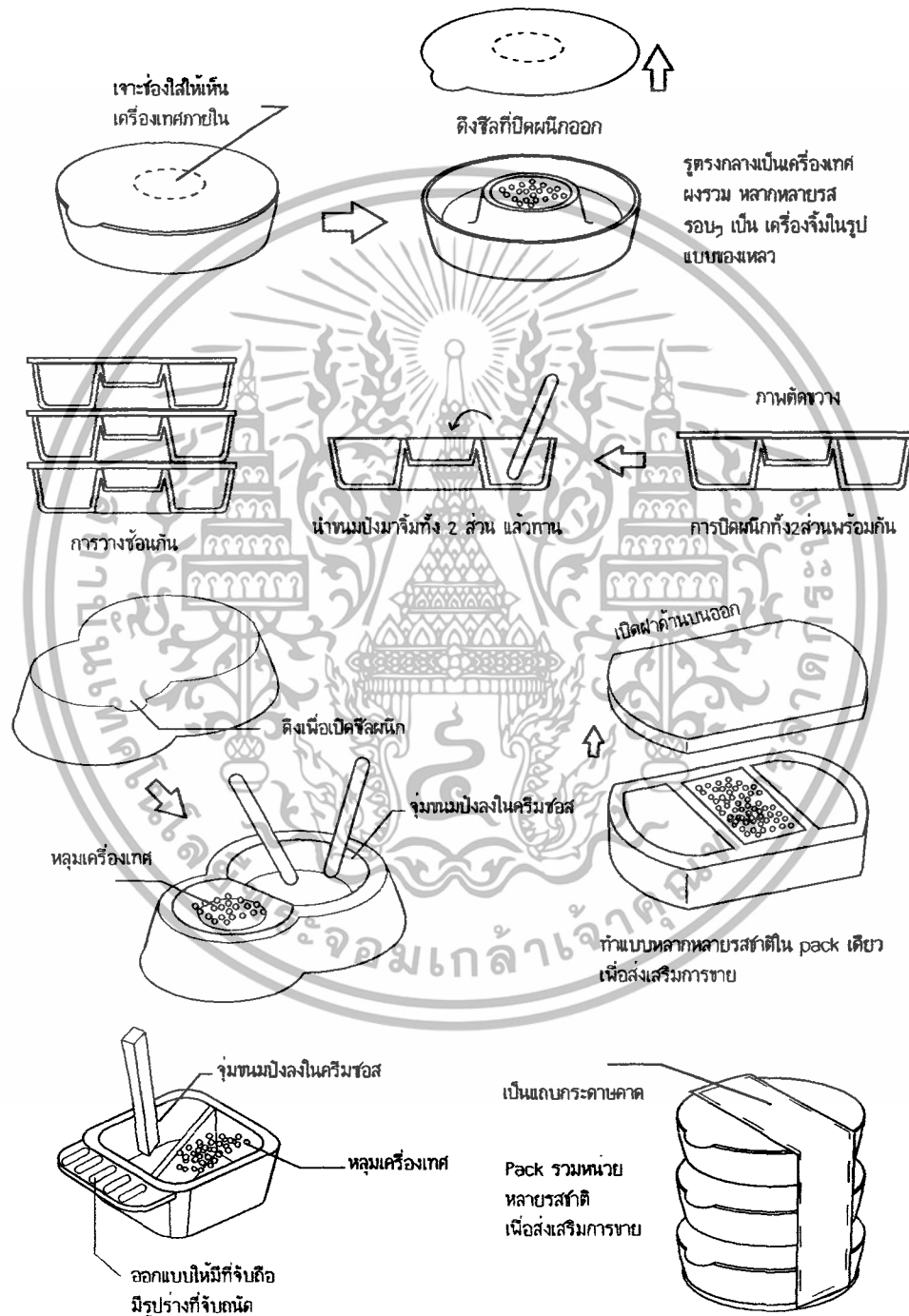
- ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์แยกเป็นขนาดพอดีสำหรับกินเพียงครั้งเดียวแล้วทิ้งสะดวกในการใช้งาน
- ออกแบบให้มีรูปร่างเอื้อต่อการทานกับขนมปังอย่างสะดวก และคำนึงถึงการจับถือขณะใช้งาน
- ออกแบบฝาให้เปิดแล้วปิดซ้ำได้ เมื่อกรณีที่ทานไม่หมด
- ออกแบบให้สามารถเทส่วนผสมลงบนขนมปังได้เลย

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างและกราฟิก โดยดึงเอาเอกลักษณ์ ของตราสินค้า ลักษณะเฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์ ที่มาของผลิตภัณฑ์
- ทำออกมาในหลาย รสชาติเพื่อความหลากหลาย
- ทำเป็นบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย หลากหลายรสชาติโดยมี เรื่องราวที่เชื่อมโยงกับเครื่องเทศแต่ละชนิด

แนวทางการแก้ปัญหา

เครื่องเทศสำหรับจิมกับขนมปังหรือชองทานเล่น โดยการใช้งานร่วมกันระหว่าง
ผงเครื่องเทศรวม กับน้ำซอส หรือเครื่องจิม



ภาพที่ 1.5.13 แนวทางการแก้ปัญหา เครื่องเทศจิมกับขนมปัง

1.6 แนวทางการศึกษาวิจัยเพื่อประกอบการออกแบบ

- 1. ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ เครื่องเทศ**
 - ชนิด และ รูปแบบ ของเครื่องเทศ ในท้องตลาด
 - คุณสมบัติ สถานะ การใช้งาน ของเครื่องเทศ
 - การเก็บรักษาเครื่องเทศ
 - การผลิต การแปรรูปสินค้าเครื่องเทศ
 - ปัญหาของการใช้งานเครื่องเทศ และบรรจุภัณฑ์
- 2. ศึกษาถึงระเบียบข้อบังคับของสินค้าที่มีอยู่ในท้องตลาด**
 - ด้านคุณภาพของเครื่องเทศ
 - ศึกษาถึงปริมาณที่เหมาะสมต่อการใช้งาน และ การบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์
 - รายละเอียด และข้อมูล ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องปรากฏบนบรรจุภัณฑ์
- 3. ศึกษาเกี่ยวกับการขนส่งและการกระจายสินค้า**
 - กระบวนการและขั้นตอนในการขนส่ง
 - กระบวนการและกระจายสินค้าออกสู่ท้องตลาด
- 4. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค**
 - ศึกษาถึงพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
 - ศึกษาถึงพฤติกรรมด้านการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย
 - ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้งานเครื่องเทศ
 - ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
 - ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
 - ศึกษาถึงประวัติความเป็นมา ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่แสดงออกมา ผ่านทางการใช้งานเครื่องเทศ ในรูปแบบต่างๆ
- 5. ศึกษาผลิตภัณฑ์ ใกล้เคียง ข้างเคียง และผลิตภัณฑ์คู่แข่ง**
 - ลักษณะและรูปแบบกราฟิก และ โครงสร้าง ของบรรจุภัณฑ์
 - ศึกษาถึงช่องว่างทางการตลาด จุดขาย อุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น
- 6. ศึกษาถึงวัสดุ รูปแบบ และกรรมวิธีในการผลิต บรรจุภัณฑ์**
 - ศึกษาถึงรูปแบบและวัสดุที่เหมาะสมในการทำบรรจุภัณฑ์
 - ศึกษาถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถผลิตได้ รวมถึงมีแนวโน้มและโอกาสที่จะผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม(Mass production)

1.7 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

จากการดำเนินโครงการนำร่องออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ ภายใต้บริษัท โกลโบลฟู้ดส์ จำกัด คาดว่าผลที่จะได้รับมีดังนี้

1. เกิดการพัฒนาการในด้านของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศ ที่มีประโยชน์และสามารถใช้เป็นแบบอย่างที่ดีต่อไปในอนาคตให้กับผู้ประกอบการ และยกระดับการใช้งานเครื่องเทศให้หลากหลายมากขึ้น
2. เกิดบรรจุภัณฑ์เครื่องเทศ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเครื่องเทศ ที่มีเอกลักษณ์ และสร้างจุดขายผ่านทางการใช้งานแบบใหม่ๆ ตลอดจนรูปแบบทางกราฟิกและโครงสร้างให้เป็นที่จดจำ และนำไปสู่การซื้อ ตามตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (Product positioning) ที่ถูกวางไว้ อย่างเหมาะสม
3. ได้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการตอบสนองความต้องการของผู้ผลิต และผู้บริโภคเครื่องเทศ ผ่านทางด้านการใช้งานในการปรุงแต่งอาหาร การจับถือ การผสม การจัดวางเก็บรักษา ความสะดวกในการบรรจุสินค้าลงบรรจุภัณฑ์และการใช้งานสินค้าร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นได้อย่างเหมาะสม และจะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงาม



บทที่ 2 การค้นคว้าข้อมูลและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทผู้ผลิตต้นแบบ

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัทโกลโบฟู้ดส์จำกัด

บริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด ที่ตั้ง : 482 หมู่ 19 ซ.ผูกมิตร ถ.ริมทางรถไฟเก่า ต.สำโรงใต้ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ



ภาพที่ 2.1.1 : เครื่องหมายของบริษัท



ภาพที่ 2.1.2 : ตราสินค้า ของทางบริษัท

ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2517 ด้วยการร่วมทุนระหว่างบริษัท กรีฟฟีทท์ ลาบอราทอรี สหรัฐอเมริกา และครอบครัว พลานูเวซ ในสัดส่วน 49% และ 51% ตามลำดับ "โลโบ" เป็นยี่ห้อที่มีความหลากหลายของสินค้ามากที่สุดและมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับต้นๆ เข้าสู่ตลาดก่อนยี่ห้ออื่น โดยเครื่องปรุงรสที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ ผงหมูแดง ผงทำแฮม ผงเต้าหู้ยีสัน เครื่องต้มยำ และเครื่องต้มยำ

ย้อนกลับไปเมื่อปี 1960 นั้น ธุรกิจหลักของบริษัทในสหรัฐอเมริกาได้แก่ การผลิตและจำหน่ายเครื่องปรุงรส สารเสริมคุณภาพ สำหรับอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แปรรูป เช่น ไก่กรอบ แฮม ดังนั้นบริษัทในประเทศไทยจึงได้เริ่มต้นด้วยธุรกิจนี้เช่นกันในช่วง 4 ปีแรก ต่อมาได้ขยายไปยังสินค้าที่ขายโดยตรงต่อผู้บริโภค (Retail Product) และส่วนประกอบของอาหารสำหรับร้านอาหาร Fast Food ขนม ของว่าง และยังมีส่งออกสินค้าปลีก ได้แก่ เครื่องปรุงรสของดาวและผงทำของหวาน ภายใต้เครื่องหมายการค้า "LOBO"

เมื่อเดือนมิถุนายน 2540 ผู้ถือหุ้นชาวไทยได้ซื้อหุ้นของบริษัทไว้ทั้งหมด แต่บริษัทยังมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจเป็นอย่างดี กับบริษัท กรีฟฟีทท์ ในสหรัฐอเมริกา และสาขาอื่นทั่วโลกเช่นเดิมาปัจจุบัน บริษัทมีพนักงาน 350 คน มีพื้นที่ปฏิบัติงานทั้งหมด 10,000 ตารางเมตรบนพื้นที่ทั้งหมด 5 ไร่ ปริมาณการผลิต 500 ตันต่อเดือน ผลิต 1 กะต่อวัน บริษัทได้รับการรับรองสุขลักษณะโรงงานอาหารที่ดี และระบบคุณภาพ ISO 9002 จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ส่วนผลิตภัณฑ์ในทวีปแอฟริกา และบางบ่งปัน ของบริษัทยังได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มอก. และได้รับการตรวจประเมินมาตรฐาน HACCP (Hazard Analysis And Critical Control Point) เพื่อความสะอาดในการส่งออก สิ่งที่บริษัทกำลังจะดำเนินการต่อไปในอนาคตคือ การขอระบบคุณภาพ ISO 14000 ซึ่งเกี่ยวกับการรักษา สภาพแวดล้อมของทางโรงงาน

บริษัทยังมีแนวโน้มในการเพิ่มยอดขายอย่างต่อเนื่อง หลังจากบริษัทได้ซื้อหุ้นจากบริษัทแม่ไว้ทั้งหมดทำให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวขึ้น ไม่ต้องรอนโยบายจากเมืองนอกเหมือนแต่ก่อน บริษัทมีการพัฒนาบุคลากรด้าน R&D เข้ามาเสริมในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาบุคลากรด้านงานขายต่างประเทศ เพื่อแสวงหาตลาดต่างประเทศ บริษัทโกลโบ ฟู้ดส์มีอัตราการเจริญเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ในระดับ 17-24% ตั้งแต่ปี 1992-1997 โดยเฉพาะปี 1998 บริษัทมีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดถึง 40 % ซึ่งเป็นผลมาจากมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันบริษัทมีความต้องการที่จะขยายกลุ่มสินค้าออกไปมากขึ้นเนื่องจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดวัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร รวมถึงออกสินค้าอย่างเครื่องเทศระบุสำหรับการปรุง ขนาดเล็กเพื่อแทรกช่องว่างและทำตลาดเพิ่มขึ้นด้วย โดยนโยบายต่อไปคือการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อสอดรับกระแสการบริโภคที่เกิดขึ้น

2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของทางบริษัท

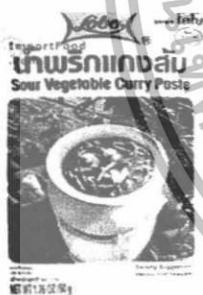
โลโบ เป็นยี่ห้อที่มีความหลากหลายของสินค้ามาก ตั้งแต่เครื่องปรุงแต่งอาหารคาว ไปถึงของหวาน เน้นสินค้าแปรรูปจากเครื่องเทศ ชนิดผง และน้ำ ที่ใช้ปรุงอาหารแต่ละประเภทเฉพาะอย่างเช่น ผงปรุงลาบ ผงหมักไก่ ผงทำหมูแดง ผงหมักแฮม ผงปรุงผัดกระเพรา เป็นต้น สินค้าที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดคือ เครื่องเทศชนิดปั่นผง เป็นกระปุกขนาดเล็ก ในชื่อ Globo Spice เพื่อดึงส่วนแบ่งตลาดจากตลาดเครื่องเทศ

สินค้าจำหน่ายปลีกภายใต้ brand Lobo แบ่งได้เป็นดังนี้

1. Savory Powder and Savory Paste – ผงและเครื่องปรุงรสอาหาร
2. Desert Powder – ผงทำขนม และของหวาน
3. Curry Paste – เครื่องแกง
4. Thai Sauce - ซอสและน้ำจิ้มปรุงรสต่างๆ



ภาพที่ 2.1.3 เครื่องปรุงอาหารประเภทต้ม



ภาพที่ 2.1.6 ความหลากหลายในตัวสินค้า

ภาพที่ 2.1.4 สินค้าจำพวกน้ำพริก



ภาพที่ 2.1.5 ผงเครื่องหมักอาหาร

ช่องทางการจำหน่าย ผ่านทาง Supermarket ทุกระดับ และร้านสะดวกซื้อ

ภาพลักษณ์ มีความเป็นสากล ไม่เน้นไปในทางใด เรียบง่าย และเน้นสินค้าทั่วไปที่คนรู้จักดีเช่น

หมูแดง ข้าวหมกไก่ แกงกะหรี่ไก่ ส้มตำ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่ต้องการปรุงอาหารรับประทานเองโดยสะดวก ไม่ต้องยุ่งยากในการเตรียมเครื่องปรุง แม่บ้านระดับกลาง

- ล้าง กลุ่มรองชาวต่างชาติ ที่ชื่นชอบอาหารไทยที่เป็นที่รู้จักดี

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ในส่วนบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีกจะเป็นแบบของเกือบทั้งหมด ยกเว้นสินค้าใหม่คือเครื่องเทศจะเป็นแบบกระปุก

ลักษณะกราฟิก ใช้ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จ หรือภาพแสดงกรรมวิธีการปรุง แต่เน้นที่ภาพอาหารขนาดใหญ่อยู่ตรงกลาง และมีโลโก้แบรนด์ขนาดใหญ่

2.1.3 นโยบายทางการตลาดของทางบริษัท

นโยบายของบริษัท โกลโบฟู้ดส์ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า สามารถจำแนกเป็นข้อๆได้ดังนี้

1. นโยบายการส่งเสริมแนวทางเกษตรอินทรีย์แบบพึ่งตนเอง และใช้สารเคมีในการผลิตให้น้อยที่สุด
2. มุ่งเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
3. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายออกไปเพื่อผลกำไรของบริษัท
4. วิจัยและพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ทันสมัย และ ตอบรับกับความต้องการที่เกิดขึ้นของผู้บริโภค ด้วยฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของทางบริษัท
5. ใช้กระบวนการผลิตที่สะอาด รวดเร็ว ทันสมัย และมีประสิทธิภาพตลอดเวลา
6. สร้างความหลากหลายให้แก่สินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคหลายๆกลุ่ม

2.1.4 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

วิเคราะห์แบรนด์เดิมของบริษัท (Lobo)

- เนื่องจากสินค้าเดิมของบริษัทคือ Lobo มีการขายมานานและไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงในตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ทำให้เสียส่วนแบ่งตลาดให้กับสินค้าใหม่ๆที่ออกมาอย่างต่อเนื่อง

- สินค้าเดิมเป็นสินค้าปรุงรสอาหารพื้นๆ เช่น ผงปรุงขนม ผงปรุงหมูแดง ผงปลา ซึ่งยากที่จะปรับราคาขายและสร้างลูกเล่นให้บรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า และอีกปัจจัยก็คือผู้บริโภคของ Lobo เป็นแม่บ้านระดับกลาง - ล่าง จึงไม่ควรปรับราคาขึ้นอีกเพราะจะมีผลต่อกำลังซื้อของกลุ่มนี้

- สินค้ามีความหลากหลายกลุ่มมาก แต่ใช้ตรา Lobo เหมือนกันหมด ทั้งกลุ่มผงปรุงอาหาร วัตถุดิบตั้งต้น และผงทำขนมต่างๆ จึงทำให้ขาดเอกลักษณ์ในกลุ่มสินค้าและยากในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของสินค้าและแบรนด์

- ผู้บริโภคต้องการเครื่องปรุงที่ใช้งานได้สะดวกมากขึ้น

แนวทางการสร้างแบรนด์

- จากข้อมูลทางการตลาดและการสำรวจตลาดเครื่องเทศเครื่องปรุงรส ตลอดจนการวิเคราะห์สินค้าเดิมของบริษัท สามารถสรุปเป็นแนวทางการสร้างแบรนด์ที่จะสร้างจุดขายที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้ ดังนี้

- สร้าง Segment ใหม่ให้สินค้า โดยเป็นเครื่องปรุงอาหารจากที่เน้น การปรุงโดยเครื่องเทศ ที่มีความหลากหลายในตัวสินค้า เปิดเป็น brand ใหม่เพื่อสร้างเอกลักษณ์ใหม่และการวางตำแหน่งทางการตลาดใหม่

- สินค้าที่จะเกิดขึ้นควรเป็นการเจาะไปยังการปรุงอาหารแต่ละชนิดให้ตรงจุดเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเป็นสินค้าเฉพาะและมีความเหมาะสมกับวิธีการปรุงนั้นๆจริง เช่นเครื่องเทศสำหรับการหมักเนื้อสัตว์

- เน้นการนำเสนอสูตรการปรุงอาหารที่แปลกใหม่ให้กับผู้บริโภคโดยเป็นสูตรการปรุงอาหารจากทั่วโลก

- สร้างพฤติกรรมการใช้งานเฉพาะซึ่งมีเอกลักษณ์และเป็นจุดขายตลอดจนเอื้อประโยชน์ในการปรุงได้สะดวก รวดเร็ว ให้แก่ผู้บริโภคผ่านทางออกแบบบรรจุภัณฑ์ ใหม่ เพื่อแข่งขันในตลาด

ลักษณะของแบรนด์ที่จะเกิดขึ้น

เป็นแบรนด์ที่เกิดขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการในการใช้งานเครื่องปรุงอาหารที่มีความหลากหลาย ในด้านรสชาติ และชนิดของอาหาร โดยเน้นการนำเสนอรูปแบบการใช้งาน ในการปรุงอาหารรูปแบบใหม่ที่สะดวก และรสชาติอันเป็นต้นตำรับจากการเลือกสรรสูตรอาหารเครื่องเทศจากต่างๆทั่วโลก ให้ผู้ใช้มีความเพลิดเพลิน และเต็มไปด้วยช่วงเวลาแห่งสีสันในการปรุง และรับประทานอาหาร

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มมูลค่าสินค้าเครื่องเทศจากการเป็นแค่วัตถุดิบในการใช้งานในการปรุงอาหาร โดยผ่านทางออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้การปรุงและการเตรียมอาหารที่ต้องใช้งานร่วมกับเครื่องเทศต่างๆ สะดวกขึ้น โดยลดขั้นตอนการใช้งาน ประหยัดเวลา ลดความยุ่งยากของการเตรียมวัตถุดิบตั้งต้น ลดภาระในการจัดเก็บหลังจากการประกอบอาหาร โดยกลุ่มเป้าหมายคือ แม่บ้าน ระดับกลาง - บน รายได้ดี มีครอบครัว ช่วงอายุ 27-45 ปี ชอบความสะดวกสบาย และรวดเร็ว ชื่นชอบในการปรุงอาหาร มีทักษะในการปรุงอาหารเล็กน้อย มีบ้านและมีพื้นที่ครัวประกอบอาหาร รายได้ดี มีครอบครัวฐานะมั่นคงชอบความสะดวกสบาย สนใจใน Trend อาหารต่างๆชอบเรียนรู้ชอบลองอาหารแปลกใหม่ ตลอดจนผู้ที่สนใจในการใช้งานเครื่องเทศ

หมายเหตุ โครงการที่จัดทำขึ้นเป็นกรณีศึกษาเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ มิใช่โครงการออกแบบที่ใช่เพื่อการผลิตของบริษัท โกลโบฟูดส์ จำกัด โดยบริษัทมีส่วนร่วมในการเอื้อเพื่อข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบเท่านั้น

2.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง จะประกอบไปด้วย 2 กลุ่มใหญ่ คือ สินค้าเครื่องเทศ และ สินค้าเครื่องเทศที่นำมาแปรรูปให้อยู่ในรูปแบบที่ใช้งานสะดวก เรียกว่า เครื่องปรุงรส

เครื่องเทศ (spices) หมายถึง ของหอมฉุนและเผ็ดร้อนที่ได้จากพืช ใช้ปรุงแต่งกลิ่น รส และ สี ของอาหาร สารประกอบอินทรีย์ที่เป็นกลิ่นหอมของเครื่องเทศนั้นมาจากส่วนที่เป็นน้ำมัน (fixed oil) และน้ำมันหอมระเหย (volatile oil) ส่วนรสชาติที่เผ็ดร้อนนั้นมาจากส่วนที่เป็นยาง (resins) นอกจากนี้ยังมีสารอื่นๆ อีก เช่น แป้ง น้ำตาล แร่ธาตุ และวิตามินบางชนิด เป็นต้น ทั้งรสชาติที่ เผ็ดร้อนหรือฝาดและกลิ่นที่หอมของเครื่องเทศ เป็นตัวช่วยกระตุ้นการหลั่งน้ำย่อยและน้ำลาย ทำให้รู้สึกว่าการรับประทานอาหารง่ายขึ้น นอกจากนี้น้ำมันหอมระเหยยังช่วยให้อาหารมีอายุยาวนานขึ้น เครื่องเทศจำแนกตามลักษณะการใช้งานได้ 2 ชนิด คือ เครื่องเทศชนิดใช้ส่วนที่เป็นหัวหรือเหง้า เช่น ชิง ข่า ขมิ้น กระเทียม ตะไคร้ และเครื่องเทศชนิดใช้ส่วนที่อยู่พ้นพื้นดิน ได้แก่ ลูกจันทร์ อบเชย พริกสด พริกแห้ง พริกไทย กระวาน กานพลู วานิลลา

2.2.1 ส่วนของพืชที่นำมาใช้เป็นเครื่องเทศ

เครื่องเทศเป็นส่วนประกอบต่างๆของพืชที่นำมาใช้งานแตกต่างกันไปตามแต่ละชนิด แต่พืชบางชนิดก็นำมาใช้เป็นเครื่องเทศได้หลายส่วนเช่น ผักชี สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องเทศได้ทั้งใบและเมล็ด



ภาพที่ 2.2.1 เหง้าฝรัง มาจากเกสร ภาพที่ 2.2.2 หัวหอม มาจากหัวใต้ดิน ภาพที่ 2.2.3 ไร่สะระแหน่ มาจากใบ

Plant organs ส่วนที่นำมาใช้งาน

Aril เปลือกหุ้มเมล็ด

Barks เปลือก

Berries ผล

Buds ดอกตูม

Bulbs หัว

Pistil (female part of flower) เกสรตัวเมีย

Kernel เนื้อในของเมล็ด

Leaf ใบ

Rhizome เหง้า

Spice crops เครื่องเทศ

เปลือจันเทศนี้ Mace of nutmeg

อบเชย (cinnamon)

อลลสปายซ์ (Allspice) , พริกไทยดำ (black pepper)พริก (chili)

กานพลู (Clove)

หัวหอม (Onion) ,กระเทียม (Garlic) ,ต้นหอม (Leek)

หญ้าฝรัง (Saffron)

จันเทศน์ (Nutmeg)

โหระพา (Basil) , ใบเบย์ (bay leaf) , สะระแหน่ (mint) มา

จอร์รัม , (marjoram) , เซจ (sage)

ชิง (Ginger) , ขมิ้น (turmeric)

Roots ราก

ต้นวาซาบิ (horse-radish)

Seeds เมล็ด

คื่นช่าย (celery) , ลูกผักชี (coriander) , ยี่ห่วย (fennel) ,
เมล็ดฝิ่น (poppy seed)

2.2.2 ลักษณะทางกายภาพของเครื่องเทศที่นำมาใช้งาน

เครื่องเทศหลังจากเก็บเกี่ยวมาแล้วจะสามารถเก็บรักษาได้หลายวิธี เช่น การทำให้เป็นเครื่องเทศแห้ง (dried spice) โดยการผ่านความร้อนเช่น พริกไทยโดยในการใช้งานก็มีได้หลายลักษณะทางกายภาพ ซึ่งควรจะเลือกให้เหมาะสมกับการปรุงอาหารแต่ละชนิดโดยแบบที่ผ่านการบดเรียกว่า (Ground spices) มีทั้งแบบละเอียด และหยาบ หรือแบบเป็นทั้งชิ้นเต็มของเครื่องเทศ (whole spice) อีกประเภทจะมีการใช้แบบสด เรียกว่าเครื่องเทศสด (fresh spice) เช่น ใบผักชี แต่บางชนิดก็มีการปรับให้เหมาะกับการเก็บรักษาได้ เช่นใบกระเพรา (Basil) อบแห้ง ใบกระวาน อบแห้ง

ลักษณะการใช้งานเครื่องเทศอีกแบบหนึ่งที่สำคัญคือการนำเอาเครื่องเทศหลายชนิดมาผสมรวมกันเพื่อใช้งานเรียกว่าเครื่องเทศผสม (Spice Mixtures) ซึ่งส่วนผสมจะแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมการกินของแต่ละชาติ และมีการรวมวิธีการทำที่แตกต่างกัน แต่บางชนิดก็เป็นที่รู้จักและถูกใช้งานไปหลายประเทศ รูปแบบที่ใช้งานมีหลากหลาย สถานะ เช่น

ผงเครื่องแกงต่างๆ ที่มีเครื่องเทศแห้งปนหลายชนิดรวมกัน

- ผงแกงกะหรี่ (Curry Powder) เป็นการนำเอาผงเครื่องเทศมารวมกัน คือ ลูกผักชี เมล็ดยี่ห่วย ขมิ้น เมล็ดมัสตาร์ด และ พริก มีลักษณะเป็นผง

- เครื่องพะโล้ (Chinese Five Spice) มีทั้งแบบเป็นผงและเป็นจีน ประกอบด้วยอบเชย เป็ยกัก ขวงเจีย เตียนข้าวเปลือก และ กานพลู มีลักษณะเป็นผง

- มาซาลา (Masala) เป็นเครื่องปรุงพื้นฐานของอินเดียที่แพร่หลายที่สุด โดยพื้นฐานประกอบด้วย ลูกผักชี ยี่ห่วย พริกไทยดำ อบเชย กานพลู กระวาน มีทั้งลักษณะเป็นผง และ แบบหนืด

- เครื่องเทศสำหรับหมัก (Marinader Spice) เป็นการนำเครื่องเทศผงรวมกันกับเครื่องปรุงที่เป็นของเหลวเน้นคุณสมบัติดับกลิ่นคาวเนื้อสัตว์ และเพื่อทำให้เนื้อนุ่ม เป็นผงและของเหลว

- เครื่องเทศผงสำหรับทา (Spice Rub) เป็นการนำเครื่องเทศผงมาใช้คู่กับเครื่องปรุงที่เป็นของเหลว เพื่อเพิ่มรสชาติกลิ่น และสีสันทให้อาหาร

ส่วนที่มีลักษณะเปียกมีน้ำหรือน้ำมันอยู่มากจะเรียกว่า (Spice Pastes) เช่น

- เครื่องแกงเผ็ด (Red Curry Paste) เป็นเครื่องปรุงที่เกิดจากเครื่องเทศดังนี้ พริกแดง หอมแดง ตะไคร้ กระเทียม ข่า ผักชี ลูกผักชี

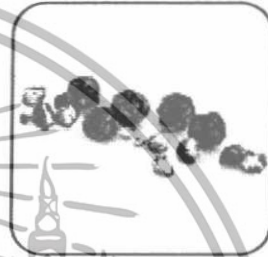
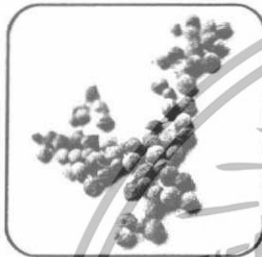
- น้ำพริกเผา (Chili Paste) มีพริกแห้งรวมกับน้ำมันพืชและสมุนไพรบางอย่าง

- เครื่องเทศที่มีการใช้ทั้งชิ้น หรือบดเป็นผงละเอียด



ภาพที่ 2.2.4 Cinnamon อบเชย ,Clove กานพลู ,Cardamom ลูกกระวาน

- เครื่องเทศที่มีการใช้ทั้งชิ้น หรือบดเป็นผงละเอียด + หยาบ



ภาพที่ 2.2.5 Coriander Seed ลูกผักชี , White Pepper พริกไทยขาว , Black Pepper พริกไทยดำ



ภาพที่ 2.2.6 บรรจุภัณฑ์ที่พบในห้องตลาด

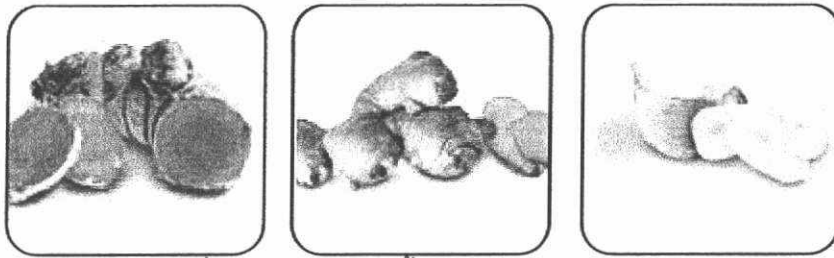
ตัวบรรจุภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกัน คือเป็นกระปุก แต่ที่แตกต่างคือตัวฝาคือมีทั้งลักษณะเปิดโล่งสำหรับเครื่องเทศแบบทั้งชิ้น เช่น ลูกจันทน์ หรือแบบมีที่บดสำหรับพริกไทย หรือแบบมีรูหลายรูสำหรับพริกไทยป่น

- เครื่องเทศสดที่นำมาอบแห้งเพื่อการเก็บรักษา + บดเป็นผง



ภาพที่ 2.2.7 Rosemary โรสแมรี่ ,Bay leaf ไบเบย์ ,Basil โหระพา,Oregano ออริกาโน

- เครื่องเทศผ่านเป็นชิ้นอบแห้ง- อบแห้ง ทำ เป็นผง ละเอียด หยาบ



ภาพที่ 2.2.8 Turmeric ขมิ้น ,Ginger ขิง,Garlic กระเทียม



ภาพที่ 2.2.9 :บรรจุภัณฑ์ที่พบในท้องตลาด

ลักษณะการเก็บรักษาและสภาพการวางจำหน่ายเป็น กระปุกทรงสูง ทำจากแก้วหรือพลาสติกปากกว้าง มีฝาปิด หรือ หากกายภาพของเครื่องเทศมีความละเอียดมากพอ ก็มีการเจาะรูฝาข้างในเพื่อใช้เทได้เลย

อีกลักษณะหนึ่งที่พบคือการใช้งานในรูปแบบเครื่องเทศที่แช่อยู่ในของเหลว เช่น น้ำส้มสายชู น้ำมันพืช น้ำมันมะกอก หรือน้ำมันอื่นๆ โดยลักษณะการใช้งานจะเป็นการนำเอาของเหลวเหล่านั้นไปใช้กับอาหารแทนการใช้เครื่องเทศโดยตรง หลักการคือ ของเหลวเหล่านั้นเป็นตัวทำละลายน้ำมันหอมที่อยู่ในเครื่องเทศออกมาผสมอยู่กับตัวมัน ซึ่งวิธีการนี้ทำให้เก็บรักษารสชาติและกลิ่นของเครื่องเทศได้นานกว่าเดิม

สรุป สามารถจำแนกเครื่องเทศตามลักษณะทางกายภาพที่นำมาใช้งานในการประกอบอาหารได้เป็นดังนี้

- เครื่องเทศแห้งทั้งชิ้น (Whole Spice)
- เครื่องเทศแห้งบด (Ground Spices)
- เครื่องเทศสดที่นำมาอบแห้งเพื่อการเก็บรักษา
- เครื่องเทศผสม ในรูปแบบผงรวมกัน (Powder)
- เครื่องเทศผสม ในรูปแบบกึ่งหนืด (Paste)
- เครื่องเทศที่มีการใช้งานกับวัตถุดิบอื่นที่มีสถานต่างกัน

โดยลักษณะที่แตกต่างกันทางด้านกายภาพย่อมส่งผลต่อรูปแบบการใช้งานที่ต่างกันในการประกอบอาหาร ซึ่งทำให้บรรจุกัมภ์ควรจะรองรับการใช้งานที่จะเกิดขึ้นในรูปแบบดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้

2.2.3 ความต้องการในการคุ้มครองปกป้องผลิตภัณฑ์

ความต้องการในการปกป้องสินค้าเครื่องเทศ เกิดขึ้นจากเครื่องเทศเป็นวัตถุปรุงแต่งอาหารจึงมีสภาพความ เสื่อมเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายนอกต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้เครื่องเทศไม่สามารถใช้งานได้อีกต่อไป จึงควรที่จะคุ้มครอง ในขณะที่เก็บรักษา ขนส่ง และขณะใช้งานเพื่อให้คุณสมบัติต่างๆของเครื่องเทศอยู่ครบถ้วน

2.2.4. อายุการเก็บรักษาของเครื่องเทศ

เครื่องเทศนั้นมีอายุการเก็บรักษาไม่เหมือนกันแตกต่างกันไปตามชนิด รูปร่าง ลักษณะการแปรรูป แต่ โดยทั่วไปแบ่งได้เป็นดังนี้

- เครื่องเทศทั้งชิ้น (Whole spices) อายุการเก็บรักษา ประมาณ 3 – 4 ปี
- เครื่องเทศบด (Ground spices) อายุการเก็บรักษา ประมาณ 2 – 3 ปี
- เครื่องเทศรวม,เครื่องปรุง (Spice Mixtures or Blends) อายุการเก็บรักษา ประมาณ 1 – 2 ปี
- สมุนไพรอบแห้ง (Dry Herbs) อายุการเก็บรักษา ประมาณ 1 – 3ปี
- สารสกัดจากเครื่องเทศ อายุการเก็บรักษา ประมาณ 4ปี

สรุป ต้องคำนึงถึงรูปแบบที่แตกต่างกันของเครื่องเทศที่ใช้เป็นส่วนประกอบ ในบรรจุกัมภ์ตามโครงการเพื่อให้ บรรจุกัมภ์ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองเครื่องเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

2.2.5 ลักษณะการเสื่อมคุณภาพของเครื่องเทศ

- เครื่องเทศทั้งชิ้น หรือเครื่องเทศบด เครื่องเทศรวม จะมีสีซีดจางลง กลิ่นและรสชาติจะเบาบางลง มีการ เกาะตัวกันเป็นก้อน ไม่ร่วน มีความชื้นสูง มีราขึ้น มีกลิ่นเหม็นอับ แตกหักเสียหาย
- เครื่องแกงน้ำพริก มีสีส้มและรสชาติเปลี่ยนไป มีกลิ่นเหม็นหืน มีราขึ้น
- สมุนไพรอบแห้ง มีราขึ้น มีการเกาะติดกัน มีความชื้น มีกลิ่นหืน รสชาติกลืนและสีส้มซีดจางลง

สรุป การเสื่อมคุณภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบ เนื่องจากบรรจุกัมภ์ต้องปกป้อง เครื่องเทศจากปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสื่อมนั้น

2.2.5.1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสื่อมคุณภาพ

- แสงแดด และความร้อน ทำให้กลิ่น สีส้มและ รสชาติ เบาบางลง
- ความชื้น ทำให้เกิดเชื้อรา และทำให้ลักษณะทางกายภาพเปลี่ยน ลักษณะที่เป็นผงจะจับตัวกัน กลิ่นและ รสจะสูญเสียไป โดยความชื้นอาจมากับอากาศ ภาชนะตัก มือของผู้ใช้

- อากาศ เป็นตัวนำพาเอาความชื้นหรือทำให้กลิ่นจางหายไป หรือพาเอาเชื้อโรคเข้าไปปนเปื้อนในปริมาณสูง อากาศมาจากการรั่วซึมก่อนใช้งาน หรือการปิดเก็บที่ไม่ดีพอ
- แรงกระทำจากภายนอก จะทำให้ลักษณะกายภาพเปลี่ยน คือจะเสียรูปและไม่นำทานไม่นำใช้งาน เช่น แรกกะแทกขณะขนส่ง การวางซ้อน การเขย่า

2.2.6 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลกายภาพของเครื่องเทศที่มีผลต่อการออกแบบ

ลักษณะทางกายภาพที่ต่างกันเหล่านี้ของเครื่องเทศส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบหลายด้านเช่น การคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์ จากการสูญเสียวินิล รสชาติ สี สัน จากปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อม โดยการเลือกใช้วัสดุหรือกรรมวิธีการปิดผนึกที่ดีและเหมาะสมกับเครื่องเทศแต่ละชนิด เป็นต้น หรือ อายุการวางขาย ที่เหมาะสม การเก็บรักษา ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้งาน เช่น การตวง ตัก เท ทา การผสม วิธีการนำออกมาใช้งานจากบรรจุภัณฑ์ อย่างไรให้ปกป้องสินค้าที่เหลือ หรือการใช้งานอื่นที่เกิดขึ้น เช่น เครื่องเทศแบบสด อบแห้ง ย่อมต้องการ การปกป้องความชื้นที่มากกว่าเครื่องเทศแห้งขึ้น เนื่องจากสินค้าไวต่อความชื้นมากกว่า

2.2.7 วัตถุประสงค์ในการใช้งานเครื่องเทศ

เครื่องเทศมีการใช้ประโยชน์ ในหลากหลาย กลุ่ม ทั้งด้านการประกอบอาหารในครัวเรือน ใช้ทำเวชภัณฑ์รักษาโรค หรือถูกใช้ในด้านอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมเครื่องหอม แต่จะกล่าวถึงประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาหาร ตามวัตถุประสงค์ของโครงการเท่านั้น คือ

- ใช้เป็นอาหารโดยตรงเช่น ผักชี กระเทียม
- ใช้เป็นส่วนผสมของการประกอบอาหาร เช่น ลูกจันทน์ อบเชย กระวาน กานพลู
- ใช้เพื่อการผลิตอาหารและ เครื่องเทศอื่น เช่น ซอส ผงกระหรี่ เครื่องแกง
- ใช้ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น ของอาหาร เช่น พริกไทยใช้ปรุงแต่ง กลิ่นและรส ของอาหาร น้ำมันใช้ให้สีเหลืองและความหอม แก้วหอมกไก่ กระวานใช้ดับกลิ่นคาวเนื้อสัตว์ได้ดี

ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์

ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ต่างกันของเครื่องเทศแต่ละชนิด นำไปสู่การใช้งานที่ต่างกัน เช่นการให้สีของหน้าฝักรับจำเป็นต้องใช้ การเตรียมโดยการ แช่ นม หรือ น้ำร้อนเพื่อให้สีละลายแล้วนำของเหลวไปใช้งาน ต่างจาก ผักชีที่ใช้การฉีก เพื่อให้กลิ่นออกมาเต็มที่ ในการใส่อาหาร เป็นต้น

2.2.8 การใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร

ตามโครงการจะเป็นการกล่าวถึงการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานเครื่องเทศที่นำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ก็คือความแตกต่างของกรรมวิธีประกอบอาหาร (Kitchen operation) แต่ละชนิด ซึ่งจะส่งผลต่อรูปแบบและชนิดรวมถึงสถานะ ลักษณะทางกายภาพ ของเครื่องเทศที่นำมาใช้งานในการปรุงอาหาร โดยขั้นตอนของการประกอบอาหารโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

ขั้นการเตรียมวัตถุดิบ (Preparation) คือ การล้าง ปอก หั่น ตัดแต่ง รวมถึงกระบวนการอื่นๆที่ทำให้พร้อมที่จะนำไปปรุงอาหาร ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมเครื่องเทศ (Preparing Spices)

เครื่องเทศ บางชนิดก่อนการปรุงอาหารจะต้องทำการเตรียม เพื่อให้อยู่ในรูปที่ใช้งานได้ดียิ่งขึ้นสามารถทำได้หลายวิธีแตกต่างกันไปตามแต่ละชนิดของเครื่องเทศและชนิดของอาหารที่จะทำ เช่น การคั่ว (dry-frying), การทอดในน้ำมัน (Frying in oil), การบด (Grinding), การขูด (Grating), การทำให้แตกออก (Crushing), การหั่นและสับ (Shredding and Chopping)

ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์

ลักษณะการเตรียมที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อรูปแบบความต้องการในการใช้งานที่ไม่เหมือนกัน เครื่องเทศส่วนใหญ่ผ่านการแปรรูปมาแล้วขั้นหนึ่ง เป็นในลักษณะที่พร้อมใช้งานได้ทันทีโดยไม่ต้องผ่านการเตรียม หากแต่ต้องการการปกป้องคุ้มครองที่ดีขึ้นหลังการแปรรูป หรือเตรียมมาแล้วจากผู้ผลิต เช่น เครื่องเทศที่ผ่านการบดมาแล้ว แต่บางชนิดยังต้องการการเตรียมก่อนการปรุงทำให้ต้องคำนึงถึงประเภทและรูปแบบของการนำมาใช้งาน ประกอบกัน เช่น หญ้าฝรั่นก่อนการให้ต้องนำมา ใส่น้ำร้อน หรือน้ำร้อนก่อน สกัดจากเครื่องเทศตลอดจนรส และกลิ่น อันเฉพาะตัวก็จะออกมา แล้วจึงนำไปใช้งาน เป็นต้น

ขั้นการปรุงอาหาร (Cooking) เป็นขั้นการใช้ความร้อนจนถึงการเข้าร่วมส่วนประกอบเข้าด้วยกันตามวิธีที่หลากหลาย การใช้งานเครื่องเทศเพื่อปรุงแต่งอาหารนั้น แม้จะใช้วิธีการประกอบอาหารเหมือนกัน แต่การใช้งานในบางครั้งก็มีความแตกต่างของการใช้เครื่องเทศแต่ละชนิด ตามสูตรของอาหารแต่ละอย่างเช่น เนื้อปลา กับ เนื้อหมู ก็ใช้เครื่องเทศคนละชนิดกันในการประกอบอาหารปิ้งย่าง แต่บางอย่างอาจใช้เครื่องเทศชนิดเดียวกัน ในการปรุงได้เช่นการต้ม โดยการปรุงอาหารทั่วไปสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

การใช้ความร้อนแห้ง เป็นการนำความร้อนสู่อาหารโดยตรงไม่ผ่านตัวกลาง ได้แก่

- การปิ้งย่าง (Grilling) การทำอาหารให้สุกโดยไม่ใช้กระทะหรือหม้อใด ๆ อาหารจะได้รับความร้อน โดยตรงผ่านตะแกรง จากความร้อนที่อยู่ใต้อาหาร โดยอาจจะใช้เตาแก๊ส หรือ เตาย่างก็ได้



ภาพที่ 2.2.10 : ภาพตัวอย่างการปรุงโดยการใช้ความร้อนแห้ง การอบ การปิ้งย่าง

- การอบ (Roasting or Baking) คือการทำให้อาหารสุกโดยใช้ความร้อนจากรอบทิศทางภายในตู้ คำว่าRoasting จะใช้กับอาหารคาว ในขณะที่ Baking จะใช้กับขนมอบเช่นขนมปังหรือเค้ก

- การคั่ว (Dry Frying) คือการนำอาหารลงไปผัดอย่างรวดเร็วในกระทะโดยใช้น้ำมันเพียงเล็กน้อยไม่ให้อาหารไหม้หรือไม่ใช้เลยเพื่อให้อาหารมีสีส้มที่สวยงามหรือกลิ่นหอมมากขึ้น

การใช้ความร้อนชื้น เป็นการนำความร้อนสู่อาหารโดยผ่านตัวกลางเช่น น้ำ น้ำมัน ได้แก่

- การลวก (Blanching) คือการต้มวัตถุดิบ ไม่ว่าจะเป็นในน้ำ หรือ น้ำมัน โดยใช้เวลาเพียงระยะสั้นๆ ไม่ให้อาหารสุกมาก วิธีการนี้โดยมากแล้วจะใช้เพื่อการทำลาย รสชาติ หรือ กลิ่นที่เราไม่ต้องการออกไป

- การนึ่ง (Steaming) เป็นการทำให้อาหารสุกด้วยไอน้ำร้อน มักใช้ภาชนะที่เรียกว่าหม้อนึ่งซึ่งมี 2 ชนิด ชั้นล่างต้มน้ำให้เดือด ไอน้ำจะผ่านช่องเล็ก ๆ ขึ้นสู่ม้อชั้นบนทำให้อาหารสุก



ภาพที่ 2.2.11 ภาพตัวอย่างการปรุงโดยใช้ความร้อนชื้น การต้ม การทอด

- การต้ม แบบ (Boiling) คือการต้มอาหารในน้ำซึ่งมีอุณหภูมิสูงถึงจุดเดือด เป็นการทำให้อาหารสุกด้วยน้ำเดือด

- การต้ม แบบ (Poaching) คือการทำอาหารให้สุกในน้ำ ซึ่งมีความร้อนสูงไม่ถึงจุดเดือด ใช้กับการต้มอาหารที่ไม่ต้องการให้ สุกแข็งมากเกินไป เช่น ไชควน้ำ หรือ ปลา

- การเคี่ยว (Simmering) คือการทำอาหารให้สุกในน้ำหรือการต้ม ใช้ความร้อนไม่ถึงจุดเดือดแต่ความร้อนจะสูงกว่า Poaching ใช้กับอาหารที่ต้องการให้สุกแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อป้องกันอาหารแข็งและเหนียว การทำอาหาร แบบนี้ น้ำที่ใช้ต้มจะมีอิทธิพลต่อรสชาติของอาหารมาก ดังนั้นการทำอาหารชนิดนี้จะต้องมีการปรุงรสน้ำที่จะ มาทำการ Simmering ด้วยการใส่เครื่องปรุงรสลงไปด้วย

- การผัด (Sautéing or Stir-frying) คือการผัดอาหารในกระทะด้วยความร้อนสูงน้ำมันน้อยและระยะเวลาสั้น จะมีการคนอาหาร พลิกกลับไปมาอย่างรวดเร็ว

- การทอด แบบ (Pan-Frying) คือ การทำอาหารให้สุกโดยใช้น้ำมันน้อย ใช้เพียงแค่ การเคลือบบนผิวกระทะ ป้องกันอาหารติดเท่านั้น และความร้อนที่ใช้จะต่ำกว่า Sautéing เพราะจะกลายเป็นการทำให้อาหารไหม้ แต่ถ้าใช้ความร้อนต่ำเกินไปจะทำอาหารอมน้ำมัน ดังนั้นการใช้วิธีนี้จะต้อง กะความร้อนให้ดีและเมื่อทอดอาหารเสร็จแล้วก็ควรนำกระดาษมาซับน้ำมันออกจากอาหารด้วย

- การทอด แบบ (Deep-Frying) คือ การทำอาหารให้สุกโดยน้ำมันท่วมอาหาร อาหารที่ทอดจะจมลงไปในน้ำมัน อาหารบางประเภทอาจชุบแป้งก่อนแล้วทอดเพื่อต้องการให้อาหารกรอบ



ภาพที่ 2.2.12 ตัวอย่างการปรุงโดยไม่ใช้ความร้อน การผสม การทำสลัด การเทาด

การปรุงโดยไม่ใช้ความร้อน

เป็นการใช้งานส่วนผสมต่างๆที่มีความหลากหลายร่วมกันเพื่อปรุงแต่งก่อนทาน เช่น

- การผสมเครื่องเทศลงในน้ำสลัดต่างๆ
- ใช้โรยบนอาหารก่อนเสิร์ฟ
- การผสมเครื่องเทศกับ ซอส หรือ ของเหลวเพื่อเป็นเครื่องจิ้มอาหารต่างๆ
- โรยบนเครื่องจิ้มต่างๆ เพื่อทานคู่กันกับอาหาร ของหวาน

ขั้นการเตรียมก่อนการทาน

คือขั้นตกแต่งอาหารหรือการจัดวางให้สวยงามการทำให้อาหารที่ปรุงพร้อมทาน หรือกระบวนการอื่นๆในกรณีที่มีการประกอบอาหารไม่มีขั้นการปรุงที่ใช้ความร้อนก็จะเป็นขั้นการเตรียม

แผนภาพแสดงขั้นตอนการประกอบอาหาร ที่มีการใช้งานเครื่องเทศร่วมกันในลักษณะต่างๆ



การปรุงอาหารมีความหลากหลาย ซึ่งในอาจมีการใช้งานเครื่องเทศในแต่ละขั้นตอนแตกต่างกันไปตามการประกอบอาหารแต่ละประเภท และแต่ละสูตร โดยอาจขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ปรุงเอง ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น

- → ● → ทาน การหมักเครื่องเทศ ก่อนนำไปอบ
 - → ● → ทาน การทาเครื่องเทศ แล้วนำไปบั้ง และมีการทาสีระหว่างการบั้ง
 - → ● → ● → ทาน การราดด้วยเครื่องเทศก่อนทาน
 - → ● → ทาน การวางเครื่องเทศลงบนซูบก่อนเสิร์ฟ
 - → ทาน การทานเครื่องเทศบนขนมปังก่อนทาน
- มีการใช้งานเครื่องเทศในขั้นนั้น
○ ไม่มีการใช้งานเครื่องเทศ

ภาพที่ 2.2.13 แสดงขั้นตอนการประกอบอาหาร

จากแผนภาพสรุปได้ว่า การประกอบอาหาร อาจมีการใช้งานเครื่องเทศในช่วงใดก็ได้ หรืออาจมีการใช้งาน ตั้งแต่ขั้นการเตรียมไปจนถึงขั้นการปรุง และในแต่ละการปรุงอาหารนั้น อาจมีการใช้งานเครื่องเทศหลายชนิด และหลาย ขั้นตอน เช่น การทำต้มยำ ขั้นแรกเราต้มน้ำเพื่อทำน้ำซุปโดยใช้เครื่องเทศได้แก่ พริก กระเทียม ข่า ใบมะกรูด แต่ในขั้น ก่อนเสิร์ฟเราจะโรยด้วยผักชี เป็นต้น

2.2.9 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร

ซึ่งกระบวนการประกอบอาหารขั้นต้นมีการใช้งานเครื่องเทศที่มีลักษณะแตกต่างกันในหลายด้านเช่น ปริมาณที่เหมาะสมกับการประกอบอาหารแต่ละประเภท หรือชนิดอาหาร การตัด การตวง การ เท การทา การใช้งาน ร่วมกันกับ อุปกรณ์ในครัว เครื่องใช้ไฟฟ้าในการประกอบอาหาร ความร้อนที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน การเก็บรักษา หลังจากการใช้งาน และความต้องการทางด้านการใช้งานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอุปกรณ์ในการใช้งานในการปรุง ร่วมกันกับเครื่องเทศและวัตถุดิบอื่นๆด้วย ซึ่งเป็นโอกาสจะนำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เอื้ออำนวยความสะดวก ในการใช้งานเครื่องเทศเพื่อปรุงแต่งอาหารในแต่ละขั้นโดยตรง

2.2.10 วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหารร่วมกับเครื่องเทศ

วัตถุดิบถือว่ามีความสำคัญและขาดไม่ได้ในการประกอบอาหาร และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การประกอบ อาหารมีความหลากหลาย โดยทั่วไปวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารโดยจำแนกตามลักษณะทางกายภาพแบ่งได้ เป็นดังนี้

- เนื้อสัตว์ มีทั้งที่มีลักษณะเป็นชิ้น เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เนื้อวัว และ เนื้อสัตว์ที่มีลักษณะฉีกได้สะดวก หรือ ร่วน เช่น เนื้อปลา เนื้อปู
- ผัก มีทั้งลักษณะแข็ง เช่นมันฝรั่ง แดงกวา และอ่อนนิ่ม เช่นผักกาด ต้นหอม ผักชี มะเขือเทศ
- ผลไม้ มีทั้งลักษณะแข็งและอ่อนนิ่ม
- ข้าว ลักษณะ แตกต่างกันไปตามประเภทการทำเช่น ข้าวต้ม ข้าวสวย ข้าวเหนียว
- อาหารจำพวกเส้น เช่น มั๊กกะโรนี สปาเกตตี
- ขนมปังชนิดต่างๆ ทั้ง แผ่น แท่ง และก้อน ทั้งนิ่ม และแข็ง
- เครื่องดื่มที่นิยมทานกับเครื่องเทศ คือ ชา และกาแฟ
- ของหวาน ของทานเล่นอื่นๆ

ผลต่อการทำงานนิพนธ์

เนื่องจากวัตถุดิบแต่ละอย่างมีความแตกต่างทางด้านกายภาพ ซึ่งเป็นตัวกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่จะ เกิดขึ้นเพื่อนำมาใช้งานในการปรุง หรือการเตรียมอาหารร่วมกัน ให้มีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น อุปกรณ์ หรือภาชนะที่ต้องใช้ในการปรุง วิธีการปรุง ลักษณะการใช้งานเครื่องเทศในขั้นตอนของการประกอบอาหารแต่ ละชนิดที่แตกต่างกัน เช่นเนื้อสัตว์ในการย่าง อาจมีความต้องการที่แตกต่างกันเช่น การย่างเนื้อวัว สามารถย่างบน

ตะแกรงได้เลย แต่เมื่อปลาเมื่อปรุงเสร็จแล้ว อาจมีลักษณะอยู่ต้องการพอยล์เพื่อใช้ห่อในการย่างไม่ให้เนื้อตกลงไปเสียหาย เป็นต้น

สรุปลักษณะการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร

ลักษณะการใช้งาน หมายถึง วิธีในการใช้เครื่องเทศในการปรุงอาหาร แต่ละชนิด ทั้งในขั้นการเตรียม การปรุง และการเสิร์ฟ จากการวิเคราะห์และค้นคว้าข้อมูล และจัดแยกประเภท ทำให้สามารถแยกลักษณะการใช้งานตามรูปแบบการใช้งาน เป็นลักษณะดังนี้

- การใส่เป็นลงไปในอาหาร โดยตรงในรูปแบบ ผง, ชิ้น เช่นการเติมพริกไทย
- การแช่อาหารลงในส่วนผสมเครื่องเทศ เช่นการหมัก เนื้อสัตว์ ด้วยซอส
- การคลุกเคล้าด้วยเครื่องเทศ เช่นการคลุกเนื้อไก่ด้วยผงแกงกะหรี่
- การทา ปาด เครื่องในรูปแบบผง และ ของเหลว หรือทั้ง 2 อย่าง เช่นการทากระเทียมบนขนมปัง
- การวางลงบนอาหาร เช่นการวางใบไทม์ บนเนื้อสัตว์ก่อนอบ
- การผสมเครื่องเทศกับวัตถุดิบอื่นๆ เช่นผสมเครื่องเทศกับน้ำสลัด
- การเทราดในรูปแบบของเหลว เช่น น้ำซอสเครื่องเทศราดบน สเปกเตตตี
- การโรยหน้า เช่น ขนมปังโรยงาดำ

2.2.10 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์

ลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างเพื่อรองรับการใช้งานที่เกิดขึ้นไม่เหมือนกัน เช่น การหมักเนื้อสัตว์อาจต้องการอุปกรณ์ในการรองรับเครื่องเทศและเนื้อสัตว์ หรือการปรุงอาหารด้วยการเทส่วนผสมเครื่องเทศ อาจต้องการภาชนะที่มีช่องเปิดเพื่อแยกการเทได้โดยสะดวกไม่หกเลอะเทอะ เป็นต้น

2.3 ข้อมูลด้านการตลาดของเครื่องเทศและเครื่องปรุงรส

เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสเป็นตลาดที่มีความใกล้เคียงเนื่องจากมีวัตถุดิบประสมคั้นในการใช้งาน และกลุ่มผู้ใช้งานเดียวกัน ดังนั้นจึงต้องนำเสนอข้อมูลทั้ง 2 ส่วน และนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน อย่างไรก็ตามจะเน้นเฉพาะตลาดสินค้าเครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่มีความเกี่ยวข้องกับเครื่องเทศเช่น พริกแกง ซอสบางชนิด เครื่องจิ้มต่างๆ แต่จะไม่กล่าวถึงกลุ่มเครื่องปรุงรสที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องเทศอย่าง น้ำปลา น้ำตาล ซีอิ๊ว ซอสหอยนางรม เป็นต้น

2.3.1 ช่องทางการจำหน่าย ของเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส

- ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ มี 3 ช่องทางคือ

- การจำหน่ายจากผู้ผลิตผ่านผู้ค้าปลีก โดยผ่านพ่อค้าคนกลางหรือจำหน่ายไปยังพ่อค้าปลีกโดยตรง ได้แก่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เกต ร้านค้าสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกทั่วไปเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในระดับครัวเรือนต่อไป ผลลัพธ์ที่จำหน่ายจะอยู่ในลักษณะของเครื่องปรุงแต่งอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมใช้ประกอบอาหารได้ทันที

- การจำหน่ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในระดับโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าต่อไป โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมเบเกอรี่สำเร็จรูป ผลลัพธ์ที่อาหารขบเคี้ยว เป็นต้น

- การจำหน่ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในระดับร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม ซึ่งเป็นการจำหน่ายในปริมาณมากในแต่ละครั้ง

- ช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศมี 2 ช่องทางคือ

- จัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทส่งออกภายในประเทศเพื่อทำหน้าที่ติดต่อและดำเนินการส่งสินค้าให้กับผู้บริโภคในต่างประเทศต่อไป

- การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือบริษัทส่งออกจากต่างประเทศ

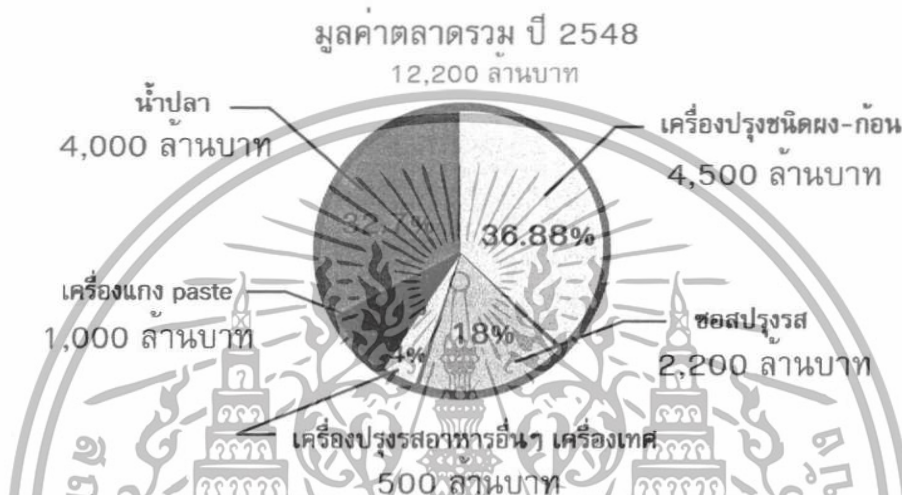


ภาพที่ 2.3.1 : แสดงโครงสร้างการตลาดเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส

ผลต่อการทำวิทยานิพนธ์

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกตำแหน่ง และระดับของสินค้า มีผลต่อรูปลักษณ์และรูปแบบของสินค้าที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มเป้าหมายสถานที่จัดจำหน่ายด้วย ซึ่งการจัดจำหน่ายผ่านทาง ช่องทางระดับบน จะเป็นช่องทางที่สดใสและสามารถสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าที่เกิดใหม่ และยกระดับสินค้าทั้งด้านราคา การใช้งาน และคุณภาพขึ้นได้

2.3.2 ภาพรวมตลาดเครื่องเทศเครื่องปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศ



ภาพที่ 2.3.2 : แสดงแผนภาพมูลค่าตลาดรวมปี 2548 (ที่มา: บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด)

เครื่องปรุงแต่งอาหารนับว่าเป็นหนึ่งในสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ตลาดยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก สำหรับในประเทศไทยนั้นมีการเติบโตจากปัจจัยหนุนหลายประการ กล่าวคือ คนไทยหันมานิยมสิ่งปรุงรสหลากหลายประเภทมากขึ้น จากเดิมที่นิยมบริโภคน้ำปลาและซอสถั่วเหลืองเท่านั้น รวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของคนไทยที่นิยมบริโภคอาหารที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการปรุงรสอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสอาหารมีการวิจัยและพัฒนาเครื่องปรุงอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่วนตลาดส่งออกเครื่องปรุงรสอาหารก็มีแนวโน้มขยายตัวเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากอาหารไทยเริ่มเป็นที่นิยมในต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นจึงมีผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสอาหารของไทยเข้าไปวางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เกต ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อไปเพื่อปรุงอาหารไทยรับประทานที่บ้านนอกจากนี้การที่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เครื่องปรุงแต่งอาหารมีแนวโน้มขยายตัวเช่นเดียวกัน

ลักษณะตลาด : อุตสาหกรรมเครื่องเทศ เครื่องปรุงรสส่วนใหญ่มีลักษณะตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) คือจำนวนผู้ประกอบการค่อนข้างน้อย ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายคลึงกันและทดแทนกันได้ (Substitute) แต่ผู้ผลิตจะสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อให้สามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาด (Market Share) และแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การลด แลก แจก แถม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ของตน มีความภักดีต่อยี่ห้อสินค้า (Brand Royalty) อันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เป็นระยะเวลายาวนาน

ตลาดผู้บริโภคร : แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน คือกลุ่มร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม และกลุ่มผู้ใช้ในครัวเรือน โดยเส้นแบ่งตลาดจะแบ่งตามขนาดการบริโภคต่อหนึ่งหน่วยบรรจุภัณฑ์ เช่น

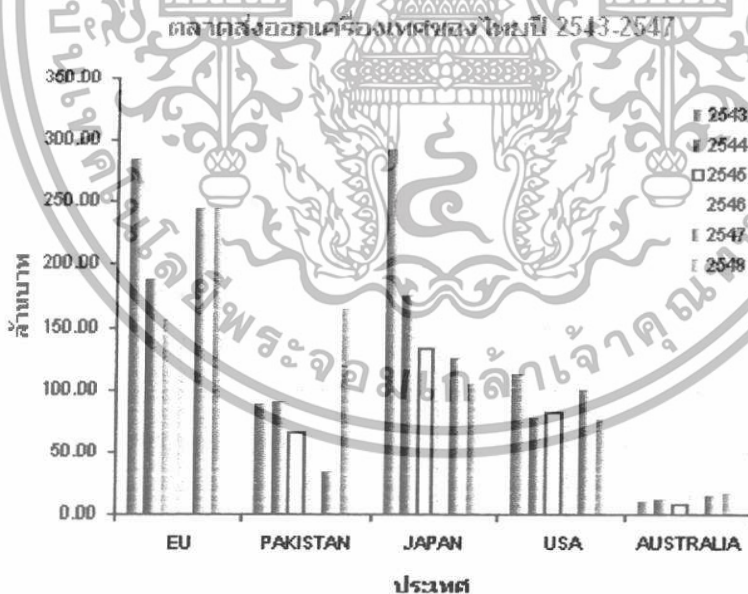
กลุ่มร้านอาหารจะใช้เครื่องปรุงรส แบบซอง 400 กรัมขึ้นไป ในขณะที่ผู้บริโภครในครัวเรือนจะใช้ ขนาด 200 กรัมลงมา สำหรับเครื่องเทศแบบผงจะมีการแบ่งบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะสำหรับผู้บริโภคแต่ละประเภท โดยพวกร้านอาหาร จะใช้เป็นซองขนาดใหญ่ และกระปุกขนาดใหญ่ แต่ผู้บริโภครในครัวเรือนจะใช้กระปุกเล็กตั้งโต๊ะ และแบบซองเติมขนาดเล็ก

สรุป : เน้นการทำตลาดของผู้บริโภครที่ใช้ในครัวเรือน เนื่องจากสินค้ามีการขายที่ภาพลักษณ์และการใช้งานที่สะดวก ตลาดของร้านอาหารและผู้ผลิตจะมีลักษณะการใช้งานที่ตายตัว และไม่ต้องการการช่วยเหลือในด้านการใช้งาน เน้นการใช้เป็นวัตถุดิบ

ตลาดแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

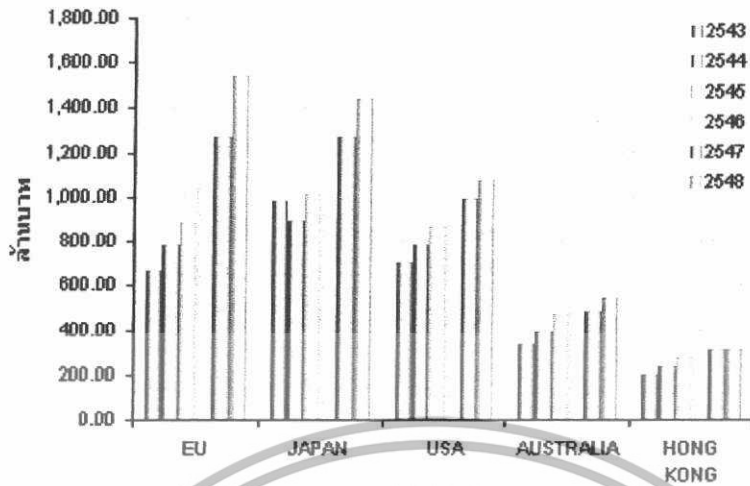
ตลาดระดับบน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่มีรายได้สูง โรงแรม ร้านอาหารและภัตตาคารชั้นนำ ส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 15 ผู้ผลิตที่มุ่งเจาะตลาดนี้ จะเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นจุดขาย ภาพลักษณ์ที่ดี

ตลาดระดับกลาง-ล่าง ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 85 การแข่งขันเข้มข้น มีผู้ผลิตมากมาย ดังนั้นผู้ผลิตต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในภาพที่ แบบต่างๆ กันเพื่อส่งเสริมการขาย ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้บริโภครกลุ่มเป้าหมายจดจำเครื่องหมายการค้า



แสดงตารางข้อมูล จาก แผนกวิเคราะห์ข้อมูล สถาบันการอาหาร

ตลาดส่งออกเครื่องปรุงรสของไทยปี 2543-2548



แสดงตารางข้อมูล จาก แผนกวิเคราะห์ข้อมูล สถาบันการอาหาร

สรุป

ตลาดของเครื่องเทศจะมีความผันผวน ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาโลกและ ฤดูกาล หรือความนิยมเป็นช่วงๆ ซึ่งหากนำไปแปรสภาพที่ จะทำให้ราคาขายคงที่ ตลอดจนเพิ่มมูลค่าจำหน่ายมากกว่าการใช้งานครบแบบที่ยังไม่ผ่านการแปรสภาพที่ เช่น พริกไทยราคาต่ำ แต่หากแปรสภาพที่ เป็นขอสพริกไทยดำจะขายได้ราคาสูงและเป็นจุดขายให้กับสินค้าที่ไม่เหมือนใคร

ตลาดของปรุงรส หรือเครื่องปรุงแต่งอาหารจะมี เสถียรภาพ ในด้านราคาและความต้องการมากกว่า การบริโภคภายในประเทศ และตลาดส่งออก มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปีเนื่องจากความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น จากการที่คนหันมาบริโภคอาหารที่ทำเองมากขึ้น และผู้บริโภคกำลังมองหาตลาดสินค้าที่ตอบโจทย์ในเรื่องความสะดวกสบายในด้านการปรุงสำเร็จในตัวเดียว ไม่ต้องแยกปรุงให้ยุ่งยากเหมือนในอดีต

จะเห็นได้ว่าหากนำเครื่องเทศมาผสมผสานให้อยู่ในภาพที่ ที่ใช้งานได้อย่างสะดวกจะเป็นการเพิ่มมูลค่าในตัวเครื่องเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงควรทำให้เกิดบรรจุกักตุนที่ทันสมัยการใช้งานของเครื่องเทศในการปรุงอาหารได้อย่างสะดวกและแปลกใหม่

2.3.3 การแบ่งกลุ่มตลาดเครื่องปรุงแต่งอาหาร

เป็นตลาดที่กำลังขยายตัว ซึ่งก็คือตลาดสินค้าจำพวกเครื่องปรุงแต่งและเพิ่มรสชาติสีกลิ่นให้กับอาหารทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็น เครื่องเทศ หรือเครื่องเทศที่แปรสภาพที่ แล้ว หรือผสมกับวัตถุดิบอื่นๆ เช่น เครื่องปรุงรส ผงปรุงรส ชุปก้อน ขอสพริก น้ำสลัด น้ำจิ้ม เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มตลาดนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม หลักๆคือ

1. เครื่องแกงประเภทต่างๆ (Paste)
2. ขอสปรุงรสอาหาร (Sauce)

3. เครื่องปรุงประเภทผงและก้อน

4. ประเภทเครื่องปรุงแต่งหรือเพิ่มรสชาติให้อาหาร และเครื่องเทศสมุนไพร (Seasoning & Spice)

ตลาดเครื่องแกง

ในปี 2548 มูลค่าตลาดเครื่องแกงเท่ากับ 1,000 ล้านบาท การผลิตเครื่องแกงในทางการค้าแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ เครื่องแกงสด และเครื่องแกงสำเร็จภาพที่ โดยที่เครื่องแกงสดจะไม่ผสมกะทิสามารถหาซื้อได้ทั่วไปทั้งในตลาดสดและซูเปอร์มาร์เกต ส่วนเครื่องแกงสำเร็จภาพที่ จะนำเอาหัวกะทิมาผสมด้วย แล้วนำไปอบเพื่อลดความชื้น ซึ่งสามารถนำไปปรุงรับประทานได้ทันที ปัจจุบันนอกจากการจำหน่ายเครื่องแกงในตลาดสดแล้ว ผู้ผลิตเครื่องแกงยังมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อสนองตอบต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่หันไปจับจ่ายซื้อของในห้างสรรพสินค้า โดยการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์มาเป็นการบรรจุขวด หรือกระปุกจำหน่าย รวมทั้งเพิ่มประเภทของเครื่องแกงให้มีหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากแกงบางอย่างนั้นเครื่องปรุงค่อนข้างยุ่งยาก เช่น น้ำยาที่รับประทานกับขนมจีน ทำให้ในปัจจุบันจะเห็นมีน้ำยาสำเร็จภาพที่ บรรจุกระป๋องวางจำหน่าย (ที่มา : บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด)

ยี่ห้อเครื่องแกงสำเร็จภาพที่ ที่แม่บ้านในกรุงเทพฯ นิยมใช้มากที่สุด

ยี่ห้อ	รวม (%)
แม่พลอย	40.05
น้ำใจ	16.07
โลโบ	16.07
ศาลาแม่บ้าน	8.93
จำไม่ได้	10.97
อื่น ๆ	7.91
รวม	100.00

ที่มา : Khoo Khaeng Information Center ปี 2547

ตลาดเครื่องปรุงประเภทน้ำซอส

ในปี 2548 มูลค่าตลาดซอสประมาณ 2,200 ล้านบาท ประเภทซอสที่เป็นที่นิยมบริโภคของคนไทยมานานคือ ซอสถั่วเหลืองและซอสพริก ส่วนซอสที่มีการขยายตลาดอย่างรวดเร็วในปัจจุบันคือ ซอสมะเขือเทศเนื่องจากการขยายตลาดเป็นไปอย่างรวดเร็วเมื่อมีการรับวัฒนธรรมการบริโภคอาหารแบบตะวันตก โดยเฉพาะการขยายตัวของร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดส์ และบางยี่ห้อที่มีการชูจุดขายในด้านสุขภาพและความสะอาดเช่น โรซ่า มีซอสกระเทียม และซอสพริกไทยดำ อายิโนะโมะโตะี้ออกซอสในเซกเมนต์ใหม่อย่างซอสปรุงรสแบบญี่ปุ่น

ตลาดเครื่องปรุงรสประเภทผงและก้อน

ในปี 2548 มูลค่าของตลาดผงปรุงรสเท่ากับ 2,000 ล้านบาท ซึ่งแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทก้อนมีสัดส่วนตลาดร้อยละ 70 และชนิดผง มีสัดส่วนตลาดร้อยละ 30 ตลาดผงปรุงรสก็นับว่าเป็นเครื่องปรุงรสอาหารประเภทหนึ่งที่มีการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผงปรุงรสนับว่าได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมากทำให้มีนักลงทุนรายใหม่ทยอยเข้ามาลงทุนในตลาด รวมทั้งนักลงทุนรายเก่าก็พยายามคิดค้นสูตรเพื่อสร้างความหลากหลายให้กับผงปรุงรสมากขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบการเติบโตระหว่างตลาดผลิตภัณฑ์ปรุงรสแบบก้อนและผงนั้น ตลาดผงปรุงรสแบบก้อนเริ่มเกิดภาวะอิ่มตัวและมีอัตราการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ต่ำ เนื่องจากผงปรุงรสแบบก้อนมีข้อจำกัดในการปรุงอาหาร โดยประกอบอาหารได้เพียงแค่น้ำซุปอย่างเดียว แต่สำหรับตลาดชนิดผงจะสามารถปรุงอาหารได้หลากหลายวิธีมากกว่า เช่น ผงหมักอาหารประเภทต่างๆ ปรุงอาหารชนิดผัด ผงปรุงน้ำซุปลำหรับทำก๋วยเตี๋ยวประเภทต่างๆ เป็นต้น (ที่มา : บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด)

สรุป แนวโน้มตลาดของเครื่องปรุงแต่งอาหารโดยกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเป็นไปในทางที่เกิดสินค้าที่ตอบสนองต่อกลุ่มย่อยๆ มากขึ้น ซึ่งหากจะช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าควรมีความแปลกใหม่และหลากหลายสำหรับใช้กับการประกอบอาหารเฉพาะอย่าง และทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว เพื่อแข่งขันกับสินค้าที่มีความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) สูง ควรมีจุดขายที่แตกต่าง และเสน่ห์ของเครื่องเทศที่ยังคงอยู่

2.3.4 วิเคราะห์และสรุปผลด้านการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

1. การเพิ่มรสชาติอย่างหลากหลาย ให้กับผู้ใช้ และคำนึงถึง trend หรือความนิยมในการบริโภคอาหารที่เป็นที่นิยม ซึ่งนำไปสู่การคิดค้นรสชาติใหม่ๆ
2. ผู้บริโภคใส่ใจในสุขภาพต้องการผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยสะอาด มาจากธรรมชาติไม่ใส่สารสังเคราะห์อย่างเช่น ผงชูรส วัตถุกันเสีย เก็บรักษาได้นาน
3. ตลาดเครื่องปรุงจะเป็นไปในทิศทางที่เป็น Segment ย่อยๆ มากขึ้น มีความต้องการเครื่องปรุงเฉพาะสำหรับอาหารแต่ละประเภท มากกว่าแบบสารพัดประโยชน์
4. คนเริ่มทำอาหารทานเองมากขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ใช้ในครัวเรือนมีความเชี่ยวชาญในการปรุงอาหารไม่มาก และ ยังขาดประสบการณ์ ต้องการเครื่องปรุงอาหารที่ช่วยให้ผู้ปรุงสะดวกและไม่ยุ่งยาก ไม่เสียเวลา

2.4 ข้อมูลสินค้าเทียบเคียงและคู่แข่ง

ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด ตลาดเครื่องเทศ และเครื่องปรุงแต่งอาหารจากเครื่องเทศมีคู่แข่งที่สามารถแบ่งออกเป็นหลายตลาดย่อยๆ ซึ่งจำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่งได้ดังนี้

- บริษัทผู้ผลิตสินค้าเพียงกลุ่มเดียว
- บริษัทผู้ผลิตที่มีสินค้าหลายกลุ่ม
- บริษัทผู้ผลิตสินค้าจากต่างประเทศ

2.4.1 บริษัทผู้ผลิตสินค้าเพียงกลุ่มเดียว

กลุ่มเครื่องแกง

กลุ่มบริษัทที่ผลิตและจำหน่าย เครื่องแกง และ น้ำพริกเป็นหลัก สินค้ามีความใกล้เคียงกัน แตกต่างตามจุดขายที่แข่งขันกันในด้านรสชาติ และราคาจำหน่ายปลีก

ตัวอย่างสินค้า พริกแกงเผ็ด พริกแกงมัสมั่น พริกแกงเขียวหวาน เป็นต้น

ภาพลักษณ์ ส่วนใหญ่จะดู มีความเป็นไทย หรือเรียบง่าย

กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้าน ระดับ กลาง-ล่าง

ช่องทางการจัดจำหน่าย ซูเปอร์มาร์เกต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก ร้านขายของชำ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นซอง และกระปุกพลาสติก

ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จในภาชนะ และภาพเครื่องเทศไทย จัดวางแบบเรียบง่าย มีขนาดใหญ่



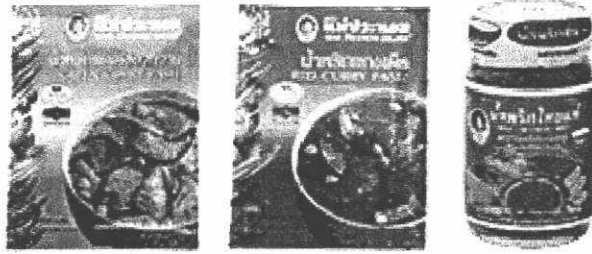
ตรา แม่พลอย

จุดเด่น เป็นผู้นำตลาด โดดเด่นที่สินค้าติดตลาดในด้านรสชาติ และ ความดั้งเดิมในตัวสินค้า มีการจำหน่ายเป็นรายแรกของประเทศ



ตรา แม่เกตุ

จุดเด่น เป็นยี่ห้อใหม่ ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด บรรจุภัณฑ์และกราฟิกดูทันสมัย ใช้ซองที่มีความมันเงาแบบโลหะ



ตรา แม่ประนอม

จุดเด่น ขยายในด้านภาพลักษณ์ ความเชี่ยวชาญในด้านน้ำพริก มีชื่อเสียงมาจากน้ำพริกเผา มีภาพที่ แม่ประนอมที่เป็นจุดขายของแบรนด์นี้



ตรา แม่ศรี

จุดเด่นมีกล่องกระดาษซ้อนข้างนอกถุงบรรจุอีกชั้น เพื่อความสวยงามและแตกต่าง ดูทันสมัย มีภาพที่ แม่ศรีซึ่งพยายามทำในแบบแม่ประนอม มีการใช้แถบสีเหมือนแถบริบบิ้นแสดงคุณค่า ชื่อ แบรนด์ใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัวหลัก แสดงว่าเน้นกลุ่มชาวต่างชาติ หรือให้ดู premium



ตรา น้ำใจ

จุดเด่น ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นซองใสแสดงความสดใหม่ของสินค้าได้อย่างเต็มที่ และใช้ติดป้าย Sticker ด้านหน้า เพื่อให้ข้อมูลสินค้า มีความง่ายในการผลิต เน้นความเรียบง่าย และผู้บริโภคสามารถเห็นสินค้า

กลุ่มน้ำซอสที่มีส่วนผสมเครื่องเทศ



Thai Heritage, หอมหวล

สินค้าที่จำหน่าย เน้นสินค้าปรุงรสอาหารประเภทซอส เป็นกระปุก และ ขวด เป็นสินค้าไทยที่มีการส่งออกและจำหน่ายในประเทศ เน้นการปรุงอาหารที่เป็นสูตรของไทยที่นิยม เช่นพะเนียง แกงเลียง

ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ premium เช่น Paragon Emporium ส่วน Brand หอมหวล เน้นตลาดในประเทศ จัดจำหน่ายตาม Supermarket ทั่วไป

ภาพลักษณ์ เป็นไทยแบบร่วมสมัย แสดงถึงคุณค่าและเสน่ห์อาหารไทยส่วน Brand หอมหวล จะเป็นแบบไทยๆ

กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบนรายได้ดี ชาวต่างชาติ Brand หอมหวลเน้นแม่บ้านระดับกลาง

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นขวดแก้วทรงสูง และกระปุกทรงเตี้ย

ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จในภาชนะ กราฟิกดูเรื่อยๆ มีการใช้ลายไทยบ้าง



World Foods

สินค้าที่จำหน่าย เน้นสินค้าปรุงรสอาหารประเภทซอส เป็นกระปุก เป็นสินค้านำเข้ามาจากต่างประเทศ เน้นการปรุงอาหารที่เป็นสูตรของแต่ละชาติ เช่นซอสผัด ซอสหมักเนื้อ ซอสราด

ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ premium เช่น Paragon Emporium

ภาพลักษณ์ เรียบหรู ดูเป็นสากล หลากหลายในด้วรสชาติสินค้า เน้นสูตรอาหารนานาชาติ สื่อถึงคุณภาพ นำเชื่อถือ กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบนรายได้ดี ชาวต่างชาติ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นขวดแก้วทรงสูง และกระปุกทรงเตี้ย แสดงสินค้าภายในอย่างชัดเจน

ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จในภาชนะ ภาพเครื่องเทศแบบโคลอสถ์ จัดวางแบบเรียบง่าย พื้นหลังสีอ่อนๆ เพื่อให้ภาพอาหารเด่น



Gravox

สินค้าที่จำหน่าย เน้นสินค้าปรุงรสอาหารประเภทน้ำซอสเกรวี่ ภาชนะอาหาร ประเภทต่างๆเช่นเนื้อสัตว์ สลัด เป็นสินค้า นำเข้ามาจากออสเตรเลีย เน้นอาหารยุโรป

ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ premium เช่น Paragon Emporium

ภาพลักษณ์ เรียบง่าย ใช้งานง่าย นำรับประทาน ความเป็นสากล ความหลากหลายของรสชาติ

กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบนรายได้ดี ที่ทำอาหารทานเอง แต่ต้องการประหยัดเวลา ชาวต่างชาติ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นซองพลาสติกซีล

ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่วาดด้วยผลิตภัณฑ์ที่ดูน่าทาน มีขนาดใหญ่ กราฟิกเรียบๆ แบ่งด้วยสี เพื่อแยกแ่งการ มองและแยกแยะประเภทและ ค้นหา

2.4.2 บริษัทผู้ผลิตที่มีสินค้าหลายกลุ่ม

ตรามือ เป็น Brand ที่ครองตลาดเครื่องดื่มในปัจจุบัน และยังมีสินค้าประเภทที่ เครื่องเทศพื้นหลากหลาย ทั้งเครื่องแกง เครื่องต้มยำ น้ำซอส ซีอิ๊ว น้ำจิ้ม อาหารเส้น อาหารแห้งอื่นๆ



ภาพลักษณ์ มีความเป็นสากล เป็นที่ยอมรับ เป็นผู้บุกเบิก ความดั้งเดิม แนวเครื่องเทศตะวันออก มีการพัฒนาสินค้ามี

การปรับภาพลักษณ์ให้ดูทันสมัยและสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับเครื่องเทศ โดยใช้ Brand ย่อย คือ Spice Story

ช่องทางการจำหน่าย ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก Supermarket ทั่วไป หาซื้อได้ง่ายโดยเฉพาะพริกไทย

กลุ่มเป้าหมาย ตรามือ ร้านอาหาร และแม่บ้าน ระดับกลาง

กลุ่มเป้าหมาย Spice Story กลุ่มแม่บ้านระดับบน และ ชาวต่างชาติ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ หลากหลายภาพที่ แบบ ทั้งซองพลาสติก ขวดแก้ว กระปุก กล่องกระดาษ

ลักษณะกราฟิก เห็นโลโก้ชัดเจน มีภาพอาหารที่เป็นภาพจริง และเครื่องเทศที่เป็นภาพวาด



PAI-KIN-KHAO by Jim Thomson

เป็น Brand ที่เปิดตัวไปไม่นานเน้นจำหน่ายสินค้า เครื่องเทศ สมุนไพร และเครื่องเทศผสม และสินค้าแปรรูปภาพที่ อย่่าง พริกแกง มะขามเปียก น้ำพริก หรือน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม

ช่องทางการจำหน่าย ผ่านทาง Supermarket ระดับ Premium เช่น เอ็มโพเรียม พารากอน เกษรพลาซ่า

ภาพลักษณ์ ความทันสมัย และดีไซน์เรียบง่าย เขียนทกรายละเอียด พิถีพิถัน

กลุ่มเป้าหมาย ชาวต่างชาติ พ่อครัวแม่ครัวระดับ Premium หรือผู้ที่ชื่นชอบเครื่องเทศเป็นชีวิตจิตใจ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ หลากหลายภาพที่ แบบ ทั้งของพลาสติก ขวดแก้ว กระปุกมีฝาล็อค

ลักษณะกราฟิก จัดวางเป็นแบบเรียบง่าย สีพาสเทลให้น้ำหนัก ตัดกลมกลืน ใช้แถบสีมาก ไม่ใช้ภาพประกอบ เน้นบรรจุภัณฑ์ที่เห็นสินค้าได้มาก ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก



Exotic Thai

เป็น Brand เน้นจำหน่ายสินค้า และสินค้าแปรรูปที่ จากเครื่องเทศ ที่ใช้ปรุงอาหารอย่าง น้ำพริก ซอสปรุงรส สินค้าปรุงรสอื่นๆ เช่นน้ำปลา เส้นก๋วยเตี๋ยวและอาหารสำเร็จภาพที่

ช่องทางการจำหน่าย ผ่านทาง Supermarket ระดับ Premium เช่น เอ็มโพเรียม พารากอน เกษรพลาซ่า

ภาพลักษณ์ ความเป็นไทยแบบร่วมสมัย มีความสวยงาม พิถีพิถัน สีสิ้นจัดจ้าน

กลุ่มเป้าหมาย ชาวต่างชาติ พ่อครัวแม่ครัวระดับ Premium ในประเทศ และเน้นตลาดส่งออกด้วย

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ หลากหลายภาพที่ แบบ ทั้งของพลาสติก ขวดแก้ว กระปุก ครอบงโหละ

ลักษณะกราฟิก สีสิ้นชัดเจน มีความเป็นไทยสากลที่เรียบง่าย มีภาพอาหารหรือวัตถุดิบขนาดใหญ่ เน้นใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก

2.4.3 ผู้ผลิตสินค้าเครื่องเทศจากต่างประเทศ

บริษัทเหล่านี้จะนำเข้าสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศเข้ามาจำหน่ายในบ้านเราผ่านช่องทาง Supermarket ระดับกลาง-บน กลุ่มเป้าหมายคือ แม่บ้านระดับกลาง - บน ที่ปรุงอาหารทานเอง หรือร้านอาหารที่เน้นด้านวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ



Durkee

เป็น Brand ที่เข้ามาในบ้านเรานานแล้ว เน้นจำหน่ายสินค้าเครื่องเทศปน ชนิดกระปุกเป็นหลักและสินค้าปรุงรสที่ใช้เครื่องเทศผสมหลายชนิดสำหรับ อาหารเฉพาะอย่าง เช่น อาหารย่างก็จะมีเครื่องเทศผสมสำหรับโรยหรือทา หรือพวกสมุนไพรอบแห้ง เป็นbrandเครื่องเทศ จากอเมริกา

ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ กลาง - บน

กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับกลาง-บน มีทักษะในการทำอาหาร ชาวต่างชาติในประเทศไทย

ภาพลักษณ์ เป็นเครื่องปรุงที่เน้นอาหารฝรั่งเป็นหลัก ภาพลักษณ์ดูมีความเป็นมา และเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นกระปุกที่มีปากกว้างหลายขนาด ฝาใช้เทสินค้าออกมาโดยตรง

ลักษณะกราฟิก เครื่องเทศที่ใช้งานทั่วไปจะไม่มีการประกอบ มีแต่โลโก้ และองค์ประกอบของพื้นหลัง ให้ตัวอักษรเด่น แต่หากเป็น เครื่องเทศสำหรับใช้งานเฉพาะ ก็จะมีภาพการประกอบอาหาร



McCormick

เป็นอีก Brand ที่เข้ามาในบ้านเรานานแล้วเช่นกัน มีชื่อเสียงมานาน มียอดขายสูงที่สุดของสินค้าเครื่องเทศนำเข้า เน้นจำหน่ายสินค้าเครื่องเทศปน ชนิดกระปุกเป็นหลักและสินค้าปรุงรสที่ใช้เครื่องเทศผสมหลายชนิดสำหรับอาหารเฉพาะอย่างเช่นซอสทาเนื่อ

ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ กลาง - บน

กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับกลาง-บน มีทักษะในการทำอาหาร ชาวต่างชาติในประเทศไทย

ภาพลักษณ์ เป็นเครื่องปรุงที่เน้นอาหารฝรั่งเป็นหลัก มีความเป็นผู้นำ และเป็นผู้บุกเบิก มีสไตล์ไปทางตะวันตก

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นกระปุกที่มีปากกว้างหลายขนาด ฝาใช้เทสินค้าออกมาโดยตรง ใช้บดสินค้า

ลักษณะกราฟิก เรียบง่าย มีภาพประกอบเป็นภาพวาด เครื่องเทศบางอย่างจะไม่มีภาพประกอบ ภาพกรรมวิธีการประกอบอาหาร เน้นโลโก้ให้มีความชัดเจนด้วยการวางบนแถบแดงคู่มีคุณค่า



FIDDES PAYNE

เป็นสินค้า เครื่องเทศ ที่มีจุดเด่นที่กระปุกมีหน้าต่างใสทำให้เห็นสินค้าภายใน ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ Premium (Food hall Central Chidlom) กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบน ผู้ที่ชื่นชอบและมีรสนิยมเป็นเลิศด้านเครื่องเทศ ภาพลักษณ์ โดดเด่นด้วย บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และมองเห็นตัวสินค้า เสนอนวัตกรรมมาถาวรปรุง ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นกระปุกโลหะที่มีปากกว้าง และมีช่องมองสินค้า ลักษณะกราฟิก ใช้แถบสีและอักษรแยกประเภทสินค้า มีภาพประกอบขนาดเล็ก พื้นหลังคู่มีเรื่องราวโดยเป็นแผนที่โลกโบราณสื่อถึงการเดินทางของเครื่องเทศผ่านทางเรือ เชื่อมโยงกับโลโก้



KITCHEN Guru

เป็นสินค้า เครื่องเทศ ที่มีจุดเด่นที่บรรจุภัณฑ์แสดงประเภทเครื่องเทศที่ใช้ปรุงด้านหน้ากล่อง และเป็นเครื่องเทศเพื่อการปรุงอาหารสำหรับอินเดีย

ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ Premium (Food hall Central Chidlom)

กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบน ผู้ที่ชื่นชอบการปรุงด้วยเครื่องเทศ

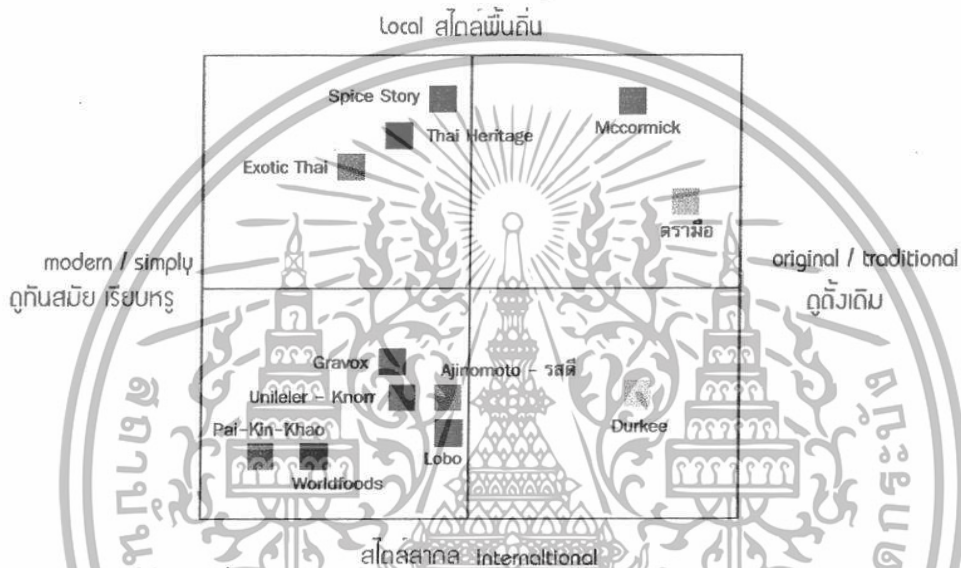
ภาพลักษณ์ โดดเด่นด้วย บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และมองเห็นตัวสินค้า เป็นผู้ผลิตที่สร้างจุดขายโดยทำเป็นลักษณะคล้ายตำรา

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นพลาสติกแผ่นขึ้นภาพที่ ด้วยความร้อน เป็นช่องๆ และประกบกับกระดาษรองที่ จะสุกแล้วเพื่อให้ส่วนที่บรรจุเครื่องเทศไหลออกมา

ลักษณะกราฟิก พื้นหลังเป็นภาพอาหารที่ปรุงเสร็จประกบกับภาพเครื่องเทศบนโต๊ะอาหาร ใช้อักษรสีต่างๆบนพื้นดำ เพื่อสื่อถึงรสชาตินั้นๆที่มีส่วนผสมเป็นเครื่องเทศได้อย่างชัดเจน โฉมเป็นภาพที่ ค้างของสถาปัตยกรรมอินเดียสื่อถึง อาหารอินเดีย

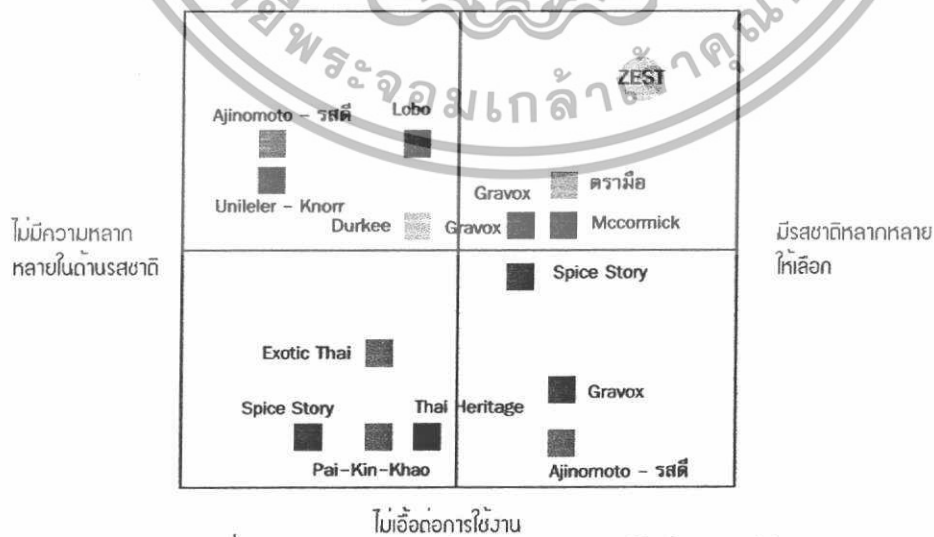
2.4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

กราฟแสดง การเปรียบเทียบตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ กับสินค้าคู่แข่งในด้าน ภาพลักษณ์ของสินค้า



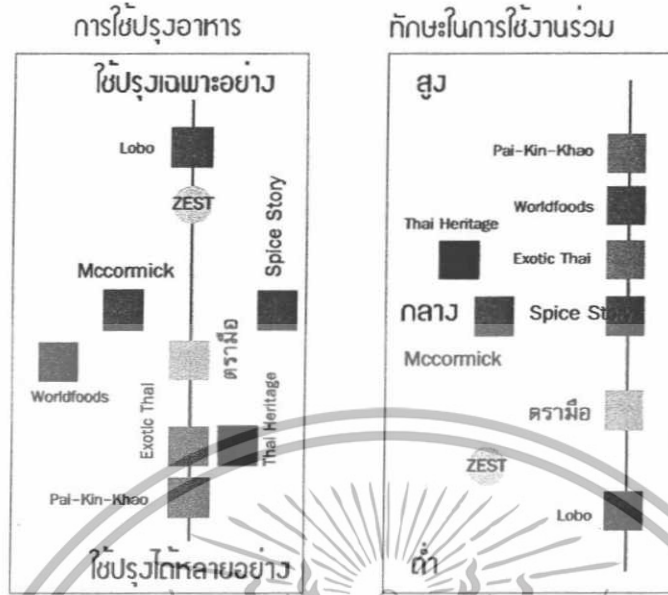
กราฟที่ 2.4.1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ภาพลักษณ์

กราฟแสดง การเปรียบเทียบตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ กับสินค้าคู่แข่งในด้าน การใช้งานของสินค้า
 ใช้ออเดอร์ใช้งานในการปรุง



กราฟที่ 2.4.2 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน การใช้งาน

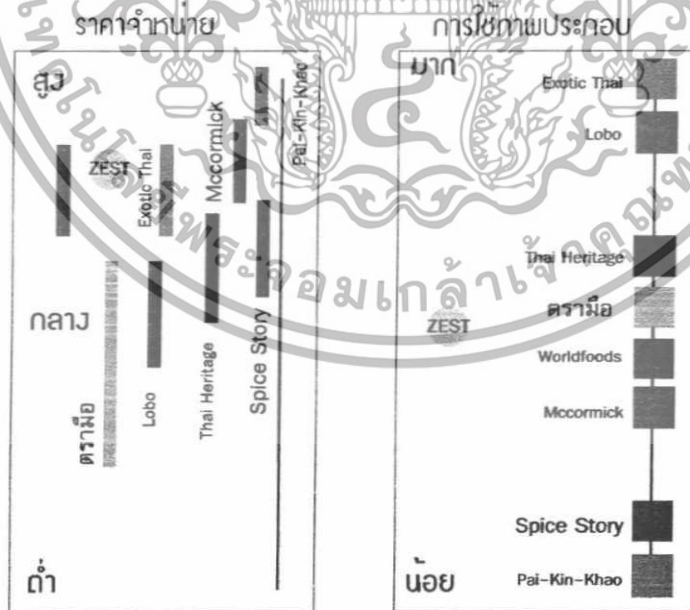
กราฟแสดงการเปรียบเทียบตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ กับสินค้าคู่แข่งในด้าน ราคาจำหน่าย การใช้ภาพประกอบ การใช้ปรุงอาหาร ทักษะในการใช้งานร่วม



เปรียบเทียบเฉพาะ brand ที่มีสินค้าหลายประเภท

กราฟที่ 2.4.3 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน การปรุงอาหาร และ ทักษะในการใช้งานร่วม

สรุป จากกราฟจะเห็นว่าในด้านการใช้ปรุงอาหาร ยังมีช่องว่างในด้านการใช้ปรุงเฉพาะอย่างอยู่มาก และใน ด้านทักษะการใช้งานร่วม ส่วนใหญ่ผู้ใช้สินค้าจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้มาก่อน ยังไม่ค่อยมีผลิตภัณฑ์ที่เอื้อใน ด้านการปรุง ซึ่งของว่างก็ยังมีมาก



กราฟที่ 2.4.4 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ในด้าน ราคาจำหน่าย และ การใช้ภาพประกอบ

สรุปจากกราฟ

เครื่องเทศที่มีราคาจำหน่ายสูงส่วนมาก ใช้วัตถุดิบคุณภาพดี เหมาะสำหรับผู้มีทักษะทางการปรุง และมีรสนิยม และระดับรายได้ดี บรรจุกฎเกณฑ์มีความสวยงาม ส่วนเครื่องเทศที่มีราคาจำหน่ายต่ำ จะทำได้สารพัดประโยชน์เช่นผงปรุงรส ซึ่งกลุ่มผู้ใช้ที่มีรายได้และรสนิยม แต่ขาดทักษะ และยังเป็นมือใหม่ในด้านการทำอาหารอยู่ ไม่อยากได้ จึงเล็งเห็นช่องทางที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองช่องทาง โดยการเป็นบรรจุกฎเกณฑ์ที่สร้างคุณค่าจากการใช้งานเครื่องเทศแบบดั้งเดิม แต่ปรับให้เหมาะกับภาพที่แบบชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้คน โดยยังคงความมีเสน่ห์ในการปรุงด้วยรสชาติ ที่หลากหลายจากตำรับการปรุงอาหารนานาชาติ



กราฟที่ 2.2.5 แสดงตำแหน่งของ ZEST เมื่อเทียบกับคู่แข่งในด้าน ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องเทศของกลุ่มเป้าหมาย

สรุปจากกราฟ

จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ครอบคลุมและเหนือกว่าคู่แข่ง และนั่นคือตำแหน่งทางการตลาดที่จะใช้ในการออกแบบต่อไป

2.4.5 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเกี่ยวกับ คู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ

โดยการวิเคราะห์จากผลิตภัณฑ์ในโครงการเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดเพื่อหาจุดขายที่แปลกใหม่และไม่ซ้ำกับสินค้าที่มีอยู่เดิม โดยโครงการนี้เมื่อวิเคราะห์จากคู่แข่งแล้ว จะมีสินค้ากลุ่มที่นำเสนอรสชาติแบบไทย ตะวันตก หรือแบบเอเชีย โดยยังไม่มีใครเน้นตำรับจากทั่วโลกจึงเน้นไปที่สูตรอาหารนานาชาติ ที่ไม่ซ้ำกับใคร สรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

- การเอื้อประโยชน์ในการใช้งานที่มากกว่าเดิม

เครื่องปรุงรสแบบอื่นๆ เน้นความเป็นเครื่องปรุงเฉพาะและการเอื้อประโยชน์ในการใช้งานที่มากกว่า การ ตัก เท ริน หยด ซึ่งคู่แข่งทำไปหมดแล้ว เช่นการบรรจุเครื่องเทศลงในถุง เพื่อใช้ปรุงได้ทันทีเช่นน้ำซอสหมักเนื้อสัตว์ในภาพที่ แบบถุงซิปพร้อมใช้งาน หรือมองหาการใช้งานภาพที่ แบบใหม่ๆที่ยังไม่เป็นที่นิยม แต่มีแนวโน้มที่ดีในการทำตลาด

- รสชาติที่แปลกใหม่

เครื่องแกง สีนํ้าที่มีอยู่ในท้องตลาดจะเน้นความเป็นไทยมาก หากจะแข่งขันควรจะสร้างจุดขายให้เป็น เครื่องแกงนานาชาติ ที่แปลกใหม่ เช่นเครื่องแกงของ เวียดนาม ของอินเดียโดยให้เลือกสีนํ้าที่มีความเป็นดั้งเดิมและมี ชื่อเสียง แต่ยังไม่คุ้นนักในบ้านเรา

กลุ่มนํ้าซอส นํ้าสลัด เน้นรสชาติที่แปลกใหม่ และใช้เฉพาะสำหรับการปรุงอย่างเดียว เช่นใช้ราดอาหารเส้น ใช้ หมักเนื้อสัตว์ ซึ่ง จะเป็นจุดขายในด้านความพิเศษไม่ซ้ำใคร

- ความโดดเด่นของภาพลักษณ์

ควรหลีกเลี่ยงสิ่งที่มีคู่แข่งทำแล้วเช่นใช้จุดขายในด้านความเก่า ทันสมัย หรือความน่าทานจากภาพประกอบ เพียงอย่างเดียวควรมองหาจุดขายอื่น สร้างมูลค่าเพิ่มโดยการทำบรรจุภัณฑ์ให้ดูดี อาจเพิ่มต้นทุนสักนิดแต่หากคุ้มค่า จะเป็นประโยชน์มากกว่าผลเสีย การใช้ภาษาก็มีผลต่อภาพลักษณ์ การใช้ภาษาอังกฤษในการให้รายละเอียด ก็จะเป็นของที่มีราคาเนื่อง จากดูคล้ายของจากต่างชาติ หรือต้องการขายให้คนมีความรู้ ระดับบน แต่ทั้งนี้ก็ควรคำนึงถึง หลักเกณฑ์ของกฎหมายด้วย

- ระดับราคาที่เหมาะสม

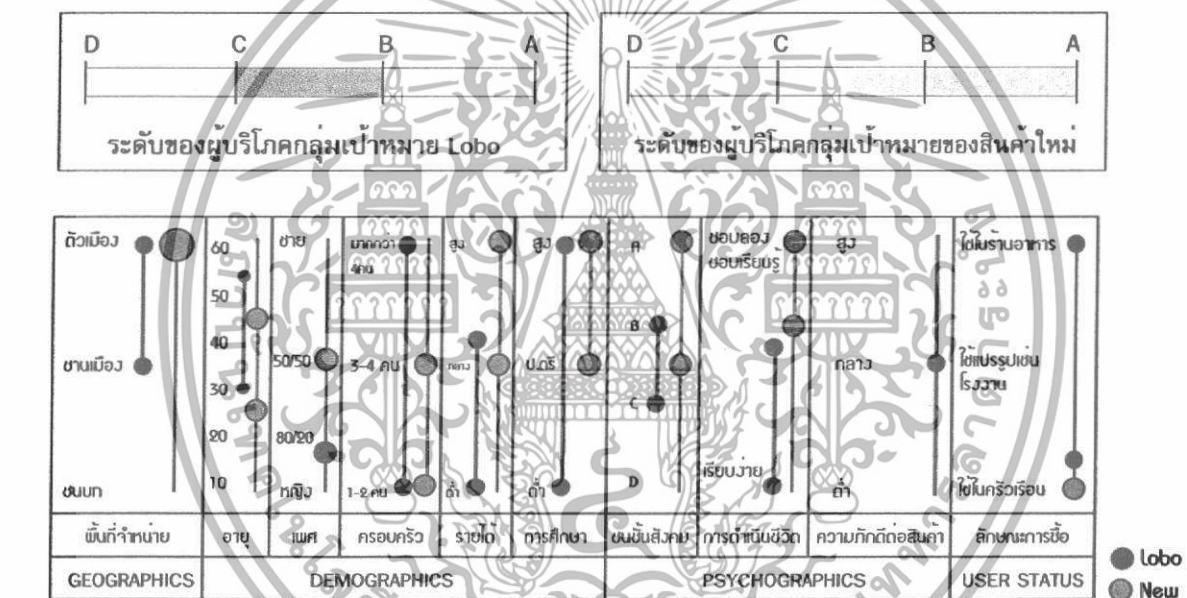
ควรมีราคาที่สูงกว่าสินค้านํ้าระดับล่างแต่ไม่มากกว่าสินค้านํ้าของต่างประเทศ เนื่องจากจะเกิดภาพลบในใจ ผู้บริโภคว่าเป็นสินค้านํ้าที่แพง เนื่องจากสินค้านํ้านำเข้าจะมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งจึงทำให้มีราคาสูงกว่าเป็นธรรมดา



2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่เกิดขึ้นใหม่นี้จะครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายเดิมของสินค้า Lobo ซึ่งก็คือกลุ่มผู้ใช้ระดับ กลาง-ล่าง โดยกลุ่มเป้าหมายเดิมที่อาจจะใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ จะเป็นผู้ใช้ระดับกลางที่มีทักษะในการปรุงอาหารอยู่แล้วแต่ยอมรับในตัวสินค้าใหม่ ที่เสนอความสะดวกสบายและความแปลกใหม่ในการทำอาหารให้ แลกกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ส่วนกลุ่มเป้าหมายใหม่จะเน้น กลุ่มแม่บ้าน พ่อบ้านมือใหม่ที่มีทักษะในการทำอาหารบ้าง และมีเวลาในการปรุงอาหารทานเองที่บ้านแต่ค่อนข้างเร่งรีบ โดยลักษณะช่องทางในการซื้อสินค้าของทั้ง 2 กลุ่มจะเป็น ซูเปอร์มาเกต และ คอนวีเนียนสโตร์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวก และตรงกับอุปนิสัย ที่ใช้เวลา 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ในการซื้อของและอาหารเข้าบ้าน



กราฟ 2.5.1 แสดงการเปรียบเทียบ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเดิม และ สินค้าใหม่

2.5.1.1 ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มหลักคือ ผู้ใช้ งานที่เพิ่งแยกครอบครัวออกมา ชอบทำอาหารทานเอง แต่ยังไม่เก่งและขาดประสบการณ์ ทั้งหญิงและชาย (เนื่องจากในปัจจุบันการประกอบอาหารไม่ได้เป็นเรื่องของเพศใดเพศหนึ่ง) หรือผู้ใช้ที่ทำอาหารทานเองเป็นประจำมีทักษะในการทำอาหารแต่ต้องการความสะดวกสบาย ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มมีเวลาในการทำอาหารทานเองบ้าง ชีวิตค่อนข้างเร่งรีบ มีความพิถีพิถันในการประกอบอาหาร สนใจในการประกอบอาหาร ใส่ใจในเรื่องรสชาติอาหาร มองหาผู้ช่วยในครัวที่จะมาทำให้การทำอาหารสะดวกและง่ายขึ้น

อายุ : ช่วงอายุมีความกว้างพอสมควร ประมาณ 27 – 45 ปี

เพศ : หญิง เท่ากับ ชาย ในสัดส่วนที่พอๆกัน

ระดับรายได้ : มีฐานะดี รายได้รวมครอบครัวต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป

อาชีพ : เป็นผู้มีหน้าที่ในการทำอาหาร และมีอาชีพหลักที่มีกิจการมันคง

ที่อยู่อาศัย : บ้าน หรือ คอนโดมิเนียม ที่มีพื้นที่สำหรับประกอบอาหารโดยเฉพาะคือครัว และมีอุปกรณ์ในการทำครัวพื้นฐาน เช่น เตา กระทะ หม้อ เตาอบไมโครเวฟ เป็นต้น

2.5.1.2 ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

Lifestyle: ที่มีเวลาอยู่กลับบ้าน ประกอบอาหารเพื่อทานในบ้านกับครอบครัวค่อนข้างบ่อยโดยมีเวลาว่าหลังจากวันทำงาน และ วันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งจะใช้เวลากับครอบครัว เช่นไปเดินช้อปปิ้ง ไปทานข้าวด้วยกันนอกบ้านบ้าง หรือใช้เวลาอยู่ด้วยกันที่บ้าน ทำกิจกรรมร่วมกัน ในลักษณะครอบครัวเล็กๆ

อุปนิสัย : เรียนรู้และชอบทดลองทำอะไรใหม่ๆ อยู่เสมอ ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวสินค้าต่างๆเป็นประจำ กระตือรือร้น ชอบความสะดวกสบาย รวดเร็ว ยอมจ่ายเพื่อความสะดวก พิติพัตินละเอียด อยากรู้ที่จะทำอาหารได้ง่าย และทำอาหารเป็นหลาย ๆ อย่าง

รสนิยม ความชอบ : สนใจในกระแสการบริโภคใหม่ เช่น การบริโภคในแนวทงชีวิต ใส่ใจในสุขภาพชอบการปรุงอาหารเป็นชีวิตจิตใจ ศึกษาเรื่องการทำอาหาร และเคล็ดลับในการปรุง อยู่เสมอๆ มีความสนใจในวัฒนธรรมการกินที่แตกต่างกันของแต่ละชาติ

กิจกรรม ทำอาหาร ปลูกต้นไม้ ชอบปิ้ง ออกกำลังกาย

ทัศนคติ ชอบความแปลกใหม่ ทำกิจกรรมกับครอบครัว เพื่อนฝูง

สนใจในเรื่องอาหาร และสุขภาพ ชอบลองอาหารหลากหลาย และเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่ เสมอ ติดตาม ข่าวสาร เป็นประจำ

ใส่ใจในรายละเอียด พิติพัตินกับการใช้ชีวิต ช่างเลือก ชอบลอง

หญิง 70 % ชาย 30 %
อายุ 27 - 45 ปี
มีอาชีพหลักที่มีกิจการมันคง ฐานะดี รายได้สูง
ครอบครัวเล็กๆ
มีสมาชิก 2-3 คน

ภาพที่ 2.5.1 ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Image Target)

2.5.2 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบ

กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการทำอาหารทานเองแต่ไม่มีเวลาศึกษาหรือหาประสบการณ์ในการทำงาน จึงต้องนำเสนอการใช้งานเครื่องเทศที่ยังคงมีเสน่ห์ในการทำงานและไม่ทำให้ผู้ใช้กลุ่มนี้รู้สึกว่าเป็นสินค้าที่ใช้งานง่ายเกินไป ในลักษณะสินค้าสำเร็จรูป และเน้นในด้านกรนำเสนอสิ่งที่สร้างเฉพาะสำหรับการปรุงแต่ละอย่างให้มีความหลากหลาย และแปลกใหม่ เนื่องจากกลุ่มนี้จะมีความพิติพัตินในการเลือกซื้อ และมีการสั่งซื้อมาก ไม่ว่าจะชายหรือหญิงก็จะหาสิ่งที่ดีที่สุดในตัวเองเสมอ นอกจากนี้ยังมีความสนใจความเป็นไปในโลก ตำรับอาหารนานาชาติดูจะตอบใจอยในการทำใหกลุ่มนี้สนใจได้มาก

2.6. ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

2.6.1 ข้อมูลวัสดุทั่วไป

จากรูปแบบความต้องการ ลักษณะการใช้งานต่างๆ จากข้อมูลในหัวข้อ ก่อนหน้านี้ ซึ่งส่งผลต่อบรรจุภัณฑ์จะสรุปได้ด้วยภาพรวมว่าต้องการข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและรูปแบบการผลิตดังนี้

- วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ 4 ประเภทสำคัญ

ปัจจุบันวัสดุหลักๆ ที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ กระดาษ พลาสติก โลหะ และแก้ว ซึ่งแต่ละประเภทก็จะมีลักษณะที่โดดเด่นแตกต่างกันออกไป โดยสามารถกล่าวโดยย่อ ดังนี้

1) กระดาษ

จุดเด่น - พับขึ้นรูปได้ง่าย + รีไซเคิลได้

จุดด้อย - ทึบแสง

- ปิดผนึกด้วยความร้อนไม่ได้

- การสกัดกันความชื้นและก๊าซไม่ดี

2) พลาสติก

จุดเด่น - น้ำหนักเบา + โปร่งแสง

- สามารถสกัดกันความชื้นและก๊าซได้ดี

- มีให้เลือกหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็น PE, PP, PVC, PET โดยแต่ละชนิดก็จะมีลักษณะแตกต่างกัน

ออกไป สามารถเลือกให้ให้ตรงกับความต้องการได้

- มีรูปแบบการผลิตที่ตีง่าย และเป็นระบบ

จุดด้อย - ย่อยสลายได้ยาก

3) โลหะ แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ เหล็กและอลูมิเนียม

เหล็ก

จุดเด่น - ทนความร้อนสูง ได้เปรียบในเชิง Retort หรือการบรรจุอาหารที่ต้องใช้ความร้อนสูงในการฆ่า

เชื้อโรค ถ้าใช้โลหะจะดีกว่าเพราะไม่ถูกหลอมไปง่ายๆ

- รีไซเคิลได้ และแข็งแรง

จุดด้อย - ทึบแสง

- ขึ้นสนิมได้ ต้องหาสารมาเคลือบเพิ่มเติม เช่น ดีบุกหรือโครเมียม เป็นต้น

(โดยสารเคลือบและอาหารที่นำมาใส่ ต้องมีการตรวจสอบด้วยว่าจะไม่ทำปฏิกิริยาต่อกัน มีเช่นนั้น จะ เกิดการกัดกร่อน หรือทำปฏิกิริยากับอาหารที่บรรจุกับตัวโลหะที่ให้มา)

-ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อน ในเชิงของ Packaging System ได้ จะใช้รูปแบบในการล็อกกับตัวบอดี้ (Body) เพื่อไม่ให้เกิดการซึมผ่านของก๊าซและความชื้น

หมายเหตุ

-การผลิตฝาโลหะ ผู้ผลิตควรจะต้องคำนึงถึงการเปิดฝา ต้องไม่เหลือเศษ เพราะเศษต่างๆ ที่เหลือจะค่อนข้างอันตราย ซึ่งในต่างประเทศ ค่อนข้างตระหนักในเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภคมาก

อะลูมิเนียม

จุดเด่น - ไม่ขึ้นสนิม แข็งแรง

-รีไซเคิลได้

-สามารถสกัดกั้นก๊าซและความชื้นได้ดี

-ทนทานต่อน้ำมัน

จุดด้อย - ราคาแพง + ทึบแสง

-ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อน ในเชิงของ Packaging System ได้ จะใช้รูปแบบในการล็อกกับตัว บอดี้ (Body) เพื่อไม่ให้เกิดการซึมผ่านของก๊าซและความชื้น

4) แก้ว

จุดเด่น - ไม่เกิดปัญหาเกี่ยวกับการบรรจุอาหารมากนัก เนื่องจากแก้วมีความเฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยากับสารเคมี ต่างๆ ไม่ว่าจะสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในจะเป็นอาหารที่มีความเป็นกรดสูงก็ตาม แก้ว ก็จะไม่เกิดปัญหา

- สกัดกั้นความชื้นและก๊าซได้ดี

- ใส โปร่งแสงสามารถมองเห็นสินค้าภายใน

จุดด้อย- น้ำหนักมาก

- แดกหักง่าย

- แนวโน้มการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์

สำหรับแนวโน้มของการเลือกใช้วัสดุ บรรจุภัณฑ์ รศ.สุภาวดี (อาจารย์ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ให้ความเห็นว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้วัสดุที่มีน้ำหนักเบา เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็กและสะดวกต่อผู้บริโภค และไม่ส่งผลกระทบต่อในการกำจัดอีกด้วย ส่วนแนวโน้มสำหรับ 4 วัสดุสำคัญนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นใหญ่ ได้แก่

- กระดาษและพลาสติก มีการใช้งานมากขึ้นกว่า โลหะ

ในปัจจุบันมีการใช้พลาสติกแทนโลหะเป็นจำนวนมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ผลิตคำนึงถึงเรื่องของ LCA (Life Cycle Assessment) พลังงานที่ใช้ในการผลิตอะลูมิเนียมสูง การลงทุนจึงสูงตาม การรีไซเคิลก็ใช้พลังงานสูงด้วยกันเช่นกัน กระดาษและพลาสติกจึงเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะ PET

- แก้วนิยมลดลง เพราะน้ำหนักมากและแตกง่าย

วัสดุตัวสุดท้าย คือ แก้ว จุดที่ทำให้แก้วมีการใช้งานลดลง เพราะมีน้ำหนักมาก แตกหักได้ง่าย แต่ก็ไม่ถึงกับถูกเลิกใช้เสียทีเดียว เพราะแก้วมีความเฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยากับสารเคมีต่างๆ ทำให้แก้วไม่เกิดปัญหา อีกทั้งแก้วมีความใส สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ สก๊ตกันก๊าซและความชื้นได้ดี ตรงนี้ทำให้ แก้วยังคงมีการใช้งานอยู่ โดยเฉพาะกับผู้บริโภคที่มีความรู้สึกว่าการอาหารที่ปลอดภัย

สรุป เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการใช้งานวัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมแล้วนั้น สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ความเป็นสารเคมีมาก รูปแบบการปกป้องไม่ซับซ้อน โครงการนี้จึงจะเน้นใช้งานไปที่วัสดุพลาสติกและกระดาษเป็นหลัก ซึ่งมีราคาเหมาะสมและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

2.6.2 ข้อมูลเบื้องต้นของวัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ทำการแบ่งออก แบ่งออกเป็น 2 หมวดตามประเภทของวัสดุ คือ 1) พลาสติก และ 2) กระดาษ

1 พลาสติก

1. ข้อมูลวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหาร

- วัสดุออกแบบสำหรับทุกๆ โครงสร้าง

2. ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะช่วยป้องกันความชื้นและป้องกันอากาศซึมผ่านได้ดี

วัสดุออกแบบสำหรับโครงสร้างที่เป็นขวดพลาสติก ได้แก่

- โครงสร้าง น้ำสลัดแบบเย็น

3. ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถเข้า Microwave ได้

วัสดุออกแบบสำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้งานแบบเข้า Microwave ซึ่งได้แก่

- (primary packaging.) โครงสร้าง เครื่องเทศทำข้าวราดหน้า และ เครื่องเทศทำข้าวปรุงรส

- (primary packaging) โครงสร้าง น้ำซอสราดอาหารเส้น และ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์

4. ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ถุงซีป สำหรับบรรจุอาหาร
วัสดุออกแบบสำหรับถุงบรรจุพลาสติกในโครงการ ซึ่งได้แก่
- (primary packaging) โครงสร้างถุงหมักเครื่องเทศ

5. ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ถ้วยและถาดพลาสติก (Plastic cup , Tray)
วัสดุออกแบบสำหรับการใช้ถ้วยหรือถาดพลาสติกในโครงการ ซึ่งได้แก่
- (primary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศทำข้าวราดหน้า และ เครื่องเทศทำข้าวปรุงรส
- (primary packaging) ของ โครงสร้าง น้ำซอสราดอาหารเส้น และ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์
- (primary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศปรุงอาหารทอด
- (primary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศทำเนื้อสัตว์เพื่อการปิ้งย่าง
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศทำเนื้อสัตว์เพื่อการปิ้งย่าง

6. ฟิล์มหด (Shrink Film)
- โครงสร้าง น้ำสลัดแบบเย็น
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศทำเนื้อสัตว์เพื่อการปิ้งย่าง

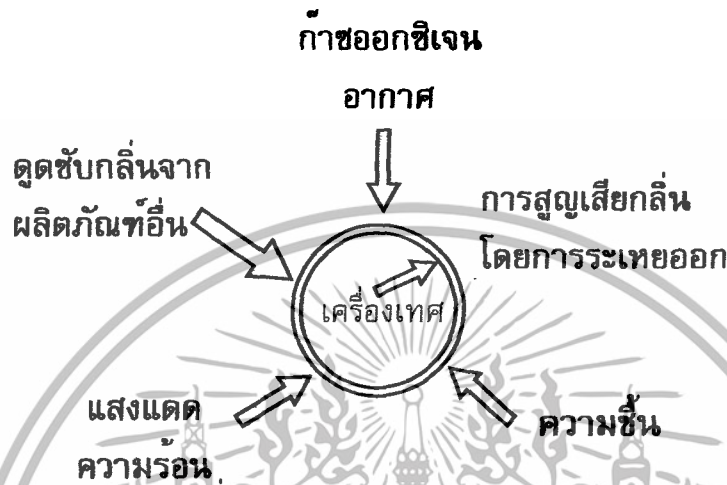
7. วัสดุออกแบบสำหรับการพิมพ์ฉลากหรือปิดฝาขวดเพื่อความสะอาด
โครงสร้าง น้ำสลัดแบบเย็น

2 กระดาษ

1. กล่องกระดาษแข็ง (Paperboard boxes)
บรรจุภัณฑ์ส่วนที่เป็น กล่อง ได้แก่
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง ถุงหมักเครื่องเทศ
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง สมุนไพรสดอบแห้ง
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศจิ้มขนมปัง
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง รวมหน่วย เครื่องเทศจิ้มขนมปัง
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศถุงปรุงซุ๊ป
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องแกง อินเดีย
สายคาดกระดาษแข็ง ของ บรรจุภัณฑ์ชนิด ถาด ได้แก่
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง เครื่องเทศทำข้าวราดหน้า และ เครื่องเทศทำข้าวปรุงรส
- (secondary packaging) ของ โครงสร้าง น้ำซอสราดอาหารเส้น และ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์

2.6.3 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ สำหรับเครื่องเทศ

หลักที่สำคัญประการหนึ่งในการบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร ในบรรจุภัณฑ์แบบขายปลีกก็คือหน้าที่ในการป้องกัน เพื่อที่จะมีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม ป้องกันก๊าซออกซิเจน และแสงแดด ในทำนองเดียวกัน ควรควบคุมอย่างเข้มงวดในเรื่องการดูดซึ่มความชื้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่แห้ง ที่บดเป็นผง และผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นที่ผิวสัมผัสมากๆ เช่นเครื่องเทศ



ภาพที่ 2.6.1 แสดงความต้องการในการปกป้อง

การเสื่อมสภาพของเครื่องเทศ สูญเสียกลิ่นไปในระหว่างการจัดจำหน่าย โดย เกิดการระเหยจากสารประกอบที่ระเหยง่าย จากปฏิกิริยาทางเคมีโดยออกซิเจนร่วมกับแสงแดด

ผลิตภัณฑ์เครื่องเทศบางชนิดมีลักษณะพิเศษคือ จะดูดซับกลิ่นจาก ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (น้ำหอม, สบู่) และผลิตภัณฑ์นม (เนย) นี่เป็นเหตุผลประการหนึ่งที่ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ควรบรรจุในบรรจุภัณฑ์ขายปลีกที่มีคุณสมบัติป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและกลิ่นได้เป็นอย่างดี

โพลีเอทิลีนที่วัสดุที่เป็นพลาสติกพื้นฐาน อาทิ PE และ PP เป็นตัวที่ป้องกันความชื้นได้เป็นอย่างดี และสามารถขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ป้องกันได้ดีด้วย โดยมีข้อแม้ว่าการปิดผนึกมีการปิดอย่างถูกต้องเหมาะสมและวิธีการเย็บในชั้นตอนสุดท้าย (สำหรับติดแถบกระดาษแข็งแข็งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์) อยู่นอกส่วนที่ปิดผนึกของถุงนั้นๆ

วัสดุป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ

วัสดุพลาสติก อาทิ พอลิเอทิลีน (PE) และ พอลิโพรพิลีน (PP) ถูกนำมาใช้กันมาก เพราะว่ามี

โดยทั่วไปแล้วพลาสติกทั้งสองชนิดนี้มีคุณสมบัติที่ดีสำหรับทำหน้าที่การบรรจุภัณฑ์ โดยมีความอ่อนตัว พิมพ์ดีได้ตีปดผนึกได้ง่ายและป้องกันความชื้นได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามการป้องกันการซึมผ่านของ ก๊าซ อาทิ ออกซิเจน ไนโตรเจน คาร์บอนไดออกไซด์ และกลิ่นยังไม่ดีนัก

วัสดุการบรรจุภัณฑ์ : การเปรียบเทียบข้อมูลคุณสมบัติการป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน โดยให้ LDPE เป็นตัวป้องกันต่ำที่สุดมีค่าเท่ากับ 1

LDPE	1	PET	75
HDPE	1.5	PA	100
PS	2	PVDC	400
PP	2	Cellophane	800
PVC	25	EVOH	1000

ตารางที่ 2.6.1 แสดงค่าการซึมผ่านของก๊าซ

พลาสติกที่ป้องกันก๊าซได้ดีกว่า คือ โพลีไวนิลคลอไรด์ (PVC), โพลีเอสเตอร์ (PET) ซึ่งชื่อทางเคมี เรียกว่า โพลีเอทิลีนเทอร์พทาเลต หรือชื่อทางการค้าเรียกว่า เมลินิกซ์ (Melinex), และโพลีแอมไนด์ (PA) ซึ่งชื่อทางการค้าเรียกว่า ไนลอน, พลาสติกที่ป้องกันก๊าซได้ดีที่สุด โพลีไวนิลลิดีนคลอไรด์ (PVDC) ชื่อทางการค้าเรียกว่า ซาราน (Saran), เซลโลเฟนเคลือบ, และโพลีเอทิลีนไวนิลแอลกอฮอล์ (EVOH) ชื่อทางการค้าเรียกว่า EVAL

หมายเหตุ ในตารางที่ 2.6.1 (PVDC และ EVOH ไม่ได้ใช้เป็นแผ่นฟิล์มเดี่ยวแต่ใช้ประกอบ) (ร่วมกับ PE หรือ PP) ในความหนาที่น้อยเป็น ไมโครมิเตอร์

อิทธิพลของความชื้นสัมพัทธ์

ความชื้นสัมพัทธ์ของสภาพอากาศไม่มีผลต่อคุณสมบัติการป้องกันของ PVDC ในทางตรงกันข้ามคุณสมบัติการป้องกันของ PA และ EVOH จะต่ำลงในสภาพอากาศที่มีความชื้นสัมพัทธ์สูง นั่นเป็นเหตุผลว่าทำไม EVOH จึงต้องถูกประกอบเหมือนอย่างแซนวิชให้อยู่ตรงกลางระหว่างวัสดุที่ป้องกันความชื้นได้ดี ตัวอย่างเช่น PE/EVOH/PE หรือ PP/EVOH/PP

ในการทำงานเดียวกันกับเซลโลเฟนที่เป็นตัวป้องกันก๊าซได้ดีเมื่ออยู่ในสภาพแห้ง แต่จะป้องกัน

PP	PE	PVDC (ประเภท MX)
EVOH	EVOH	Cellophane
PP	PE	PVDC (ประเภท MX)
PE/EVOH/PE	PP/EVOH/PP	

ภาพที่ 2.6.2 วัสดุประกอบ

ไม่ดีเลยถ้ามีความชื้น การดูดซึมความชื้นขยายตัวมากขึ้นและสูญเสียคุณสมบัติการป้องกันไป ดังนั้น เซลโลเฟนจะถูกป้องกันโดยแลคเกอร์ (ประเภท MS) หรือเคลือบโดย PVDC (ประเภท MX)

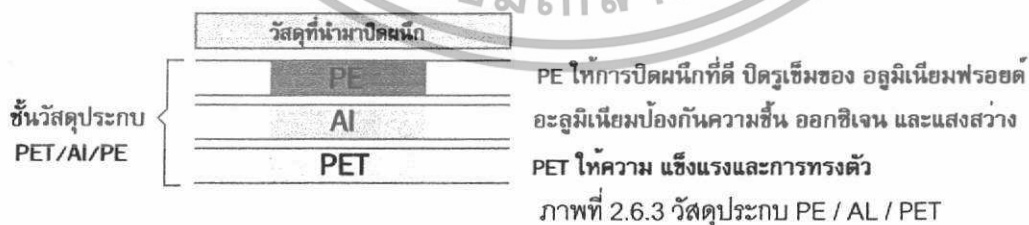
วัสดุประกบ (Laminates)

การประกบประกอบด้วยวัสดุตั้งแต่สองชั้นขึ้นไป โดยปกติจะใช้วัสดุต่างกัน ซึ่งเชื่อมติดกันและสามารถรวมกันเป็นแผ่นเดียว เป้าหมายก็เพื่อรวมคุณสมบัติที่ดีของแต่ละวัสดุ การประกบนี้ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทกาแฟ ชา และเครื่องดื่มด้วย

ในการป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้ถูกแสงแดดวัสดุที่ไม่ใช่พลาสติกได้แก่ อะลูมิเนียม ได้ถูกนำมาใช้ในการนี้ โดยร่วมกับ PE ที่เป็นชั้นสำหรับปิดผนึก ตัว PE จะปิดผนึก ตัว PE จะปิดรูเข็มที่มีอยู่ในอะลูมิเนียมฟอยล์ ฟิล์มเมทัลไลซ์หรือกระดาษทึบแสงคุณภาพดี อาจถูกใช้ในการป้องกันที่ดีขึ้น แต่ยังไม่จำเป็นเท่าใดนัก

การประกบที่ใช้กันอย่างกว้างขวางสำหรับกาแฟและชา หรือเครื่องดื่ม คือ PET/Al/PE ซึ่ง PET ให้ความแข็งแรงและการทรงตัว อะลูมิเนียมป้องกันความชื้น ออกซิเจน และแสงสว่าง และ PE ให้การปิดผนึกที่ดี บรรจุภัณฑ์นี้สามารถปิดผนึกสุญญากาศได้ บรรจุภัณฑ์อีกแบบหนึ่งเป็น PA/PVDC/PE PA จะถูกเมทัลไลซ์ ซึ่งการเมทัลไลซ์จะป้องกันแสงและความชื้นได้

กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมไม่เห็นด้วยกับการใช้ฟิล์มประกบเพราะยากต่อการนำไปแปรรูปใช้ใหม่ ถ้าเมื่อใดที่กระบวนการด้านสิ่งแวดล้อมสามารถแยกแยะแต่ละชั้นของฟิล์มได้ (ตัวอย่างเช่นโดยแบคทีเรีย) การแปรรูปใช้ใหม่ของฟิล์มประกบจะน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถนำแต่ละชั้นไปแปรรูปใช้ใหม่ได้



สารป้องกัน และดูดซับ ออกซิเจน และความชื้น

สำหรับเครื่องดื่ม การรักษาอายุการใช้งาน หรือรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้นั้นก็คือ การรักษาความชื้นและป้องกันอากาศซึมผ่าน เพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะ

เป็นรสชาติที่อาจเปลี่ยนไป หรือรูปลักษณะทางกายภาพที่ไม่น่ารับประทาน ซึ่งบรรจุภัณฑ์ในที่นี้ได้แก่ Active Packaging หรือ Interactive Packaging

มีความหมายครอบคลุมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่พื้นฐานของการบรรจุเท่านั้น แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเพิ่มความปลอดภัย และรักษาคุณภาพของสินค้า ตลอดจนยืดอายุการวางจำหน่ายให้กับสินค้าด้วย โดยมีการใช้สารที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาเพียงอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ส่งผลให้สิ่งแวดล้อมภายในบรรจุภัณฑ์นั้นเปลี่ยนแปลงไป โดยการบรรจุในของขนาดเล็ก หรือออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์

ซึ่งตัวอย่างของสารเหล่านี้ได้แก่ -สารดูดความชื้น (Desiccants)
-สารดูดออกซิเจน/ คาร์บอนไดออกไซด์ (O₂/CO₂ Scavengers)
-สารดูดเอทิลีน (Ethylene Absorbers)
-สารยับยั้งการเกิดออกซิเดชัน (Antioxidants)
-สารยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ (Antimicrobials) เป็นต้น

จากรูปแบบของสารที่หลากหลายทำให้ Active Packaging นั้นมีหลายรูปแบบ และใช้งานอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมอาหาร แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบของ Active Packaging ที่นิยมใช้ และยังเป็นตัวที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ซึ่งผลิตได้ง่าย และราคาถูกลงกว่า สารชนิดอื่นๆ

1) สารดูดซับออกซิเจน (O₂ Scavengers)

สาเหตุที่ต้องมีสารดูดซับออกซิเจน เนื่องจากหากออกซิเจน ซึมผ่านเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ นั้นจะช่วยให้การเสื่อมเสียของอาหาร เนื่องจากปฏิกิริยาออกซิเดชัน ก่อให้เกิดความเสื่อมสภาพและสูญเสียคุณค่าทางโภชนาการ เกิดกลิ่นหืน การเปลี่ยนสี รสชาติของอาหาร และออกซิเจนยังเป็นตัวส่งเสริมให้กับการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์อีกด้วย

รูปแบบและวิธีแก้ปัญหาแบบที่ 1 คือมีการพัฒนาการบรรจุแบบสุญญากาศ (Vacuum Packaging) ซึ่งมีการใช้งานกันมาก และช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์

ความไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ แต่เนื่องจากการดูดอากาศออกทั้งหมดจากบรรจุภัณฑ์ เช่น ออกซิเจนและไนโตรเจน ยังมีราคาค่อนข้างสูง

รูปแบบและวิธีแก้ปัญหาแบบที่ 2 คือ การใช้ O₂ Scavengers ซึ่งจะทำปฏิกิริยากับออกซิเจนภายในตัวบรรจุภัณฑ์อาหาร ส่งผลให้ปริมาณออกซิเจนภายในบรรจุภัณฑ์ลดลงหรือหมดไป ตัวอย่างสารเคมีที่นิยมใช้ ได้แก่

- ส่วนประกอบหลักจากสารประกอบเหล็ก (Reducing Ferrous Compounds)
- กรดแอสคอร์บิก

- สารประกอบเหล็ก และเฮชานอล (ร่วมกันดูดออกซิเจนและยับยั้งเชื้อรา)

ตัวอย่างสารดูดซับออกซิเจน (O₂ Scavengers)

1.1) บรรจุขนาดเล็ก (Sachets) เช่น Ageless sachets (Mitsubishi Gas Chemical.Co.) ขนมอบเคี้ยว กาแฟ อาหารแห้งและผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เป็นต้น และถึงแม้มีสารที่ช่วยส่งเสริมกับดูดซับออกซิเจนแล้ว แต่บรรจุภัณฑ์ก็จำเป็นต้องสกัดกั้น การซึมผ่านออกซิเจนได้ดี ตลอดจนปิดผนึกได้สนิท แน่น ไม่รั่วซึม หรือปล่อยให้ออกซิเจนซึมผ่านเข้ามาทำปฏิกิริยาได้



ภาพที่ 2.6.4 ตัวอย่างสารดูดซับออกซิเจน แบบซองขนาดเล็ก

1.2) แผ่นป้ายขนาดเล็ก (Adhesive labels) เช่น Freshmax Oxygen-absorbing label (Multiform Desiccants Inc.) เป็นวิวัฒนาการของซองบรรจุสารดูดซับออกซิเจน มาเป็นแผ่นกาวติดบางหรือฉลากที่มีกาวในตัวที่มีสารดูดซับออกซิเจนอยู่ภายในใช้ติดโดยตรงที่ตัวบรรจุภัณฑ์ เช่นที่ตัวฝาภาส ช่วยลดความเสี่ยงในกรณีที่ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด ว่าส่วนผสมในของนั้นสามารถบริโภคได้

การปิดผนึกวัสดุอ่อนตัว

ถุงที่เป็นวัสดุป้องกันอย่างดี จะป้องกันไม่ได้เลย ถ้าการปิดผนึกไม่ได้กระทำอย่างถูกต้องเหมาะสม การใช้วัสดุป้องกันอย่างดีจะสูญเสียทั้งเวลาและแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ถ้าการปิดผนึกไม่ทำให้การบรรจุปิดสนิทอย่างแท้จริง

บ่อยครั้งการปิดผนึกกระทำไม่ได้ดี เพราะการปิดผนึกเป็นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของอุณหภูมิแรงกด และระยะเวลา เพื่อที่จะได้การปิดผนึกที่มีประสิทธิภาพ บริเวณที่ปิดผนึกควรจะสะอาดปราศจากน้ำมัน ฝุ่นละออง และสิ่งเจือปนที่จะลดการติดกันของผิวสัมผัสทั้งสอง ห้องปฏิบัติการวิจัยการบรรจุภัณฑ์ได้มีการพัฒนาเครื่องปิดผนึกให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในเงื่อนไขของอุณหภูมิ แรงกดและเวลา ยิ่งไปกว่านั้น เครื่องปิดผนึกส่วนที่เป็นที่หนีบให้ปิดผนึกติดกันนั้นก็เป็นส่วนที่สำคัญมาก ที่หนีบควรจะขนานกันและไม่มีคม ถ้า PE ไม่สามารถเป็นชั้นปิดผนึกที่ดีได้ EVA ก็เป็นตัวหนึ่งที่ใช้เป็นชั้นปิดผนึกได้ดี หรือโอเอไนซ์ของ PE (ชื่อทางการค้าเรียกว่า Surlyn) ทั้งสองตัวนี้ให้การปิดผนึกที่สมบูรณ์ในอุณหภูมิที่ต่ำและสามารถปิดผนึกผ่านน้ำมัน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผงได้ แต่มีต้นทุนที่สูง ที่มา “Packaging of Coffee, Tea and Spices” , Packaging Manual, P. 43-45 (วารสารการบรรจุภัณฑ์ กันยายน 2542)

สรุป สำหรับสินค้าที่ต้องการปกป้องความชื้นเป็นพิเศษอย่าง เครื่องเทศถุงปรุงซุ๊ป นั้น ให้ใช้ของดูความชื้นภายใน เนื่องจากมีราคาถูกที่สุดเมื่อเทียบกับกรณีอื่น และใช้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ส่วนสินค้าอื่นๆ ใช้การปิดผนึกด้วยวัสดุที่สามารถกันความชื้น และอากาศอย่าง Aluminium หรือ EVOH

ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถเข้า Microwave ได้

สำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารนั้น มีความสำเร็จรูปมากขึ้นเรื่อยๆ และมีการพัฒนาให้หลากหลายอยู่เสมอ เพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย โดยรูปแบบที่พัฒนาจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทนความร้อนได้ในระดับต่างๆ กันออกไป โดยวัสดุ มีทั้งสามารถใช้ได้ทั้งกับเตาอบไฟฟ้ากับเตาไมโครเวฟ และมีวัสดุชนิดที่เข้าเตาไมโครเวฟได้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยเลือกเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการคือ วัสดุชนิดที่เข้าเตาไมโครเวฟได้เพียงอย่างเดียว

วัสดุที่ใช้ได้เฉพาะเตาไมโครเวฟ (Microwave-Only Materials)

วัสดุที่เข้าได้เฉพาะไมโครเวฟเท่านั้น	ความสามารถวัสดุ การทนความร้อน	รูปแบบที่นิยมผลิต	หมายเหตุ
2.1) พอลิโพรพิลีน (Polypropylene,PP)	มีตั้งแต่ 125-400 องศาฟาเรนไฮต์	อาหารแช่แข็ง	-มีความใส ทนแรงกระแทกได้ดี สามารถใช้งานได้ในอุณหภูมิที่สูงขึ้น
2.2) พอลิฟีนิลีนออกไซด์/พอลิสไตรีน (Polyphenylene oxide / Polystyrene ,PPO/PS)	ทนอุณหภูมิไม่เกิน 180 องศาฟาเรนไฮต์	บรรจุอาหารที่ไม่อุณหภูมิต่ำ	-เป็นวัสดุที่ไม่เหมาะต่อการใช้งานอุณหภูมิสูง ทนไม่เกิน 180 องศาฟาเรนไฮต์
2.3) พอลิเอทิลีน ชนิดความหนาแน่นสูง (High density polyethylene,HDPE)	มีอุณหภูมิสูงกว่า 200 องศาฟาเรนไฮต์	บรรจุอาหารที่ไม่อุณหภูมิต่ำ (เพราะมีเข็มนั้นกดบรรจุอาจบิดเบี้ยวได้)	-HDPE ราคาถูก ขึ้นรูปได้ง่าย ทั้งการขึ้นรูปร้อนและการอัดฉีด -ไม่เหมาะสมกับอาหารที่มีไขมันสูง เพราะอุ่นแล้วเกิดไอ ตลอดจนอาหารที่มีจุดสะสมความร้อน -เหมาะกับการแช่แข็ง ไม่เปราะแตกง่าย

(อ้างอิงจาก หนังสือ The wiley Encycloperia 2002 เรื่อง Microwavable Packaging And Dual-Ovenable Materials ,p.624-646, เรียบเรียงโดย พัทธรา มณีสินธุ์)

สรุปวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถเข้า Microwave

วิธีเลือกวัสดุที่ใช้เข้า ไมโครเวฟ ได้

- 1) เลือกโดยต้องเป็นวัสดุที่ทนทั้งความร้อนและ ไม่บิดงอหลังจากออกจากไมโครเวฟ
- 2) ราคาไม่แพงมากเนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง ไม่ใช่บรรจุภัณฑ์หมุนเวียน
- 3) ไม่จำเป็นต้องมีความคงทนถาวรมาก เพราะส่วนใหญ่เน้นรับประทานให้หมดภายในทีเดียว
- 4) เหมาะกับการพิมพ์สี หรือวางขายแบบสำเร็จรูป
- 5) สามารถปกป้องความชื้นได้ดี

สรุป จากข้อจำกัดวิธีเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ สำหรับเข้า Microwave เลือกใช้ พอลิโพรพิลีน (Polypropylene, PP) ในการทำบรรจุภัณฑ์

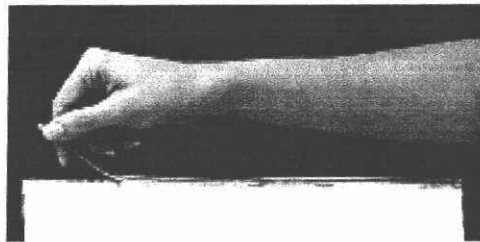
จุดเด่น คือ - มีราคาถูก

- และหากใช้ร่วม EVOH = พอลิเอทิลีนไวเนลแอลกอฮอล์ จะช่วยป้องกันความชื้นได้ดีขึ้น
- สามารถผลิตให้มีความใส ทนแรงกระแทกได้ดี

ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ถุงซิปล สำหรับบรรจุอาหาร

บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว สำหรับบรรจุอาหาร เช่น อาหารสด ซอส หรืออาหารแช่แข็ง ได้มีการใช้งานกันมานานแล้ว ส่วนใหญ่เป็นถุงที่มีการปิดผนึกทั้ง 4 ด้าน ทำให้เปิดรับประทานได้ไม่สะดวก ผู้บริโภคต้องใช้กรรไกรหรือมีดตัด ซึ่งอาจถูกบาดได้ และอาหารอาจหกเลอะเทอะ ทำให้เสียเวลา จึงมีการเปลี่ยนมาใช้ถุงซิปล (Zippered bags) มากขึ้น เพื่อความสะดวกสบายของผู้บริโภค โดยเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1968 (พ.ศ. 2511) นิยมใช้ในรูปของถุงล็อก (Zip-loc bag) จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1986 (พ.ศ. 2529) ได้มีการพัฒนาเป็น ถุง Zip-Pack เพื่อให้สามารถใช้กับเครื่องบรรจุแบบ form-fill-seal หลังจากนั้นในปีถัดมาได้มีการพัฒนาความสามารถในการปิดของฝาปิดแบบซิปล็อคให้หลากหลายมากขึ้น ตัวอย่างถุงซิปลที่มีการพัฒนาต่ออย่างสุด ถุงบรรจุอาหารแบบ Zip Pack แบบฉีกเปิด

เป็นถุงซิปลที่มีแถบรอยปรุอยู่ด้านบน เมื่อจะรับประทานให้ฉีกรอยปรุด้านบนออก ถ้าอาหารยังรับประทานไม่หมด หรือใช้ไม่หมด ก็สามารถปิดกลับไปใหม่ได้



ภาพที่ 2.6.5 ตัวอย่างถุง Zip pack Opens package in one quick motion.

ข้อดีของถุงซิปลิ้น คือ สามารถใช้มือฉีกได้ง่ายและเป็นการเพิ่มความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่ง คือ ถ้ารอบปรุฉีกขาด จะทราบว่าสินค้านั้นถูกเปิดออกแล้ว การผลิต เหมาะสำหรับถุงที่ทำจาก LDPE โดยในการผลิตจะใช้กับเครื่อง From-fill-seal แบบแนวตั้งที่ปิดผนึกถุง 3 ด้าน

(อ้างอิงจากเรื่อง "Easy-open packages designed for the foodservice employee" Food Technology, January 2004 , p.68 เรียบเรียงโดย เขมรัฐ ปัญญาประดิษฐ์)

ฟิล์มหด (Shrink Film)

ในระบบการจัดจำหน่ายสินค้าปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการขายส่งหรือขายปลีกก็ตาม การบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ฟิล์มหด เพื่อห่อรัดสินค้ากำลังได้รับความนิยมสูง โดยใช้กับสินค้านานาชนิดจำพวกเครื่องอุปโภคบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจาก อำนวยประโยชน์หลายประการ อาทิ ใช้รวมสินค้าหลาย ชิ้นให้เป็นหน่วยใหญ่ ซึ่งช่วยให้ความสะดวกต่อการ ลำเลียงขนส่งและเก็บรักษา ใช้ห่อสินค้า เช่น สมุด กระดานไวท์บอร์ด เครื่องเขียนต่างๆ เพื่อป้องกันฝุ่นละออง ใช้หุ้มรัดสินค้าขายปลีกกับของแถม เข้าด้วยกันเพื่อส่งเสริมการขาย และใช้หุ้มรัดรอบฝาขวดเพื่อป้องกันการขโมยเปิด เป็นต้น ฟิล์มหดนี้มาจากศัพท์เทคนิคว่า "shrink film" ซึ่งเรียกตามคุณสมบัติของฟิล์มนั่นเอง กล่าวคือ มันจะหดตัวเมื่อได้รับความร้อน วัสดุที่ใช้ทำฟิล์มหด ได้แก่ พลาสติกที่ไม่เลกุลถูกทำให้เรียงตัวกันในระหว่างการผลิตฟิล์มชนิดของ พลาสติกที่นิยมใช้ที่สุดคือ พอลิไวนิลคลอไรด์ (polyvinyl chloride-PV) และพอลิเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ (Low density polyethylene-LDPE)

ในการใช้งานมีวิธีการต่างๆ ดังนี้ นำฟิล์มดังกล่าวมาทำเป็นถุงแล้วสวมครอบสินค้าอย่างหลวมๆ จากนั้นนำไปผ่านลมร้อนซึ่งได้มาจาก เครื่องเป่าลม ธรรมดาหรือปืนก๊าซหรืออุโมงค์ร้อนก็ได้ ขึ้นกับขนาดของสินค้าและความเร็วที่ต้องการ เป็นผลให้ฟิล์มหดตัวและรัดแน่นกับสินค้าที่สวมอยู่

ปัจจัยในการเลือกใช้ฟิล์มหดให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของฟิล์มหดที่ใช้เป็นหลัก อาทิ ความหนา ความเหนียว ความแข็งแรงของรอยปิดผนึก ความใส คุณสมบัติในการหดตัว เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้อง ควบคุมอุณหภูมิของลมร้อนและระยะเวลาที่ผ่านลมร้อนให้เหมาะสมกับชนิดของฟิล์ม การขาดความพิถีพิถัน ในปัจจัยเหล่านี้ นอกจากจะทำให้เกิดการแตกขาดของฟิล์มหรือการยับย่นแล้ว ยังมีผลให้สินค้าขาดความ เชื่อถือและไม่เป็นที่ยอมรับของผู้ซื้ออีกด้วย

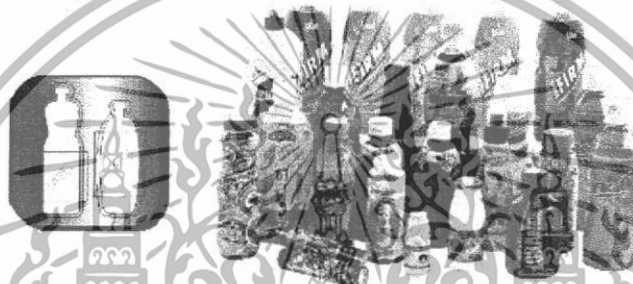
ประเภทของการใช้ฟิล์มหด

- 1) ฉลากพลาสติกหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ (Shrink Label)

ฉลากพลาสติกชนิดหดตัวรูปสินค้าที่สามารถพิมพ์รูปภาพ ข้อความ และเพิ่มเชดสี ได้
 หลากหลายสวยงามตามต้องการ สามารถใช้กับรูปทรงต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ เช่น ฉลากสำหรับขวดน้ำ
 ดื่มน้ำต่างๆ ฉลากสำหรับภาชนะทรงกลม ทรงเหลี่ยมหรือภาชนะที่มีรูปโค้ง ซึ่งสำหรับชนิดนี้นิยมใช้สอง
 รูปแบบคือ ใช้เพื่อรวมหน่วยบรรจุภัณฑ์และเพื่อเป็นฉลากในแต่ละบรรจุภัณฑ์ (ขวดเดียว)



[a]



[b]

ภาพที่ 2.6.6 ฉลากพลาสติกหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ (Shrink Label)

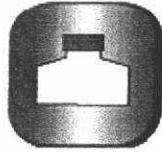
[a] = फिल्मหดแบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย [b] = फिल्मหดแบบทำฉลากขวดเดียว

2) ฉลากพลาสติกหุ้มปากขวด (Shrink cap seal)

ฉลากพลาสติกชนิดหดปิดปากขวดสินค้า สามารถพิมพ์รูปภาพ ข้อความและเพิ่มเชดสีได้
 หลากหลายสวยงามตามความต้องการ สร้างความเป็นเอกลักษณ์เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยัง
 เน้นเรื่องความสะอาด ความปลอดภัย และป้องกันการเปิดสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภคได้ 100%



[a]

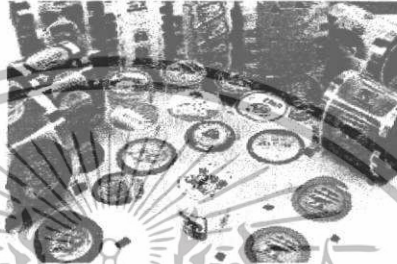


[b]

ภาพที่ 2.6.7 ฉลากพลาสติกหุ้มฝาปากขวด (Shrink cap seal)

[a] = ฟิล์มหดแบบหุ้มฝาปากขวด [b] = ฟิล์มหดแบบหุ้มฝาปากถึง

3) ฉลากพลาสติกปิดปากถ้วยน้ำ (Cup Sealing)



ฉลากพลาสติกสำหรับผนึกปากถ้วยน้ำดื่มที่สามารถพิมพ์รูปภาพ ข้อความและเพิ่มเฉดสี ได้หลากหลายตามความต้องการ อีกทั้งยังเน้นเรื่องความสะดวก ปลอดภัย และป้องกันการเปิดสินค้า ก่อนถึงมือผู้บริโภคได้ 100%

4) ฉลากพลาสติกหุ้มด้ามจับต่างๆ (Shrink cap seal)



ฉลากพลาสติกชนิดหุ้มด้ามจับชนิดต่างๆ ที่สามารถพิมพ์รูปภาพ ข้อความและเพิ่มเฉดสี ได้หลากหลายตามความต้องการ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

คุณสมบัติของพลาสติก และพลาสติกทั่วไป

สำหรับวัสดุพลาสติก ในส่วนที่ไม่ได้มีการชี้แจงที่ชัดเจนนั้น เช่น ขวดพลาสติกต่างๆ ไปนั้น จะใช้การอ้างอิงจากคุณสมบัติเบื้องต้นเหล่านี้ เพื่อเลือกวัสดุให้สอดคล้องกับแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ตาราง : คุณสมบัติของขวดพลาสติกชนิดต่าง ๆ

คุณสมบัติ	PE	PET	PETG	PVDC	PVC	PS	PP
-----------	----	-----	------	------	-----	----	----

	LDPE	HDPE						Regula r	Oriented
ความหนาแน่น (กรัม/ลบ.ซม.)	0.91- 0.925	0.94- 0.965	1.35- 1.40	1.27	1.7	1.35	1.0-1.1	0.89- 0.91	0.90
ความใส	ขุ่นแต่ โปร่งใส	ขุ่นแต่ โปร่งใส	ใส	ใส	ใส เป็น มันวาว	ใส	ใส	ใส	ขุ่นแต่ โปร่งใส
การป้องกันไอน้ำ	ดี	ดีมาก	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ดีมาก	ปาน กลาง	ไม่ดี	ดีมาก	ดีมาก
การป้องกันออกซิเจน	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดีมาก	ดี	ไม่ดี	ไม่ดี	ไม่ดี
การป้องกันคาร์บอนไดออกไซด์	ไม่ดี	ไม่ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ไม่ดี	ปาน กลาง	ปานกลาง
ความต้านทานต่อกรด	ปาน กลางถึง ดีมาก	ปาน กลางถึง ดีมาก	ปาน กลาง ถึงดี	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ดีถึงดี มาก	ปาน กลางถึง ดี	ปาน กลางถึง ดีมาก	ปานกลางดี ถึงดีมาก
ความต้านทานต่อแอลกอฮอล์	ปาน กลางดี ถึงดีมาก	ดี	ดี	ดี	ดี	ดี	ปาน กลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อด่าง	ดีถึงดี มาก	ดีถึงดี มาก	ไม่ดี ถึง ปาน กลาง	ไม่ดีถึง ปาน กลาง	ไม่ดี ถึงดีมาก	ดีถึงดี มาก	ดี	ดีมาก	ดีมาก
ความต้านทานต่อแรงกด	พอใช้ -ดีมาก	พอใช้ -ดีมาก	ไม่ดี -พอใช้	พอใช้	ดี	ดี -ดี มาก	ปาน กลาง	พอใช้ -ดีมาก	พอใช้ -ดีมาก
ความต้านทานต่อตัวทำละลาย	ไม่ดีถึง ปาน กลาง	ไม่ดีถึงดี	ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดี ถึงดี	ไม่ดี ถึงดี	ไม่ดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี
ความต้านทานต่อความร้อน	ปาน กลาง	ปาน กลางถึง ดี	ไม่ดี ถึง ปาน กลาง	ไม่ดีถึง ปาน กลาง	ปาน กลาง	ไม่ดี ถึง ปาน กลาง	ปาน กลาง	ดี	ดี
ความต้านทานต่อความเย็น	ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี	ดี	ปาน กลาง	ไม่ดี	ไม่ดีถึง ปาน	ดีมาก

								กลาง	
ความต้านทาน ต่อแรงกระแทก	ดีมาก	ดีถึงดี มาก	ดีถึงดี มาก	ไม่ดีถึง ปาน กลาง	ดี	ปาน กลาง ถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ไม่ดีถึงดี	ดีมาก

2.6.1.10 คุณสมบัติของพลาสติกที่ใช้ทำฝาปิด

สำหรับในโครงการนี้ฝาต่างๆ ที่ไม่ได้มีฟังก์ชันการใช้งานมาก ดังนั้นวัสดุที่เลือกนำมาใช้งาน จึงเป็นวัสดุพลาสติกในหมวด Thermoplastic ซึ่งมีคุณสมบัติสามารถออกแบบได้ หลากหลาย ทนต่อสารเคมี มีความยืดหยุ่น และให้สีที่สวยงามได้ดี

LDPE = ยืดหยุ่นและทนต่อการแตกร้าวดีไม่มีรส ไม่มีกลิ่น ป้องกันความชื้นได้ดี แต่ป้องกันก๊าซไม่ดี ราคาถูก

HDPE = แข็งแรง และเหนียว ทนความร้อน ป้องกันความชื้นและก๊าซได้ดีกว่า LDPE

PP = ทนต่อการแตกร้าวสูง เหมาะสำหรับทำฝาประเภทพับได้ แต่ทนต่อการตกกระแทกต่ำ ทนทานดี มาก ต่อกรดต่าง ไขมัน น้ำมัน และสารละลายส่วนมากที่อุณหภูมิปกติ ทนความร้อนสูง แต่แตกง่ายที่อุณหภูมิต่ำ พิมพ์ได้ดีกว่า PE

PS = นิยมใช้น้อยเนื่องจากเปราะบาง ทนความร้อนต่ำ ไม่ทนต่อสารเคมี ไม่เป็นตัวกันความชื้นและก๊าซ ที่ดี แต่พิมพ์ได้ดี

ข้อมูลด้านวัสดุ กระดาษ

กล่องกระดาษแข็ง (Paperboard boxes)

กล่องกระดาษแข็งประกอบด้วย 2 รูปแบบนั่นคือ กล่องพับได้ (Folding carton) และกล่องคงรูป (Set up box) โดยใช้วัตถุดิบคือกระดาษแข็ง ซึ่งหมายถึง กระดาษหนาหลายชั้น ที่สามารถทรงตั้งได้ในแนวตั้ง แต่ละชั้นอาจมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป หรือเหมือนกันก็ได้ โดยลักษณะมีทั้งที่เคลือบและไม่เคลือบ เพื่อให้เหมาะกับการพิมพ์หรือเพิ่มคุณสมบัติอื่นๆ

ความหมายของกระดาษแข็ง และประเภทของกระดาษแข็ง

จากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ (มอก . 283 – 2521) บทนิยาม ความหมายของคำที่ใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนี้ มีดังต่อไปนี้

1. กระดาษแข็งเพื่อการพิมพ์ หมายถึง กระดาษกล่องและกระดาษการ์ดที่ทำขึ้นเพื่อใช้พิมพ์ด้านเดียวหรือสองด้าน โดยมีคุณลักษณะตามเกณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานนี้
2. กระดาษกล่อง (BOXBOARD) หมายถึง กระดาษหนาชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งด้านหนึ่งของกระดาษเหมาะสำหรับการพิมพ์ และสามารถทรงตัวอยู่ได้ในแนวดิ่ง
3. กระดาษกล่องเคลือบ (ONE SIDE COATED BOARD) หมายถึง กระดาษกล่องซึ่งผิวหน้าที่ใช้พิมพ์เคลือบด้วยสีขาวเพื่อให้เหมาะกับการพิมพ์เป็นพิเศษ มีคุณสมบัติพิมพ์สีได้ง่าย
4. กระดาษกล่องไม่เคลือบผิวหน้า (UNCOATED BOARD) หมายถึง กระดาษกล่องซึ่งผิวหน้าด้านที่ใช้พิมพ์แล้วสีจะไม่ค่อยสวย หรือไม่ค่อยติดสีนั้นไม่ได้มีการเคลือบสารขาว หรือวัตถุใดเป็นพิเศษ ความแข็งแรงปานกลาง ราคาถูก หาชื้อได้ง่าย
5. กระดาษการ์ด (CARD BOARD) หมายถึง กระดาษหนาชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งใช้พิมพ์ได้ทั้งสองหน้า และสามารถทรงตัวอยู่ได้ดีเป็นพิเศษในแนวดิ่ง
6. กระดาษการ์ดมานิลา (MANILA BOARD) หมายถึง กระดาษการ์ดหลายชั้น ซึ่งด้านนอกทั้งสองด้านมีคุณสมบัติเหมือนกันและใช้พิมพ์ได้ ส่วนชั้นภายในมีคุณสมบัติต่างกันออกไป และสามารถทรงตัวอยู่ได้ดีเป็นพิเศษในแนวดิ่ง
7. กระดาษการ์ดไอวอรี (IVORY BOARD) หมายถึง กระดาษการ์ดชั้นเดียวหรือหลายชั้น ซึ่งมีคุณสมบัติทุก ๆ ชั้นเหมือนกัน

ระบบการพิมพ์

ในอุตสาหกรรมการพิมพ์มักจะแบ่งเครื่องพิมพ์ออกเป็น 2 ชนิด คือ ชนิดหนึ่งตัดกระดาษเป็นแผ่นให้ได้กับขนาดของเครื่องพิมพ์และชนิดของงาน แล้วป้อนเข้าเครื่องพิมพ์และพิมพ์ออกมาได้ด้านเดียวหรือสองด้านยกตัวอย่างเช่นการ พิมพ์หนังสือเป็นเล่มหรือเป็นแผ่นโปสเตอร์ ด้วยความเร็วสูงสุดทางการผลิตจะได้ไม่เกิน 9,000 -10,000 แผ่นต่อชั่วโมง ทั้งที่เครื่องพิมพ์นั้นสามารถผลิตได้ถึง 11,000 แผ่นต่อชั่วโมงแต่ไม่มีเจ้าของเครื่องพิมพ์ใด ใช้ความเร็วสูงสูงสุดตามนั้น เพราะจะเป็นเหตุให้เครื่องพิมพ์เสื่อมโทรมเร็วกว่าปกติ และอีกรูปแบบคือการพิมพ์แบบเป็นม้วนขนาดใหญ่พิมพ์ต่อเนื่องกันไป

ระบบการพิมพ์ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

1) ระบบ Letterpress เป็นกรรมวิธีที่ต้นทุนต่ำ และประหยัดสำหรับการพิมพ์จำนวนน้อยๆ ความคมชัดของภาพอยู่ในระดับพอใช้ ยอมรับได้ งานออกแบบควรเป็นภาพลายเส้น (ไม่ใช่ภาพ ถ่าย) และตัวอักษร

2) ระบบเฟลกโซกราฟฟี เป็นการพิมพ์ ที่เหมาะสำหรับกล่องที่ต้องการพิมพ์หนึ่งสองสี ซึ่งคุณภาพที่ได้ก็เพียงพอกับการสั่งพิมพ์จำนวนน้อย งานออกแบบควรเป็นภาพลายเส้น หลีกเลี่ยงการใช้เส้นที่ละเอียดมาก

3) ระบบออฟเซ็ท (Offset) เป็นกรรมวิธีที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ในกล่องกระดาษแข็ง สามารถพิมพ์ได้ถึง 6 สี คุณภาพการพิมพ์สูงที่สามารถแข่งขันได้อยู่ที่จำนวนการพิมพ์ประมาณ 300, 000 แผ่น งานออกแบบมีรูปประกอบได้

4) ระบบกราเวียร์ เป็นการพิมพ์ที่มีประสิทธิภาพมาก ในการพิมพ์จำนวนมากๆ เริ่มต้นที่ 300, 000 แผ่น คุณภาพการพิมพ์สูง ด้วยจำนวน 6-8 สี งานออกแบบสามารถประกอบด้วยภาพถ่าย ลวดลายที่ละเอียดได้

2.6.4 การวิเคราะห์และสรุปผลการเลือกวัสดุที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ตามโครงการ

สำหรับบรรจุภัณฑ์ตามโครงการจะทำการวิเคราะห์ตามหมวดหมู่ของลักษณะเช่น ลักษณะ ถาด ขวด ของ และตามลักษณะการใช้งานเช่น การแช่เย็น การอุ่นไมโครเวฟ เป็นต้น ซึ่งการจัดกลุ่มนี้จะจัดให้สินค้าที่มีการใช้งานแบบเดียวกันอยู่ด้วยกัน

A ประเภท ขวด ประกอบไปด้วย

A1 ขวด ฝาเกลียว ได้แก่ น้ำสลัดแบบเย็น

B ประเภท ถาด หรือถ้วย ที่มีการปิดผนึก ประกอบไปด้วย

B1 ถาดบรรจุอาหารที่ต้องอุ่นด้วยไมโครเวฟ ได้แก่

- เครื่องเทศทำข้าวปรุงรส
- เครื่องเทศทำข้าวราดหน้า
- น้ำซอสสำหรับราดเนื้อสัตว์
- น้ำซอสสำหรับพาสต้า

B2 ถาดบรรจุอาหารปกติ ได้แก่

- (Primary) เครื่องเทศทาเนื้อสัตว์
- เครื่องเทศปรุงอาหารทอด
- (Primary) สมุนไพรสดอบแห้ง
- เครื่องเทศทาขนมปัง
- เครื่องเทศจิ้มขนมปัง

C ประเภทกระปุกมีฝาปิด ประกอบไปด้วย

กระปุกฝา Snap ได้แก่ (secondary) ของ เครื่องเทศทาเนื้อสัตว์

D ประเภทซอง ประกอบไปด้วย

D1 ซองปิดผนึกที่ต้องการปกป้องจากความชื้นและอากาศเป็นพิเศษ ได้แก่ ซอง (Primary) เครื่องแกง
อินเดีย และ ซอง (Primary) สมุนไพรสดอบแห้ง

D2 ซองปิดผนึกที่ต้องการปกป้องจากความชื้นและอากาศเป็นพิเศษ + ต้องการความใส ได้แก่
(Primary) เครื่องเทศถุงปรุงซูปแบบใส

D3 ซองแบบมี zip lock ได้แก่ ถุงหมักเครื่องเทศ

E ประเภท กล่องกระดาษแข็ง ประกอบไปด้วย

E1 กล่อง (secondary) ได้แก่

- เครื่องแกงอินเดีย
- ถุงหมักเครื่องเทศ
- เครื่องเทศถุงปรุงซูปแบบใส
- เครื่องเทศสำหรับจิ้มขนมปัง + ตัวรวมหน่วย
- สมุนไพรสดอบแห้ง

E2 สายคาดกระดาษ ได้แก่

- เครื่องเทศทำข้าวปรุงรส
- เครื่องเทศทำข้าวราดหน้า
- น้ำซอสสำหรับราดเนื้อสัตว์
- น้ำซอสสำหรับพาสต้า
- เครื่องเทศปรุงอาหารทอด

A1 ขวด ฝาเกลียว แบบใส

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ : ประกอบด้วย : ตัวขวด+ฝา+ ซีลผนึก+Sticker Seal

ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1. ป้องกันอากาศได้ดี 2. มีความแน่นหนาในการปิดเซย่า

3. มีความใส มองเห็นสินค้า

ใช้หลักเลือกพลาสติกที่มีการปกป้องสูงด้านการซึมผ่านของออกซิเจนที่ดี PET / PVDC / PP

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	PET	PVDC	PP	PP (OPP)
				Regular	Oriented

1.ความใส	2	⊕⊕	⊕	⊕⊕	⊕⊕
2.ป้องกันออกซิเจนได้ดี	2	⊕⊕⊕	⊕⊕	⊕	⊕
3.ทนต่อแรงกระแทก	2	⊕	⊕⊕	⊕⊕	⊕⊕
รวมคะแนน		12	10	10	10

หมายเหตุ: ความหมาย (⊕ = 1 = พอใช้ / ⊕⊕ = 2 = ดี / ⊕⊕⊕ = 3 = ดีมาก)

สรุป เลือกใช้ ขวด PET ฝาใช้ HDPE (แข็งแรง ทนแรงกด กระแทกดี)

B1 ถาดบรรจุอาหารที่ต้องอุ่นด้วยไมโครเวฟ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ : ประกอบด้วย : ตัวถาดพลาสติก+ ซीलผนึก + ฝาครอบพลาสติก

ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1. ป้องกันอากาศได้ดี 2. ป้องกันความชื้นได้ดี

3. ทนต่อความร้อนด้วยการอุ่นได้

ใช้หลักเลือกพลาสติกที่เป็นวัสดุ ที่นิยมใช้ทำถาดพลาสติกสำหรับไมโครเวฟ ทั้ง 3 ตัว คือ PS / HDPE

/PP แต่เนื่องจากบรรจุสินค้าที่ป้องกันความชื้นและการซึมผ่านของออกซิเจน จึงตัด PS ออก

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
1.ป้องกันความชื้นได้ดี	2	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕
2.ป้องกันออกซิเจนเข้าได้ดี	2	⊕	⊕⊕
3. ทนต่ออุณหภูมิสูงได้ดี	2	⊕⊕	⊕⊕⊕
4.ทนต่อแรงกด	1	⊕	⊕⊕
รวมคะแนน		13	18

สรุป เลือกใช้ PP โดย PP ยัง กระจายความร้อนได้ดีกว่าและเหมาะกับอาหารที่มีความมัน

B2 ถาดบรรจุอาหารปกติ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ : ประกอบด้วย : ตัวถาดพลาสติก+ ซीलผนึก

ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1. ป้องกันอากาศได้ดี 2. ป้องกันความชื้นได้ดี

3. ราคาเหมาะสม

ใช้หลักเลือกพลาสติกที่เป็นวัสดุ ที่นิยมใช้ทำถาดพลาสติก ทั้ง 4 ตัว คือ OPS / HIPS / HDPE /PP แต่

เนื่องจากบรรจุสินค้าที่ป้องกันความชื้นและการซึมผ่านของออกซิเจน จึงตัด PS ออก

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
1.ป้องกันความชื้นได้ดี	2	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕

2. ป้องกันออกซิเจนเข้าได้ดี	2	+	++
3. ราคาไม่แพง	1	++	+
4. ทนต่อแรงกด	1	+	++
รวมคะแนน		11	13

สรุป เลือกใช้ PP (เครื่องเทศทาขนมปัง ใช้ HDPE เนื่องจากเหมาะกับการเก็บรักษาในตู้เย็นมากกว่า)

C ประเภทกระปุกมีฝาปิด

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ : ประกอบด้วย : ตัวกระปุกพลาสติก+ ฝา snap

ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1. รองรับแรงกระแทกได้ดี 2. ทนทานต่อการเปิดปิด
3. ราคาเหมาะสม

ใช้หลักเลือกพลาสติกที่เป็นวัสดุ ที่นิยมใช้ทำกระปุกมีฝาปิด ได้แก่ PE/ HDPE / PP /ABS แต่ ABS ไม่ปลอดภัยต่ออาหารจึงตัดออก

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	PE	HDPE	PP
1. ราคาเหมาะสม	2	++	++	+
2. รองรับแรงกระแทกได้ดี	2	++	++	+
3. ความยืดหยุ่นตัว	2	+	++	+
รวมคะแนน		10	12	6

สรุป เลือกใช้ HDPE

D1 ของปิดผนึกที่ต้องการปกป้องจากความชื้นและอากาศเป็นพิเศษ

ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1. ป้องกันอากาศได้ดี

2. ป้องกันความชื้นได้ดี

3. พิมพ์ดีได้ดี

ใช้หลักเลือกพลาสติกที่มีการปกป้องสูงด้านการซึมผ่านของออกซิเจนและความชื้น ที่ดี

เงื่อนไขความต้องการ	ค่าความสำคัญ	ฟิล์ม	ฟิล์ม	ฟิล์ม	ฟิล์ม
		PET	PVDC	PP	PE/AL/PE

1.ป้องกันความชื้นได้ดี	2	⊕⊕	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕
2.ป้องกันออกซิเจนได้ดี	2	⊕⊕⊕	⊕⊕	⊕	⊕⊕⊕
3.พิมพ์ดีดสีได้ดี	2	⊕	⊕⊕	⊕⊕	⊕⊕
รวมคะแนน		12	14	12	16

สรุป เลือกใช้ พิล์ม PE/AL/PE (วัสดุประกบ อลูมิเนียมฟรอยด์)

D2 ของปิดผนึกที่ต้องการปกป้องจากความชื้นและอากาศเป็นพิเศษ + ต้องการความใส

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ : ของพลาสติกปิดผนึกด้วยความร้อน

- ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1.ป้องกันความชื้นและอากาศได้ดี
(ด้านวัสดุ) 2. มีลักษณะเหนียว
3.ใส มองเห็นสินค้าภายในได้

ใช้หลักเลือกพลาสติกที่มีการปกป้องสูงด้านการซึมผ่านของออกซิเจนที่ดี PET / PVDC / PP

เงื่อนไขความต้องการ	ค่า ความสำคัญ	ฟิล์ม PET	ฟิล์ม PVDC	ฟิล์ม PP
1.ป้องกันความชื้นได้ดี	2	⊕⊕	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕
2.ป้องกันออกซิเจนได้ดี	2	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕	⊕
3.พลาสติกมีความเหนียว	2	⊕⊕⊕	⊕⊕⊕	⊕⊕
4.ใส มองเห็นสินค้าภายใน	1	⊕	⊕⊕	⊕
รวมคะแนน		17	20	15

สรุป เลือกใช้ ฟิล์ม PVDC (ฟิล์มโพลีไวนิลิดีนคลอไรด์)

E1 กล่อง (secondary) และ E2 สายคาดกระดาษ

- ความต้องการหลักของบรรจุภัณฑ์ : 1. แข็งแรงทนทาน
(ด้านวัสดุ) 2. ราคาไม่แพง
3. สามารถพิมพ์สีได้ดี สวยงาม

สำหรับกระดาษที่มีคุณสมบัติเหมาะสมนั้นคือ กระดาษที่พิมพ์ได้สี่สอย และพิมพ์ได้สองหน้า
ซึ่งได้แก่ กระดาษการ์ด (Card Board) และกระดาษการ์ดมานิลา (Manila Board)

แต่เลือก กระดาษการ์ด เนื่องจากมีราคาที่ถูกกว่าและเป็นที่ยอมรับในระบบอุตสาหกรรมมากกว่า ถึงแม้ว่ากระดาษการ์ดมานิลานั้นจะมีความสามารถในการทรงตัวดีกว่า แต่สำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ขนาดนั้น จึงไม่จำเป็นต้องใช้คุณสมบัติส่วนนี้

สรุป เลือกใช้ กระดาษการ์ด (Card Board) ซึ่งเป็นที่ยอมรับ ราคาถูกกว่าการ์ดมานิล่า พิมพ์ได้สอง ด้าน และให้สีที่สวยงาม

2.6.5 การสรุปเลือกวัสดุในโครงการทั้งหมด

ชนิดบรรจุภัณฑ์	ส่วนประกอบ	วัสดุ	กรรมวิธีการผลิต	การติดฉลาก
เครื่องเทศหมักเนื้อสัตว์ Spice marinader	ถุงหมัก (primary)	PE/EVOH/PE	4 side Seal with ZIP Lock	off set print
	กล่องสวม (secondary)	Card Board	ตัด และพับขึ้นรูป ติดกาว	off set print
เครื่องเทศทาเนื้อสัตว์ Spice Rub	ถาดบรรจุเครื่องเทศ (primary)	PP	injection	off set print
	แปรงทา	ค้ำม PP หัวแปรง - ดอกหญ้า	injection	-
	ฝา / กระปุก	HDPE	injection	Sticker label
เครื่องเทศทำน้ำสลัด Salad Spice Dressing	ขวด	PET	injection blowmold	Shrink - Wrap
	ฝาเกลียว	HDPE	injection	Sticker label
เครื่องเทศราดเนื้อสัตว์ Finishing Sauce	ถาดบรรจุเครื่องเทศ	PP	injection	off set print
เครื่องเทศราดอาหารเส้น Pasta Sauce	สายคาด	Card Board	ตัด และพับขึ้นรูป	off set print
เครื่องเทศ สำหรับชุบทอด Batter Spice Mix	ถาดบรรจุเครื่องเทศ	PP	injection	off set print

ตารางที่ 2.6.2 แสดงการสรุปเลือกวัสดุในโครงการทั้งหมด ส่วนแรก

ชนิดบรรจุภัณฑ์	ส่วนประกอบ	วัสดุ	กรรมวิธีการผลิต	การติดฉลาก
เครื่องเทศถุงปรุงรส Spice bag	ถุงเครื่องเทศ	ผ้าขาวบาง	ตัดเย็บ	—
	ซองฉนวนถุงเครื่องเทศ	PVDC	2 side seal	off set print
	กล่อง (secondary)	Card Board	ตัด และพับขึ้นรูป ติดกาว	off set print
เครื่องเทศ ทำข้าวปรุงรส Rice Seasoned Spice	ถ้วย และฝาปิด	PP	injection	Sticker label
เครื่องเทศ ทำข้าวราดหน้า Rice with Spicy Curry	สายคาด	Card Board	ตัด และพับขึ้นรูป	off set print
เครื่องเทศสดอบแห้ง Freeze dried Herbs	ซองบรรจุแยก	PE/ALU/PE	3 side seal	off set print
	ถาดหลุม	PP	thermo forming	—
	ซีลฉนวน	PE/ALU/PE	—	off set print
	สายคาด	Card Board	ตัด และพับขึ้นรูป ติดกาว	off set print
เครื่องแกง Curry Paste	กล่อง (secondary)	Card Board	ตัด และพับขึ้นรูป ติดกาว	off set print
	ซองบรรจุแยก	PE/ALU/PE	3 side seal	off set print
เครื่องเทศจิ้ม ชนมปัง Spice Dipping Sauce	ถาดบรรจุเครื่องเทศ (primary)	PP	injection	off set print
เครื่องเทศทาขนมปัง Spice Bread Spread	ถาด	PP	thermo forming	—
	ฝาครอบ	HDPE	injection	Sticker label

ตารางที่ 2.6.2 แสดงการสรุปเลือกวัสดุในโครงการทั้งหมด ส่วนที่สอง

2.7 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ข้อมูลเกี่ยวกับฉลากอาหาร

“อาหาร” ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 หมายถึง ของกิน หรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่ วัตถุดิบทุกชนิดที่คนกิน ต้ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกาย ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดหรือในรูปลักษณะใด แต่ทั้งนี้ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี อาหารยังหมายความรวมถึงวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร วัตถุเจือปนอาหาร สี เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสด้วย

ปัจจุบันยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ซื้ออาหารโดยละเอียดไม่ได้ให้ความสนใจที่จะอ่านข้อความในฉลากอาหารก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ฉลากอาหารเป็นสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร เนื่องจากรายละเอียดบนฉลากจะบอกถึงชนิดหรือประเภทของอาหาร ส่วนประกอบ ปริมาณสุทธิและวันเดือนปีที่ผลิต หมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกซื้ออาหารที่มี คุณค่าสมราคาและได้รับประโยชน์สูงสุดจากอาหารนั้น

ฉลากอาหาร หมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใด ๆ ที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอาหารที่ติดไว้ที่ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร

รายละเอียดบนฉลากอาหาร

ต้องแสดงข้อความภาษาไทยอยู่ในสภาพเรียบร้อย อ่าน ได้ชัดเจน และสอดคล้องกับพื้นฉลากดังนี้

1. ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ กรณีใช้ชื่อทางการค้าจะต้องแจ้งประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่ออาหารด้วย
2. ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต หรือผู้แบ่งบรรจุ กรณีเป็นอาหารนำเข้า ให้แจ้งประเทศผู้ผลิตด้วย
3. เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร (ถ้ามี) เพื่อแสดงให้ผู้บริโภค ทราบว่าอาหารนี้ผ่านการได้รับอนุญาตจากผู้อนุญาต เช่น สำนักงานคณะ กรรมการอาหาร และยา หรือจังหวัดที่ผู้ผลิตตั้ง ภูมิสำเนาอยู่
4. ปริมาณสุทธิเป็นระบบเมตริก ของแข็งแจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ ของเหลวแจ้งเป็นปริมาตรสุทธิ ลักษณะเป็น กึ่งแข็งกึ่งเหลวแจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ หรือปริมาตรสุทธิก็ได้ กรณีแยกเนื้อ กับน้ำได้ต้องแจ้ง "น้ำหนักเนื้อ" ด้วย

5. ส่วนประกอบสำคัญคิดเป็นร้อยละของน้ำหนัก กรณีเป็นเม็ดหรือแคปซูลให้แจ้ง ปริมาณต่อหน่วย
6. วัน เดือน ปี ที่ผลิตอาหาร หรือวัน เดือน ปี ที่หมดอายุของอาหาร หรือควรบริโภคก่อนแล้ว แต่ประเภทของอาหาร ข้อความนี้อาจแสดงไว้ด้านหน้าหรือด้านบน กรณีแจ้งไว้ด้านล่างของ ภาชนะบรรจุ ให้แจ้งไว้ส่วนหน้าฉลากว่าดู เดือน ปี ที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อนที่ได้
7. ถ้ามีการแต่งสีต้องมีข้อความว่า "เจือสีธรรมชาติ" หรือ "เจือสีสังเคราะห์" แล้วแต่กรณี
8. ถ้ามีการแต่งกลิ่นรสต้องมีข้อความว่า "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นสังเคราะห์" "แต่งรสธรรมชาติ" หรือ "แต่งรสเลียนธรรมชาติ" แล้วแต่กรณี
9. ถ้ามีการใช้วัตถุเจือปนอาหารโดยเฉพาะวัตถุกันเสียต้องมีข้อความว่า "ใช้วัตถุกันเสีย"
10. แจ้งวิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)
11. แจ้งคำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)
12. แจ้งคำเตือน (ถ้ามี)

ฉลากอาหารที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะ เป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลาก ต้องไม่เป็นเท็จ หรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณ ของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเกิดหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ

นอกจากจะไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญดังที่กล่าวข้างต้นแล้ว ฉลากอาหารต้อง ไม่ทำ ให้เกิดความเข้าใจผิดหรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่อไปทางทำลายคุณค่าของ ภาษาไทย อีกด้วย

เลขทะเบียนตำรับอาหาร

อาหารควบคุมเฉพาะที่ผู้ผลิตเข้าขายเป็นโรงงานที่ได้รับอนุญาตผลิตอาหาร หรือผู้นำเข้ามาใน ประเทศที่ได้รับใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งอาหารเข้ามาในราชอาณาจักร จะต้องได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียน ตำรับอาหาร และผู้ผลิตหรือผู้นำเข้า ต้องแสดงเลขทะเบียนตำรับอาหารนี้ไว้บนฉลากอาหารนั้น ดังนี้ รูปแบบของการแสดงเลขทะเบียนตำรับอาหาร คือเครื่องหมาย "อย"

1. สีและขนาดตัวอักษรต้องเป็นไปตามแบบที่กำหนด
2. ในกรอบสี่เหลี่ยม ตัวอักษรตัวแรกจะเป็น "ผ" หรือ "ส"
 - อักษร "ผ" หมายถึง ผลิตภายในประเทศ
 - อักษร "ส" หมายถึง นำสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร
 - อักษรตามตัว "ผ" หรือ "ส" จะมี 1-2 ตัว เป็นอักษรย่อแสดงประเภทของอาหารควบคุมเฉพาะ

เช่น

- “ผต” หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะประเภทช็อกโกแลตซึ่งผลิตในประเทศ
- “สท” หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะประเภทชาและนำเข้ามาจากต่างประเทศ

3. ตัวเลขหลังตัวอักษร แสดงลำดับที่ได้รับเลขทะเบียนตำรับอาหารในปีพุทธศักราชที่ระบุไว้หลังเครื่องหมาย/.... เช่น ผต.8/2538 หมายถึง อาหารควบคุมเฉพาะประเภทน้ำส้มสายชูซึ่งผลิตในประเทศ ได้รับเลขทะเบียนตำรับอาหารในปีพุทธศักราช 2538 ลำดับที่ 8

หลักเกณฑ์การแสดงรูปภาพส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์บนฉลากอาหาร

เพื่อให้การแสดงรูปภาพที่แสดงถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์บนฉลากอาหารไม่เป็นเท็จ หรือ หลอกลวงให้เกิดความเข้าใจผิดโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญตามข้อกำหนดไว้ในประกาศกระทรวง สาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ.2543 เรื่อง ฉลาก จึงกำหนดหลักเกณฑ์ในการ พิจารณาการแสดงรูป หรือรูปภาพส่วนประกอบของอาหารบนฉลากอาหารที่จำหน่ายต่อผู้บริโภค หรือ จำหน่ายให้ผู้ปรุง หรือผู้จำหน่ายอาหาร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับเจ้าหน้าที่ ดังนี้

1. ฉลากอาหารที่แสดงรูปภาพของวัตถุที่เป็นส่วนประกอบ ต้องระบุปริมาณของวัตถุดังกล่าวไว้ใน ส่วนของการแสดงส่วนประกอบที่สำคัญของอาหารด้วยเช่น ภาพแก้วเหล็องบนฉลากน้ำนมแก้วเหล็อง หรือภาพสตรีบนฉลากแยมสตรีบนฉลากยักเว้นอาหารที่มีส่วนประกอบที่สำคัญอย่างเดียว ที่ ได้รับการยกเว้นไม่ต้องแสดงส่วนประกอบบนฉลากอาหาร ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วย เรื่อง ฉลาก

2. ฉลากอาหารที่แสดงรูปภาพของวัตถุแต่งกลิ่นรส ต้องแสดงรูปภาพที่สอดคล้องกับวัตถุแต่ง กลิ่นรสที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ โดยภาพนั้นอาจทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญได้ จะต้องแสดงข้อความกำกับ รูปภาพว่า “ภาพ.....สื่อถึงกลิ่นรสนั้น” (ความที่เว้นให้ระบุว่าเป็นภาพของสิ่งใดเช่น รส มะพร้าว) หรือข้อความอื่นในทำนองเดียวกันด้วยตัวอักษรที่อ่านได้ชัดเจน เช่น ภาพมะพร้าว สำหรับ ลูกก๊กลิ้นมะพร้าว สำหรับฉลากอาหารที่มีขนาดเล็กซึ่งไม่สามารถแสดงข้อความกำกับรูปภาพได้ให้ แสดงข้อความกำกับรูปภาพไว้ที่ฉลากของภาชนะบรรจุรวมที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภคได้

3. ฉลากอาหารที่ประสงค์จะแสดงรูปภาพของวัตถุเพื่อแนะนำให้ผู้บริโภคเติมในขณะ รับประทาน โดยที่ไม่มีวัตถุนั้นเป็นส่วนประกอบ สามารถแสดงได้แต่ต้องแสดงข้อความกำกับด้วย เช่น หาก แสดงภาพชิ้นผลไม้แต่งหน้าไอศกรีมพร้อมเสิร์ฟ ต้องแสดงข้อความ “อาจเติมผลไม้เพื่อความอร่อย” สำหรับอาหารกึ่งสำเร็จรูปให้แสดงข้อความ “หากต้องการรสชาติและคุณค่าทางอาหารเพิ่มขึ้น ควรเติม ผัก เนื้อสัตว์ และอื่น ๆ ตามต้องการ” หรือ ข้อความอื่นในทำนองเดียวกัน



บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทที่ผ่านมาสามารถนำมาสรุปผลวิเคราะห์เป็นลำดับขั้นตอนเพื่อนำมาใช้งานในการออกแบบ ได้ดังนี้

ที่มาของโครงการ

โครงการนี้เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นช่องว่าง ในตลาดเครื่องเทศเครื่องปรุงรส ที่ยังขาดเครื่องเทศที่จะตอบสนองรูปแบบการใช้งานใหม่ๆที่เกิดขึ้นตลอดเวลา และ บริษัท โกลโบฟูดส์ ได้เล็งเห็นศักยภาพในการแปรรูปสินค้าเครื่องเทศจากเดิม ที่เป็นแค่การใช้งานทั่วไป ให้อยู่ในรูปแบบที่ใช้งานสะดวก และมีความแปลกใหม่ ทั้งในด้านรสชาติ และ การใช้งาน ที่เอื้อประโยชน์ให้ผู้ใช้งานมากขึ้น รวมถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ ที่จะผลักดันให้เกิดจุดขายที่โดดเด่น โดยใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์เข้ามามีบทบาทในโครงการนี้

Brand Concept

ต้องการนำเสนอเสน่ห์ในการประกอบอาหารด้วยเครื่องเทศ ที่สามารถสร้างสรรค์ อาหารหลากหลายรสชาติ ความมีระดับ และรสนิยมอันวิไล ในการเลือกสรรวัตถุดิบ และเครื่องเทศชั้นดี เพื่อให้อาหารที่ปรุงออกมานั้นเต็มไปด้วยรสชาติ กลิ่น สี ที่น่ารับประทานยิ่ง และมีความโดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งทั้งหมด

Product Concept

เครื่องเทศ ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าและยกระดับการใช้งานแบบดั้งเดิม ที่ปรับให้เหมาะกับรูปแบบชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยยังคงความมีเสน่ห์ และประสบการณ์ในการปรุง ด้วยรสชาติหลากหลายที่เลือกสรรจากตำรับการปรุงอาหารนานาชาติที่หาทานได้ยาก เปลี่ยนอาหารมือเดิมาๆ ให้ไม่น่าเบื่ออีกต่อไป

- เป็นเครื่องเทศที่มีความหลากหลายในด้านรสชาติ และหลายประเภทอาหาร
- สินค้าที่จะเกิดขึ้นจะเป็นการเจาะไปยังการปรุงแต่ละชนิด
- เน้นการนำเสนอสูตรการปรุงอาหารที่แปลกใหม่
- สร้างภาพลักษณ์ในเชิงมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เช่นอารมณ์ ความรู้สึก
- สร้างพฤติกรรมการใช้งานเฉพาะซึ่งมีเอกลักษณ์และเอื้อประโยชน์ในการปรุงได้

การแบ่งประเภทของสินค้า

ประเภทหรือชนิดของสินค้าที่เกิดขึ้นตามโครงการนี้เกิดจากการแสวงหาโอกาสการเกิดบรรจุภัณฑ์ ที่ได้ทำการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้จริง และตรงความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรือนำเสนอแนวทางใหม่ที่นำเสนอใจ ได้แก่

1. กลุ่ม Sauce and Condiments : กลุ่มเครื่องเทศที่มีลักษณะเป็น น้ำซอส หรือน้ำ โดยอาจอยู่ในรูปผงมาก่อนการใช้งานใช้เพื่อการปรุงรสอาหารเฉพาะอย่าง เช่น ซอสสำหรับหมัก
2. กลุ่ม Seasoning : กลุ่มเครื่องเทศที่ใช้ปรุงรส ที่อยู่ในรูปแบบ ผง หรือ แห้ง หรือ หนืด โดย ใช้เพื่อการปรุงรสอาหารเฉพาะอย่าง เช่น เครื่องเทศปรุงรส ข้าว
3. กลุ่ม Spices : กลุ่มเครื่องเทศที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป หรือปรุงแต่ง (มีลักษณะใกล้เคียงเดิม) แต่ทำให้อยู่ในลักษณะที่ใช้งานสะดวก เช่น การนำมารวมแล้วบรรจุใหม่ อย่าง ผงเครื่องเทศปรุงซุ๊ป หรือ การทำให้แห้งเพื่อการเก็บรักษา อย่าง สมุนไพรอบแห้ง
4. กลุ่ม Snack : กลุ่มเครื่องเทศที่ใช้ทานกับของว่างของทานเล่น เช่น เครื่องเทศจิ้มขนมปัง

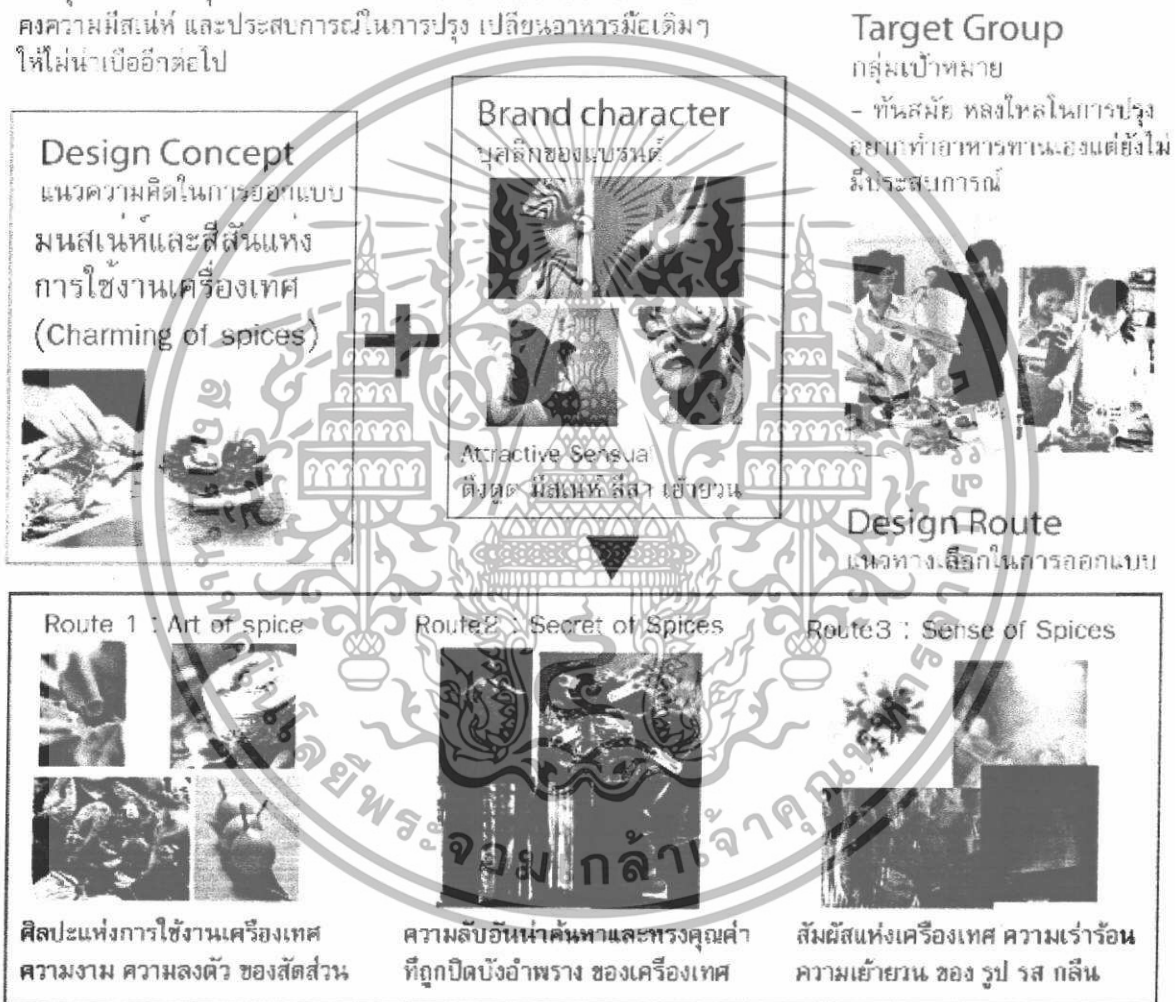
3.2 การพัฒนาแนวความคิดเพื่อการออกแบบ (Idea and Design Development)

แนวความคิดในการออกแบบ Design Concept

จากบทวิเคราะห์ข้อมูลก่อนหน้านี้ จึงได้ทำการกำหนดจุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้น แล้วจึงสามารถสรุปแนวทางออกแบบที่สอดคล้องกันได้ แล้วจึงนำไปสู่การสร้างแนวทางเลือก (Design Route) ได้ดังนี้

Product concept :

บรรจุภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าจากการใช้งานเครื่องเทศแบบดั้งเดิม โดยยังคงความมีเสน่ห์ และประสบการณ์ในการปรุง เปรี้ยวอาหารมีเดมา ให้ไม่น่าเบื่ออีกต่อไป



ภาพที่ 3.2.1 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ

สรุป บรรจุภัณฑ์เครื่องเทศ ที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้งาน ที่ยังขาดประสบการณ์ ให้สามารถใช้งานได้โดยสะดวก และยังคงอารมณ์อันมีเสน่ห์แห่งการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหารดั้งเดิมอาชีพ

การออกแบบชื่อตราสินค้า

เนื่องจาก บริษัท โกลโบฟู๊ด ต้องการออกสินค้าใหม่ ภายใต้ตราสินค้าใหม่ จึงต้องทำการออกแบบโดยคำนึงถึง ภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ โดยยึด การจดจำได้ง่าย ชัดเจน อ่านง่าย ความหมายดี สื่อถึงตัวสินค้าได้มีความเป็นสากล แตกต่างจากคู่แข่ง มีความน่าเชื่อถือ โดยมีแนวทางในการออกแบบดังนี้

แนวคิดมาจาก ช่วงเวลาแห่งการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร

Appetime = Appetite + time ช่วงเวลาแห่งความอร่อย

Savory Time = ช่วงเวลาแห่งความอร่อย

แนวคิดมาจาก การใช้งานในการปรุงอาหาร

Tasty Spicy = รสชาติที่เต็มไปด้วยเครื่องเทศ

Zest = ความอร่อย สีสัน สดชื่น เครื่องเทศ

Zest Cuicine = ตำรับแห่งเครื่องเทศ

Zesty = รสชาติอันร้อนแรง

Zest Up = การเติมเต็มรสชาติ

Savory Spice = เครื่องเทศอันโอชะ

Spice Trick = เคล็ดลับในการใช้เครื่องเทศ

แนวคิดมาจาก ความเป็นมาของเครื่องเทศ

Spice Lore = ความยิ่งใหญ่แห่งเครื่องเทศ

Spice Age = ยุคของเครื่องเทศที่เฟื่องฟู

Spice Life = ชีวิตที่ร่ายล้อมไปด้วยเครื่องเทศ หรือ ชีวิตที่โดดเด่น

ชื่อ	เกณฑ์	สื่อถึงสินค้า	สื่อถึงแนวคิด	ต่างจากคู่แข่ง	สื่อถึงการปรุงอาหาร	จดจำง่าย	ง่ายในการทำกราฟิก	รวม
Zest Up		3	2	3	2	2	2	14
Zesty		3	2	1	3	3	3	15
Spice Trick		2	3	3	2	1	1	12
Spice Life		2	1	1	1	2	1	8
Spice Age		1	1	1	1	1	1	6
Spice Lore		2	2	1	1	1	1	8
Zest Cuicine		3	3	2	3	1	1	13
Savory Spice		3	3	2	3	2	1	14
Zest		2	3	3	3	3	3	17
Savory Time		2	3	3	3	2	1	14
Appetime		2	3	3	3	1	2	14
Tasty Spicy		3	3	1	3	2	2	14

ตาราง 3.3.1 การเลือกชื่อโดยการให้คะแนนจากปัจจัย

สรุป จากตารางข้างบน จากปัจจัย ความสำคัญในด้านต่างๆ จึงเลือก ชื่อตราสินค้าคือ " ZEST " เนื่องจากความหมายที่ดี และแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งคำว่า zest หมายถึงรสชาติอันร้อนแรงและโอชะ และยังหมายถึงสีสันของการทำอาหาร

การออกแบบออกแบบโลโก้ (Logo Design)

การออกแบบโลโก้ จากส่วนวิเคราะห์ข้างต้น จะได้แนวทางหลักคือ ความเป็นตัวตน ความมีเอกลักษณ์ ดู น่าเชื่อถือ ล้ำค่า

Sketch

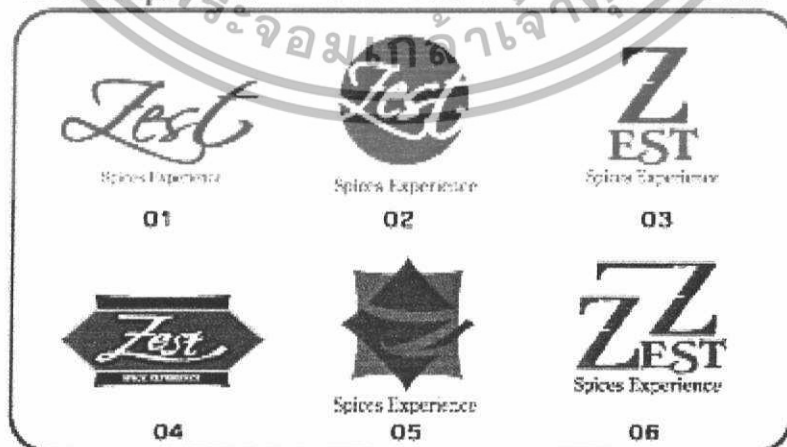


ภาพที่ 3.3.1 โลโก้ที่ออกแบบตามแนวทางทั้ง 4

จากการออกแบบข้างต้นนำมาพัฒนาต่อตามแนวทางที่เหมาะสมที่สุด คือ แนวทาง ลายเส้น และตราประทับ เนื่องจาก ไม่ซ้ำซ้อนกับสินค้าอื่น และดูมีคุณค่า แสดงความเป็นตัวตนที่ไม่เหมือนใครได้ดี

Development

นำแนวทางของตราประทับ และลายเส้นมาใช้



ภาพที่ 3.3.2 โลโก้ที่พัฒนาแบบแล้ว

จากการพัฒนาแบบข้างต้นนำมาเลือกแบบโดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาตามตารางข้างล่างนี้

เงื่อนไขในการพิจารณา	01	02	03	04	05	06
เหมาะสมกับบุคลิกของตราสินค้า	3	3	4	3	3	4
สวยงามและง่ายต่อการจดจำ	3	4	3	4	4	4
อ่านได้ง่าย และชัดเจน	2	2	1	3	1	3
จัดวางบนสินค้าได้ง่าย	3	3	3	4	3	4
แตกต่างและมีเอกลักษณ์	3	3	3	2	3	3
รวม	14	15	14	16	14	18

หมายเหตุ 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = พอใช้

จากตารางข้างต้นสามารถสรุปแบบที่ 06 เป็นแบบที่จะนำไปใช้ เป็นตราสินค้าหลัก และอยู่ในทุกผลิตภัณฑ์ของโครงการนี้



ภาพที่ 3.3.3 ภาพแสดงตราสินค้าขั้นสุดท้าย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

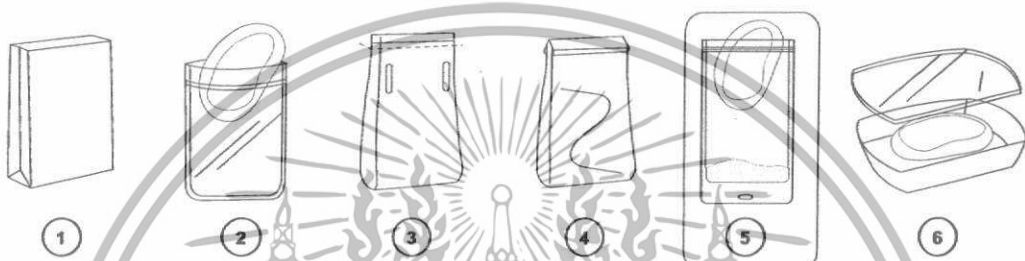
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามโครงการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- การออกแบบการใช้งาน (Functional Design)
- การออกแบบกราฟิก (Graphic Design)
- การออกแบบโครงสร้าง (Structural Design)

การออกแบบการใช้งาน (Functional Design)

ทำการแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้เป็นดังนี้

1. เครื่องเทศหมักเนื้อสัตว์ Spice marinader



เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ	1	2	3	4	5	6
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	2	3	3	2	3
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	3	3	3	2	3
ความเข้ากันกับ design concept	x2	1	2	1	2	2
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	1	1	1	2	3
ความง่ายในการผลิต	x1	3	3	2	2	2
ต้นทุนในการผลิต	x1	3	3	2	1	2
คะแนนรวม		22	25	27	24	21

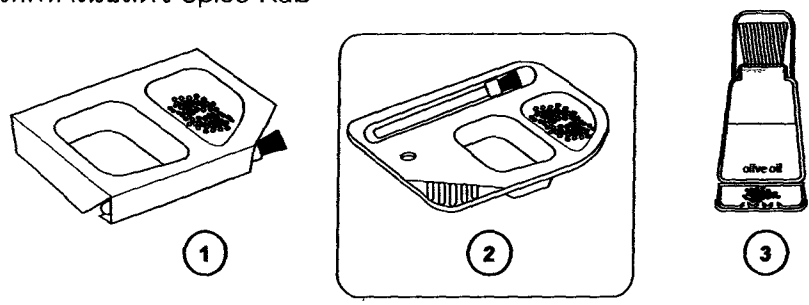
ตัวอย่างทดลองรูปแบบการใช้งาน

	หมักในถาด	หมักในถุง	หมักในถาด	หมักในถุง
ความทั่วถึงของน้ำซอส บนชิ้นเนื้อภายในภาชนะหมักต่างชนิด โดยการล้างชิ้นเนื้อและเปรียบเทียบกับสีสัน				
	ไม่ทั่วถึงเป็นจุดๆ	สีสันเกิดสม่ำเสมอและทั่วถึง	ไม่ซึมเท่าที่ควร	ซึมเข้าสู่เนื้ออย่างทั่วถึง
			การซึมเข้าถึงของน้ำซอส โดยการตัดดูสีสันภายในชิ้นเนื้อ	ผลการทดสอบ

สรุป การหมักด้วยภาชนะแบบถุง มีประสิทธิภาพที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับปริมาณซอสหมักและระยะเวลาที่เท่ากัน

สรุปเลือกแบบที่ 5 ซึ่งเป็นถุงมี ZIPLOCK ในตัว และพับเก็บเพื่อลดขนาดลงได้

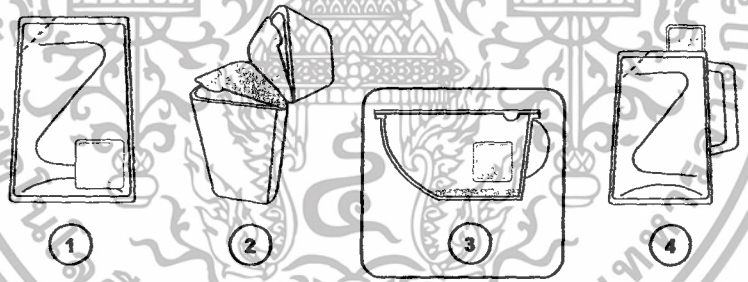
2. เครื่องเทศทาเนื้อสัตว์ Spice Rub



เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	3	3	2
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	2	3	3
ความเข้ากันกับ design concept	x2	2	2	2
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	3	3	3
ความง่ายในการผลิต	x1	2	3	1
ต้นทุนในการผลิต	x1	2	2	1
คะแนนรวม		24	27	21

สรุปเลือกแบบที่ 2 ซึ่งเป็นถาด ปิดผนึกด้วยความร้อน

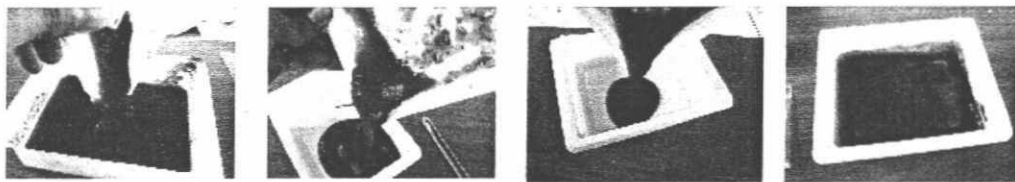
3. เครื่องเทศราดเนื้อสัตว์ Spicy Gravy Sauce / 4. เครื่องเทศราดอาหารเส้น Spicy Pasta Sauce



เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3	4
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	1	3	3	2
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	2	3	3	2
ความเข้ากันกับ design concept	x2	1	2	2	1
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	1	3	3	2
ความง่ายในการผลิต	x1	3	1	2	2
ต้นทุนในการผลิต	x1	3	1	2	2
คะแนนรวม		16	25	27	18

ตัวอย่างทดลองรูปแบบการใช้งาน

การทดลองเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับภาชนะอุ่นและราดน้ำซอส



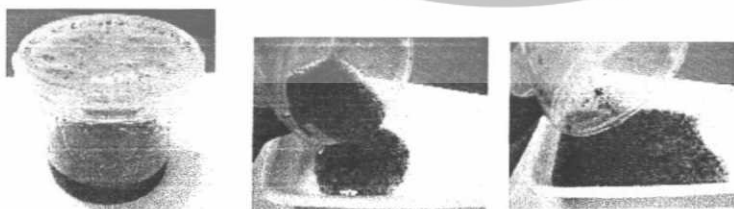
สรุป ภาชนะควรจะมีปากกว้าง พอน้ำซอสและส่วนผสมไหลได้สะดวก และไม่เป็นเหลี่ยมมุมมาก รวมถึงหากจะอุ่นเนื้อสัตว์ควรเติมน้ำมากกว่าปกติ เนื่องจากใช้ความร้อนสูง
สรุปเลือกแบบที่ 3 ซึ่งเป็นถาด ปิดผนึกด้วยความร้อน พร้อมเทใช้งาน

5. เครื่องเทศทำน้ำสลัด Salad Spice Dressing

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ	1	2	3
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	3	2	3
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	2	3	3
ความเข้ากันกับ design concept	2	2	2
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	1	3	3
ความง่ายในการผลิต	1	1	3
ต้นทุนในการผลิต	1	1	3
คะแนนรวม	21	24	23

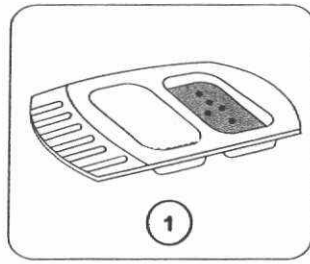
สรุป

ภาชนะกระปุกพลาสติกมีความเหมาะสม ในแง่การมองเห็น และการใช้งาน ที่จะนำมาใช้งานได้ ร่วมกับฝาที่ปิดสนิท และการปิดผนึกกันการเสื่อมคุณภาพของน้ำสลัดและผงเครื่องเทศ



สรุปเลือกแบบที่ 2 ซึ่งเป็นขวดใส แบบมีฝาปิด เพื่อผสมและเขย่า

6. เครื่องเทศปรุงอาหารทอด Batter Spice Mix

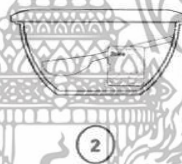


เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ

		1	2
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	×3	3	1
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	×2	3	3
ความเข้ากันกับ design concept	×2	2	1
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	×1	3	1
ความง่ายในการผลิต	×1	2	3
ต้นทุนในการผลิต	×1	2	3
	คะแนนรวม	26	18

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งเป็นถาด ปิดผนึกด้วยความร้อน พร้อมใช้งาน

7. เครื่องเทศ ทำข้าวราดหน้า Rice with Spicy Curry / 8. ทำข้าวปรุงรส Rice Seasoned Spice



เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ

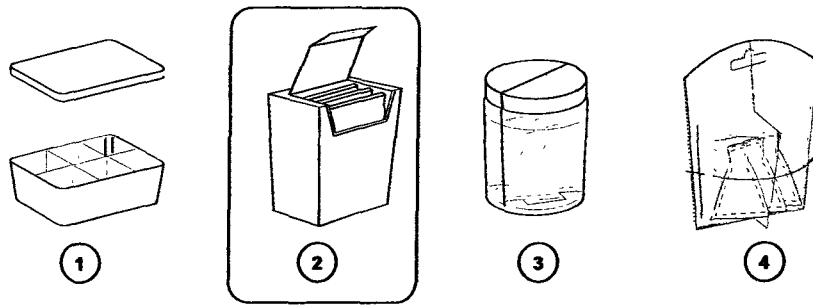
		1	2	3
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	×3	3	2	2
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	×2	2	3	3
ความเข้ากันกับ design concept	×2	2	2	2
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	×1	2	2	2
ความง่ายในการผลิต	×1	2	2	1
ต้นทุนในการผลิต	×1	2	2	1
	คะแนนรวม	23	22	20

การทดลองเพื่อศึกษารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการทำข้าวราดหน้าเครื่องเทศ



เลือกแบบที่ 1 เนื่องจากส่วนต่างราคาคุ้มค่าที่จะมา สร้างเป็นจุดขายใหม่ให้สินค้า และผู้บริโภคสนใจ
สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งเป็นถาด ปิดผนึกด้วยความร้อน และมีฝาปิด

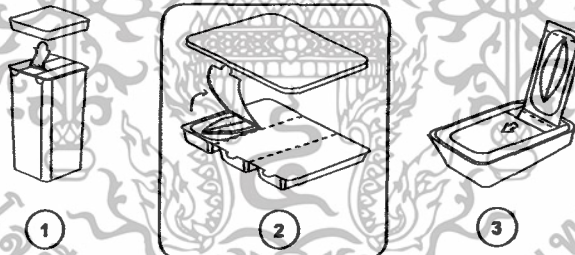
9. เครื่องเทศถุงปรุงรูปแบบใส่ Spice bag (Bouquet Garni)



เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3	4
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	2	3	3	3
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	3	2	3	2
ความเข้ากันกับ design concept	x2	2	2	2	2
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	3	2	2	3
ความง่ายในการผลิต	x1	2	3	2	2
ต้นทุนในการผลิต	x1	2	3	1	3
	คะแนนรวม	23	27	26	20

สรุปเลือกแบบที่ 2 ซึ่งเป็นกล่องกระดาษ บรรจุดูย่อยๆ ภายใน

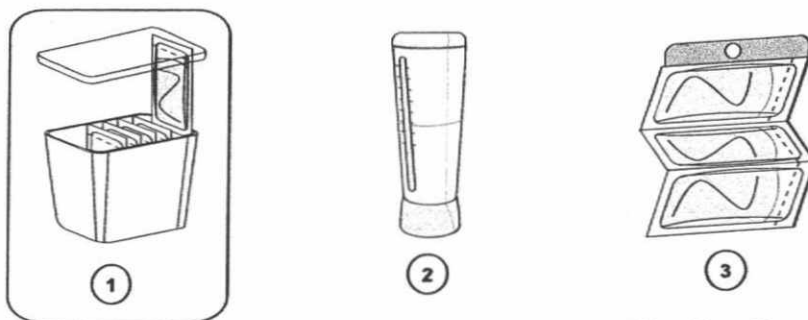
10. เครื่องเทศสดอบแห้ง Freeze dried Herbs



เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	2	3	3
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	3	3	2
ความเข้ากันกับ design concept	x2	2	2	1
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	3	3	3
ความง่ายในการผลิต	x1	2	2	1
ต้นทุนในการผลิต	x1	2	2	2
	คะแนนรวม	23	26	21

สรุปเลือกแบบที่ 2 ซึ่งเป็นถาด บรรจุดูย่อยๆ ภายใน และผนึกซ้ำ

11. เครื่องแกง Spice Curry Paste

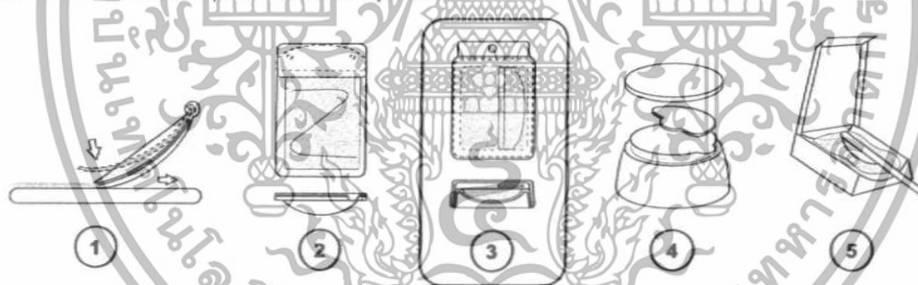


เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ

		1	2	3
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	2	3	2
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	3	2	2
ความเข้ากันกับ design concept	x2	3	1	1
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	3	3	1
ความง่ายในการผลิต	x1	2	3	3
ต้นทุนในการผลิต	x1	2	2	3
	คะแนนรวม	25	23	19

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งเป็น กล่องพลาสติกมีช่องย่อยอยู่ภายใน

12. เครื่องเทศทานมปัง Spice Bread Spread



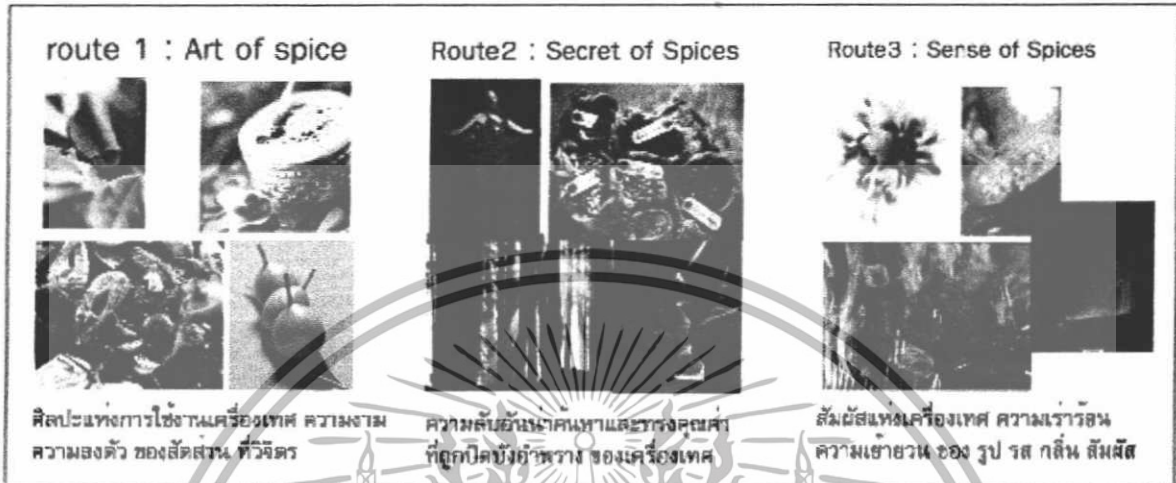
เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ

		1	2	3	4	5
ความสะดวกเหมาะสมในการใช้งาน	x3	3	3	3	2	3
การปกป้องคุ้มครองสินค้า	x2	2	3	3	3	2
ความเข้ากันกับ design concept	x2	1	1	2	2	1
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	x1	3	2	3	2	3
ความง่ายในการผลิต	x1	2	3	2	3	1
ต้นทุนในการผลิต	x1	2	3	3	3	2
	คะแนนรวม	22	25	27	24	21

สรุปเลือกแบบที่ 1 ซึ่งเป็น ถาดมีฝาครอบ พร้อมอุปกรณ์ปาดในตัว

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนต่อไป จากการออกแบบทางด้านการใช้งาน จะเป็นการออกแบบทางด้านโครงสร้าง ซึ่งสร้างแนวความคิดเบื้องต้นมาจาก Brand Concept ในเรื่อง "มนต์เสน่ห์ในการปรุงอาหารของเครื่องเทศ" โดยมีแนวความคิดในการออกแบบดังนี้



แนวทางที่ 1 Art of Spices ศิลปะแห่งการใช้งานเครื่องเทศ ความงาม ความลงตัว ของสีสัน ที่วิจิตร



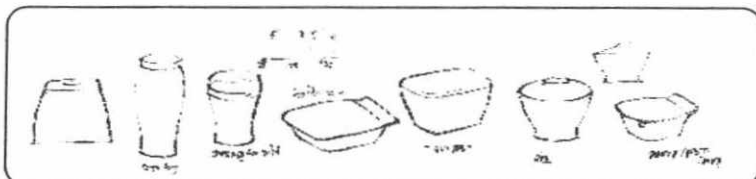
ใช้รูปฟอร์มที่ดูเป็นธรรมชาติ โค้งมน กลมกลืนไม่แข็งกระด้าง



SKD. 1



SKD. 2



SKD. 3

ภาพที่ 3.5.1 แสดงการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 1 Art of Spices

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสวยงาม	×3	3	3	2
เอกลักษณ์ที่เด่นชัด	×3	2	3	1
ความเข้ากันกับแนวทาง	×2	2	2	2
สามารถนำไปพัฒนาต่อได้	×1	3	2	3
คะแนนรวม		22	24	16

จากตารางข้างบน สรุปเลือกแบบที่ 2 นำไปพัฒนาต่อ

แนวทางที่ 2 Secret of Spice ความลับอันน่าค้นหาและทรงคุณค่า ที่ถูกปิดบังอำพราง ของเครื่องเทศ

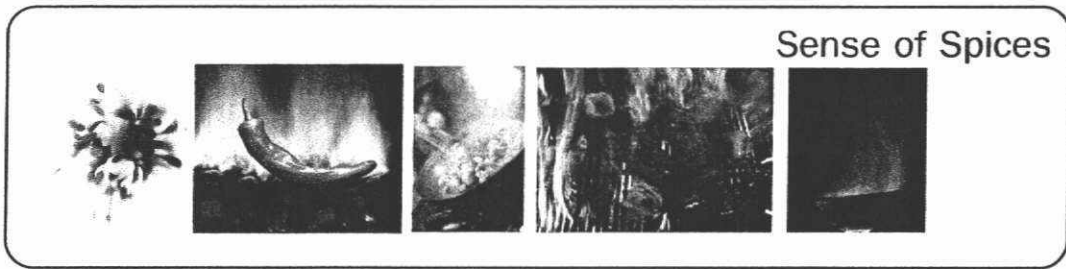


ภาพที่ 3.5.2 แสดงการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 2 Secret of Spices

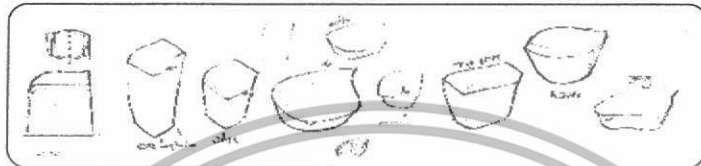
เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสวยงาม	×3	3	2	2
เอกลักษณ์ที่เด่นชัด	×3	2	3	2
ความเข้ากันกับแนวทาง	×2	3	3	3
สามารถนำไปพัฒนาต่อได้	×1	3	2	1
คะแนนรวม		24	23	19

จากตารางข้างบน สรุปเลือกแบบที่ 1 นำไปพัฒนาต่อ

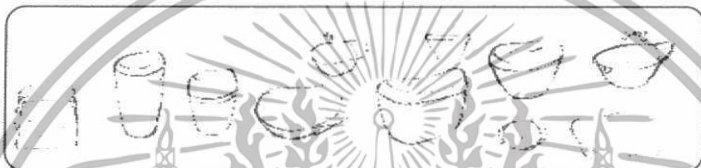
แนวทางที่ 3 Sense of Spice สัมผัสแห่งเครื่องเทศ ความเผ็ดร้อน ความเย้ายวน ของ รูป รส กลิ่น สัมผัส



ลดทอน รูปร่างมาจากการมองเห็นปฏิกิริยา ในการทำอาหาร คั่ว ไฟ ความร้อนแรง



SKD. 1



SKD. 2



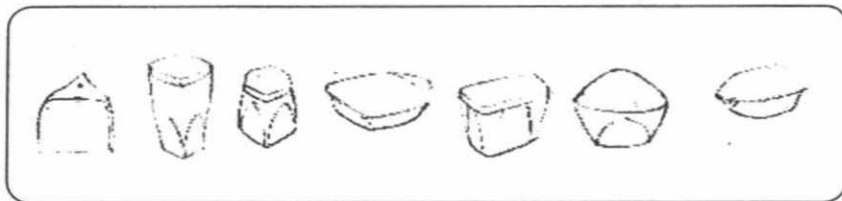
SKD. 3

ภาพที่ 3.5.3 แสดงการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 3 Sense of Spices

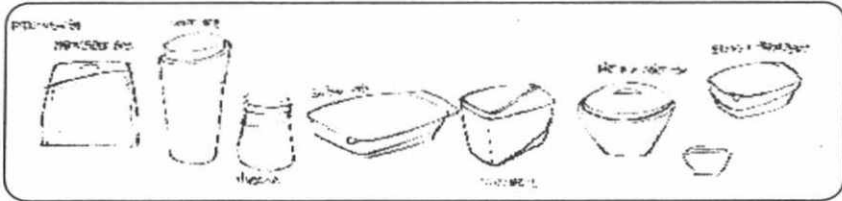
เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสวยงาม	×3	3	2	3
เอกลักษณ์ที่เด่นชัด	×3	3	3	3
ความเข้ากับแนวทาง	×2	3	2	2
สามารถนำไปพัฒนาต่อได้	×1	3	3	3
คะแนนรวม		27	22	25

จากตารางข้างบน สรุปเลือกแบบที่ 1 นำไปพัฒนาต่อ

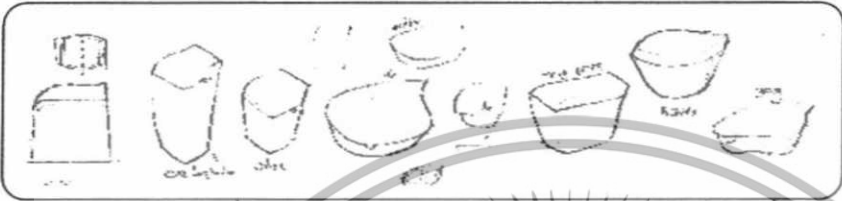
จากการเลือกแบบในด้านโครงสร้าง จากแนวทางการออกแบบทั้ง 3 แนวทางข้างต้นจึง สามารถสรุปโครงสร้างที่ถูกเลือกเพื่อนำไปพัฒนาต่อได้ดังนี้



แบบที่ 2 จากแนวทางที่ 1



แบบที่ 1 จากแนวทางที่ 2



แบบที่ 1 จากแนวทางที่ 3

ภาพที่ 3.5.4 สรุปการออกแบบทางด้านโครงสร้างแนวทางที่ 3 Sense of Spices

การพัฒนาแบบทางด้านโครงสร้าง

จากแบบที่เลือกมาทั้ง 3 แบบข้างต้น นำมาพัฒนาต่อ โดยการพัฒนาให้เข้ากับแนวความคิดของแบรนด์ ให้มากขึ้น เนื่องจากแบบที่เลือกมามีเอกลักษณ์ และความเด่นชัดในด้านรูปลักษณ์ โดยใช้บุคลิกภาพของแบรนด์ เป็นตัวสื่อสาร







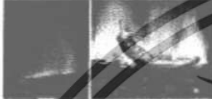

บุคลิกภาพของแบรนด์

จากการข้อมูลการวิเคราะห์ ในหัวข้อ 3.1 นั้น จึงได้ทำการออกแบบแนวคิดในด้านบุคลิกภาพของแบรนด์เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการพัฒนาแบบในด้านโครงสร้าง โดยได้ คำจำกัดความว่า " Attractive Sensual " หรือ ดึงดูด สะกดทุกสายตา ลึกลับ เข้ายวน



ภาพที่ 3.5.5 แสดงบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Characteristic)

เมื่อได้บุคลิกภาพของแบรนด์แล้ว จึงนำมาใช้ร่วมกับแนวทางการออกแบบก่อนหน้า เพื่อสร้าง Element ทางารออกแบบเพื่อใช้เป็นตัวแทนในการพัฒนาแบบต่อไป ตามแผนภาพข้างล่างนี้

Image	Brand Character	Element
<p>Art of Spices</p> 		
<p>Secret of Spices</p> 		
<p>Sense of Spices</p> 	<p>Attractive Sensual ดึงดูด สะกดทุกสายตา ฉ่ำ เย้ายวน</p>	

ภาพที่ 3.5.6 แสดงการพัฒนาแนวความคิดร่วมกับ Brand Character เพื่อสร้าง Element

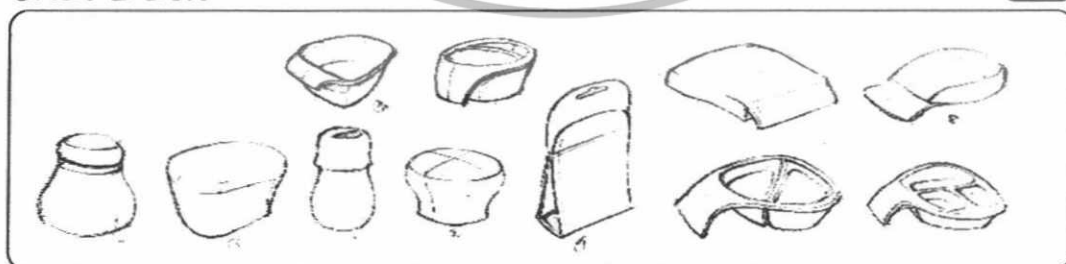
ทำการออกแบบตาม Element ที่สร้างขึ้นโดยทำการสกัด Element ละ 1 แนวทางดังแสดงตามรูปข้างล่างนี้ พัฒนาแนวทางที่ 1: Art of Spices ปรับให้มีสัดส่วนที่สวยงามโค้งมนมากขึ้น คุมมิติ ที่ชัดเจนและมีเอกลักษณ์ และ ดูเข้ากับบุคลิกภาพของแบรนด์

SKD. 1 Dev.



ภาพที่ 3.5.7 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 1 + Element 1

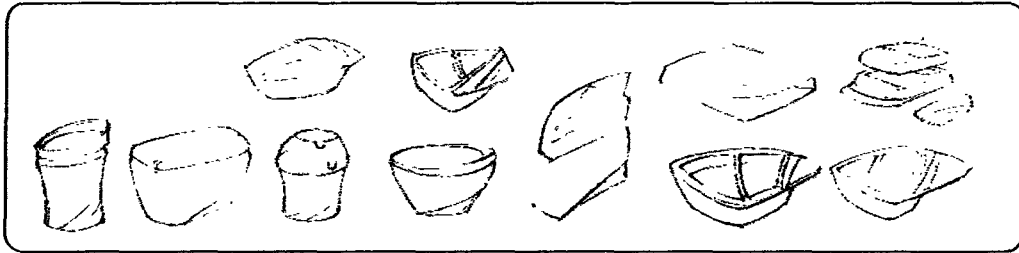
SKD. 2 Dev.



ภาพที่ 3.5.8 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 1 + Element 2

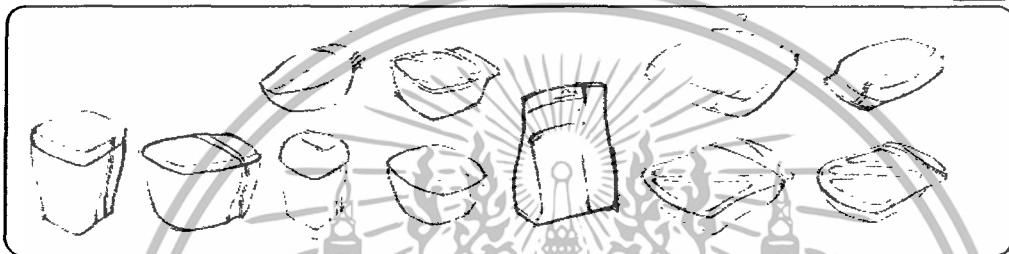
พัฒนาแนวทางที่ 2 Secret of Spices ปรับให้มีสัดส่วนที่สวยงามมากขึ้น ใช้หลักอสมมาตรเพื่อสร้างความแปลกตา และโดดเด่น คุมมีจังหวะ สีลา ดูเข้ากับบุคลิกภาพของแบรนด์

SKD. 3 Dev.



ภาพที่ 3.5.9 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 2 + Element 3

SKD. 4 Dev.



ภาพที่ 3.5.10 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 2 + Element 4

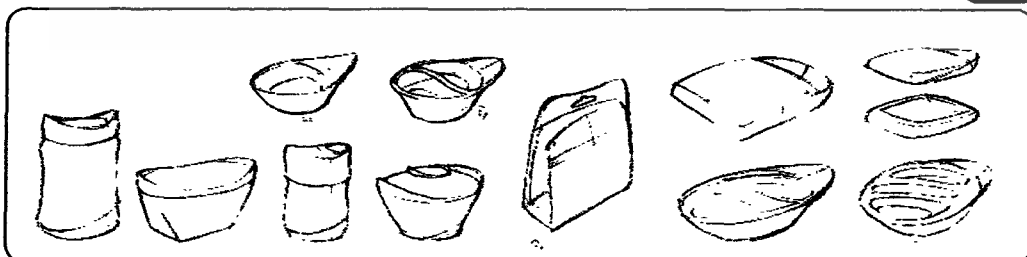
พัฒนาแนวทางที่ 3 Sense of Spices ปรับให้มีสัดส่วนที่สวยงามมากขึ้น คุมมีความเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง คุมมีมิติ มีชีวิตชีวา เข้ากันกับบุคลิกภาพของแบรนด์ ที่สร้างขึ้น

SKD. 5 Dev.



ภาพที่ 3.5.11 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 3 + Element 5

SKD. 6 Dev.



ภาพที่ 3.5.12 แสดงการพัฒนาแบบตาม แนวทางที่ 3 + Element 6

จากแบบที่ทำการพัฒนาทั้ง 6 แบบ ก่อนหน้านี้ ขั้นตอนต่อไปคือการเลือกแบบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาตามตารางข้างล่างนี้ เพื่อไปสู่ขั้นตอนต่อไป

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3	4	5	6
ความสวยงาม สะอาดตา	X 3	2	2	2	2	3	3
แตกต่างจากคู่แข่ง	X 2	3	3	2	3	3	2
มีเอกลักษณ์จดจำง่าย	X 2	2	3	2	2	3	3
ความเป็นเอกลักษณ์ร่วม	X 2	2	3	3	2	3	3
สื่อถึงตัวสินค้าและแบรนด์	X 2	1	2	1	1	3	3
คะแนนรวม		22	28	22	22	33	31

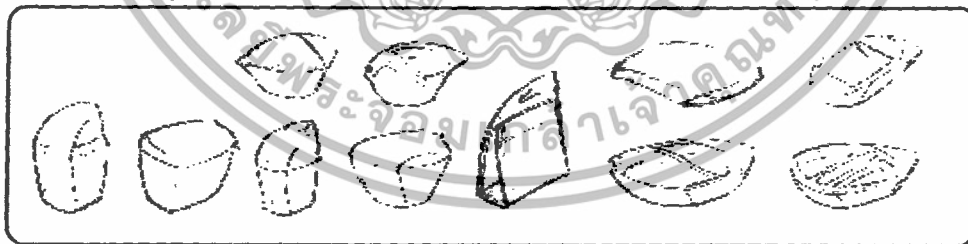
ตาราง 3.5.1 แสดงการเลือกแบบที่พัฒนาแล้ว

ทำการคัดเลือกแบบ จำนวน 3 แบบที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเพื่อนำไปทำ ต้นแบบจำลองเพื่อศึกษาเพิ่มเติมในด้านต่าง ๆ โดยแบบที่ได้ทำการเลือกทั้ง 3 แบบคือ

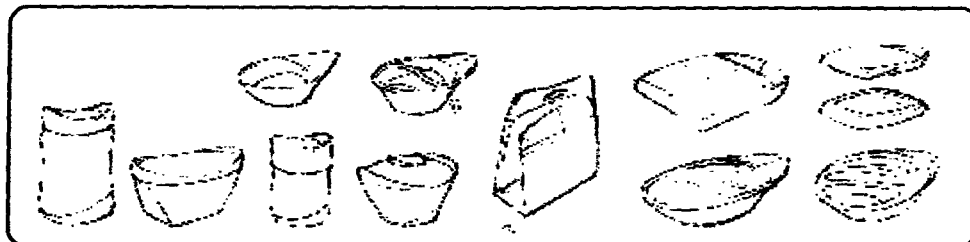
SKD. 2 Dev.



SKD. 5 Dev.



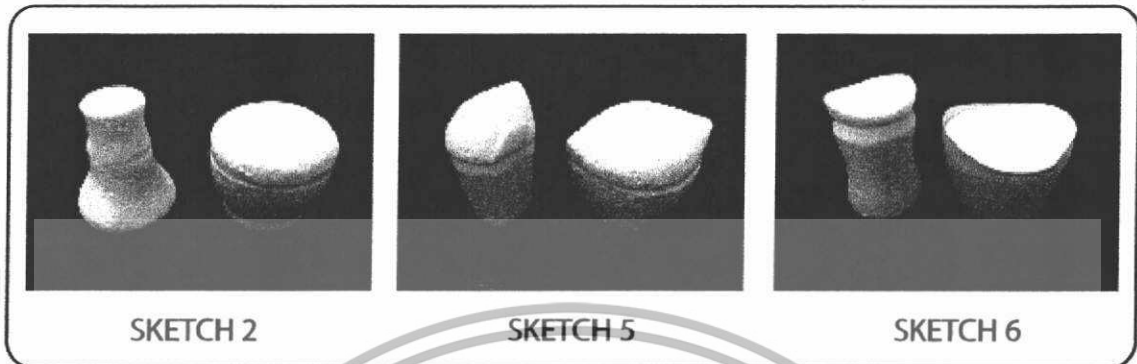
SKD. 6 Dev.



ภาพที่ 3.5.13 แสดงแบบที่ถูกเลือกเพื่อนำไปสร้างต้นแบบ

การสร้างหุ่นจำลองเพื่อศึกษาในด้านโครงสร้าง (Structure Study Model)

ขั้นตอนต่อไปคือการสร้างหุ่นจำลองในชั้นแบบร่าง เพื่อศึกษาโครงสร้างในลักษณะ 3 มิติ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความเหมาะสมในด้าน ขนาด ปริมาตรการใช้งาน การจัดเก็บ การตั้งวาง พื้นที่ติดฉลาก รวมถึง การจับถือ และท่าทางขณะใช้งานด้วย



ภาพที่ 3.5.14 หุ่นจำลองเพื่อศึกษาในรูปแบบ 3 มิติ

หลังจากทำ Model Study เพื่อศึกษาในด้านอื่นๆเพิ่มเติม แล้วจึงสรุปเป็น ข้อดี และข้อเสียในด้านต่างๆ เพื่อประกอบการพิจารณาเลือกโครงสร้างในขั้นสุดท้าย

การสรุปข้อดี ข้อเสีย ของแต่ละแนวทาง

แบบ Sketch ที่ 2

ข้อดี รูปร่างเอื้อต่อการผลิตได้ง่ายและจับถือได้สะดวก

ข้อเสีย รูปร่างดูเรียบง่ายเกินไป และขาดบุคลิกที่เด่นชัด ข้ำซ้อนทับท้องตลาด ไม่เหมาะกับการเป็นสินค้าใหม่ที่มีความโดดเด่น

แบบ Sketch ที่ 5

ข้อดี รูปร่างมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนแต่อาจ มีทางเลือกในการติดฉลากมาก ดูเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน

รูปร่างสวยงาม ดูเป็นธรรมชาติ

ข้อเสีย ยังไม่สื่อถึงสินค้ามากนัก

แบบ Sketch ที่ 6

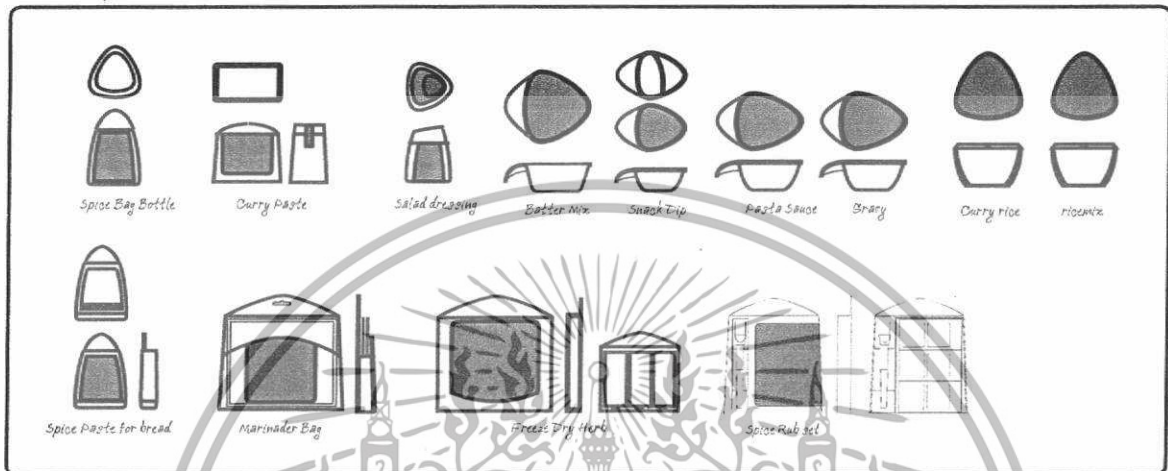
ข้อดี รูปร่างมีเอกลักษณ์ ดูไม่น่าเบื่อ จับถือได้ง่าย

ข้อเสีย การผลิตอาจทำได้ยาก พื้นที่ติดฉลากน้อยทำได้ลำบาก รูปร่างยังขัดกันอยู่ มีอุปสรรคต่อการวางขาย และขนส่ง

สรุป จากการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียจึงยึดแนวทาง แบบที่ 5 เป็นหลัก และนำข้อดีในแต่ละแบบมาใช้ โดยปรับปรุงในด้าน ความชัดเจนของรูปทรง และการสื่อถึงตัวสินค้าให้มากขึ้น

การพัฒนาโครงสร้างในขั้นตอนสุดท้าย

หลังจากทำหุ่นจำลองเพื่อศึกษา แล้ว ขั้นนี้จะเป็นการสรุปรายละเอียดลงในบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด ตามขอบเขตของโครงการเพื่อให้เห็นภาพรวมที่ชัดเจน เช่น ความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกัน ส่วนประกอบต่างๆ ทั้งหมดในบรรจุภัณฑ์แต่ละตัว แนวทางการติดฉลาก การจัดเรียงสินค้าภายใน ทิศทางการวางจำหน่าย เป็นต้น



ภาพที่ 3.5.15 ภาพแสดงการสรุปแบบโครงสร้างสำหรับใช้เป็นแบบจริง แบบที่ 1

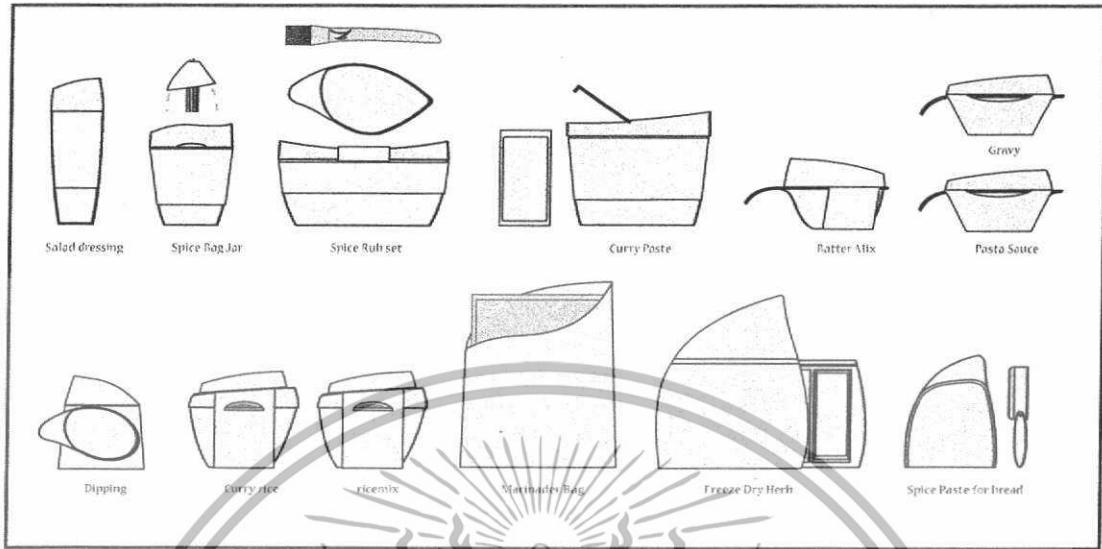


ภาพที่ 3.5.16 ภาพแสดงการสรุปแบบโครงสร้างสำหรับใช้เป็นแบบจริง แบบที่ 2

หลังจากการทำสรุปโครงสร้างทั้ง 2 แบบแล้ว จึงเลือกแนวทางที่ 2 เนื่องจากมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และดูเข้ากันในภาพรวมมากกว่าแบบที่ 1

ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา ควรทำการพัฒนาให้ มีความโดดเด่นมากขึ้นโดยการใช้รูปร่างที่ อสมมาตรมากขึ้น เพื่อสร้างเสน่ห์ให้แก่สินค้า รวมถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Secondary packaging) เช่น การทำสายคาด กล่องสวม การทำ Pop up เพื่อเพิ่มพื้นที่การมองเห็น หรือวิธีการอื่นๆ เพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นบนชั้นวาง

หลังจากได้ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว จึงทำการเพิ่มเติมในส่วน บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก รวมถึงปรับรูปร่างให้มีความเหมาะสมดูเคลื่อนไหวมากขึ้น



ภาพที่ 3.5.17 แสดงแบบโครงสร้างสุดท้ายที่ใช้จริงตามโครงการ

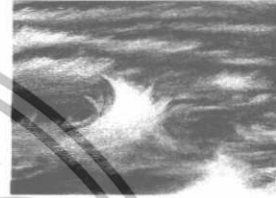
สรุป : แบบสุดท้ายที่เลือก มีที่มาจาก แนวทาง Art of Spices ศิลปะแห่งเครื่องเทศ สีสันที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง การประดับตกแต่งอาหาร ความงาม ความมีเสน่ห์ของเครื่องเทศในภากรใช้งาน

การออกแบบกราฟิก

หลังจากการออกแบบส่วนโครงสร้าง ส่วนต่อไปจะเป็นการออกแบบในด้านกราฟิก ของโครงการ ซึ่งแนวความคิดในการออกแบบมาจาก ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ ภายใต้แนวความคิด "มนต์เสน่ห์ของการปรุงอาหารด้วยเครื่องเทศ" ซึ่งสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

แนวทางหลักของการออกแบบคือ Art of Spice สื่อถึง งานศิลปะ การประดับตกแต่ง งานจิตรกรรม การระบายสี ลายเส้นพู่กันที่พลิ้วไหว ที่แปร่ง

แนวทางที่ 1 ลายเส้นพู่กัน ที่พลิ้วไหว นุ่มนวล มีลีลา



ภาพที่ 3.5.18 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกแบบ ที่ 1

แนวทางที่ 2 การประดับที่แปร่ง ที่ดูรุนแรง ลุ่มลึก เปี่ยมเสน่ห์



ภาพที่ 3.5.19 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกแบบ ที่ 2

แนวทางที่ 3 การประดับประดา ความอ่อนช้อยวิจิตร บรรจง



ภาพที่ 3.5.20 แสดงแนวความคิดในการออกแบบกราฟิกแบบ ที่ 3

หลังจากนี้จึงทำการออกแบบกราฟิก ทั้ง 3 แนวทาง แนวทางละ 1 แบบ โดยนำเอาลักษณะเด่นของแต่ละแนวทางมาสร้าง ซึ่งจะนำเสนอในส่วนถัดไป

แนวทางที่ 1 ลายเส้นพู่กัน ที่พลิ้วไหว นุ่มนวล มีสีลา สีน้ำ



ภาพที่ 3.5.21 แสดงการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 1

แนวทางที่ 2 การสะบัดฝีแปรง ที่ดูรุนแรง ลุ่มลึก เปี่ยมเสน่ห์ สีน้ำมัน



ภาพที่ 3.5.22 แสดงการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 2

แนวทางที่ 3 การประดับประดา ความอ่อนช้อยวิจิตร บรรจง งานปะติด



ภาพที่ 3.5.23 แสดงการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 3

เมื่อได้กราฟิกทั้ง 3 แบบข้างต้นแล้วจึงนำมาพิจารณาเลือกแบบ เพื่อนำแบบที่เลือกไปพัฒนาอีก
ในขั้นตอนถัดไป

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
สอดคล้องกับแนวความคิด	X3	3	3	2
ความสวยงาม น่าสนใจ	X2	3	3	2
แตกต่างจากคู่แข่ง	X2	2	2	2
มีเอกลักษณ์จดจำง่าย	X2	2	2	2
เหมาะกับสินค้า	X2	1	3	2
คะแนนรวม		25	29	22

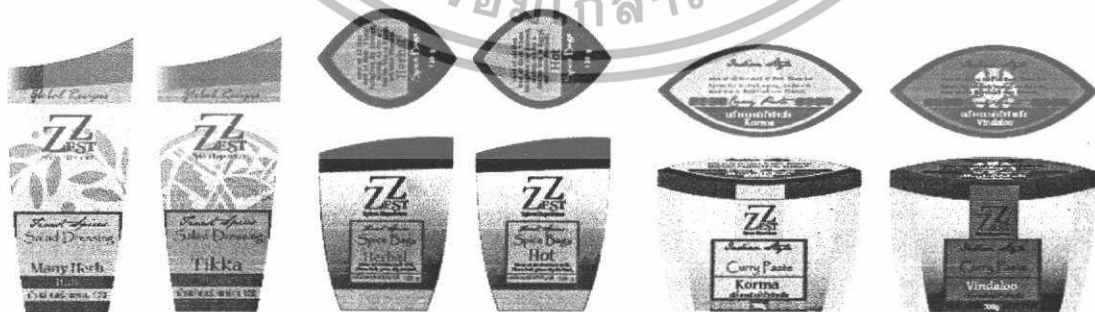
ตาราง ที่ 3.5.2 แสดงการเลือกแบบกราฟิกเพื่อนำไปพัฒนาต่อ

สรุป จากตารางเลือกแนวทางที่ 2 การสะบัดผิแปร่ง ที่ดูรุนแรง ลุ่มลึก เบี่ยมเส้นที่ โทนสีที่เข้ม
ชัดเจน ไปใช้ในการออกแบบ และ นำไปสู่ขั้นตอนพัฒนาแบบต่อไป

การพัฒนาการออกแบบกราฟิก

ขั้นตอนต่อไปจะเป็นการพัฒนาวางกราฟิกโดยทำการแบ่งเป็นแนวทางที่มีความหลากหลาย
ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของการใช้ภาพประกอบ การใช้พื้นผิว หรือลวดลายต่างๆ ภาพพื้นหลัง การจัดวาง
ตำแหน่งของส่วนต่างๆบนฉลาก โดยทำการออกแบบดังต่อไปนี้

แนวทางที่ 1 การใช้แถบสีทำเป็นพื้นในส่วนที่ให้ข้อมูล คล้ายป้าย โดยใช้สีที่แตกต่างกันเป็นตัวแบ่งแยก
ประเภท มีการจัดวางองค์ประกอบแบบกึ่งกลาง ไม่ใช้ภาพอาหารและเครื่องเทศ พื้นหลังใช้สีที่ดูนุ่มนวล
กลมกลืนกับรายละเอียดไปทั้งบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.5.24 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 1

แนวทางที่ 2 เน้นสีส้มที่สดใส เปรียบเหมือนสีส้มของการใช้เครื่องเทศ ใช้พื้นหลังที่ดูมีรายละเอียด มีการจัดวางองค์ประกอบแบบสมดุลทางสายตา มีการเน้นด้วยแถบสี



ภาพที่ 3.5.25 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 2

แนวทางที่ 3 ใช้แถบสีร่วมกับสัญลักษณ์ เพียงสีเดียว ที่มีขนาดเล็ก รายละเอียดประเภทของสินค้าอยู่บนแถบสีที่ชัดเจน มีการจัดวางองค์ประกอบแบบกึ่งกลางเป็นหลัก มีการใช้ภาพอาหารจริงที่ดูกลมกลืนกับพื้นหลัง ใช้แถบสีและสัญลักษณ์เป็นตัวแบ่งประเภทสินค้า



ภาพที่ 3.5.26 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 3

แนวทางที่ 4 ใช้สัญลักษณ์แทนรสชาติ ร่วมกับภาพอาหาร หรือเครื่องเทศ ที่เป็นภาพวาด ดูมีคุณค่า โดยมีการเน้นเส้นที่เป็นลักษณะการระบายด้วยแปรงทาสี พื้นหลังมีการไล่โทนสี



ภาพที่ 3.5.27 แสดงการพัฒนาการออกแบบกราฟิกตามแนวทางที่ 4

ทำการคัดเลือกแบบ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การเลือกตามตารางข้างล่าง เพื่อนำไปใช้ออกแบบในทุกผลิตภัณฑ์ตามโครงการในขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบ

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3	4
ความเข้ากันกับแนวความคิด	×2	2	3	2	3
ความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง	×2	1	2	1	3
เหมาะกับสินค้าเครื่องเทศ	×2	1	2	2	2
ดูมีคุณค่า ส่งเสริมภาพลักษณ์	×1	3	2	3	3
จัดวางกราฟิกได้ง่าย	×1	3	2	3	2
คะแนนรวม		14	18	16	21

สรุป เลือกแนวทางที่ 4 เนื่องจากจุดเด่นของแบบนี้คือการใช้ภาพประกอบที่ไม่ใช่ภาพจริง ในลักษณะภาพวาด ซึ่งแสดงถึงคุณค่า และแสดงตัวตนได้ดี อาจมีการใช้ภาพอาหารจริงประกอบบ้าง แต่ในสัดส่วนที่ไม่มาก และดูไม่ขัดแย้งกับส่วนอื่น จึงมีความเหมาะสมในการใช้เป็นแบบจริง

ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา ควรใส่เรื่องราวเกี่ยวกับเครื่องเทศให้มากขึ้น และเนื่องจากเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหาร ควรมีรายละเอียดบางอย่างที่ส่งเสริมให้ดูน่าทาน

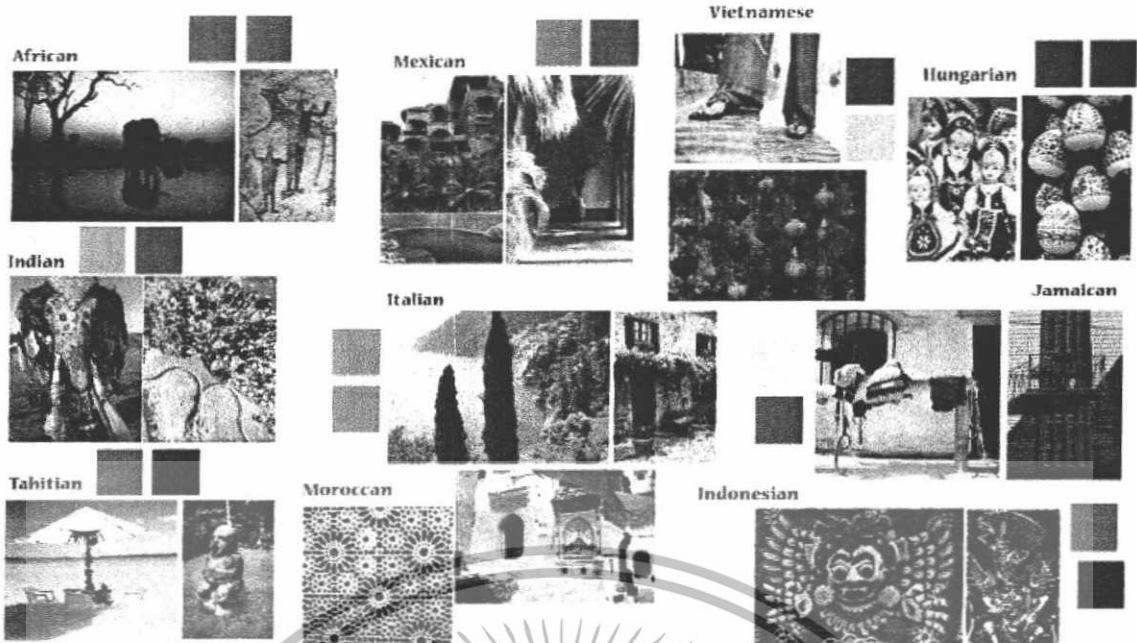
การออกแบบรายละเอียดต่างๆบนบรรจุภัณฑ์

สำหรับขั้นตอนนี้จะเป็นการออกแบบในด้านกราฟิก ในส่วนต่างๆ คือ การเลือกใช้สี การสร้างภาพประกอบ การเลือกและสร้างสัญลักษณ์ ดังนี้

การใช้สี Color on Packaging

กรณีที่ 1 กลุ่มอาหาร นานาชาติ (Global Recipes)

เนื่องจากรสชาติที่แตกต่างกันของเครื่องเทศในแต่ละประเภทอาหารนั้น จะเป็นรสชาติของประเทศต่างๆ การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นตัวแบ่งแยกรสชาติที่แตกต่างกันนั้น มาจากการเลือกสีที่เป็นตัวแทนที่ได้มาจากภาพแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละเชื้อชาติที่คัดเลือกมาแล้ว โดยสามารถบ่งบอก ถึงวัฒนธรรมสภาพแวดล้อม หรือลักษณะอื่นๆ ของชาตินั้นได้ ดังแสดงตามภาพ



ภาพที่ 3.5.28 แสดงการแทนค่าสี ที่เลือกจากภาพเอกลักษณ์ประจำชาติ

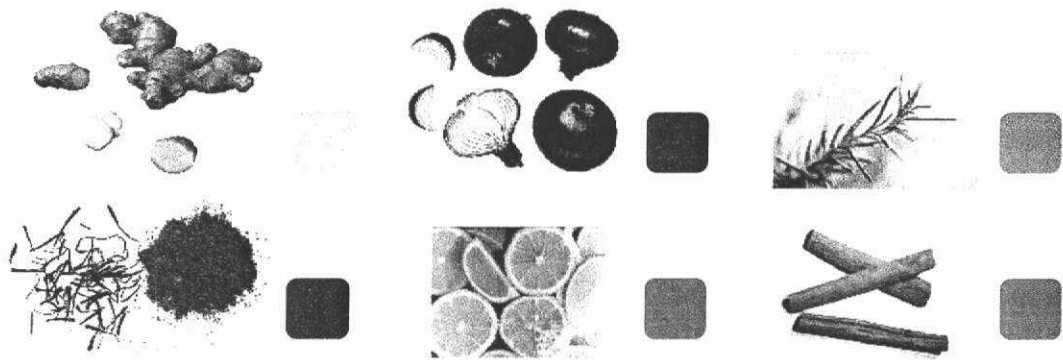
สามารถสรุปสีที่เป็นตัวแทนของแต่ละชาติได้ดังนี้

African	สีน้ำตาล	Italian	ความอบอุ่น ทัศนียภาพ	Mexican	ความร้อนแรง สงด แดง สว่าง
Indian	การประดับประดา มีลวดลาย ทองคำ กระจก สีสัน	Indonesian	ความละเอียด สดชื่น อารมณ์ดี	French	ทิวเขา วัฒนธรรม กระจกใส
Tahitian	ท้องทะเลลึก ความโรแมนติก ภูเขา ท้องฟ้า	Hungarian	ภาพ สันเมือง การแต่งกาย	Argentine	บ้านเรือน ชายทะเล สด
Moroccan	สีสันของ บ้านเรือน	Vietnamese	แสง สีลม ความเป็นธรรมชาติ	Jamaican	ความดิบ ความเป็นน้ำ เชื้อขลุ้ม

ภาพที่ 3.5.29 แสดงสีต่างๆ ที่เลือกมาเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ

กรณีที่ 2 กลุ่มอาหารทั่วไป (Finest Ingredient)

เนื่องจากรสชาติที่แตกต่างกันของเครื่องเทศในแต่ละประเภทอาหารนั้น จะเป็นรสชาติที่มาจากเครื่องเทศต่างชนิดกัน การใช้สีที่เป็นตัวแทนของรสชาติ ต่างๆ จึงใช้การแทนค่าสีจากส่วนประกอบหลักที่เป็นเครื่องเทศโดยที่ในแต่ละชนิดสินค้า สามารถแบ่งแยกความแตกต่างของรสชาติได้โดยที่ความเข้มหรือระดับของสีสามารถปรับแต่งได้เพื่อความเหมาะสม ดังแสดงตามภาพ



ภาพที่ 3.5.30 แสดงการแทนค่าสี ที่เลือกจากสีของส่วนประกอบในรสชาติ

การใช้ภาพประกอบ

กรณีที่ 1 กลุ่มอาหาร นานาชาติ (Global Recipes)

เนื่องจากรสชาติที่แตกต่างกันของเครื่องเทศในแต่ละประเภทอาหารนั้น จะเป็นรสชาติของประเทศต่างๆการใช้ภาพประกอบจะนำมาจากลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์แต่ละชาติ ที่มีความสวยงาม ดังแสดงตามภาพข้างล่างนี้



ภาพที่ 3.5.31 แสดงการใช้ภาพประกอบในลักษณะสัญลักษณ์ประจำชาติ

กรณีที่ 2 กลุ่มอาหารทั่วไป (Finest Ingredient)

เนื่องจากรสชาติที่แตกต่างกันของเครื่องเทศในแต่ละประเภทอาหารนั้น จะเป็นรสชาติที่มาจากเครื่องเทศต่างชนิดกัน การใช้ภาพประกอบที่สร้างขึ้น ในลักษณะภาพวาด จากภาพจริงของส่วนประกอบของรสชาติ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ และไม่ซ้ำใคร



ภาพถาย



one color graphic ใช้สีเดียว โดยลดทอนและเลือกสีที่บ่งบอกถึงส่วนประกอบนั้น



two tone Graphic ใช้สีที่ใกล้เคียงสร้างให้มีมิติมากขึ้น

ภาพที่ 3.5.32 แสดงการใช้ภาพประกอบในลักษณะภาพวาด

องค์ประกอบอื่นๆ บนบรรจุภัณฑ์

เน้นส่วนประกอบที่เป็นเครื่องเทศ
คุณภาพดีที่สุดในแต่ละรสชาติ

ตัวอย่าง สัญลักษณ์ที่โดดเด่น
ชัดของบรรจุภัณฑ์

Quick and Easy Batter Tray

Individual sachets for freshness

Quick and Easy marinader bag

เน้นความเป็นตัวรับตั้งเต็ม
ของอาหารนานาชาติ

Marinader Bag

Indian Curry Paste

Salad Dressing

Pasta Sauce

Rice with Spicy Curry

Rice Seasoned Spice

Freeze Dried Herbs

Spice Bags

Spice Dips

Spice Paste

Finising Sauce

Batter Spice Mix

กลุ่มเครื่องเทศที่ใช้งานได้หลายอย่าง
จะมีภาชนะบรรจุขนาดเล็กๆ ในส่วน
ด้านหลังของบรรจุภัณฑ์ หรือตามใน

Freeze Dried Herbs

Indian Curry Paste

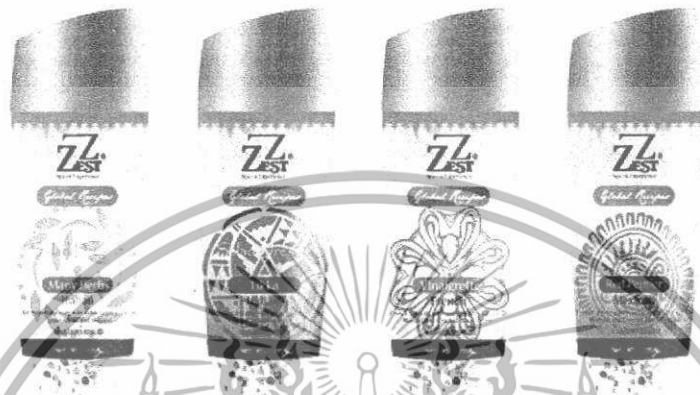
Spice Bags

ภาพที่ 3.5.33 แสดงการออกแบบในองค์ประกอบอื่นๆ บนบรรจุภัณฑ์

3.4 Design Refinement (Structure and Graphic)

นำโครงสร้างที่ผ่านการพัฒนาแบบ มาจัดวางร่วมกับกราฟิกที่ได้เลือกมาโดยมีรายละเอียดทั้งหมดของโครงการดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม (Salad Dressing) ขนาดบรรจุ 150 มิลลิลิตร



ภาพที่ 3.6.0 แสดงบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม



ภาพที่ 3.6.1 แสดงภาพคลี่ฉลากบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม

2. บรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน (Marinader Bag) ขนาดบรรจุ 120 กรัม / ถุง



ภาพที่ 3.6.2 แสดง บรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน



ภาพที่ 3.6.3 ภาพ کلی และ ส่วนประกอบของฉลากหมึกเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน

3. บรรจุภัณฑ์ น้ำจิ้มรสชาติน้ำจิ้มเนื้อสัตว์ก่อนทาน (Finishing Sauce) ขนาดบรรจุ 30 กรัม



ภาพที่ 3.6.4 แสดง แถบคาดของบรรจุภัณฑ์น้ำจิ้มรสชาติน้ำจิ้มเนื้อสัตว์

4. บรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดอาหารเส้น (Pasta Sauce) ขนาดบรรจุ 30 กรัม



ภาพที่ 3.6.5 แสดง แฉกควดของบรรจุภัณฑ์น้ำซอสราดอาหารเส้น

5. บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า (Rice with Spicy Curry) ขนาดบรรจุ 25 กรัม



ภาพที่ 3.6.6 แสดง แฉกควดของบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า

6. บรรจุกัมน์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส (Rice Seasoned Mix)



ภาพที่ 3.6.7 แสดง แกบคาดของบรรจุกัมน์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส

7. บรรจุกัมน์ รวมหน่วย เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์เพื่อถนอม บำรุง (Spice Rub Set)

ขนาดบรรจุ 120 กรัม



ภาพที่ 3.6.8 แสดง ส่วนประกอบของบรรจุกัมน์ เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์

8. บรรจุกัณฑ์ แบ่งสำหรับทอดปรุงรสอาหาร (Batter Spice Mix) ขนาดบรรจุ 120 กรัม



ภาพที่ 3.6.9 แสดง แกบคาดของบรรจุกัณฑ์แบ่งสำหรับทอดปรุงรสอาหาร

9. บรรจุกัณฑ์เครื่องแกงอินเดีย (Indian Style Curry) ขนาดบรรจุ 150 กรัม



ภาพที่ 3.6.10 แสดงบรรจุกัณฑ์ เครื่องแกงอินเดีย

10 . บรรจุภัณฑ์ รวมหน่วยเครื่องเทศสูงปรุงรูปแบบไต (Spice Bags) ขนาดบรรจุ 60 กรัม 12ถุงย่อย



ภาพที่ 3.6.11 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสูงปรุงรูปแบบไต

11. บรรจุภัณฑ์ สมุนไพรอบแห้ง (Freeze Dry Herb) ขนาดบรรจุ 54 กรัม / 18 ซองย่อย (ซองละ 3 กรัม)

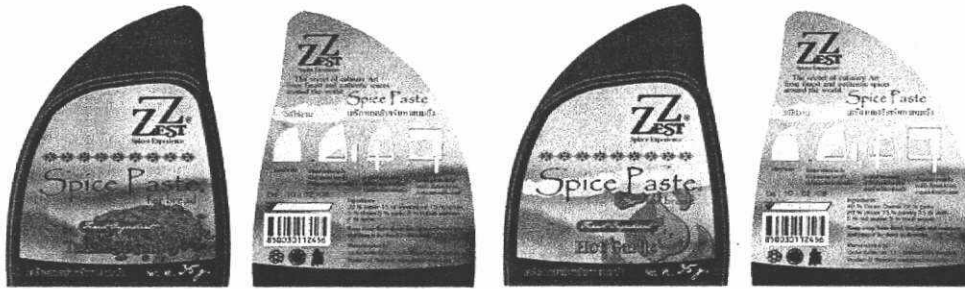


ภาพที่ 3.6.12 แสดงบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรอบแห้งบรรจุถาด ชนิดซองย่อย



ภาพที่ 3.6.13 แสดง ภาพคลี่ และ ส่วนประกอบของสมุนไพรอบแห้งชนิดซองย่อย

12. บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทาหน้าขนมปัง (Spice Paste for Bread) ขนาดบรรจุ 35 กรัม



ภาพที่ 3.6.14 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทาหน้าขนมปัง (ด้านหน้า - หลัง)

13. บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศจิ้มขนมปัง (Spice Dipping) ขนาดบรรจุ 20 กรัม



ภาพที่ 3.6.15 แสดงภาพคลี่ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกของเครื่องเทศจิ้มขนมปัง



ภาพที่ 3.6.16 แสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศจิ้มขนมปัง

3.5 วิเคราะห์การออกแบบและประเมินค่า (Design Analysis Evaluation)

จากขั้นตอนการพัฒนาแนวความคิดและกระบวนการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนี้สามารถนำมาสรุปผลทางการออกแบบทั้งทางด้านการใช้งาน ด้านกราฟิกและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านการใช้งาน

1. บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองผู้บริโภคในการปรุงอาหารได้ดีกว่าวิธีเดิม
2. บรรจุภัณฑ์ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถปรุงอาหารที่ทำยากได้ง่ายขึ้น และประหยัดเวลา
3. บรรจุภัณฑ์ยังคงตอบสนองความรู้สึกที่ดีในการใช้งานเครื่องเทศ เมื่อเทียบกับการใช้งานเครื่องเทศแบบผู้เชี่ยวชาญ

ด้านกราฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคให้มีความเข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาดที่มีอยู่
4. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในแง่การนำไปใช้งานในการปรุงอาหารได้อย่างถูกต้อง
5. บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกันในแต่ละกลุ่มสินค้า และในแต่ละรสชาติ
6. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างให้ผู้บริโภครับรู้ในแต่ละกลุ่มสินค้าภายในแบรนด์ได้

ด้านโครงสร้าง

1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ไม่ซ้ำซ้อนและดูโดดเด่นในท้องตลาดเมื่อเทียบกับสินค้าคู่แข่ง
2. โครงสร้างมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วมกันในแต่ละกลุ่มสินค้า
3. โครงสร้างที่ออกแบบนั้นช่วยสนับสนุนในด้านการใช้งาน และภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี



บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองานและแบบแสดงรายละเอียด

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN
SPICES PACKAGING

Introduction **1**

Company **Globofood co.**
Brand **LOBO**
Target **ผู้ใช้ระดับ กลาง - ล่าง**

สภาพตลาด และ ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

1. Trend อาหารนานาชาติได้รับความนิยม และผู้คนสนใจ
2. ตลาดเครื่องปรุง กลุ่มเป้าหมายระดับบนมีความต้องการเครื่องปรุงเฉพาะสำหรับอาหารแต่ละประเภท มากกว่าแบบสารพัดประโยชน์
3. คนเริ่มทำอาหารทานเองมากขึ้น ผู้บริโภคมือใหม่ส่วนใหญ่มีทักษะในการปรุงไม่มากนัก ต้องการเครื่องปรุงที่ช่วยเหลือความสะดวก

จึงมีความต้องการที่จะออกผลิตภัณฑ์ที่สามารถยกระดับสินค้าเดิมคือเครื่องเทศเครื่องปรุงรสให้มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทั้งด้านความสวยงามและการใช้งาน และตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ในท้องตลาด

- Lobo
- Pa-Win-Khao
- Thai Heritage
- Worldfoods
- Pa-Lao
- Moomick

จุดขาย ZEST

- เป็นเครื่องเทศที่มีความหลากหลายในด้านรสชาติ หลากประเภทของอาหาร
- สินค้าที่จะเสริมความในครัวจะไปยังการปรุงแต่ละชาติ
- เน้นการนำเสนอสูตรการปรุงอาหารที่แปลกใหม่โดยอาศัยความเป็นนานาชาติ
- สร้างภาพลักษณ์ในเชิงมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เช่น อามก ความรู้สึก ในการใช้งาน
- สร้างพฤติกรรมการใช้งานเฉพาะซึ่งมีเอกลักษณ์และเชื่อมโยงกับการปรุงได้
- มีภาพลักษณ์ที่ดูมีคุณค่าและราคาสูง สำหรับผู้ใช้ระดับบน

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องเทศของกลุ่มเป้าหมาย

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN
SPICES PACKAGING

Introduction **2**

Main Target Group

กิจกรรม

หรือ 70 % ราย 20 %
อายุ 27 - 45 ปี
มีอาชีพหลักที่มีภาระงาน
มีห้อง ฐานะดี รายได้สูง
ครอบครัวเล็ก
มีสมาชิก 2-3 คน

ลักษณะ

ชอบลอง ของแปลกใหม่
สนใจอาหารต่างชาติ
ชอบดูรายการอาหารต่างประเทศ
ชอบดูรายการอาหารต่างประเทศ
และเรียนรู้วิถีและ
สูตร สืบค้น จากสื่อ
เป็นนิจ
ใส่ใจสุขภาพและเลือก
ผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้วัตถุดิบ
จากเมือง ของตนเอง
มีสติปัญญา

อุปนิสัย

ชอบดูรายการอาหาร
ต่างประเทศ
ชอบดูรายการอาหาร
ต่างประเทศ
และเรียนรู้วิถีและ
สูตร สืบค้น จากสื่อ
เป็นนิจ
ใส่ใจสุขภาพและเลือก
ผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้วัตถุดิบ
จากเมือง ของตนเอง
มีสติปัญญา

Minor Target Group ผู้มีทักษะในการปรุงอาหาร แต่ต้องการความแปลกใหม่หรือความสะดวกในการใช้งาน เครื่องเทศ

ZEST

เครื่องเทศ ที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้งาน ที่ยังขาดประสบการณ์ ให้สามารถใช้งานได้โดยสะดวก และยังคงอารมณ์อันมีเสน่ห์แห่งการใช้งานเครื่องในการปรุงอาหารตั้งมืออาชีพ

ภาพที่ 4.1-2 แผ่นภาพแสดงกลุ่มเป้าหมาย



Lobo by Globofood co.

โลโบ เป็นยี่ห้อที่มีความหลากหลายของสินค้ามากที่สุด และมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับต้นๆ ในด้านสินค้าแปรรูปเพื่อการปรุงอาหาร เน้นสินค้าที่ใช้ปรุงอาหารแต่ เช่น ผงปรุงรส ผงหมักไก่ ผงทำหมูแดง ผงหมักแหนม ผงปรุงผัดกระเพรา เป็นต้น สินค้าที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดคือ เครื่องเทศชนิดบดผง เป็นกระปุกขนาดเล็ก ในชื่อ Globo Spice เพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดจากตราที่มีช่องทางจำหน่าย ผ่านทาง Supermarket ทุกระดับ และร้านสะดวกซื้อ

ภาพลักษณ์ มีความเป็นสากล สดใตกลางๆ โดดเด่นไปในทางดี เรียบง่าย และเน้นสินค้าทั่วไปที่คนรู้จักดีเช่น หมูแดง ข้าวหมกไก่ แอ่งกะหรี่ไก่ ส้มตำ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่ต้องการปรุงอาหารทานเองโดยสะดวก ไม่ต้องยุ่งยากในการเตรียมเครื่องปรุง แม่บ้านระดับ กลาง - สูง กลุ่มมองชาวต่างชาติ ที่ชื่นชอบอาหารไทยที่เป็นที่รู้จักดี

45020111

Nittayak Nuntasuksamee

ภาพที่ 4.1-3 แผ่นภาพแสดงข้อมูลบริษัท

ส่วนที่นำมาใช้งาน



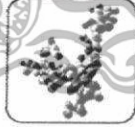
ใบ

เครื่องเทศแห้งจากพืชเกี่ยวข้องและสามารถเตรียมได้จากหลายวิธี เช่น การทำให้เป็นเครื่องเทศแห้ง โดยการโขลกนึ่งก็ได้หลายวิธี ภายใต้อุณหภูมิที่ต่ำกว่าจุด มีทั้งแบบละเอียด และหยาบ หรือแบบทั้งชิ้นหรือครึ่งเครื่องเทศ ส่วนอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้แบบสด หรือเครื่องเทศสด ซึ่งบางชนิดก็มีการปรับให้เหมาะสมกับอาหารบางชนิด เช่น ใบกระเทียมอบแห้ง

ใช้ทั้งชิ้น หรือบด
เป็นผงละเอียด



ใช้ทั้งชิ้น หรือบดเป็นผง
ละเอียด + ผงหยาบ



ใช้ทั้งใบสด/อบแห้ง
อบแห้งและบดเป็นผง



ส่วนใหญ่เป็นอบแห้ง
อบแห้ง ทำ เป็นผง
ละเอียด หยาบ

ลักษณะทางกายภาพที่นำมาใช้งาน

45020111

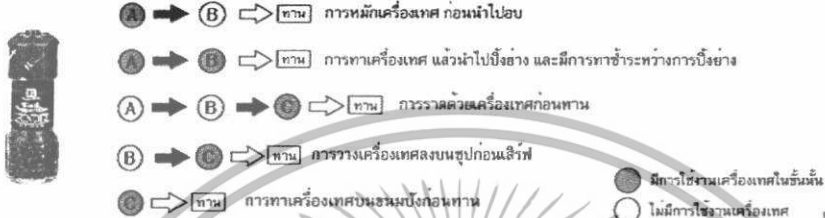
Nittayak Nuntasuksamee

ภาพที่ 4.1-4 แผ่นภาพแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์

แผนภาพแสดงขั้นตอนการประกอบอาหาร ที่มีการใช้งานเครื่องเครื่อร่วมกันในลักษณะต่างๆ



การประกอบอาหารมีความหลากหลาย ซึ่งในอาจมีการใช้งานเครื่องเทศในแต่ละขั้นตอนแตกต่างกันไปในการประกอบอาหารแต่ละประเภท และแต่ละสูตร โดยอาจขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ปรุงเอง ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น



45020111

Nattayul Nuntasukasame

ภาพที่ 4. 1-5 แผ่นภาพแสดงขั้นตอนการประกอบอาหาร

โดยสรุปสามารถจำแนกเครื่องเทศตามทรงกายภาพที่นำมาใช้ได้ดังนี้



- เครื่องเทศที่พ่นขึ้น (Air-dry Spices)
- เครื่องเทศผง (Ground Spices)
- เครื่องเทศที่มีรูปร่างแข็งและหนัก (Hard Spices)
- เครื่องเทศชิ้น (Powder)
- เครื่องเทศที่มีรูปร่างแข็ง (Dose)
- เครื่องเทศที่อาจใช้แทนหรือใช้ร่วมกับส่วนผสมอื่นได้



สรุปลักษณะการใช้งานเครื่องเทศในการปรุงอาหาร

- การใส่เครื่องเทศในอาหาร โดยตรงในรูปแบบ ผง, ชิ้น เช่นการเติมพริกไทย
- การผสมอาหารลงในส่วนผสมเครื่องเทศ เช่นการหมัก เนื้อสัตว์ ด้วยซอส
- การคลุกเคล้าด้วยเครื่องเทศ เช่นการคลุกเนื้อไก่ด้วยผงแกงกะหรี่
- การทา ปาด เครื่องเทศในรูปแบบผง และ ของเหลว หรือทั้ง 2 อย่าง เช่นการทากระเทียมบนขนมปัง
- การวางเครื่องเทศบนอาหาร เช่นการวางใบโห่ บนเนื้อสัตว์ก่อนอบ หรือวางลงในซูป
- การเทราดในรูปแบบของเหลว เช่น น้ำซอสเครื่องเทศราดบนสปาเก็ตตี้
- การโรยหน้า เช่น ขนมปังโรยงาคั่ว
- การผสมเครื่องเทศกับวัตถุดิบอื่นๆ เช่นผสมเครื่องเทศกับน้ำสลัด

45020111

Nattayul Nuntasukasame

ภาพที่ 4. 1-6 แผ่นภาพแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยสรุป



ภาพรวมตลาดเครื่องปรุงรส

เครื่องปรุงรสอาหารยังคงขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยหนุนหลากหลายประการ คือ คนไทยที่หันมานิยมรับประทานอาหารประเภทมากขึ้น จากเดิมที่นิยมบริโภคผักปลาและซอสกัวเทืองเท่านั้น รวมทั้งพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของคนไทยที่นิยมบริโภคอาหารที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการปรุงรสอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสอาหารมีการวิจัยและพัฒนาเครื่องปรุงรสอาหารที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

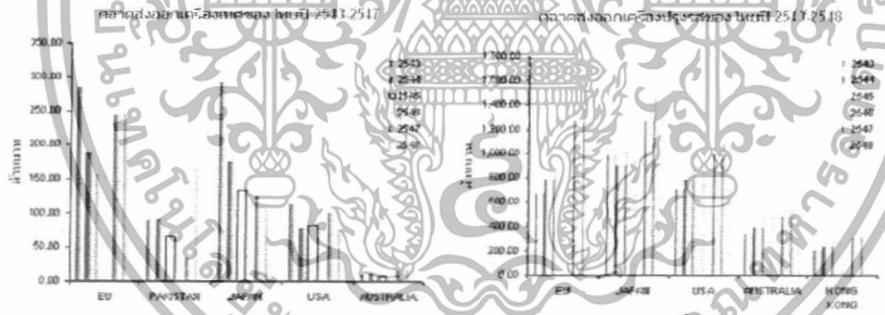
สภาวะตลาดเครื่องปรุงรส

ตลาดแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ตลาดระดับบน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ผู้ที่มีรายได้สูง ว่างแรม ร้านอาหารและภัตตาคารชั้นนำ ตลาดระดับกลาง-ล่าง ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 85 การแข่งขันเข้มข้น มีผู้เล่นมากมาย ดังนั้นผู้ผลิตต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ กันเพื่อส่งเสริมการขาย

45020111

Nuttayul Nuntasuksasong

ภาพที่ 4. 1-7 แผ่นภาพแสดงข้อมูลด้านการตลาด



ข้อมูลจาก แผนภูมิวิเคราะห์ข้อมูล สถาบันการอาหาร ตลาดของเครื่องเทศมีความผันผวน ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับราคาวัตถุดิบ การค้าขายมีแนวโน้มเป็นช่วงๆ ซึ่งหากนำไปประยุกต์ทำให้ราคาขายคงที่ ตลอดจนเพิ่มมูลค่าจำหน่ายมากกว่าควรระวังรูปแบบที่จะเน้นการโปรโมตในต่างประเทศ ผู้ผลิตควรปรับตัวให้ทันกับตลาดโลกที่กำลังขยายตัวและแข่งขันกับสินค้านำเข้าที่เพิ่มขึ้น

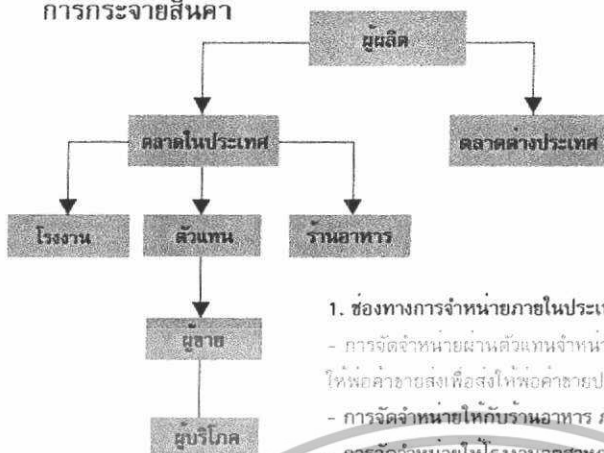
ตลาดของปรุงรสภายในประเทศ และตลาดส่งออก มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปีเนื่องจากความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น จากการที่คนหันมาบริโภคอาหารที่ตัวเองมากขึ้น และผู้บริโภคกำลังมองหาตลาดสินค้าที่ปลอดภัยในเชิงความสะอาดสบายใจในการปรุงรสจึงหันมาซื้อวัตถุดิบปรุงให้สุขภาพเหมือนในอดีต

45020111

Nuttayul Nuntasuksasong

ภาพที่ 4. 1-8 แผ่นภาพแสดงข้อมูลตลาดเครื่องเทศและเครื่องปรุงรส

การกระจายสินค้า



1. ช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ มี 3 ช่องทางคือ
 - การจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งตัวแทนจำหน่ายจะส่งต่อให้พ่อค้าขายส่งเพื่อส่งให้พ่อค้าขายปลีกและผู้บริโภคต่อไป
 - การจัดจำหน่ายให้กับร้านอาหาร กัดตาคาร
 - การจัดจำหน่ายให้โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าต่อไป
2. ช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ

45020111

Nuttayon Nuntasuksasone

ภาพที่ 4. 1-9 แผ่นภาพแสดงการกระจายสินค้า

ข้อมูลทางด้านการตลาดของเครื่องเทศไทยส่ง

สถานประกอบการบริโภค : ใช้เป็นส่วนผสมในการประกอบอาหาร และไม่มีการแปรรูป หรือทำให้อยู่ในรูปที่โรงงานได้สะดวกมากนักและโรงงานในลักษณะเครื่องปรุง

พฤติกรรมผู้บริโภค : - การบริโภคของผู้บริโภคเปลี่ยนไปต้องการความสะดวกสบายมากขึ้นจึงทำให้มีการพยายามแปรรูปเครื่องเทศไทยในรูปที่ใช้สะดวกมากขึ้นหรือมีการนำเครื่องเทศหลายชนิดผสมกันให้สำเร็จรูปใช้ได้ทันที

ผู้ผลิต : มีน้อยราย ส่วนใหญ่ขาดมาตรฐานในการผลิต ใช้กรรมวิธีการผลิตง่าย ๆ และไม่มีกำลังในการเก็บเกี่ยวและนำเขาสินค้ามาจำหน่าย

ราคาจำหน่าย : ขายในราคาต่ำหากไม่มีการแปรรูปหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้งาน

ความต้องการ : มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากได้รับความนิยมมากขึ้น

สรุป : บริษัทเป็นผู้นำด้านการผลิต และจำหน่ายภายในประเทศ จึงมีศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม สะดวกในการใช้งานในการเตรียม และปรุงอาหารมากขึ้น สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และมีความต้องการในการบริโภคอาหารที่ใช้เครื่องเทศมากขึ้น

ที่มา : วารสารสถาบันอาหาร ปีที่ 6 ฉบับที่ 35 มิถุนายน 2547 และข้อมูลจากกรมศุลกากร

45020111

Nuttayon Nuntasuksasone

ภาพที่ 4. 1-10 แผ่นภาพแสดงข้อมูลด้านการตลาด โดยสรุป

Thai Heritage , หอมหวล

สินค้าที่จำหน่าย เน้นสินค้าปรุงรสอาหารประเภทซอส เป็นกระปุก และ ซวด เป็นสินค้าไทยที่มี การส่งออกและจำหน่ายในประเทศ เน้นการปรุงอาหารที่เป็นสูตรของไทยที่นิยม ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ premium เช่น Paragon Emporium ส่วน Brand หอมหวล เน้นตลาดในประเทศ Supermarket ทั่วไป ภาพลักษณ์ มีความเป็นไทยแบบร่วมสมัย แสดงถึงคุณค่า และเสน่ห์อาหารไทย ส่วน Brand หอมหวล จะเป็แบบไทยๆ กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบนรายได้ดี ชาวต่างชาติ Brand หอมหวลเน้นแม่บ้านระดับกลาง ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นขวดแก้วทรงสูง และกระปุกทรงเตี้ย ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จในภาชนะ กราฟิกดูเรื่อง ๆ มีการใช้ลายไทยบ้าง



45020111

Nuttayut Nuntasuksasone

ภาพที่ 4. 1-11 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง

ตลาดเครื่องแกง

กลุ่มที่แพ้คู่แข่งแกง นวัตกรรมเป็นหลัก ภาพลักษณ์ มีความเป็นไทย หรือเรียบง่าย กลุ่มเป้าหมาย ระดับ กลาง-สูง ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นซอง และกระปุกพลาสติก ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จในภาชนะ และภาพเครื่องเทศไทย จัดวางแบบเรียบง่าย



จุดเด่น ใช้ซองใสแสดงความสดใหม่ของสินค้า



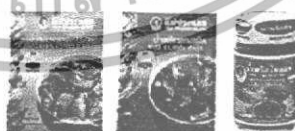
จุดเด่น มีกล่องกระดาษซ้อนอีกชั้น เพื่อ ความสวยงาม



จุดเด่น เป็นขวดพลาสติก ได้ดเด่นที่สินค้าติดตลาด



จุดเด่น ใช้ยี่ห้อใหม่ บรรจุภัณฑ์ทันสมัย



จุดเด่น ขาดในด้านภาพลักษณ์ ความเชี่ยวชาญ

45020111

Nuttayut Nuntasuksasone

ภาพที่ 4. 1-12 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 1

Gravox

สินค้าที่จำหน่าย เน้นสินค้าปรุงรสอาหารประเภทน้ำซอสแกร์ รัตอาหาร ประเภทต่างๆ เช่นเนื้อสัตว์ สลัด เป็นสินค้านำเข้ามาจากออสเตรเลีย เน้นอาหารยุโรป ช่องทางการจำหน่าย Supemarget ระดับ premium เช่น Paragon Emporium ภาพลักษณ์ เรียบง่าย ใช้งานง่าย นวัตกรรม ประสิทธิภาพสูง ความเป็นสากล ความหลากหลายของรสชาติ กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบนรายได้ดี ที่ทำอาหารทานเอง แต่ต้องการประหยัดเวลา ชาวต่างชาติในประเทศ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นซองพลาสติกซิล ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ราดด้วยผลิตภัณฑ์ที่ดูน่าทาน มีขนาดใหญ่ กราฟิกเรียบง่าย แบ่งด้วยสี เพื่ออำนวยความสะดวกและแยกแยะประเภทและ ค้นหา



45020111

Nuttapol Nuttasakulrajame

ภาพที่ 4. 1-13 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 2



PAI-KIN-KHAO by Jim Thomson เป็น Brand ที่เปิดตัวไปไม่นานเน้นจำหน่ายสินค้า เครื่องเทศ สมุนไพร และเครื่องเทศผสม และสินค้าแปรรูป อย่าง พริกแกง มะขามเปียก น้ำพริก หรือน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม ช่องทางการจำหน่าย ผ่านทาง Supermarket ระดับ Premium เช่น ออมโพเรียม พารากอน เกษรพลาซ่า ภาพลักษณ์ ความทันสมัย และดีไซน์เรียบง่าย เรียบหรูรายละเอียด สีสันที่เด่น กลุ่มเป้าหมาย ชาวต่างชาติ พ่อครัวแม่ครัวระดับ premium หรือผู้ที่ชื่นชอบ เครื่องเทศเป็นชีวิตจิตใจ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ หลากหลายรูปแบบ ทั้งซองพลาสติก ซดแก้ว กระปุกมีฝาปิด ลักษณะกราฟิก จัดวางเป็นแบบเรียบง่าย สีพาสเทลใส่น้ำหนัก ดูกลมกลืน ใช้แถบสีมาก ไม่ใช้ภาพประกอบ เน้นบรรจุภัณฑ์ที่เห็นสินค้าได้มาก ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก



45020111

Nuttapol Nuttasakulrajame

ภาพที่ 4. 1-14 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 3

Exotic Thai

จำหน่ายสินค้า ที่ใช้ปรุงอาหารอย่าง น้ำพริก ซอสปรุงรส สินค้าปรุงรสอื่นๆ เช่นน้ำปลา เส้นก๋วยเตี๋ยว และอาหารสำเร็จรูป
 ช่องทางการจำหน่าย ผ่านทาง Supermarket ระดับ Premium เช่น เอ็มโพเรียม พารากอน เกษรพลาซ่า
 ภาพลักษณ์ ความเป็นไทยแบบร่วมสมัย มีความสวยงาม พิถีพิถัน สีสันจัดจ้าน
 กลุ่มเป้าหมาย ชาวต่างชาติ พ่อครัวแม่ครัวระดับ premium หรือผู้ที่ชื่นชอบ
 เครื่องเทศเป็นชีวิตจิตใจ เน้นตลาดส่งออกด้วย
 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ทั้งซองพลาสติก ขวดแก้ว กระปุก กระป๋องโลหะ
 ลักษณะกราฟิก สีสันจัดเจน มีความเป็นไทยสากลที่เรียบง่าย มีภาพอาหารหรือ
 วัตถุดิบขนาดใหญ่ เน้นใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก



45020111

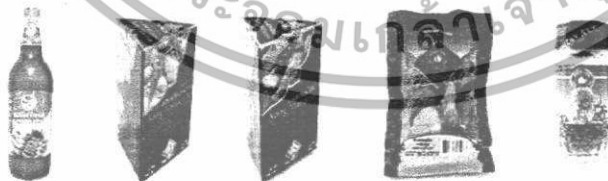
Nuttayord Nuntasuksasorn

ภาพที่ 4. 1-15 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 4

ตรามือ

เป็น Brand ที่ครองตลาดเครื่องเทศในปัจจุบัน และยังมีสินค้าแปรรูปเครื่องเทศ
 หลากหลาย ทั้งเครื่องแกง เครื่องต้มยำ น้ำซอส ซอว์ น้ำจิ้ม อาหารเส้น อาหารแห้งอื่นๆ

ภาพลักษณ์ มีความเป็นสากล เป็นที่ยอมรับ เป็นบุกเบิก ความดั้งเดิม แนวเครื่องเทศตะวันออก
 มีการพัฒนาสินค้า มีการปรับภาพลักษณ์ให้ทันสมัยและสร้างคุณค่าโดยใช้ Brand ย่อย คือ Spice Story
 การจัดจำหน่ายผ่านทาง ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก Supermarket ทั่วไป หรือซื้อได้ง่ายโดยเฉพาะพริกไทย
 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ หลากหลายรูปแบบ ทั้งซองพลาสติก ขวดแก้ว กระปุก กล่องกระดาษ
 ลักษณะกราฟิก เห็นโลโก้ชัดเจน มีภาพอาหารที่เป็นภาพจริง และเครื่องเทศที่เป็นภาพวาด
 กลุ่มเป้าหมายคนรักมือ ใจอาหาร และแม่บ้าน ระดับกลาง
 กลุ่มเป้าหมาย Spice Story กลุ่มแม่บ้านระดับบน และ ชาวต่างชาติ



45020111

Nuttayord Nuntasuksasorn

ภาพที่ 4. 1-16 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 5

ผู้ผลิตสินค้าเครื่องเทศจากต่างประเทศ

บริษัทเหล่านี้จะนำเข้าสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศเข้ามาจำหน่ายในบ้านเรามาช่องทาง Supermarket ระดับกลาง-บน กลุ่มเป้าหมายคือ แม่บ้านระดับกลาง - บน ที่ปรุงอาหารทานเอง หรือร้านอาหารที่เน้นด้านวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ

Durkee เป็น Brand ที่เข้ามาในบ้านเรานานแล้ว เริ่มจำหน่ายสินค้าเครื่องเทศปน ชนิดกระปุกเป็นหลัก และสินค้าปรุงรสที่ใช้เครื่องเทศผสมหลายชนิดสำหรับ อาหารเฉพาะอย่าง เช่น อาหารย่าง ก็จะมีเครื่องเทศผสมสำหรับโรยหรือทา หรือพริกสมุนไพรอบแห้ง ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ กลาง - บน กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับกลาง-บน มีทักษะในการทำอาหาร ชาวต่างชาติในประเทศไทย ภาพลักษณ์ เป็นเครื่องปรุงที่เน้นอาหารฝรั่งเป็นหลัก ภาพลักษณ์ดูมีความเป็นมา และเป็นผู้เชี่ยวชาญ ในด้านเครื่องเทศ จากอเมริกา ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นกระปุกที่มีปากกว้างหลายขนาด ฝาใช้พลาสติกออกมาโดยตรง ลักษณะกราฟิก เครื่องเทศที่ใช้งานทั่วไปจะไม่มีการประกอบ มีแต่โลโก้ และองค์ประกอบของพื้นหลัง ให้ตัวอักษรเด่น แต่หากเป็น เครื่องเทศสำหรับใช้งานเฉพาะ ก็จะมีภาพการประกอบอาหาร



45020111

Nuttaporn Nuntasukkasong

ภาพที่ 4. 1-17 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 6

McCormick

เป็นอีก Brand ที่เข้ามาในบ้านเรานานแล้วเช่นกัน เป็น Brand ที่มีชื่อเสียงมานาน และเป็น Brand ที่มียอดขายสูงที่สุดของสินค้าเครื่องเทศมาเลเซีย เริ่มจำหน่ายสินค้าเครื่องเทศปน ชนิดกระปุกเป็นหลักและสินค้าปรุงรสที่ใช้เครื่องเทศผสมหลายชนิดสำหรับอาหารเฉพาะ เช่น ซอสทาเนอ ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ กลาง - บน กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับกลาง-บน มีทักษะในการทำอาหาร ชาวต่างชาติในประเทศไทย ภาพลักษณ์ เป็นเครื่องปรุงที่เน้นอาหารฝรั่งเป็นหลัก เช่นเดียวกับ Durkee มีความเป็นผู้นำ และเป็นผู้นำยุคดิจิทัลตะวันตก ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นกระปุกที่มีปากกว้างหลายขนาด ฝาใช้พลาสติกออกมาโดยตรง ใช้ยี่ห้อสินค้า ลักษณะกราฟิก เรียบง่าย มีภาพประกอบเป็นภาพวาด เครื่องเทศบางอย่างจะไม่มีการประกอบ ภาพกรรมวิธีการประกอบอาหาร เน้นโลโก้ให้มีความชัดเจนด้วยการวางบนแถบแดงคู่คุณค่า



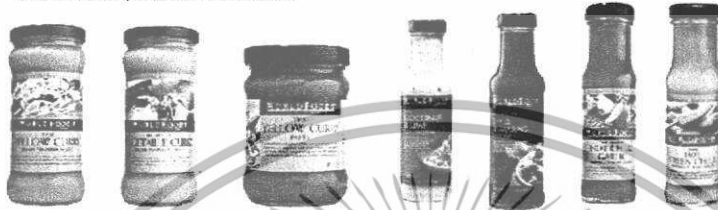
45020111

Nuttaporn Nuntasukkasong

ภาพที่ 4. 1-18 แผ่นภาพแสดงข้อมูลคู่แข่ง 7

WorldFoods

สินค้าที่จำหน่าย เน้นสินค้าปรุงรสอาหารประเภทซอส เป็นกระปุก เป็นสินค้านำเข้ามาจากต่างประเทศ เน้นการปรุงอาหารที่เป็นสูตรของแต่ละชาติ
 ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ premium เช่น Paragon Emporium
 ภาพลักษณ์ เรียบหรู ความเป็นสากล ความหลากหลายในตัวละครชาติสินค้า เน้นสูตรอาหารนานาชาติ สื่อถึงคุณภาพ น่าเชื่อถือ
 กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบนรายได้ดี ชาวต่างชาติ
 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นขวดแก้วใสทรงสูง และกระปุกใสทรงเตี้ย แสดงสินค้าภายในอย่างชัดเจน
 ลักษณะกราฟิก ภาพอาหารที่ปรุงเสร็จในภาชนะ ภาพเครื่องเทศแบบโคลอสัส จัดวางแบบเรียบง่าย
 พื้นหลังสีอ่อนๆ เพื่อให้ภาพอาหารเด่น



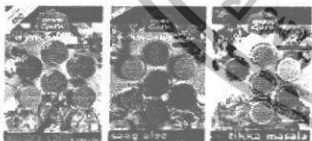
45020111

Nuttayul Nuntasukasingne

ภาพที่ 4. 1-19 แผ่นภาพแสดง ข้อมูลคู่แข่ง 8

Fiddes Payne

เป็นสินค้า เครื่องเทศ ที่เป็นขวดคิ๊บ
 ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ Premium (Foodhall Central Chidlom)
 กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบน ผู้ที่ชื่นชอบและมีรสนิยมเป็นเลิศด้านเครื่องเทศ
 ภาพลักษณ์ โดดเด่นด้วย บรรจุภัณฑ์ทันสมัย และมองเห็นตัวสินค้า เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าที่มีการนำเข้า
 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ เป็นกระปุกใสที่มีปากกว้าง และมีช่องมองเห็นสินค้า ลักษณะกราฟิก ใช้แถบสีและอักษร
 แยกประเภทสินค้า มีภาพประกอบขนาดเล็ก พื้นหลังมีเรื่องราวโดยเป็นแผนที่โลกโบราณสื่อถึงการเดินทางของ
 เครื่องเทศผ่านทางเรือ เชื่อมโยงกับโลโก้



Kitchen Guru

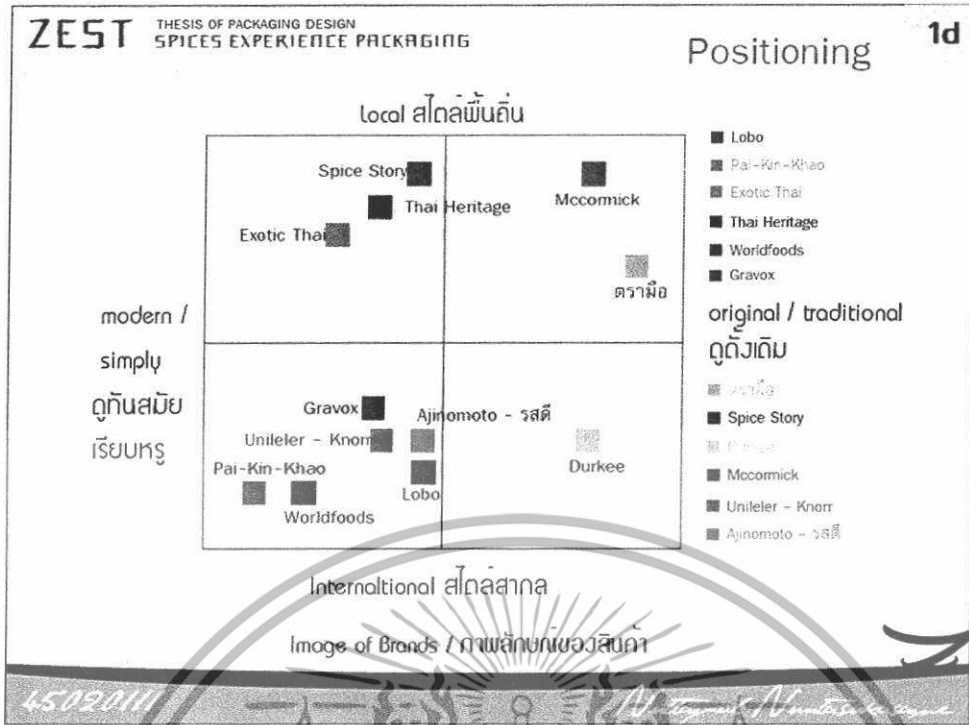
ลักษณะกราฟิก พื้นหลังเป็นภาพอาหารที่ปรุงเสร็จประกอบด้วยภาพเครื่องเทศบนโต๊ะอาหาร
 ที่มีส่วนผสมเป็นเครื่องเทศได้อย่างชัดเจน โลโก้เป็นรูปโค้งของสถาปัตยกรรมอินเดียสื่อถึงอาหารอินเดีย

เป็นสินค้า เครื่องเทศ ที่มีจุดเด่นที่บรรจุภัณฑ์แสดงประเภท
 เครื่องเทศที่ใช้ปรุงคานหากล่อง
 ช่องทางการจำหน่าย Supermarket ระดับ Premium
 (Foodhall Central Chidlom)
 กลุ่มเป้าหมาย แม่บ้านระดับบน ผู้ที่ชื่นชอบรสชาติของอาหารอินเดีย
 ภาพลักษณ์ โดดเด่นด้วย บรรจุภัณฑ์ทันสมัย และมองเห็นตัวสินค้า
 เป็นผลิตภัณฑ์สร้างจุดขายโดยทำเป็นลักษณะคล้ายตำรา
 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นพลาสติกแผ่นขึ้นรูปด้วยความร้อน

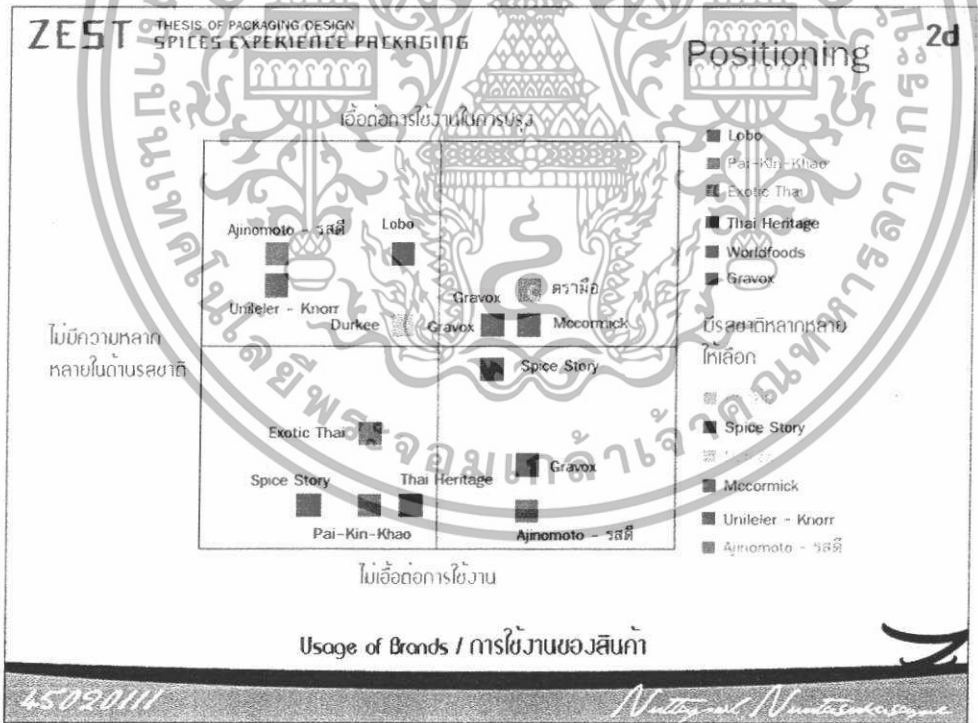
45020111

Nuttayul Nuntasukasingne

ภาพที่ 4. 1-20 แผ่นภาพแสดง ข้อมูลคู่แข่ง 9




ภาพที่ 4. 1-21 แผ่นภาพแสดงการวางตำแหน่งในด้านภาพลักษณ์



ภาพที่ 4. 1-22 แผ่นภาพแสดงการวางตำแหน่งในด้านการใช้งาน

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN
SPICES EXPERIENCE PACKAGING

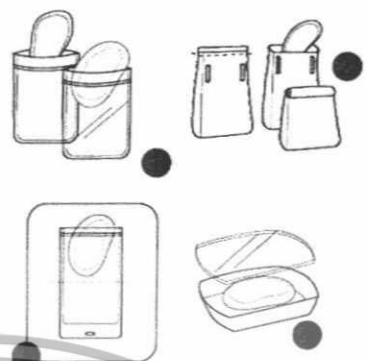
Problem and Need **1e**



เครื่องเทศหมักเนื้อสัตว์
Spice mannader

- ดับกลิ่นคาว
- ปูรส ส ลี กลิ้น
- โทเนื้อนุ่ม

แนวทางการแก้ปัญหา



ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- มีการบรรจุเนื้อสัตว์ดิบ
- เครื่องหมักต้องโดนหัวเนื้อสัตว์
- สามารถทนต่อการคองอนได้
- การหมักทำได้อย่างสะดวกไม่เลอะเทอะ
- มีการเก็บรักษาขณะหมักในตู้เย็นมีกลิ่นฉุน
- ซอสหมักเดิมใช้จานชงยากหลากสายส่วนผสม
- ภาชนะที่ใช้หมัก มักจะเป็นภาชนะเปิดที่ต้องหาผ้ามาปิด

น้ำมัน + กว๊าดอน → R


สถานะ ส่วนผสม/ การใช้งานเฉพาะ

45020111

ภาพที่ 4. 1-25 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 1

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN
SPICES EXPERIENCE PACKAGING

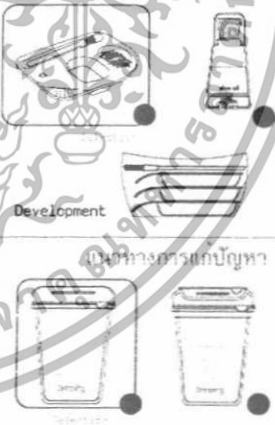
Problem and Need **2e**



เครื่องเทศน้ำสลัด
Salad Spice Dressing

- ปูรส ส ลี กลิ้น ทำฉ่ำ
- โทเนื้อชุ่มชื้น

แนวทางการแก้ปัญหา



ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- มีการทาฉ่ำไม่พอง
- ทนต่อความร้อนได้ ทนต่อการผสมวัตถุดิบ
- ต้องผสมส่วนผสมที่หลากหลายและยุ่งยาก

น้ำมัน + ผง → R

สถานะ ส่วนผสม/ การใช้งานเฉพาะ

Development

45020111

ภาพที่ 4. 1-26 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 2



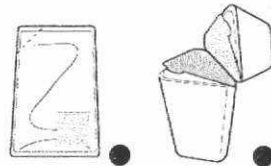
- คัดกลิ่นคาว
- ปูรส สี กลิ่น
- โฟมอ่อนนุ่ม
- ตกแต่งอาหาร

เครื่องเทศราดเนื้อสัตว์
Meat Spice Finishing Sauce

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- ผสม อุ่น และราดบนเนื้อสัตว์
- ทนความร้อนจากการอุ่นด้วยไมโครเวฟได้
- ส่วนจับใช้งานสะดวก

แนวทางการแก้ปัญหา



สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ

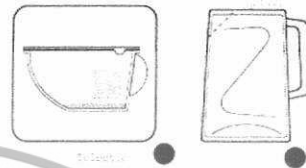
- เพิ่มรสชาติ
- สี กลิ่น โฟม
- นารีประทาน



เครื่องเทศราดอาหารเส้น
Pasta Spice Sauce

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- ผสม น้ำ เนื้อสัตว์ดิบ อุ่น และราดบนอาหารเส้นปรุงสุก
- ทนความร้อนจากการอุ่นด้วยไมโครเวฟได้ / ส่วนจับสะดวก



สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ

ภาพที่ 4. 1-27 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 3

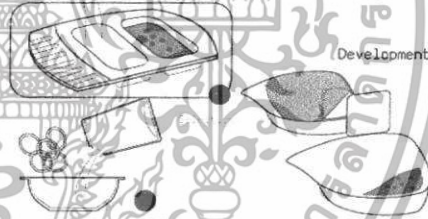


เครื่องเทศสำหรับทอดอาหารชุบแป้งทอด
Batter Spice Mix

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- ชุบเนื้อสัตว์ ลงในแป้ง ในเครื่องทอดและนำไปทอด
- การจับน้ำมันส่วนเกินออก
- มีการผสมน้ำลงในแป้ง
- ความสะอาดของ ปัญหาในการจัดเก็บ

แนวทางการแก้ปัญหา



สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ



เครื่องเทศปรุงสุกแบบใส่
Spice bag (Bouquet Garni)

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

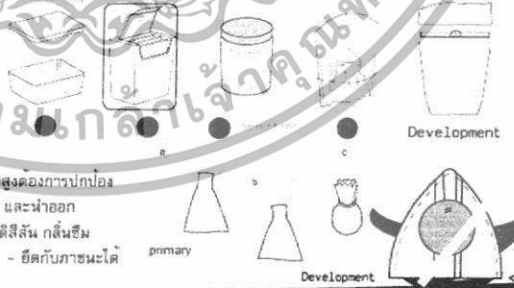
- ปูรส สี กลิ่น น้ำรูปตามสูตร
- เพิ่มความกลมกล่อมและรสชาติ

สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- ลักษณะภายนอกที่ดูสะอาดและมีความชื้นสูงต้องการปกป้อง
- มีการใส่ลงในภาชนะต้ม ในระยะเวลาหนึ่ง และนำออกจึงต้องทนความร้อนในน้ำเดือด และให้รสชาติสี กลิ่น ชิมออกมา - หลังจากต้มเสร็จนำออกใส่ตะกั่ว - ยึดกับภาชนะได้

แนวทางการแก้ปัญหา



ภาพที่ 4. 1-28 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 4

เครื่องเทศ ทำข้าวปรุงรส
Rice Seasoned Spice



- ปรุง รส สี กลิ่น
ใหม่กับประทาน

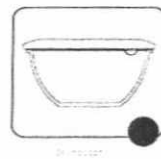
ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- เติมน้ำ + เนื้อสัตว์ดิบและอุ่น ใส่ข้าวหุงสุกใส่ลงไป และคั่วลงในจาน
- ทนความร้อนจากไมโครเวฟได้
- มีส่วนจับขณะร้อน



สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ

แนวทางการแก้ปัญหา



เครื่องเทศ ทำข้าวราดหน้า
Rice with Spicy Curry



- ปรุง รส สี กลิ่น
ใหม่กับประทาน

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- เติมน้ำและอุ่น โขลเพื่อสับและอุ่นใส่ข้าวหุงสุกใส่ลงไปคนให้ทั่ว
- คนไล่ระอุ
- ทนความร้อนจากไมโครเวฟได้
- มีส่วนจับขณะร้อน



สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ



45020111

Nattapong Nuntasakasame

ภาพที่ 4. 1-29 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 5

เครื่องเทศ ตอมแห้ง
Freeze dried Herbs



- ปรุง รส สี กลิ่น อาหาร
ได้หลากหลายตามสูตร
เช่นวุ้นนมเนืออบ ใส่อบ
ในซูปกอนเจลลี่

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- มีการใช้งานเป็นใบ เช่น ใบเบญจ หรือใบโหระพา เช่น Rosemary
- ต้องปกป้องความชื้นเป็นพิเศษ
- Pkg. เดิมสุกเสียด้านขึ้นได้ง่าย
- บรรจุให้เหมาะสมต่อการใช้งาน
- Pkg. เดิมใช้แตกหักเสียหาย
- หนีบใช้งานไม่สะดวก



สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ

แนวทางการแก้ปัญหา



Development

เครื่องแกง
Curry Paste



ขงผงขมิ้น น้ำมัน

45020111

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

- ปรุง รส สี กลิ่น อาหารได้หลากหลายตามสูตร เช่น พริกขี้หนู พริกขี้หนู พริกขี้หนู โขลเป็นส่วนผสม
- บรรจุให้เหมาะสมต่อการใช้งานในแต่ละครั้ง
- กันความชื้นและอากาศได้ดี
- นำออกมาใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว ไม่เลอะเทอะง่าย ไม่เสียหายเก็บได้นาน

สถานะ ส่วนผสม / การใช้งานเฉพาะ

แนวทางการแก้ปัญหา



Nattapong Nuntasakasame

ภาพที่ 4. 1-30 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 6

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN SPICES EXPERIENCE PACKAGING Problem and Need **7e**

เครื่องเทศทาขนมปัง
Spice Bread Spread

รูปทรงขวด
สถานะ ส่วนผสม

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

แนวทางการแก้ปัญหา

- มีการคัดออกภาชนะและปาดขนมปัง
- มีการใช้งานได้หลายครั้งต้องการ
- มีการเก็บรักษาในที่เย็น
- Pkg เดิม ปาดส่วนผสมได้ไม่หมด เหลือทิ้ง

45030111

ภาพที่ 4. 1-31 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 7

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN SPICES EXPERIENCE PACKAGING Problem and Need **8e**

เครื่องเทศจิ้มขนมปัง
Spice Dipping Sauce

รูปทรงขวด
สถานะ ส่วนผสม

ความต้องการในการใช้งานและปัญหา

แนวทางการแก้ปัญหา

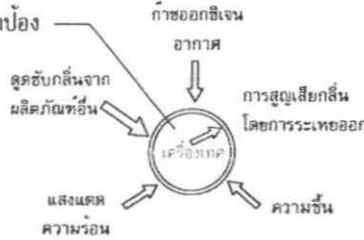
- บรรจุให้เหมาะสมเวลาการใช้งานใน 1 ครั้ง
- กันความชื้นและอากาศได้ดี
- ใช้งานสะดวกและมีทั้งใส่สะดวก

สรุปแนวทางที่วางตัวสินค้าคือเลือกใช้ดังนี้

45030111

ภาพที่ 4. 1-32 แผ่นภาพแสดงความต้องการและแนวทาง 8

ความต้องการในด้านการปกป้อง



ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสื่อมคุณภาพ

- แสงแดด และความร้อน ทำให้กลิ่น สี และรสชาติ เบาลง มาจากรังจําหน่าย หรือระหว่างการเก็บรักษาในระหว่างการใช้งาน จึงควรหลีกเลี่ยง ควรเก็บในที่มืดและเย็น
- ความชื้น ทำให้เกิดเชื้อรา และทำให้ลักษณะทางกายภาพเปลี่ยน ลักษณะที่เป็นผงจะจับตัวกัน กลิ่นและรสจะสูญเสียไป โดยความชื้นอาจมาจากอากาศ ภาชนะตัก มือของผู้ใช้ หรือการใช้งานผิดวิธี เช่น เปิดฝาบริเวณที่มีความชื้นสูง
- อากาศ เป็นตัวนำพาเอาความชื้นหรือทำให้กลิ่นจางหายไป หรือพาเอาเชื้อโรคเข้าไปปนเปื้อนในปริมาณสูง อากาศมาจากการรั่วซึมก่อนใช้งาน การปิดผนึกที่ไม่ดี วัสดุไม่ดี หรือการปิดเก็บที่ไม่ดีพอ
- แร่กระจายจากภายนอก จะทำให้ลักษณะกายภาพเปลี่ยน คือจะเสีรูปร่างและไม่น่าทานไม่น่าใช้งาน เช่น แร่กระจายจากภาชนะขนส่ง การวางซ้อน การเขย่า จึงควรเลือกวัสดุที่บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะกับกายภาพเครื่องเทศ

ภาพที่ 4. 1-33 แผ่นภาพแสดงวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

ชนิดของฟิล์มพลาสติกที่นิยมใช้พบในปัจจุบัน

1. พอลิเอทิลีนหรือถุงเงิน (PE)
2. พอลิโพรพิลีนหรือออรอน (PP)
3. พอลิสไตรีน (PS)
4. พอลิไวนิลคลอไรด์ (PVC)
5. พอลิอะไมด์ (PA)
6. พอลิไวนิลลิดีนคลอไรด์ (PVDC or Saran)
7. พอลิเอทิลีนเทอราฟทาเลต (PET)
8. ไอโอโนเมอร์ (Ionomer or Surlyn)
9. เอทิลีนไวนิลแอลกอฮอล์ (EVOH)

พลาสติก
LDPE = Low density polyethylene
MDPE = Medium density polyethylene
HDPE = High density polyethylene
PP = Polypropylene
PA = Polyamide (Nylon)
PET = Polyethylene terephthalate
PVC = Polyvinyl chloride
PVDC = Polyvinylidene chloride
EVOH = Ethylene-vinyl alcohol
PAN = Polyacrylonitrile
PS = Polystyrene

พลาสติก	ความสามารถในการป้องกัน		
	ความชื้น	อากาศ	กลิ่นต่าง ๆ
พอลิเอทิลีน	ดี	ดี	ดี
พอลิโพรพิลีน	ดี	ดี	ดี
พอลิสไตรีน	ดี	ดี	ดี
พอลิไวนิลคลอไรด์	ดี	ดี	ดี
พอลิอะไมด์	ดี	ดี	ดี
พอลิเอทิลีนเทอราฟทาเลต	ดี	ดี	ดี
ไอโอโนเมอร์	ดี	ดี	ดี
เอทิลีนไวนิลแอลกอฮอล์	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
พอลิอะคริไคนไตรล์	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
พอลิสไตรีน	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก

ลำดับที่ 1-7 เป็นชนิดที่นิยมใช้มากที่สุดในตลาด และเป็นพลาสติกพื้นฐานที่มีใช้กันโดยทั่วไปในท้องตลาดปัจจุบัน ส่วนลำดับที่ 8-9 เป็นพลาสติกที่มีคุณสมบัติพิเศษ และมีคุณสมบัติในการป้องกันการซึมผ่านของอากาศและแก๊สต่างๆ ได้ดี ซึ่งการนำมาใช้นั้นจะเป็นการใช้ร่วมกับพลาสติกพื้นฐานทั่วไป เพียงแต่นำพลาสติกทั้งสองตัวนี้มาเป็นส่วนหนึ่งด้วยวิธีการรีดรวม การประกบหรือการฉาบบางๆ เท่านั้น ก็สามารถทำให้พลาสติกมีคุณสมบัติพิเศษตามที่ต้องการ

ภาพที่ 4. 1-34 แผ่นภาพแสดงชนิดของฟิล์มพลาสติก

วัสดุป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ

วัสดุพลาสติก อาทิ พอลิเอทิลีน (PE) และ พอลิโพรพิลีน (PP) ถูกนำมาใช้กันมาก เพราะว่าโดยทั่วไปแล้วพลาสติกทั้งสองชนิดนี้มีคุณสมบัติที่ดีสำหรับทำหน้าที่การบรรจุภัณฑ์ โดยมีควาามอ่อนตัว พิมพ์ดีดได้ตีพิมพ์ได้ง่ายและป้องกันความชื้นได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ อาทิ ออกซิเจน ไนโตรเจน คาร์บอนไดออกไซด์ และกลิ่นยังไม่ดีนัก

พลาสติกที่ป้องกันการก๊าซได้ดีกว่า คือ พอลิไวนิลคลอไรด์ (PVC), พอลิเอสเตอร์ (PET) ซึ่งชื่อทางเคมีเรียกว่า พอลิเอทิลีนเทอร์พทาเลต หรือชื่อทางการค้าเรียกว่า เมลินี็กซ์ (Melinex), และ พอลิเอไมด์ (PA) ซึ่งชื่อทางการค้าเรียกว่า ไนลอน, พลาสติกที่ป้องกันการก๊าซได้ดีที่สุด พอลิไวนิลลิโนคลอไรด์ (PVDC) ชื่อทางการค้าเรียกว่า ซาราน (Saran), เซลโลเฟนเคลือบ, และพอลิเอทิลีนไวนิลแอลกอฮอล์ (EVOH) ชื่อทางการค้าเรียกว่า EVAL

วัสดุการบรรจุภัณฑ์ : การเปรียบเทียบข้อมูลคุณสมบัติการป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจน โดยให้ LDPE เป็นตัวป้องกันค่าที่สุ่มค่าเท่ากับ 1

LDPE 1	PET	75	
HDPE 1.5	PA	100	
PS 2	PVDC	400	(PVDC และ EVOH ไม่ได้ใช้เป็นแผ่นฟิล์มเดี่ยว แต่ใช้ประกอบ) (ร่วมกับ PE หรือ PP) ในความหนาที่น้อยเป็นไมโครเมตร
PP 2	Cellophane	800	
PVC 25	EVOH	1000	

ภาพที่ 4. 1-35 แผ่นภาพแสดงวัสดุป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ

อิทธิพลของความชื้นสัมพัทธ์

ความชื้นสัมพัทธ์ของสภาพอากาศใหม่ลดคุณสมบัติการป้องกันของ PVDC ในทางตรงกันข้ามคุณสมบัติการป้องกันของ PA และ EVOH จะลดลงในสภาพอากาศที่มีความชื้นสูง นั่นเป็นเหตุผลว่าทำไม EVOH จึงต้องถูกประกบกับโพลีเอทิลีนหรือโพลีโพรพิลีนที่ป้องกันการซึมผ่านได้ดี ตัวอย่างเช่น PE/EVOH/PE หรือ PP/EVOH/PP ในทำนองเดียวกันเซลโลเฟนที่เป็นตัวป้องกันก๊าซได้ดีเมื่ออยู่ในสภาพแห้ง แต่จะป้องกันไม่เต็มตามความชื้น ดังนั้น เซลโลเฟนจะถูกป้องกันโดยเคลือบ (ประเภท MS) หรือเคลือบโดย PVDC (ประเภท MX)



วัสดุประกบ (Laminates)

การประกบประกบวัสดุ: วัสดุเคลือบชั้นไป เพื่อรวมคุณสมบัติที่แข็งแรงของวัสดุ ในการป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้ออกแสงแดดหรือวัสดุที่ไม่ใช่พลาสติกได้แก่ อะลูมิเนียม ไดออกไซด์หรือซิลิโคน โดยรวมกับ PE ที่เป็นชั้นสำหรับปิดผนึก ตัว PE จะปิดผนึกที่มีอยู่ในอะลูมิเนียมฟอยล์

การประกบที่ใช้กันอย่างกว้างขวางสำหรับกาแฟและชา หรือเครื่องดื่ม คือ PET/Al/PE ซึ่ง PET ให้ความแข็งแรงและการทรงตัว อะลูมิเนียมป้องกันความชื้น ออกซิเจน และแสงสว่าง และ PE ใ้การปิดผนึกที่ดี บรรจุภัณฑ์สามารถปิดผนึกสุญญากาศได้ บรรจุภัณฑ์อีกแบบหนึ่งเป็น PA/PVDC/PE/PA จะถูกพิมพ์ไล่ซึ่งการเคลือบจะป้องกันแสงและความชื้นได้

ภาพที่ 4. 1-36 แผ่นภาพแสดงอิทธิพลของความชื้น และวัสดุประกบ

ชนิดบรรจุภัณฑ์	ส่วนประกอบ	วัสดุ	กรรมวิธีการผลิต	การติดฉลาก
เครื่องเทศหมักเนื้อสัตว์ Spice mander	ถุงหมัก (primery)	PE/EVOH/PE	4 side Seal with ZIP Lock	off set print
	กล่องสวม (secondary)	Card Board	ปิด เลอะทับรูป คัดดาว	off set print
เครื่องเทศทานเนื้อสัตว์ Spice Rub	ถาดบรรจุเครื่องเทศ (primary)	PP	injection	off set print
	แพ่งพลาสติก	ด้าน PP หัวแพ่ง - 300micron	injection	-
	ฝา / กระจุก	HDPE	injection	Sticker label
เครื่องเทศทำน้ำสลัด Salad Spice Dressing	ขวด	PET	injection blowmold	Shrink - Wrap
	ฝาเกลียว	HDPE	injection	Sticker label
เครื่องเทศทาเนื้อสัตว์ Finishing Sauce	ถาดบรรจุเครื่องเทศ	PP	injection	off set print
เครื่องเทศราดอาหารเส้น Pasta Sauce	สายคาด	Card Board	ปิด เลอะทับรูป	off set print
เครื่องเทศ สำหรับบ่มยอด Batter Spice Mix	ถาดบรรจุเครื่องเทศ	PP	injection	off set print

ภาพที่ 4. 1-37 แผ่นภาพแสดงตารางสรุปวัสดุ 1

ชนิดบรรจุภัณฑ์	ส่วนประกอบ	วัสดุ	กรรมวิธีการผลิต	การติดฉลาก
เครื่องเทศปรุงรส Spice ผง	ซองใส่ซอง ซองหมักเครื่องเทศ	PVDC Card Board	3 side seal ปิด เลอะทับรูป คัดดาว	off set print off set print
เครื่องเทศ ปรุงรสข้าว Rice Seasoned Spice	ซองพลาสติก	PP	injection	Sticker label
เครื่องเทศ ปรุงรสข้าว Rice with Spicy Curry	สายคาด	Card Board	ปิด เลอะทับรูป	off set print
เครื่องเทศอบแห้ง Freeze dried Herbs	ซองบรรจุซอง ซองหมัก	PE/ALU/PE PP	3 side seal thermo forming	off set print -
	ซองหมัก	PE/ALU/PE	-	off set print
	สายคาด	Card Board	ปิด เลอะทับรูป คัดดาว	off set print
เครื่องแกง Curry Paste	กล่อง (secondary)	Card Board	ปิด เลอะทับรูป คัดดาว	off set print
	ซองบรรจุซอง	PE/ALU/PE	3 side seal	off set print
เครื่องเทศซอส ซอมน้ำ Spice Dropping Sauce	ถาดบรรจุเครื่องเทศ (primary)	PP	injection	off set print
เครื่องเทศทาขนมปัง Spice Bread Spread	ถาด	PP	thermo forming	-
	ฝาครอบ	HDPE	injection	Sticker label

ภาพที่ 4. 1-38 แผ่นภาพแสดงตารางสรุปวัสดุ 2

วิเคราะห์การเลือกชื่อแบรนด์

ชื่อ	เกดชท์	สื่อถึงสินค้า	สื่อถึงแนวคิด	ต่างจากคู่แข่ง	สื่อถึงอารมณ์ภาพ	จดจำง่าย	ง่ายในการทำการตลาด	รวม
Zest Up	3	2	3	2	2	2	2	14
Zesty	3	2	1	3	3	3	3	15
Spice Trick	2	3	3	2	1	1	1	12
Spice Life	2	1	1	1	2	1	1	8
Spice Age	1	1	1	1	1	1	1	6
Spice Lore	2	2	1	1	1	1	1	8
Zest Cucine	3	3	2	3	1	1	1	13
Savory Spice	3	3	2	3	2	1	1	14
The Zest	2	3	3	3	3	3	3	17
Savory Time	2	3	3	3	2	1	1	14
Appettime	2	3	3	3	1	2	2	14
Tasty Spicy	3	3	1	3	2	2	2	14

45020111

Nuttay-wit Nuntasuksasame

ภาพที่ 4. 1-39 แผ่นภาพแสดงตารางเลือกชื่อแบรนด์

จดจำได้ง่าย ชัดเจน อ้าพาท
ความหมายสื่อถึงสินค้าได้
มีความเป็นสากล แยกต่างจาก
คู่แข่ง มีความน่าเชื่อถือ

ความเป็นตัวตน เอกลักษณ์ น่าเชื่อถือ คัดค้าน

Sketch

Brand's Name

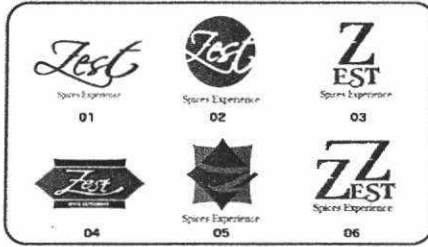


45020111

Nuttay-wit Nuntasuksasame

ภาพที่ 4. 1-40 แผ่นภาพแสดงการออกแบบโลโก้

Development พัฒนาภาพและตราประกอบ แอปพลิเคชันมาใช้



เงื่อนไขในการพิจารณา	01	02	03	04	05	06
เหมาะสมกับบุคลิกของตราสินค้า	3	3	4	3	3	4
สวยงามและง่ายต่อการจดจำ	3	4	3	4	4	4
อ่านได้ง่าย และชัดเจน	2	2	1	3	1	3
จัดวางบนสินค้าได้ง่าย	3	3	3	4	3	4
แตกต่างและมีเอกลักษณ์	3	3	3	2	3	3
รวม	14	15	14	16	14	18



45020111

Nuttayool Nuntasuwaksayee

ภาพที่ 4. 1-41 แผ่นภาพแสดงการพัฒนารูปแบบโลโก้

Design Concept
แนวความคิดในการออกแบบ
มนเสน่ห์และสีสันแห่ง
การใช้งานเครื่องเทศ
(Charming of spices)

Target Group
กลุ่มเป้าหมาย
- ทันสมัย หลงใหลในการปรุง
อาหารทำอาหารทานเองแตงยังไม
มีประสบการณ์

Product concept
บรรจุภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าการโรมันเครื่องเทศแบบดั้งเดิม โดยคง
คงความมีเสน่ห์ และประสพความสำเร็จมาบรรจุ เพื่อรสชาติที่อร่อยเต็ม
ใจในภาชนะอีกต่อไป

Brand character
บุคลิกของแบรนด์

Attractive Sensual
ดึงดูด มีเสน่ห์ สีส่า เขียวหวาน

Route 2 : Secret of Spices

ความลับอันน่าค้นหาและทรงคุณค่า
ที่ถูกปิดบังอย่างวาง ของเครื่องเทศ

Design Route
แนวทางเลือกในการออกแบบ

Route 3 : Sense of Spices

สัมผัสแห่งเครื่องเทศ ความเร้าร้อน
ความเขียวหวาน ของ รูบ รส กลิ่น

45020111

Nuttayool Nuntasuwaksayee

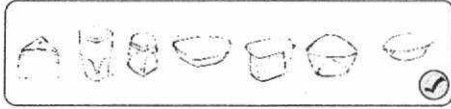
ภาพที่ 4. 1-42 แผ่นภาพแสดงแนวความคิดในการออกแบบ

Form

route 1 Art of Spices Sketch



SKD. 1



SKD. 2



SKD. 3

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสวยงาม	X3	3	3	2
เอกลักษณ์ที่เด่นชัด	X3	2	3	1
ความเข้ากันกับแนวทาง	X2	2	2	2
สามารถนำไปพัฒนาต่อได้	X1	3	2	3
คะแนนรวม		22	24	18

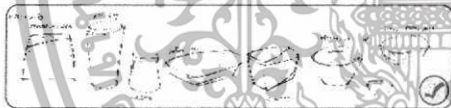
45020111

Nuttay-w. Nuntasuksasone

ภาพที่ 4. 1-43 แผ่นภาพแสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้าง 1

Form

route 2 Secret of Spices Sketch



SKD. 1



SKD. 2



SKD. 3

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ		1	2	3
ความสวยงาม	X3	3	2	2
เอกลักษณ์ที่เด่นชัด	X3	2	3	2
ความเข้ากันกับแนวทาง	X2	3	3	3
สามารถนำไปพัฒนาต่อได้	X1	3	2	1
คะแนนรวม		24	23	19

45020111

Nuttay-w. Nuntasuksasone

ภาพที่ 4. 1-44 แผ่นภาพแสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้าง 2

Form route 3 Sense of Spices Sketch



SKD. 1



SKD. 2



SKD. 3

เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ	1	2	3
ความสวยงาม	X3	3	2 3
เอกลักษณ์ที่เด่นชัด	X3	3	3 3
ความเข้ากันกับแนวทาง	X2	3	2 2
สามารถนำไปพัฒนาต่อได้	X1	3	3 3
คะแนนรวม		27	22 25

45020111

Nuttay and Nuttasukkasyme

ภาพที่ 4. 1-45 แผ่นภาพแสดงแนวทางการออกแบบโครงสร้าง 3

Element

Image	Brand Character	Element
<p>Art of Spices</p>	<p>Attractive Sensual</p> <p>ดึงดูด สะกดทุกสายตา</p> <p>ฉีลา เขียวหวาน</p>	
<p>Secret of Spices</p>		
<p>Sense of Spices</p>		

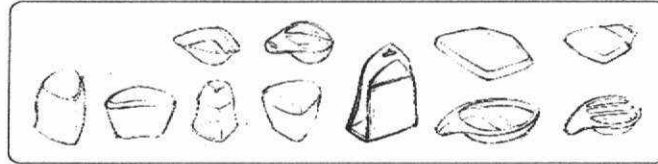
45020111

Nuttay and Nuttasukkasyme

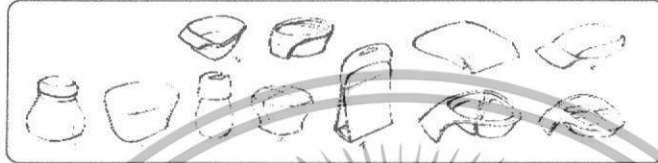
ภาพที่ 4. 1-46 แผ่นภาพแสดงการสร้าง element

Form route 1 Art of Spices Development

SKD. 1 Dev.



SKD. 2 Dev.



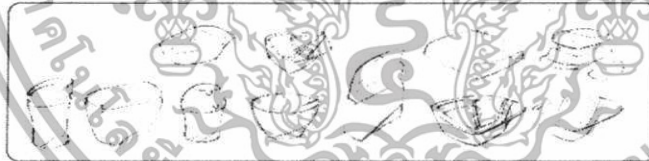
45020111

Nattayul Nuntasuksasone

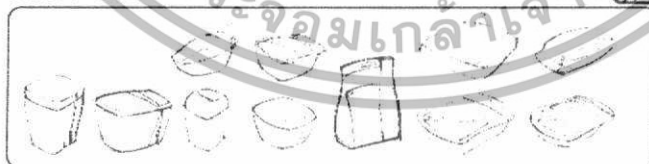
ภาพที่ 4. 1-47 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้าง 1

Form route 2 Secret of Spices Development

SKD. 3 Dev.



SKD. 4 Dev.



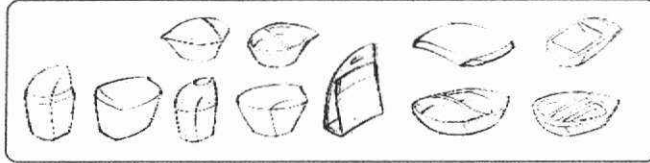
45020111

Nattayul Nuntasuksasone

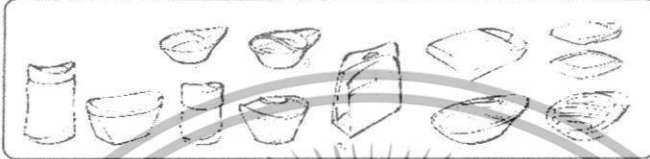
ภาพที่ 4. 1-48 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้าง 2

Form route 3 Sense of Spices Development

SKD. 5 Dev.



SKD. 6 Dev.



45020111

Nuttayak Nuntasukkasame

ภาพที่ 4. 1-49 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาโครงสร้าง 3

Form Selection to study

SKD. 2 Dev.



SKD. 5 Dev.



SKD. 6 Dev.

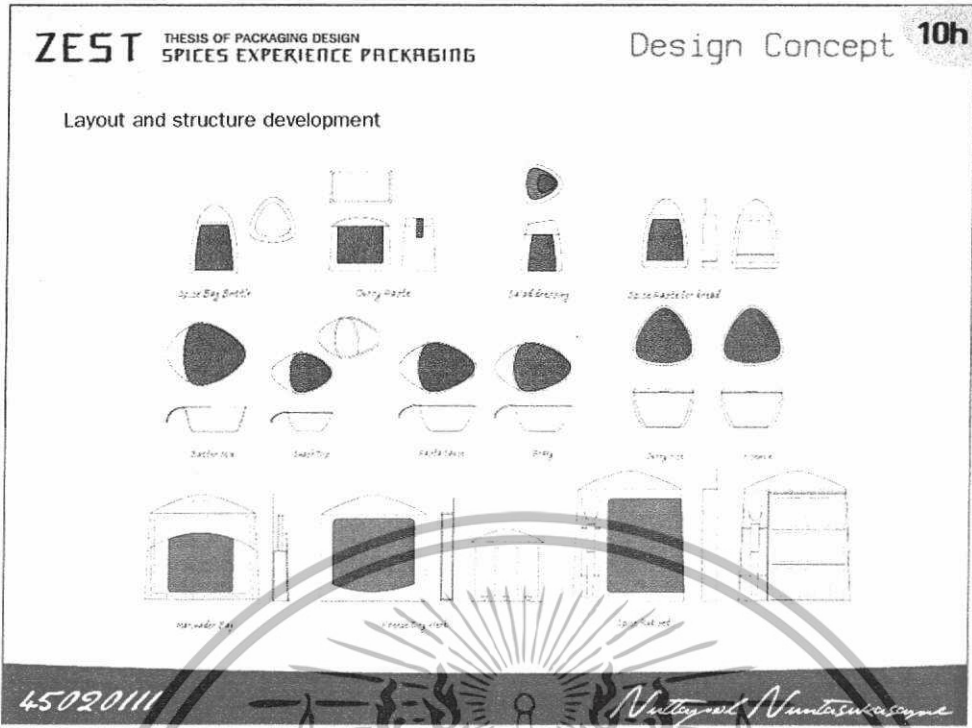


เกณฑ์การพิจารณาในการเลือกแบบ	1	2	3	4	5	6
ความสวยงาม สะอาดตา	X 3	2	2	2	2	3 3
แตกต่างจากคู่แข่ง	X 2	3	3	2	3	3 2
มีเอกลักษณ์ชัดเจน	X 2	2	3	2	2	3 3
ความเป็นเอกลักษณ์รวม	X 2	2	3	3	2	3 3
สื่อถึงวัฒนธรรมและแบรนด์	X 2	1	2	1	1	3 3
คะแนนรวม	22	28	22	22	33	31

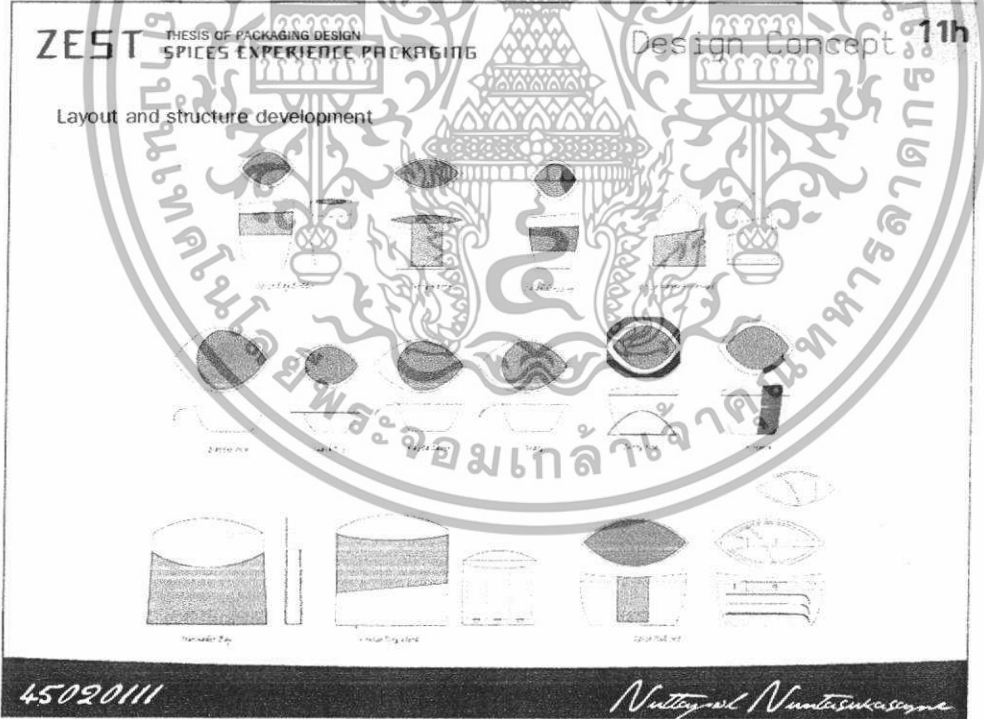
45020111

Nuttayak Nuntasukkasame

ภาพที่ 4. 1-50 แผ่นภาพแสดงการสรุปเลือกโครงสร้าง



ภาพที่ 4. 1-51 แผ่นภาพแสดงการออกแบบแนวทางจัดเรียงสินค้าทั้งหมด 1



ภาพที่ 4. 1-52 แผ่นภาพแสดงการออกแบบแนวทางจัดเรียงสินค้าทั้งหมด 2

การออกแบบกราฟิก

หลังจากการออกแบบส่วนโครงสร้าง ส่วนต่อไปจะเป็นการออกแบบในด้านกราฟิก ของโครงการ ซึ่งแนวความคิดในการออกแบบมาจาก ส่วนการวิเคราะห์เพื่อผลของการออกแบบ ภายใต้แนวความคิด "มันต์เล่นท์ของการปรุงอาหารด้วยเครื่องเทศ" ซึ่งสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

แนวทางในการออกแบบคือ Art of Spice ซึ่งถึงจุดศิลปะ การประดับตกแต่ง งานจิตรกรรม การระบายสี สานลวดลายที่ละเอียด พิถีพิถัน

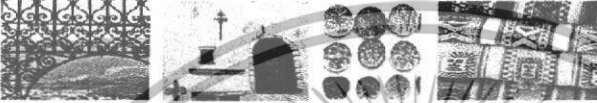
แนวทางที่ 1 ลายเส้นชั้น พื้นผิวเรียบ นุ่มนวล มีสี



แนวทางที่ 2 การละเลงสีประ พู่กันแรง ลวดลาย เย็บเย็บ



แนวทางที่ 3 การประดับประดา ความอ่อนโยนวิจิตร บรรจง



หลังจากนี้จึงทำการออกแบบกราฟิก ทั้ง 3 แนวทาง แนวทางละ 1 แบบ โดยนำเอาลักษณะเด่นของแต่ละแนว ทางมาสร้าง ซึ่งจะนำเสนอนี้ส่วนถัดไป

45020111

Nuttayool Nuntasukasame

ภาพที่ 4. 1-53 แผ่นภาพแสดงแนวความคิด ในการออกแบบกราฟิก



แนวทางที่ 1 ลายเส้นชั้น พื้นผิวเรียบ นุ่มนวล มีสี

แนวทางที่ 2 การละเลงสีประ พู่กันแรง ลวดลาย เย็บเย็บ สีสัน



Selection

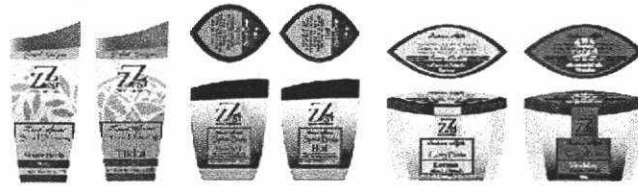


แนวทางที่ 3 การประดับประดา ความอ่อนโยนวิจิตร บรรจง งานประณีต

45020111

Nuttayool Nuntasukasame

ภาพที่ 4. 1-54 แผ่นภาพแสดงแนวทาง ในการออกแบบกราฟิก



skd 1. ใช้แถบสีฟ้าเป็นพื้นของส่วนข้อมูลในลักษณะของป้าย ที่ดูมีคุณค่า ไม่ใช่ภาพอาหาร



skd 2. สีเงิน ของการใช้งานเครื่องเคลือบที่มีความกลมกลืนไปกับ พื้นหลัง ดูนุ่มนวล

45020111

Nuttayord Nuttasukasingne

ภาพที่ 4. 1-55 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟิก 1-2



skd 3. ใช้แถบสีร่วมกับสัญลักษณ์ ที่คล้ายหรือเหนือขอบแต่ละรสชาติ และภาพอาหารที่น่านรับประทาน



Selection

skd 4. การใช้สีของพื้นหลังที่แตกต่าง ร่วมกับภาพประกอบที่ไม่ใช่ภาพจริงที่ดูคุณค่าและแตกต่าง

45020111

Nuttayord Nuttasukasingne

ภาพที่ 4. 1-56 แผ่นภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟิก 3-4

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN
SPICES EXPERIENCE PACKAGING

Graphic and element 5i
การจัดการกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

Color on Packaging ภาพแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละเชื้อชาติ โดยสามารถบ่งบอก วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม ลักษณะอื่นๆ ของแต่ละชาติได้

African Mexican Vietnamese Hungarian
Indian Italian Jamaican
Tahitian Moroccan Indonesian

45020111 Nuttagool Nuntasuksasame

ภาพที่ 4. 1-57 แผ่นภาพแสดงการใช้สีในกราฟิกแนวทางที่ 1

ZEST THESIS OF PACKAGING DESIGN
SPICES EXPERIENCE PACKAGING

Graphic and element 6i
การจัดการกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

Color on Packaging การใช้สีที่เป็นตัวแทนของชาติ ต่างๆใช้การแทนค่าสีจากภาพ โดยเลือกมา เพื่อใช้เป็นสีแมง
งรสชาติในแต่ละชนิดสินค้า ซึ่งควรจะมี ความแตกต่างกันในระดับที่สามารถแบ่งแยกความแตกต่าง
ได้ในแต่ละรสชาตินั้นของแต่ละชนิดสินค้า

Global Recipes

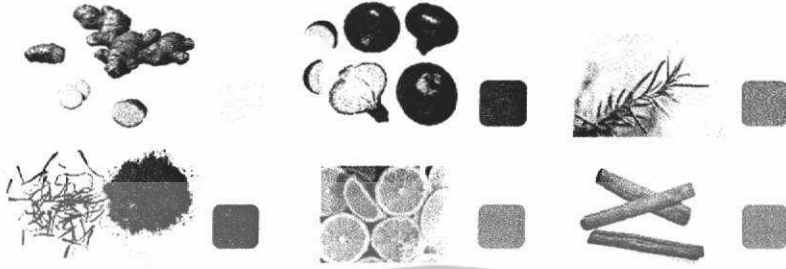
African Italian Mexican
Indian Indonesian French
Tahitian Hungarian Vietnamese
Moroccan Argentine
Jamaican

45020111 Nuttagool Nuntasuksasame

ภาพที่ 4. 1-58 แผ่นภาพแสดงสีที่ถูกเลือกมา

Color on Packaging
Finest Ingredient

การใช้สีที่เป็นตัวแทนของรสชาติ ต่างๆ ใช้การแทนค่าสีจากส่วนประกอบหลักที่เป็นเครื่องเทศ โดยที่ในแต่ละชนิดสีนั้นค่า สามารถแบ่งแยกความแตกต่างของรสชาติได้โดยที่ความเข้มหรือระดับของสีสามารถปรับแต่งได้เพื่อความเหมาะสม



45020111

Nuttayord Nuttasuksasame

ภาพที่ 4. 1-59 แผ่นภาพแสดงการใช้สีในกราฟิกแนวทางที่ 2

Global Recipes เน้นความเป็นตัวรับดั้งเดิมของอาหารนานาชาติ-ความเป็นเอกลักษณ์ พื้นถิ่นของแต่ละชาติ
ลดคล้ายอันเป็นเอกลักษณ์แต่ละชาติ ที่มีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์

Italian Element พืชพันธุ์ ความอุดมสมบูรณ์



Hungarian Element ลายผ้า การแต่งรอย กายบ่งเคียด



Indian Element ลวดลายผ้า รูปสัตว์ อารมย์ชาติ การสาน



Mexican Element Diverse Aztec



Indonesian Element ลวดลาย วัฒนธรรม



Tahitian Element หุ่นทะเล ผืนผ้า สัตว์น้ำ



Africa Element กว๊าย ชาม ภาษา หน้าตา ชนเผ่า



Moroccan Element สถาปัตยกรรม ลวดลายผนัง



45020111

Nuttayord Nuttasuksasame

ภาพที่ 4. 1-60 แผ่นภาพแสดงการใช้ภาพประกอบแนวทางที่ 1

Finest Ingredient

การใช้ภาพประกอบที่สร้างขึ้น จากภาพจริง เพื่อแสดงเอกลักษณ์ และไม่ซ้ำใคร



ภาพถ่าย



one color graphic ใช้สีเดียว โดยลดทอนและเลือกสีที่บ่งบอกถึงส่วนประกอบนั้น



two tone Graphic ใช้คู่สีที่ใกล้เคียงสร้างให้มิติมากขึ้น

45020111

Nuttayool Nuntasukasame

ภาพที่ 4-1-61 แผ่นภาพแสดงการใช้ภาพประกอบแนวทางที่ 2

องค์ประกอบอื่นๆ บนบรรจุภัณฑ์

ตัวอย่าง สัญลักษณ์ที่ใส่บอกชนิดของบรรจุภัณฑ์



- เน้นความเป็นตัวของตัวเองของอาหารนานาชาติ
- Marinader Bag
- Indian Curry Paste
- Salad Dressing
- Pasta Sauce
- Rice with Spicy Curry

เน้นส่วนประกอบที่เป็นเครื่องเทศ คุณภาพดีที่สุดในแต่ละรสชาติ

Finest Ingredient

- Rice Seasoned Spice
- Freeze Dried Herbs
- Spice Bags
- Spice Dips
- Spice Paste
- Emulsion Sauce
- Batter Spice Mix

- Freeze Dried Herbs
- Indian Curry Paste
- Spice Bags

กลุ่มเครื่องเทศที่ใช้งานได้หลายอย่าง จะมีการให้อุดรอาหารด้วย โพลีเอสเตอร์ หรือกระดาษเคลือบ หรือคานโม



45020111

Nuttayool Nuntasukasame

ภาพที่ 4-1-62 แผ่นภาพแสดงการออกแบบส่วนอื่นๆ ในด้านกราฟิก



บรรจุภัณฑ์ กุ้งหมึกเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน (Mermaid Brand) ขนาดบรรจุ 120 กรัม / ถุง

ภาพที่ 4. 1-63 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ กุ้งหมึกเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน



บรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดอาหารเส้น (Pasta Sauce) ขนาดบรรจุ 30 กรัม

บรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์ก่อนทาน (Finishing Sauce) ขนาดบรรจุ 30 กรัม

ภาพที่ 4. 1-64 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดอาหารเส้น (Pasta Sauce)

บรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์ก่อนทาน (Finishing Sauce)



บรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม (Salad Dressing) ขนาดบรรจุ 150 กรัม

ภาพที่ 4. 1-65 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม (Salad Dressing)

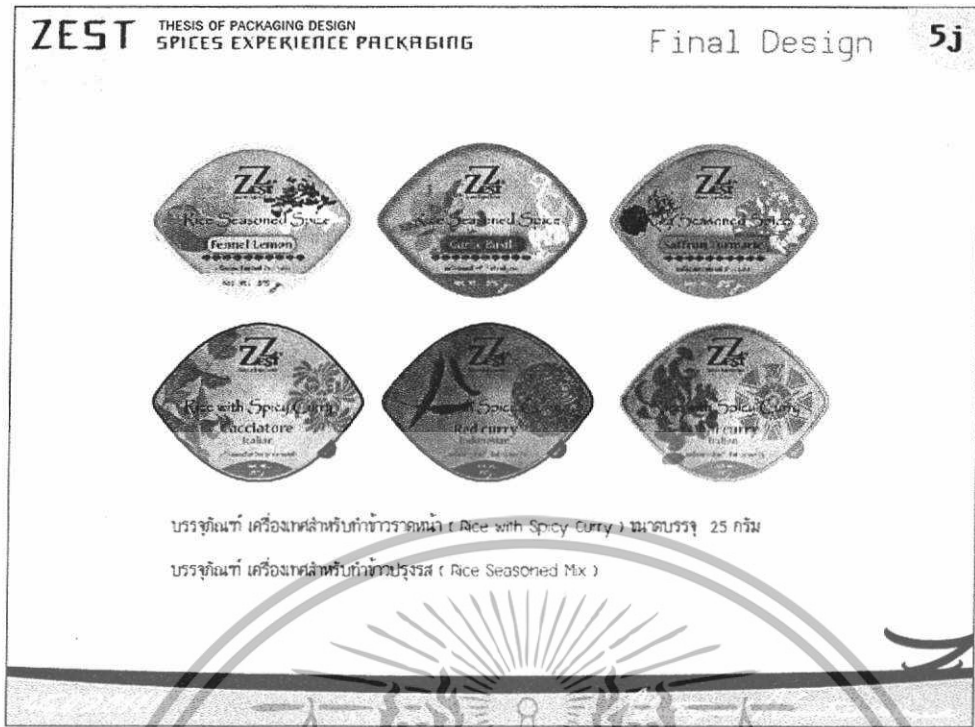


บรรจุภัณฑ์ รวมหน่วย เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์เพื่อการ ปิ้งย่าง (Spice Rub Set) ขนาดบรรจุ 120 กรัม

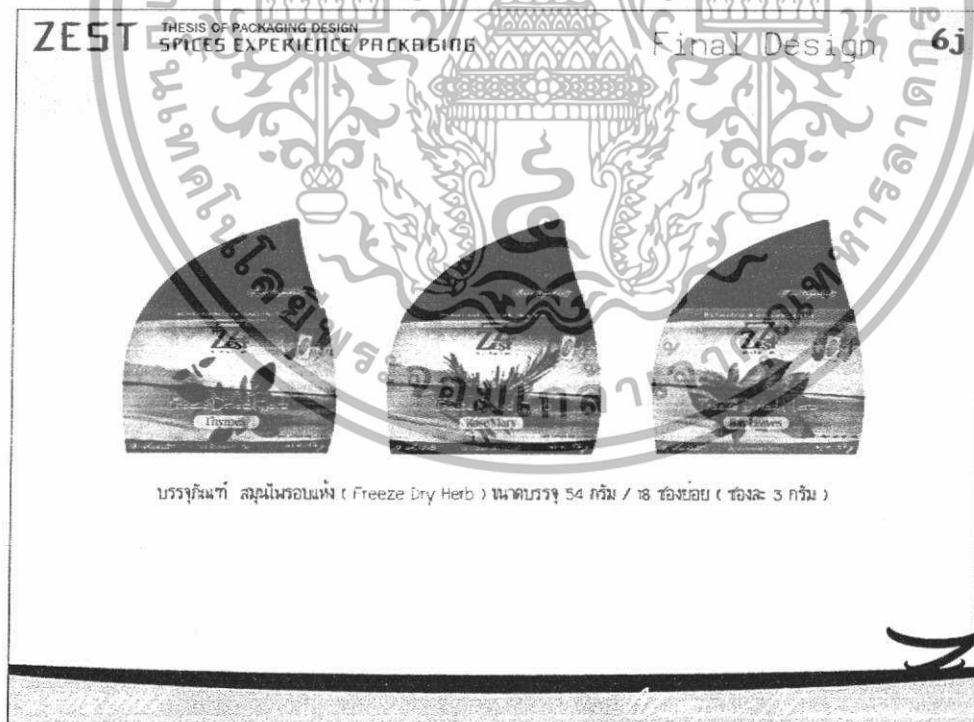


บรรจุภัณฑ์ แป้งสำหรับทอดปิ้งรสอาหาร (Batter Spice Mix) ขนาดบรรจุ 120 กรัม

ภาพที่ 4. 1-66 แผ่นภาพแสดง บรรจุภัณฑ์ แป้งสำหรับทอดปิ้งรสอาหาร (Batter Spice Mix)
บรรจุภัณฑ์ รวมหน่วย เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์เพื่อการ ปิ้งย่าง (Spice Rub Set)



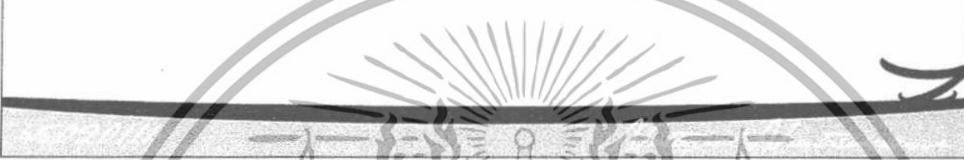
ภาพที่ 4. 1-67 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวราดหน้า (Rice with Spicy Curry)
 บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศสำหรับทำข้าวปรุงรส (Rice Seasoned Mix)



ภาพที่ 4. 1-68 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ สมุนไพรอบแห้ง (Freeze Dry Herb)



บรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทำขนมปัง (Spice Paste for Bread) ขนาดบรรจุ 35 กรัม



ภาพที่ 4. 1-69 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ เครื่องเทศทำขนมปัง (Spice Paste for Bread)



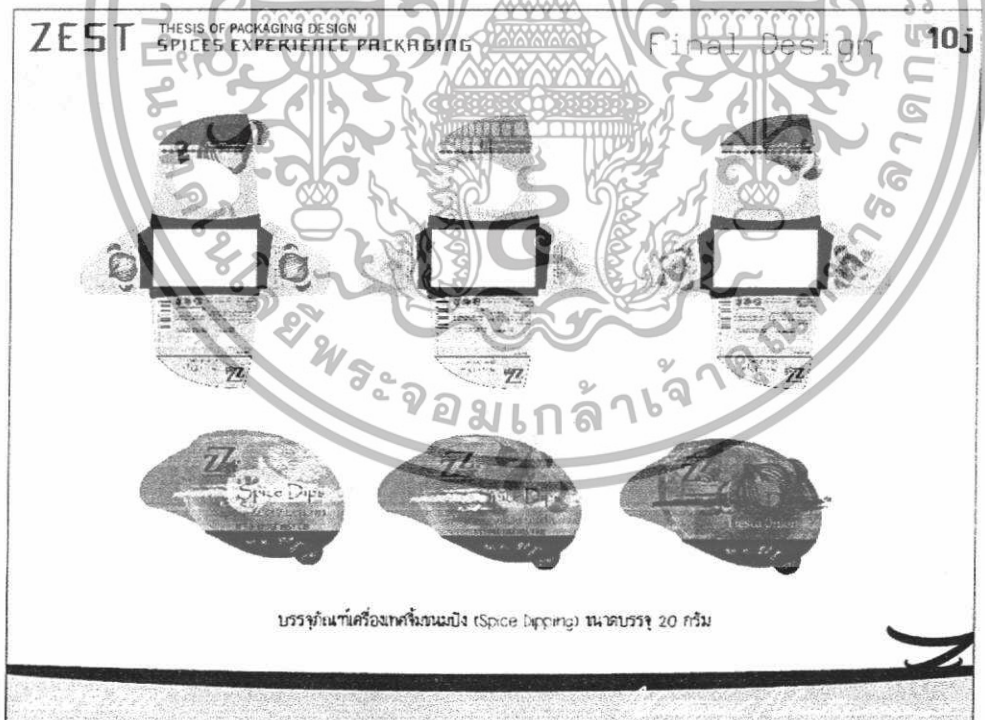
บรรจุภัณฑ์ เครื่องแกงอินเดีย (Indian Style Curry) ขนาดบรรจุ 150 กรัม



ภาพที่ 4. 1-70 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงอินเดีย (Indian Style Curry)



ภาพที่ 4. 1-71 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์ รวมหน่วยเครื่องเทศปรุงรูปแบบใส (Spice Bags)



ภาพที่ 4. 1-72 แผ่นภาพแสดงบรรจุภัณฑ์เครื่องเทศจุ่มนึ่ง (Spice Dipping)

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลองต้นแบบบรรจุภัณฑ์

ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานชิ้นสุดท้ายของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดตามโครงการมีดังนี้คือ

บรรจุภัณฑ์รวมทั้งหมดในโครงการ



ภาพที่ 4.2.0 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งโครงการ

1. บรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม (Salad Dressing)



ภาพที่ 4.2.1 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ น้ำสลัดพร้อมผสม

2. บรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน (Marinader Bag)



ภาพที่ 4.2.2 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน

3. บรรจุภัณฑ์ น้ำซอสราดอาหารเส้น (Pasta Sauce)



ภาพที่ 4.2.3 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์น้ำซอสราดอาหารเส้น

4. บรรจุกัณท์ น้ำซอสราดเนื้อสัตว์ก่อนทาน (Finishing Sauce)

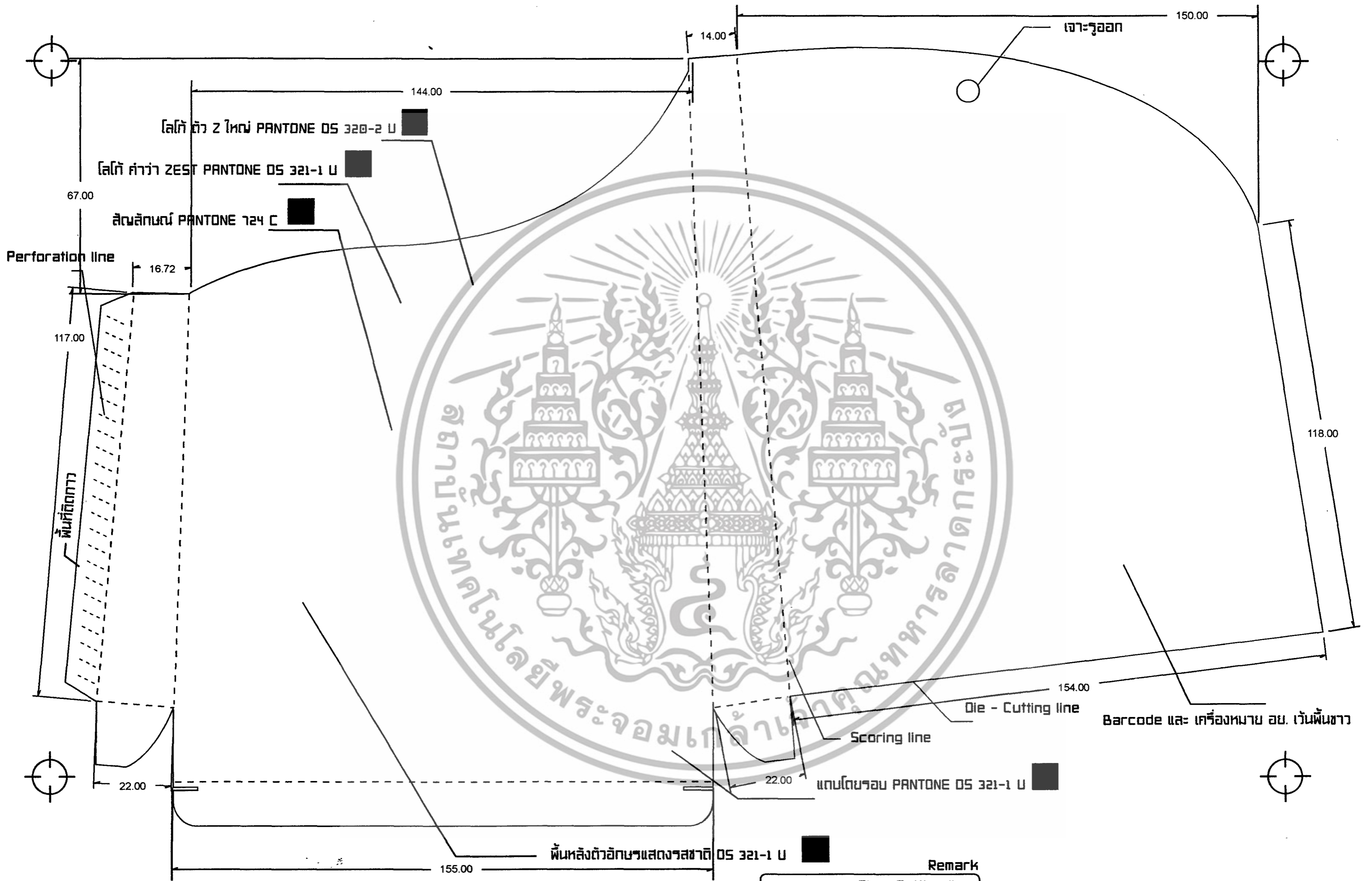


ภาพที่ 4.2.4 ต้นแบบบรรจุกัณท์น้ำซอสราดเนื้อสัตว์

5. บรรจุกัณท์ รวมหน่วย เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์เพื่อการปรุงย่าง (Spice Rub Set)



ภาพที่ 4.2.5 ต้นแบบบรรจุกัณท์ เครื่องเทศสำหรับทาเนื้อสัตว์



Remark

—————	Die - Cutting line
- - - - -	Scoring line

Global Recipes



ZL[®]
Spices Experience



Marinader Bag Argentine Chimmi

The famous marinade & basting sauce has been an Argentine favourite on all meats for decades.

for 500 g. of meat

ถุงหมักเนื้อสัตว์พร้อมใช้งาน อาเจนไตน์ ซิมมิ

Net Wt. 120 g

Quick and Easy marinader bag



ZL[®]
Spices Experience

Marinader Bag Tahitian Lime

After many years of searching for this authentic Argentine recipe we are proud to offer this marinade and bbq glaze for your enjoyment. Chimmi Churri is the essential marinade in the cooking and bbq of Latin America.



ทางถุงหมักออกนม



ตัดบริเวณส่วนบนของถุงหมักตามรูป



เปิดถุงซีปออกและป้อนเนื้อสำหรับหมักประมาณ 250 กรัม 2 ชิ้นใส่ลงไป



ปิดปากถุงโดยสอดปัดหมักในช่องธรรมดาไม่ตีสับโดยอาจพับครึ่งเพื่อลดเนื้อที่



นำเนื้อที่หมักเสร็จแล้วออกไปปิ้งย่าง หรือปรุงรสด้วยวิธีอื่นตามต้องการ

Ingredients : Water, canola oil, coconut, sugar, lime juice, ginger, garlic, spices, cilantro, salt, black pepper, xanthum gum (natural stabiliser)

Keep away from direct sun light and moisture for single use don't to reuse bag

Exp. : 10 / 02 / 08

11-1-36823-1-5210

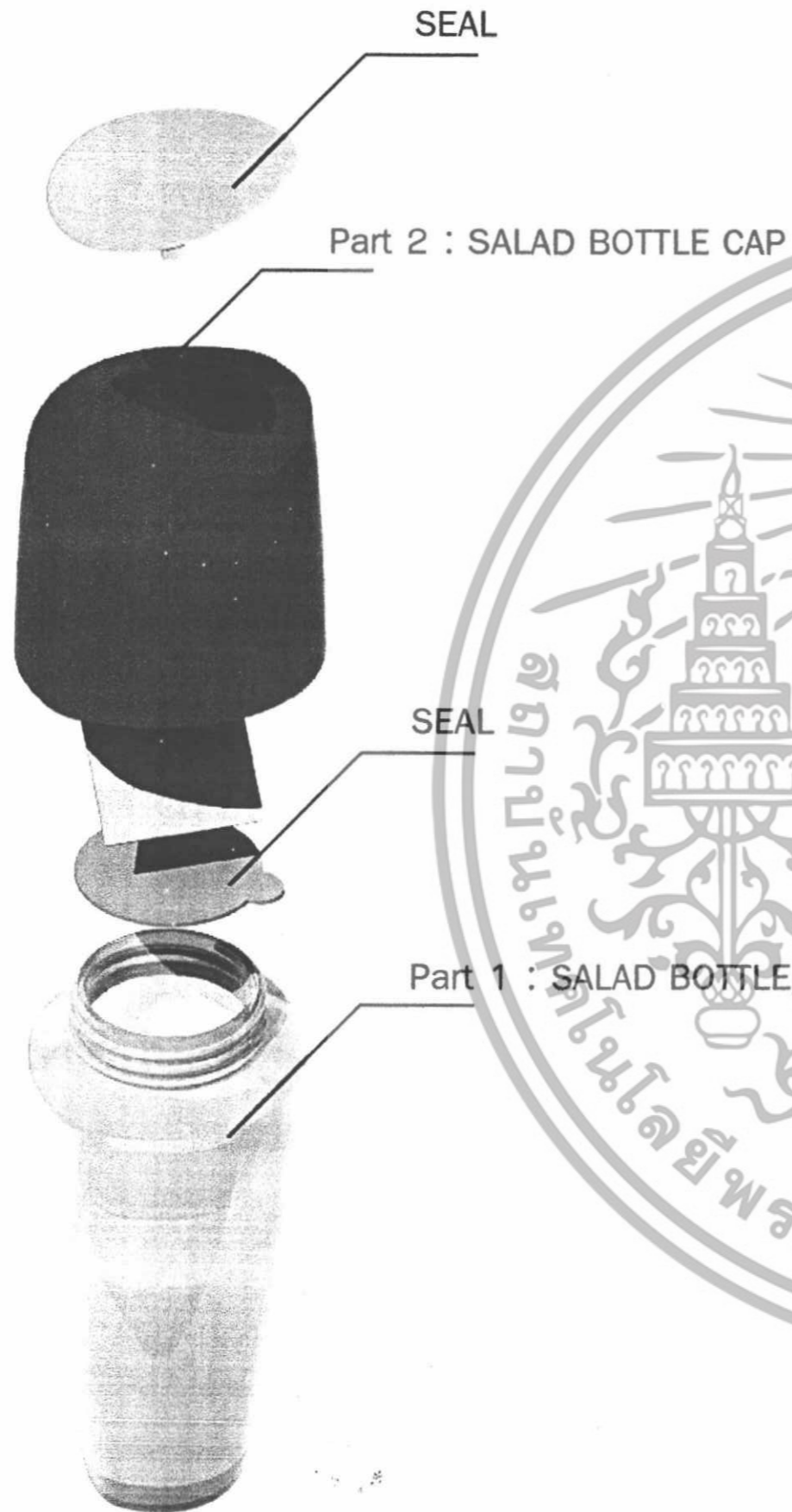


Manufactured by
Globo Foods Ltd. 115 Sukumvit Rd. Bangkok
Product of Thailand www.zestspices.com



Thesis of Packaging and Graphic Design

ARTWORK	
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADGRABANG	
FACULTY OF ARCHITECTURE	PAGE 1
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	UNIT mm
NUTTAPOL NUNTASUKASAME CODE : 45020111	SCALE 1:1

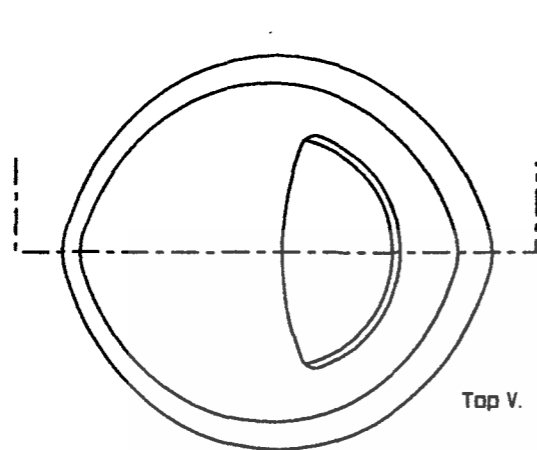


Name of Part	Quantity	Material	Process	Color	Remark
Part 1 : SALAD BOTTLE	1	PET	injection Blowmold	Natural	-
Part 2 : BOTTLE CAP	1	HDPE	injection	Green	-
Seal	2	Aluminim foil	-	-	Hot Sealing

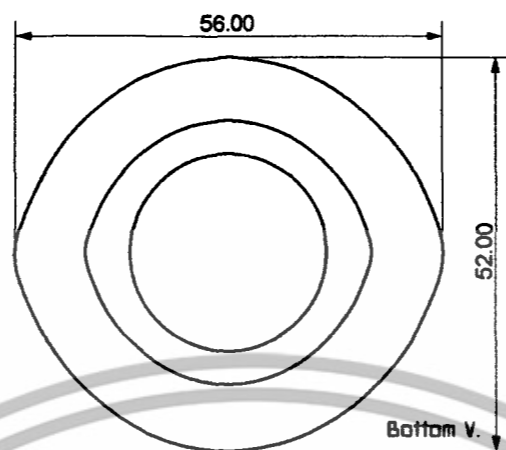
Assembly and Specification

Thesis of Packaging and Graphic Design

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADGRABANG	
SALAD DRESSING BOTTLE	
FACULTY OF ARCHITECTURE	PAGE 1
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	NOT TO SCALE
NUTTAPOL NUNTASUKASAME CODE : 45020111	



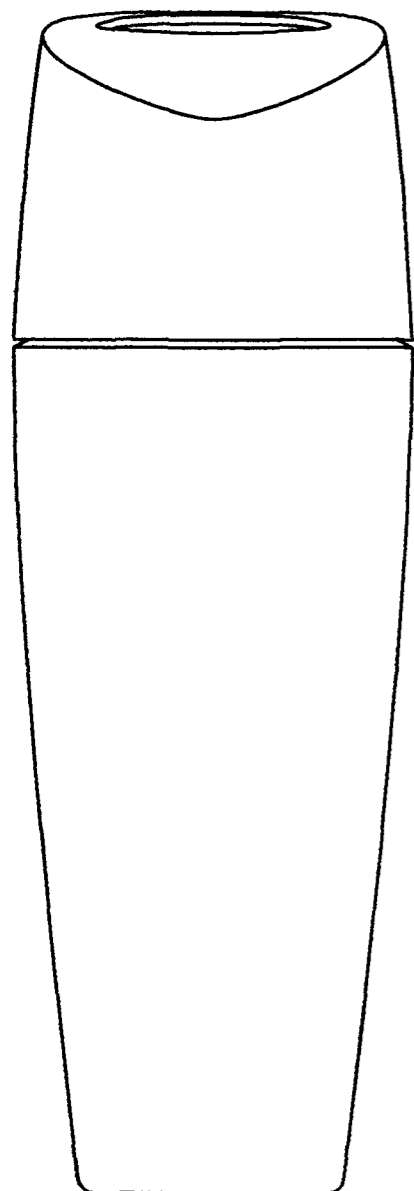
Top V.



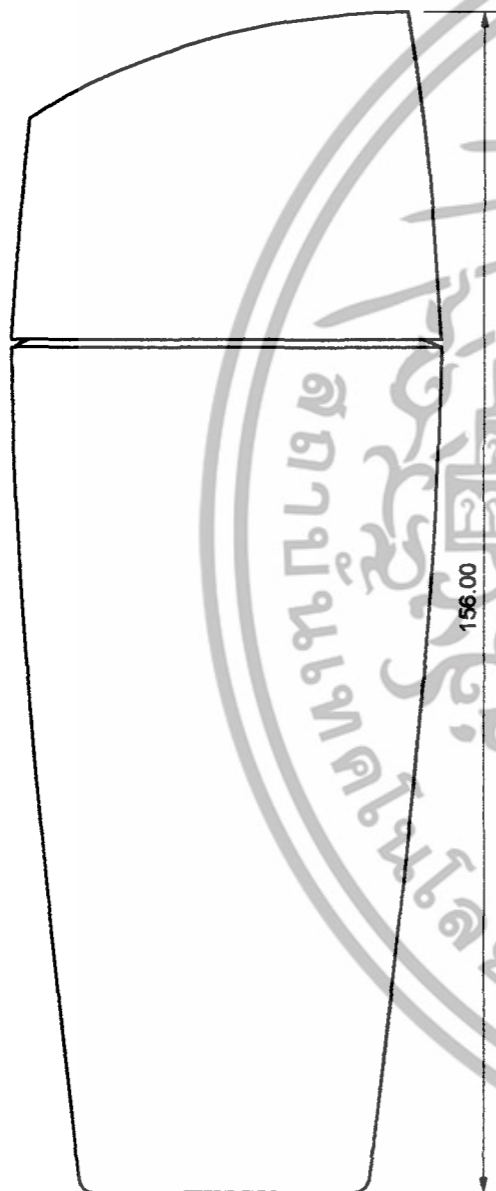
Bottom V.



Perspective



Left Side V.



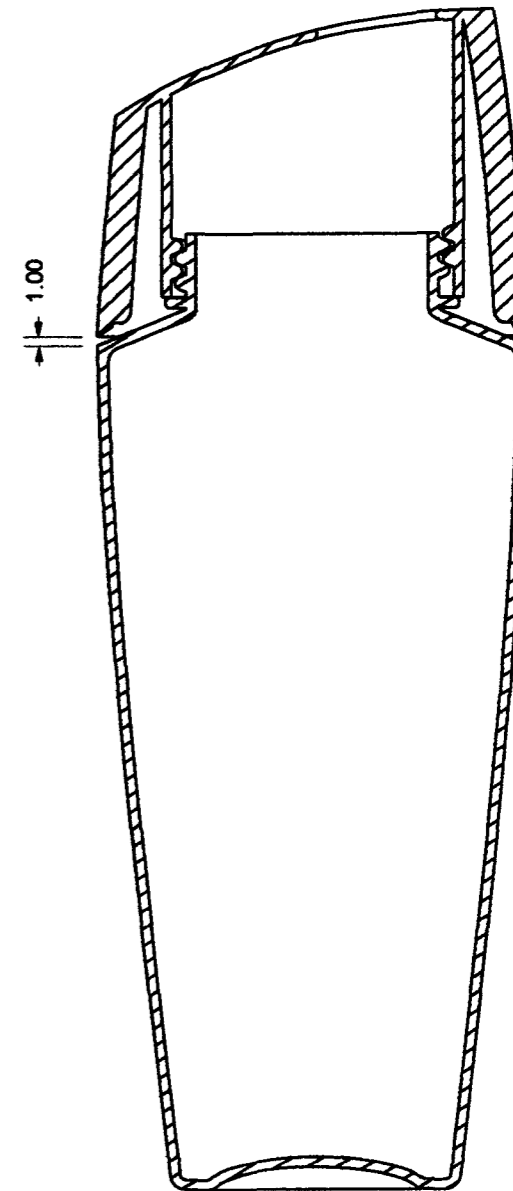
Front V.



Right Side V.



Back V.



all Section

Thesis of Packaging and Graphic Design

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADGRABANG

SALAD DRESSING BOTTLE



FACULTY OF ARCHITECTURE

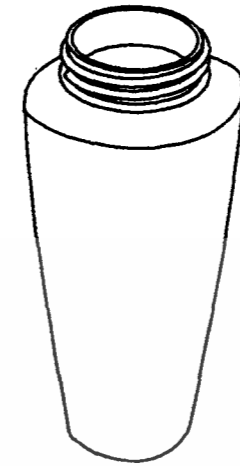
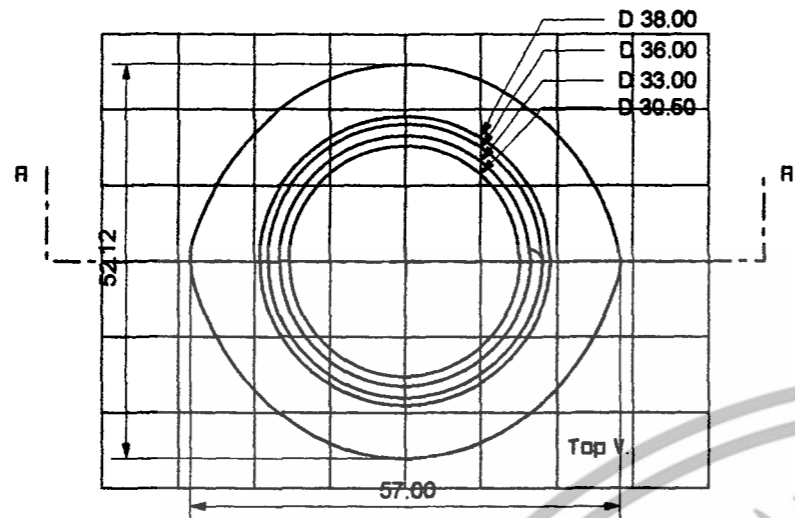
PAGE 2

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN

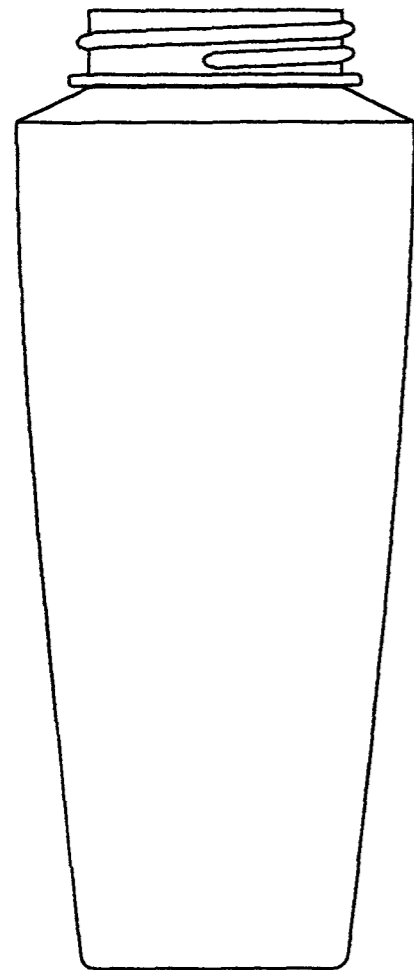
SCALE 1 : 1

NUTTAPOL NUNTASUKASAME CODE : 45020111

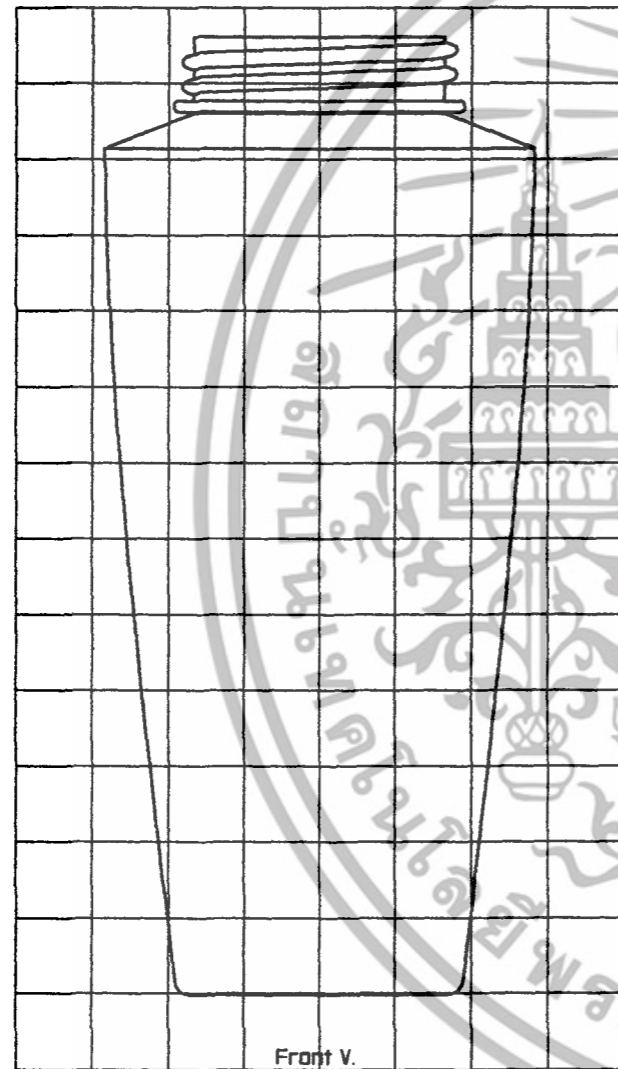
UNIT : mm



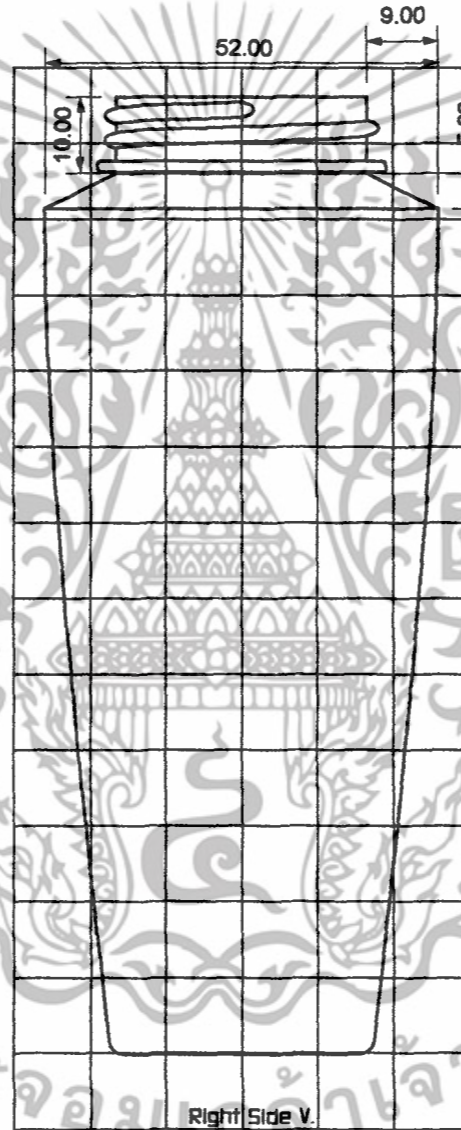
Perspective



Left Side V.



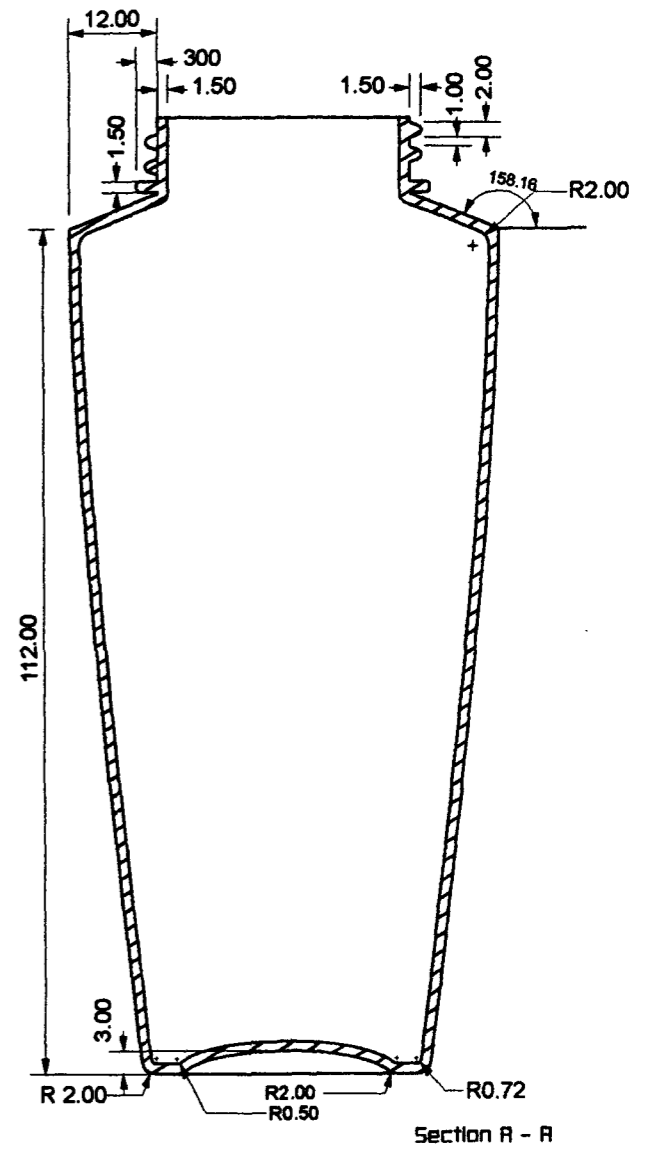
Front V.



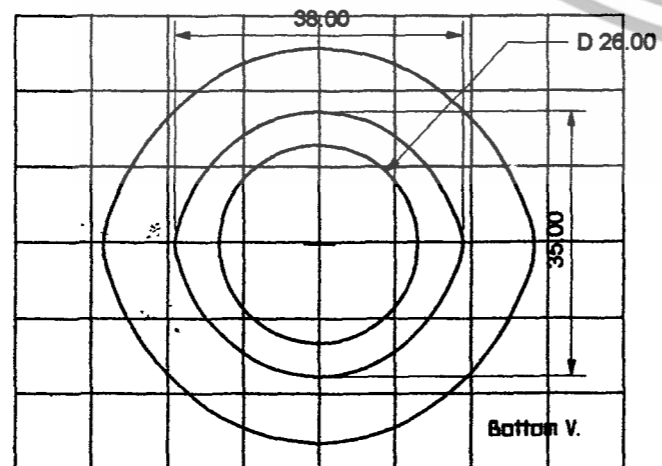
Right Side V.



Back V.



Section R - R

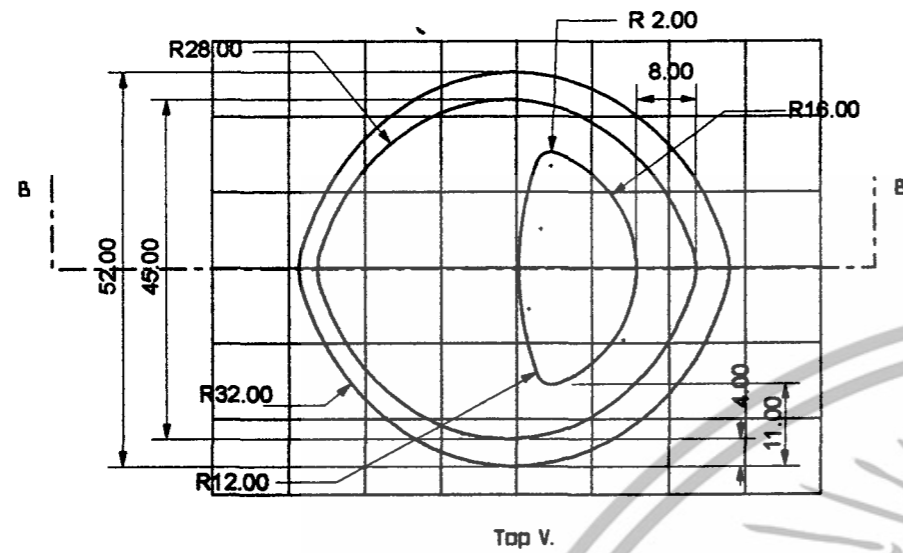


Bottom V.

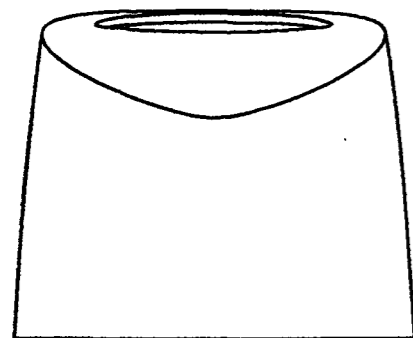
Thesis of Packaging and Graphic Design

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADGRABANG

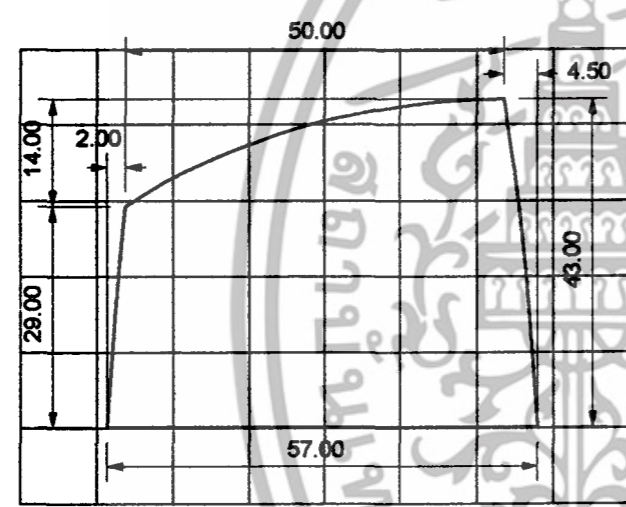
1	Part NAME OF PART : SALAD BOTTLE	
	FACULTY OF ARCHITECTURE	PAGE 3
	DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	SCALE 1 : 1
	NUTTAPOL NUNTASUKASAME CODE : 45020111	UNIT : mm



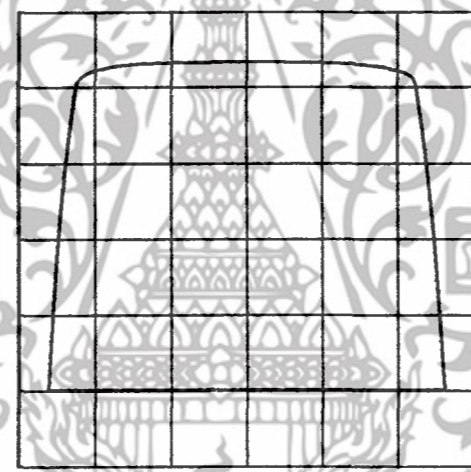
Perspective



Left Side V.



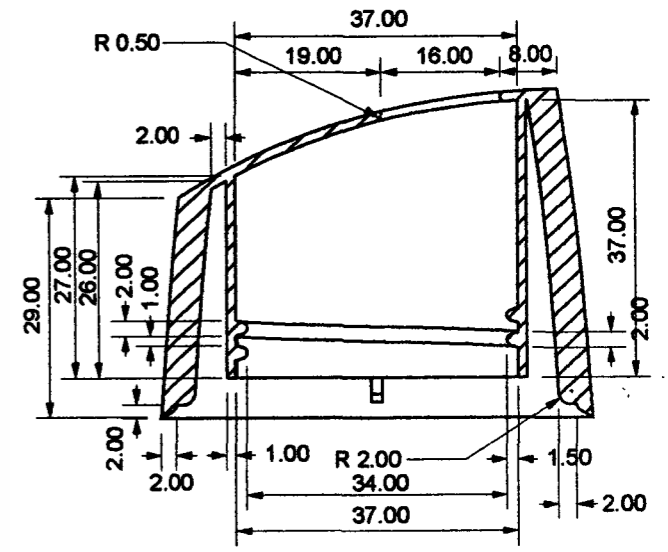
Front V.



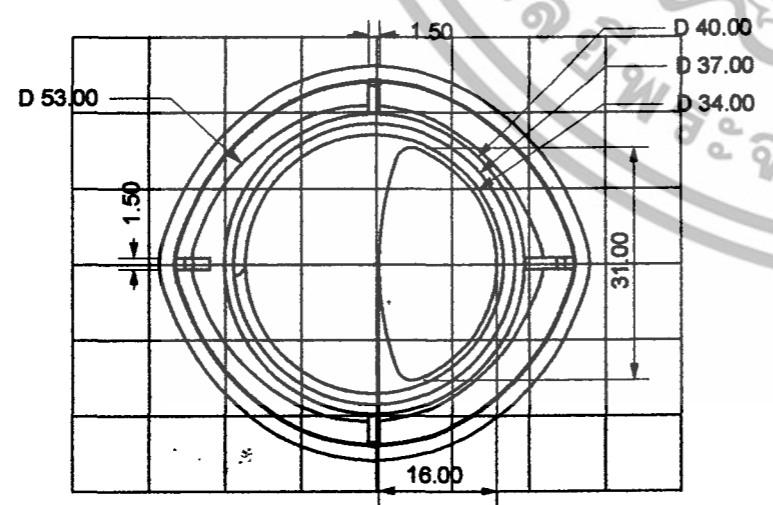
Right Side V.



Back V.



Section B - B



Bottom V.

Thesis of Packaging and Graphic Design

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADGRABANG

2	Part NAME OF PART : SALAD BOTTLE CAP	
	FACULTY OF ARCHITECTURE	PAGE 4
	DEPARTMENT OF INDUSTRIAL DESIGN	SCALE 1 : 1
	NUTTAPOL NUNTASUKASAME CODE : 45020111	UNIT : mm



บทที่ 5 บทสรุปผลการออกแบบ

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีขั้นตอนการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยมีการศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ วิเคราะห์และสรุปผลเพื่อนำไปสู่การออกแบบ ตลอดจนทำการออกแบบจนได้ผลงานในขั้นสุดท้ายที่มีกระบวนการออกแบบอย่างครบถ้วน
2. บรรจุภัณฑ์ในขั้นสุดท้ายสามารถแสดงเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจนได้ และโดดเด่นไม่ซ้ำกับแนวทางของคู่แข่งในท้องตลาด และมีความสวยงาม ทั้งด้านโครงสร้าง และกราฟิกแต่ยังไม่แสดงออกอย่างชัดเจนนักในด้านความเป็นเครื่องเทศ ในบรรจุภัณฑ์บางตัวที่ทำการออกแบบ
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการสามารถตอบสนองในด้านประโยชน์ใช้สอย และเอื้อประโยชน์เพิ่มเติมในการใช้งาน และแก้ปัญหาในการใช้งานที่เหมาะสมกับความต้องการในการใช้งานที่เกิดขึ้นของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ในกระบวนการทำงานวิทยานิพนธ์โครงการนี้ มีส่วนช่วยให้นักศึกษาได้ฝึกฝนกระบวนการออกแบบในหลายด้านที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์การทำงานจริง หรืออาจมากกว่า ซึ่งทำให้นักศึกษาเกิดทักษะในการทำงานที่หลากหลายภายใต้ระยะเวลาในการทำงานที่จำกัด และ สภาวะความกดดันรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหาข้อมูลแวดล้อมในด้านต่างๆ นำมารวบรวม คิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ หรือทำการทดลองประกอบ สำหรับจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในการออกแบบ เพื่อให้การออกแบบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสัมฤทธิ์ผลสูงสุด และเป็นรากฐานในการทำงานในอนาคตได้เป็นอย่างดี

5.2 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. บรรรจุภัณฑ์ที่ทำการออกแบบในขั้นสุดท้ายมีความสวยงาม และดูโดดเด่น ไม่ซ้ำกับสินค้าในท้องตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. ในการจัดกลุ่มสินค้า ยังมีความสับสนในการแบ่งแยกอยู่บ้างประเภทด้วยรูปลักษณะและกราฟิกที่ดูคล้ายกันในทุกกลุ่ม ซึ่งอาจเหมาะสำหรับบรรรจุภัณฑ์ที่มีร้านค้าเป็นของตนเอง ซึ่งการแบ่งแยกประเภทและการนำเสนอสินค้าจะทำได้ง่ายขึ้น
3. ในการใช้งานบรรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคอาจต้องใช้เวลาทำความเข้าใจบ้าง ในด้านวิธีการใช้งานและวัตถุประสงค์การใช้งานที่เกิดขึ้นใหม่

ข้อเสนอแนะ

ในการออกแบบบรรรจุภัณฑ์นั้น นักศึกษาคควรคำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน และควรวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อให้การออกแบบเป็นไปอย่างถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะเป็นการฝึกฝนการทำงานและเป็นประสบการณ์ตรงเพื่อนำไปใช้ในอนาคตอันใกล้ได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- Sallie Morris and Lesley Mackley : Cook's Encyclopedia of Spices
- J. Sainsbury plc : The Best of Sainsbury's Oriental Cooking
- Jill Norman : The Classic Herb Cook Book
- Andrew Langley : The Little Book of Spice Tips
- เอกสารวิชาการเรื่อง "ความรู้เกี่ยวกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์" กองควบคุมอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- หนังสือ วัสดุและบรรจุภัณฑ์ โดย ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย
- บทความเรื่อง วัสดุและบรรจุภัณฑ์ โดย ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย
- นิตยสาร 4P magazine
- ฐานข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ





ภาคผนวก

เกี่ยวกับการแสวงหาโอกาสทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

โอกาสทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในโครงการเกิดขึ้นได้จากการนำเอาปัจจัยต่างๆที่ต้อง คำนึงถึงข้างต้นทั้งหมด มารวมกัน เพื่อการหาความต้องการด้านการใช้งานในรูปแบบต่างๆ ที่แตกต่างกัน โดยการใช้กระบวนการในการประกอบอาหารตั้งต้น โดยการเลือกปัจจัยในแต่ละด้านออกมาใช้ โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการใช้งานที่เป็นอยู่จริง และนำมาสร้างเป็นความต้องการในการใช้งานในการปรุงอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อสร้างโอกาสในการเกิดบรรจุภัณฑ์ ใหม่ หรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เดิม ที่มีรองรับความต้องการนั้นอยู่แล้ว ให้ดียิ่งขึ้นไป

การแสดงโอกาสทางการออกแบบใช้การแยกคิดเป็นกรณี โดยในแต่ละกรณีหมายถึงการประกอบอาหารแต่ละประเภท โดยการเลือกปัจจัยเบื้องต้นที่สามารถเป็นไปได้จาก ตารางในแผ่นพับ โดยการศึกษาวិเคราะห์ความเป็นไปได้ของแต่ละปัจจัย กับการปรุงอาหารแต่ละประเภทที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- กรณี A1 การประกอบอาหารด้วย การปิ้งย่าง มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B3 B6

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E2 E4 E6

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C4 C5 C7

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F1 F2

อธิบายการเลือก และ การตัด ปัจจัย ในการออกแบบ

ปัจจัยที่เลือกมารวมกันจากตาราง ต้องมีความเป็นไปได้ และสามารถเกิดขึ้นได้ สำหรับกรณี การประกอบอาหารด้วย การปิ้งย่าง เช่น

- ในกรณีการเลือกวัตถุดิบที่ใช้ปิ้งย่าง คือ เนื้อ สัตว์ ผัก ขนมปัง แต่ไม่เหมาะในการใช้งานกับ อาหารจำพวกเส้น และข้าว จึงเลือกมาเฉพาะ ปัจจัยย่อย B1 B2 B3 B6 เท่านั้น

- ลักษณะการปรุงที่เป็นไปได้สำหรับกรณีนี้คือ การทำด้วยเครื่องเทศ การหมักโดยเครื่องเทศ และการผสมกับวัตถุดิบอื่น ไม่พบลักษณะการใช้งานอื่น จึงเลือกมาเฉพาะ ปัจจัยย่อย E2 E4 E6

- ข้ออื่นๆ ก็ใช้วิธีการลักษณะเดียวกันกับข้างบน โดยเลือกจนครบทุกปัจจัย โดยการใช้งานบางอย่าง ปัจจัยบางอาจไม่ส่งผลต่อการออกแบบก็ไม่จำเป็นต้องเลือกมา

อธิบายการสร้างโอกาสการเกิดของบรรจุภัณฑ์

สร้างได้จากการนำปัจจัยที่เป็นไปได้จากการวิเคราะห์ในกรณีของการปิ้งย่าง มาเลือกอีกครั้งหนึ่งโดยการวิเคราะห์โอกาสความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นจากการ เลือกปัจจัยย่อยจากปัจจัยหลักแต่ละอัน และ รวมปัจจัยย่อยเข้าด้วยกันทั้งหมด โดยสร้างเป็น สมการในการใช้งาน เช่น

A1 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E2

การตีความ - เครื่องเทศที่ใช้ในการบั้งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อปรุงแต่งรส กลิ่น สี โดยการหมัก

โดยเมื่อได้โจทย์จากโอกาสทางการออกแบบ จากการตีความข้างต้นจึงสามารถนำไป สร้างเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา เพื่อตอบสนองการใช้งานตามปัจจัยรวมที่เกิดขึ้น โดยเทียบกับบรรจุกัมมันต์ที่มีอยู่แล้ว โดยพัฒนาจากบรรจุกัมมันต์เดิมให้ดีขึ้น หรือยังไม่มี จึงต้องสร้างบรรจุกัมมันต์ขึ้นมาใหม่

ตารางแสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการแสวงหาโอกาสทางการออกแบบบรรจุกัมมันต์

กรรมวิธีในการประกอบอาหาร A	วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ B	ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ C
- การบั้งย่าง (Grilling) A1	- เนื้อสัตว์ ที่มีลักษณะเป็นชิ้น B1	- ทั้งชิ้น (Whole Spice) C1
- การอบ (Roasting or Baking) A2	- เนื้อสัตว์ที่มีลักษณะขาดง่าย B2	- บดเป็นผง (Ground Spices) C2
- การต้ม (Boiling) A3	- ผัก ผลไม้ B3	- แบบสดที่นำมาอบแห้ง C3
- การเคี่ยวหรือตุ๋น (Simmering) A4	- ข้าว B4	- แบบสดที่นำมาอบแล้วบด C4
- การผัด (Sauteing or Stir-frying) A5	- อาหารจำพวกเส้น B5	- เครื่องเทศผสมผง (Powder) C5
- การทอด (Frying) A6	- ขนมปังชนิดต่าง ๆ ทั้ง B6	- เครื่องเทศผสมเหนียว (Paste) C6
- การคั่ว (Dry Frying) A7	- ผง และก้อน	- เครื่องเทศผสมในรูปน้ำซอส C7
- ใช้เป็นส่วนผสมสำหรับอาหาร หรือใส่ในอาหารที่ปรุงเสร็จ A8		
วัตถุประสงค์ในการใช้งาน D	ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง E	วัตถุดิบที่ใช้งานรวม F
- ใช้ประโยชน์ทั้ง รสชาติ สี กลิ่น D1	- การใส่เป็นลงไปในการปรุง ในรูปแบบ ผง ชิ้น E1	- น้ำมัน F1
- เพื่อใช้ปรุงแต่งรสชาติ D2	- การแช่อาหารลงในส่วนผสมเครื่องเทศ E2	- ซอส F2
- เพื่อใช้ปรุงแต่งสีกลิ่นอาหาร D3	- การคลุกเคล้าด้วยเครื่องเทศ E3	- แป้ง F3
- เพื่อใช้ปรุงแต่งกลิ่น ดับกลิ่น D4	- การทา ปาด เครื่องเทศ ผง เหลว E4	- น้ำ F4
- เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทำเครื่องปรุงหรือสิ่งที่ใช้งานร่วมกับอาหาร D5	- การวางลงบนอาหาร E5	
	- การผสมเครื่องเทศกับวัตถุดิบอื่นๆ E6	
	- การเทราดในรูปแบบของเหลว E7	
	- การโรยหน้าในรูปแบบเป็นผง E8	
	- มีการอุ่นก่อนนำไปใช้งาน E9	

คำอธิบายประกอบตาราง

- ในแต่ละปัจจัยย่อย ใช้การแทนค่าด้วยตัวเลขตามหลัง อักษร ของปัจจัยหลักโดย เรียงจาก บนลงล่าง เช่น B4 หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ คือ ข้าว

- ในแต่ละปัจจัยหลัก ใช้การแทนค่าด้วย อักษร A B C D E F เรียงจาก ซ้ายมือ ไปยังขวามือ ดังที่แสดงในตาราง ตารางนี้ เกิดขึ้นจากการกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบบรรจุกัมมันต์ เครื่องเทศ ตามโครงการ

โดยเป็นปัจจัยที่ คำนึงถึงการใช้งานในด้านการประกอบอาหาร เป็นหลัก

1. กรณี A1การประกอบอาหารด้วย การบึ่งย่าง มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B3 B6

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C4 C5 C7

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E2 E4 E6

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F1 F2

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

- 1.1 A1 + B1 B2+ C1 C2 C4 C5 + D1 + E4 + F1 F2
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา ร่วมกับ ซอส หรือน้ำมัน
- 1.2 A1 + B1 B2+ C1 C2 C4 C5 + D1 + E8
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการโรยหน้า
- 1.3 A1 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D1 D4 + E2 E6 + F1 F2
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการหมัก ร่วมกับซอส หรือน้ำมัน
- 1.4 A1 + B1 B2 + C7 + D1 + E4 + F1 F2
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา
- 1.5 A1 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E2
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการหมัก
- 1.6 A1 + B3 + C1 C2 C4 C5 + D1 + E4 E6 + F1 F2
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง ผัก โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา ร่วมกับ ซอส หรือน้ำมัน
- 1.7 A1 + B3 + C1 C2 C4 C5 + D1 + E8
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง ผัก โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการโรยหน้า
- 1.8 A1 + B6 + C1 C2 C4 C5 + D1 + E8
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง ขนมปัง โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการโรยหน้า
- 1.9 A1 + B6 + C6 + D1 + E4 + F1 F2
เครื่องเทศที่ใช้ในการบึ่งย่าง ขนมปัง โดยใช้เป็นของเหลวชนิด เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา

2. กรณี A2 การประกอบอาหารด้วย การอบ มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B6

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C3 C4 C5 C7

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E2 E3 E4 E5 E6 E7 E8

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F1 F2

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

- 2.1 $A2 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D1 + E4 + F1 F2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา ร่วมกับ ซอส หรือน้ำมัน
- 2.2 $A2 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D1 + E8$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการโรยหน้า
- 2.3 $A2 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สีโดยการหมัก
- 2.4 $A2 + B1 B2 + C3 + D1 + E5$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นแบบสดที่นำมาอบแห้ง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการวางบนอาหารก่อนอบ
- 2.5 $A2 + B1 B2 + C5 + D1 + E6 E7 + F1 F2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการ ผสมกับ ซอสหรือน้ำมัน และ ราดบนอาหาร
- 2.6 $A2 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D1 + E3$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการคลุกกับเนื้อสัตว์
- 2.7 $A2 + B6 + C2 C4 C5 + D1 + E8$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ ขนมปัง โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการโรยหน้า
- 2.8 $A2 + B6 + C6 + D1 + E4 + F1 F2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ ขนมปัง โดยใช้เป็นของเหลวหนืด เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา

กรณี A3,A4 การประกอบอาหารด้วย การต้ม และการเคี้ยว มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

เนื่องจากการต้ม และการเคี้ยว มีองค์ประกอบของปัจจัยทางการออกแบบ คล้ายคลึงกันหลายประการ แตกต่างกันแต่เพียง ระยะเวลาที่การเคี้ยวจะยาวนานกว่าการต้ม ใช้กับเนื้อสัตว์ที่ไม่ย่อย เช่น ปลาและไข่ความร้อนน้อยกว่าการต้ม จึงนำมาสู่การแสวงหาโอกาสทางการออกแบบร่วมกัน

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B3 B4 B5

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C3 C4 C5 C6

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E1 E8

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F1 F2 F4

3. กรณี A3 การประกอบอาหารด้วย การต้ม มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

3.1 $A3 + B1 B2 + C1 + D1 + E1 + F4$

เครื่องเทศที่ใช้ในการต้ม กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นชิ้น เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุงและนำออกเมื่อปรุงเสร็จ

3.2 $A3 + B1 B2 + C2 C4 + D1 + E1 + F4$

เครื่องเทศที่ใช้ในการต้ม กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุง

3.3 $A3 + B1 B2 + C2 + D1 + E1 + F4$

เครื่องเทศที่ใช้ในการต้ม กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นแบบ อบแห้ง เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุง

3.4 $A3 + B1 B2 + C6 + D1 + E1 + F4$

เครื่องเทศที่ใช้ในการต้ม กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นแบบหั่น เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุง

4. กรณี A4 การประกอบอาหารด้วย การเคี้ยว มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

4.1 $A4 + B1 + C1 + D1 + E1 + F4$

เครื่องเทศที่ใช้ในการเคี้ยว กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นชิ้น เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุงและนำออกเมื่อปรุงเสร็จ

5. กรณี A5 การประกอบอาหารด้วย การผัด มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B3 B4 B5

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E1 E2 E3 E8

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F1 F2 F4

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

- 5.1 A5 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E1 E3
เครื่องเทศที่ใช้ในการผัด เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปของหนืด เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยใส่ในอาหารและคลุกเคล้า
- 5.2 A5 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E1 E3 + F1 F4
เครื่องเทศที่ใช้ในการผัด เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผงเครื่องเทศรวม เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยใส่ในอาหารและคลุกเคล้า โดยใช้กับ น้ำ หรือน้ำมัน
- 5.3 A5 + B1 B2 B3 B4 + C7 + D1 D4 + E1 E3
เครื่องเทศที่ใช้ในการผัด ข้าว เนื้อสัตว์ ผัก โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปของหนืด เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยใส่ในอาหารและคลุกเคล้า
- 5.4 A5 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E1 E3
เครื่องเทศที่ใช้ในการผัด อาหารเส้น เนื้อสัตว์ ผัก โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยใส่ในอาหารและคลุกเคล้า
- 5.5 A5 + B1 B2 + C7 + D1 D4 + E2
เครื่องเทศที่ใช้ในการผัด เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการหมัก

6. กรณี A6 การประกอบอาหารด้วย การทอด มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B3

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C4 C5

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E1 E3 E7 E8

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F3

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

6.1 A6 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D2 D4 + E3

เครื่องเทศที่ใช้ในการทอด เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการคลุกก่อนนำไปทอด

6.2 A6 + B3 + C1 C2 C4 C5 + D2 D4 + E3

เครื่องเทศที่ใช้ในการทอด ผัก โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการคลุกก่อนนำไปทอด

6.3 A6 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D2 D4 + E3 + F3

เครื่องเทศที่ใช้ในการทอด ผัก โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการคลุก ร่วมกับ แป้ง ก่อนนำไปทอด

6.4 A6 + B3 + C1 C2 C4 C5 + D2 D4 + E3 + F3

เครื่องเทศที่ใช้ในการทอด เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการคลุก ร่วมกับ แป้ง ก่อนนำไปทอด

7. กรณี A7 การประกอบอาหารด้วย การคั่ว มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C5 C6

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E1 E3

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

7.1 A7 + B1 B2 + C1 C2 C4 C5 + D2 D4 + E3

เครื่องเทศที่ใช้ในการคั่ว เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง หรือ ของทึบ เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการคั่วก่อน ใส่เนื้อสัตว์

8. กรณี A8 การใช้ทานร่วมกับอาหาร หรือใช้กับอาหารที่ปรุงเสร็จ มีโอกาสที่จะเกิดบรรจุภัณฑ์ดังนี้

แสดงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการนำมาสร้างโจทย์

วัตถุดิบที่ใช้กับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ B1 B2 B3 B4 B5 B6

ลักษณะทางกายภาพเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ C1 C2 C4 C5

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน ที่เป็นไปได้คือ D1 D2 D3 D4 D5

ลักษณะวิธีการใช้งานในการปรุง ที่เป็นไปได้คือ E3 E6 E7 E9

วัตถุดิบที่ใช้งานร่วมกับเครื่องเทศ ที่เป็นไปได้คือ F1 F2 F4

โอกาสของการเกิดบรรจุภัณฑ์

- 8.1 $A8 + B1 B2 + C7 + D1 D5 + E6 E7 E9 + F2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ เนื้อสัตว์ ก่อนแล้รฟ์ โดยการอุ่นก่อนราดลงบนเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จ จากการอบ อย่าง ทอด
- 8.2 $A8 + B1 B2 B4 + C5 + D1 D3 D5 + E6 E7 E9 + F4$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ข้าว โดยใช้เป็นผง อุ่น พร้อมน้ำและเนื้อสัตว์ เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการราดบนข้าวก่อนทาน
- 8.3 $A8 + B1 B2 B4 + C5 C6 C7 + D1 D3 D5 + E3 E6 E9 + F4$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ข้าว โดยใช้เป็นผง อุ่น พร้อมน้ำและเนื้อสัตว์ เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการผสมกับข้าวก่อนทาน
- 8.4 $A8 + B1 B2 B5 + C1 C2 C4 C5 + D1 D5 + E6 E7 E9 + F1 F2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ อาหารเส้น โดยใช้เป็นผง ผสมกับ ซอส หรือน้ำมัน และเนื้อสัตว์ แล้วอุ่น เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการราดบนอาหารเส้น
- 8.5 $A8 + B1 B2 B5 + C7 + D1 D5 + E7$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ อาหารเส้น โดยใช้ในรูปแบบซอส หรือน้ำมัน และเนื้อสัตว์ เพื่อ แล้วอุ่นปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการราดบนอาหารเส้น
- 8.6 $A8 + B3 + C5 + D1 D5 + E6 E7 + F1$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ผัก ผลไม้ โดยใช้เป็นผง ใช้ร่วมกับน้ำมัน ครีม เพื่อปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการเทราด
- 8.7 $A8 + B1 B3 B6 + C5 + D2 D4 + E6 + F2$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ขนมปังกรอบ ของทอด โดยใช้เป็นผง ใช้ร่วมกับซอส เพื่อปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการจิ้ม
- 8.8 $A8 + B1 B2 B3 B4 + C3 + D2 D4 + E5 + F4$
เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ หรือน้ำแกง โดยใช้เป็นแบบสัดที่นำมาอบแห้ง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการวางบนอาหารก่อนทาน

สรุปโอกาสของการเกิดบรรจุกัณฑ์

การคัดเลือกโอกาสของการเกิดบรรจุกัณฑ์ เกิดจากการมองหา ความต้องการที่สามารถนำมาแก้ปัญหา โดยมีแนวทางที่จะเกิดขึ้นจริงได้มากที่สุด โดยเทียบแต่ละกรณีการประกอบอาหารเข้าด้วยกัน บางครั้งอาจมีความต้องการที่ซ้ำซ้อนกัน ในคนละประเภทของการประกอบอาหารหรือบางกรณีก็อาจมีความต้องการเฉพาะอย่างเกิดขึ้น หรือกระทั่งการเกิดความต้องการสำหรับอาหารชนิดนั้นๆ โดยเฉพาะ ความต้องการทางารออกแบบที่เกิดขึ้น สามารถสรุปรวมเพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหาได้ดังนี้

- กรณีที่สามารถใช้การแก้ปัญหาในแนวทางเดียวกัน เนื่องจากการใช้งานมีความซ้อนทางด้านรูป แบบและความต้องการเช่น การอบ และการย่าง อาจมีความต้องการด้านการใช้งานที่เหมือนกัน ซึ่งแบ่งได้เป็นดังนี้

1.1 + 2.1

เครื่องเทศที่ใช้ในการบั้งย่าง อบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา ร่วมกับ ซอส หรือน้ำมัน

1.5 + 2.3 + 5.5

เครื่องเทศที่ใช้ในการบั้งย่าง อบ หรือ ผัด เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการหมัก

1.9 + 2.8

เครื่องเทศที่ใช้ในการ บั้ง อบ ขนมนึ่ง โดยใช้เป็นของเหลวชนิด เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา

2.4 + 3.3 + 8.8

เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ ต้ม ทำซूप โดยใช้เป็นแบบสัดที่นำมาอบแห้ง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการวางบนอาหารก่อนนำไปอบ ใสในขั้นตอนการต้ม ทำซूप หรือวางบนอาหารก่อนเสิร์ฟ

3.1+ 4.1

เครื่องเทศที่ใช้ในการต้ม กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นชิ้น เพื่อ ปรุงแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุงและนำออกเมื่อปรุงเสร็จ

- กรณีที่เป็นความต้องการของการประกอบอาหารแต่ละชนิด โดยต้องใช้นับรรจุกัณฑ์เพื่อแก้ปัญหา ความต้องการที่เกิดขึ้น โดยการคิดแยกเป็นกรณีสามารถแบ่งได้ดังนี้

1.4 เครื่องเทศที่ใช้ในการบั้งย่าง เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นของเหลวผสมในรูปน้ำซอส เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา

1.6 เครื่องเทศที่ใช้ในการบั้งย่าง ผัก โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรุงแต่ง รส กลิ่น สี โดยการทา ร่วมกับ ซอส หรือน้ำมัน

- 2.5 เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น สี โดยการ ผสมกับ ซอสหรือน้ำมัน และ ภาชนะอาหาร
- 2.6 เครื่องเทศที่ใช้ในการอบ เนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น สี โดยการคลุกกับเนื้อสัตว์
- 3.3 เครื่องเทศที่ใช้ในการต้ม กับเนื้อสัตว์ โดยใช้เป็นแบบอบแห้ง เพื่อ ปรับแต่ง รส สี กลิ่น โดยการใส่ลงไปขณะปรุง
- 6.3 เครื่องเทศที่ใช้ในการทอด ผัก โดยใช้เป็นผง เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น โดยการคลุก ร่วมกับ แป้ง ก่อนนำไปทอด
- 8.1 เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ เนื้อสัตว์ ก่อนเสิร์ฟ โดยการอุ่นก่อนราดลงบนเนื้อสัตว์ที่ปรุงเสร็จ จากการอบ อย่าง ทอด
- 8.2 เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ข้าว โดยใช้เป็นผง อุ่น พร้อมน้ำและเนื้อสัตว์ เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น โดยการราดบนข้าวก่อนทาน
- 8.3 เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ข้าว โดยใช้เป็นผง อุ่น พร้อมน้ำและเนื้อสัตว์ เพื่อ ปรับแต่ง รส กลิ่น สี โดยการผสมกับข้าวก่อนทาน
- 8.5 เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ อาหารเส้น โดยใช้ในรูปแบบซอส หรือน้ำมัน และเนื้อสัตว์ เพื่อ แล้วอุ่นปรุงแต่ง รส กลิ่น โดยการราดบนอาหารเส้น
- 8.6 เครื่องเทศที่ใช้ในการทานคู่กับ ผัก ผลไม้ โดยใช้เป็นผง ใช้ร่วมกับน้ำมัน ครีม เพื่อปรับแต่ง รส กลิ่น โดยการเทราด
- 8.7 เครื่องเทศที่ใช้ทานคู่กับ ขนมปังกรอบ ของทอด โดยใช้เป็นผงใช้ร่วมกับซอสเพื่อปรับแต่ง รส กลิ่น โดยการจิ้ม

ประวัติการศึกษา

นายณัฐพล นันทสุขเกษม

รหัสประจำตัวนักศึกษา 45020111

ระดับประถมศึกษา

- โรงเรียน ลาซาล กรุงเทพ

ระดับมัธยมศึกษา

- โรงเรียนอัสสัมชัญ สมุทรปราการ

ระดับอุดมศึกษา

- ภาควิชา ศิลปะอุตสาหกรรม คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

