

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการนำร่องออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย
สำหรับอาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนต เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนต “เตาตาล
บ้านหม้อ” จังหวัดเพชรบุรี

(Graphic, Packaging and Point of Purchase Design for Palm Food Products of
the Agricultural Group Project, " Tao Tan Ban Mhor " , Phetchaburi)



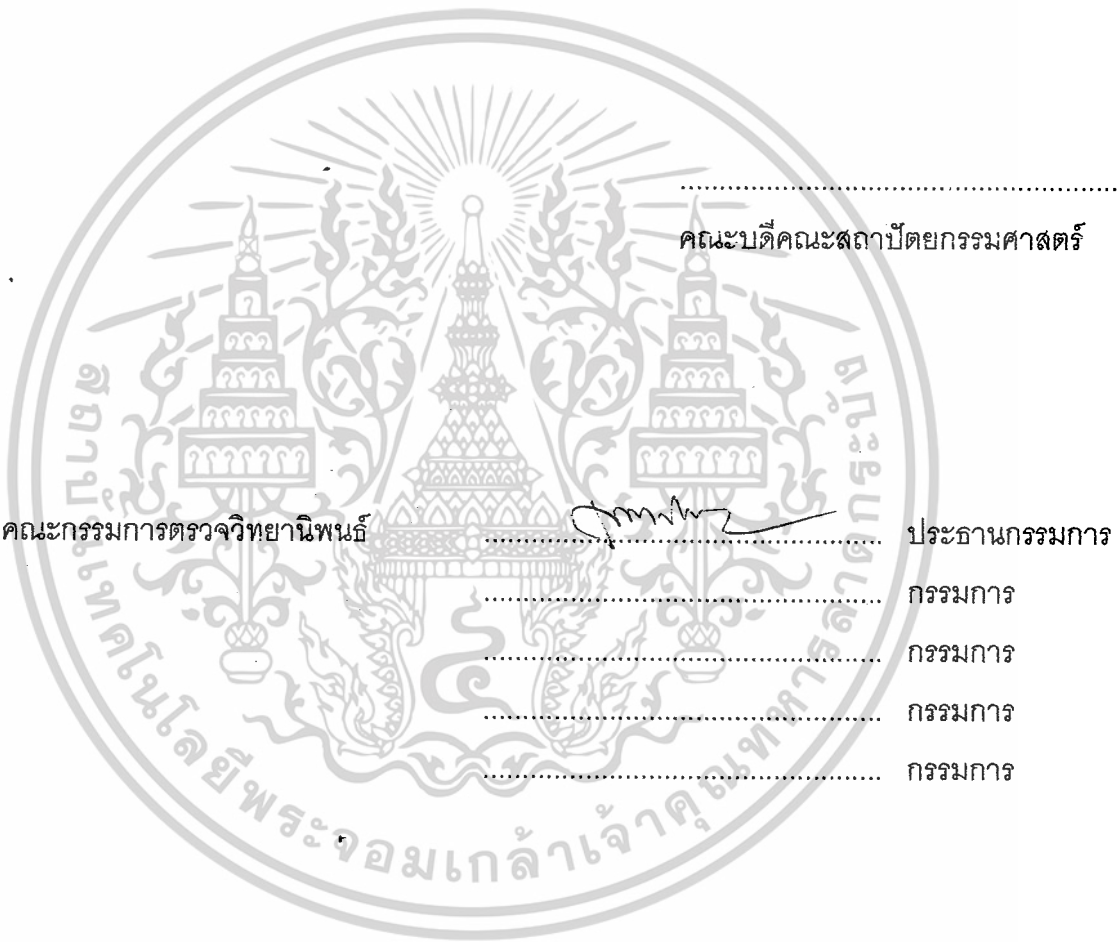
เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 86592
วัน,เดือน,ปี..... 25 S.ศ. 2551

b.....12016949
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2546 - 2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ออมนัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต



อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(ผศ. อรสา จิรวิญญู)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการนำร่องออกแบบกราฟฟิก บรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนต เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตร
ทำน้ำตาลโตนต "เตาตาลบ้านหม้อ" จังหวัดเพชรบุรี
(Graphic, Packaging and Point of Purchase Design for Palm
Food Products of the Agricultural Group Project, " Tao Tan
Ban Moh " , Phetchaburi)

ชื่อนักศึกษา นางสาวณิศา ลิปตวัฒน์ รหัส 42020108
ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2546 – 2547

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กำลังได้รับความนิยมและความสนใจจาก
หลายๆฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน ต่างก็ให้ความสนใจให้ความร่วมมือ ซึ่งในแต่ละ
จังหวัดก็ได้มีการผลักดันให้ตำบลต่างๆพัฒนาและสร้างสินค้าประจำตำบลนั้นๆขึ้นมาทั้งสิ้น

ซึ่งจังหวัดเพชรบุรี ก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีการส่งเสริมและสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ และหนึ่งในสินค้าขึ้นชื่อที่เข้าร่วมโครงการนี้ ก็คือ สินค้าจากโครงการเกษตรทำ
น้ำตาลโตนต "เตาตาลบ้านหม้อ" ของตำบลบ้านหม้อ เนื่องจากชื่อเสียงที่โด่งดังของคุณภาพของ
ต้นตาล อีกทั้งยังเป็นอาชีพอนุรักษ์ที่สืบทอดกันมาช้านานของจังหวัดเพชรบุรี และมีตลาดการ
จำหน่ายที่ขยายกว้างขึ้นเรื่อยๆในปัจจุบัน

ดังนั้นโครงการนำร่องออกแบบกราฟฟิก บรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์
อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนต เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนต "เตาตาลบ้านหม้อ"
จังหวัดเพชรบุรี จึงเป็นโครงการเสนอแนะที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของตลาด โดยออกแบบ
ออกแบบภายใต้โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนตเป็นสำคัญ โดยประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ใน
โครงการดังต่อไปนี้ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาลโตนด

1.1 น้ำตาลสด

1.2 น้ำตาลเมา

2. กลุ่มอาหารให้ความหวาน

2.1 น้ำตาลโตนด หรือน้ำตาลปึก

2.2 น้ำเชื่อมตาลโตนด

3. กลุ่มอาหารหวาน

3.1 ลูกตาลเชื่อม

3.2 ตาลเชื่อมแห้ง

3.3 ท็อปปิ้งลูกตาล

3.4 แยมลูกตาล

3.5 ไอศกรีมลูกตาล

3.6 วุ้นลูกตาล

3.7 ลูกตาลในน้ำเชื่อม(ลูกตาลลอยแก้ว) ขนาดบรรจุ 150 ml

4. กลุ่มคู่ของฝาก

4.1 ของฝากคู่เครื่องดื่ม

4.2 ของฝากคู่รับประทานเล่น

ผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้ได้จำหน่ายแต่เพียงที่โรงการเตาตาลบ้านหม้อเท่านั้น แต่ยังมีจำหน่ายที่ร้านค้า ร้านสหกรณ์ในจังหวัด และร้านขายขนมและของฝากในจังหวัดเพชรบุรี ศูนย์การแสดงสินค้าพื้นเมือง ตลาดงานออกร้าน นิทรรศการ รวมถึงงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต (ระบบสาขา) ทั้งในจังหวัดเพชรบุรี กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆอีกด้วย ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีความโดดเด่นจากสินค้าคู่แข่ง และดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี

จึงได้มีการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

อาหารแปรรูปจากตาลโตนด เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีเยี่ยมของเพชรบุรี คือตาลโตนดสด ผ่านกระบวนการผลิตในเพชรบุรีซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมา ทำให้ได้สินค้าคุณภาพ ซึ่งมีความหลากหลายของกิ่งผลิตภัณฑ์เนื่องจากความสามารถในการแปรรูปจากต้นตาลโตนด ให้ความสดชื่น และให้พลังงานได้อย่างรวดเร็ว

2. ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเตาตาลบ้านหม้อ ได้ถือครองตลาดสินค้าแปรรูปจากตาลโตนดสูงสุดในจังหวัด เพชรบุรีเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆ เนื่องจากโครงการเตาตาลบ้านหม้อได้รวมตัวเกษตรกรทำน้ำตาลในจังหวัดไว้มากที่สุด และจะมีการขยายตัวต่อไปในอนาคต รวมทั้งคุณภาพของสินค้าที่ดีเยี่ยม ทั้งนี้ทางโครงการยังมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภค จึงได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

3. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เป็นบุคคลทั้งชายและหญิง แต่จะเน้นที่เพศหญิงมากกว่า อายุ 30-60 ปี ระดับการศึกษา ตอนปลาย ถึงระดับปริญญาตรี มีความรู้ด้านอาหารไทยพอสมควร เน้นกลุ่มแม่บ้าน ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดเพชรบุรีเป็นหลัก เป็นผู้บริโภคในตัวเมืองกรุงเทพฯ บางส่วน นอกจากนี้ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดเพชรบุรีด้วย ทั้งนี้นิยมใช้ชีวิตไม่เร่งรีบนัก เป็นคนที่คุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ของไทย พิถีพิถัน รักครอบครัว คัดสรรสิ่งที่ดี มีคุณภาพ มีเวลาว่างในการรับประทานอาหาร จับจ่ายใช้สอย และเดินทางท่องเที่ยว

4. การพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบ

เนื่องจากโครงการมีคุณภาพของสินค้าดีเยี่ยมที่สุดในจังหวัด ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในท้องถิ่น จึงควรนำภาพลักษณ์ของโครงการผู้ผลิต มาชูเป็นจุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้เกิดการจดจำ และเอกลักษณ์เฉพาะของโครงการ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้นิยมของพื้นบ้าน รักธรรมชาติ ใช้ชีวิตไม่เร่งรีบ และพิถีพิถัน แต่เนื่องจากสินค้าในท้องตลาดตอนนี้มีจุดขายที่ใกล้เคียงกัน คือเน้นที่ความเป็นตาลสดแท้ 100% ดังนั้น เตาตาลบ้านหม้อควรสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า โดยเน้นให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และขนาดบรรจุภัณฑ์ พร้อมกับคุณภาพที่โดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีแนวทางการออกแบบ 3 แนวทางคือ

1. Folk Wisdom
2. Land of Palm
3. Culinary Arts

ในขณะที่เดียวกันบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบควรสามารถสื่อได้ถึงเงื่อนไขอื่นๆอีกดังต่อไปนี้ คือ Great Taste ,Native Product , Quality , Natural และ Nutritious และนำสิ่งต่างๆเหล่านี้มาจัดองค์ประกอบต่างๆเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ และจูงใจผู้บริโภคในการซื้อ โดยสามารถแข่งขันกับสินค้าในท้องตลาดได้อย่างเหมาะสม



โครงการกลุ่มเกษตรทำน้ำตาลโตนด

เลขที่ 30/6 หมู่ 5 ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี 0-3241-9579

รวมกลุ่มทำน้ำตาล เสิร์มงานอาชีพหลัก อนุรักษ์ต้นตาล สืบสานอาชีพท้องถิ่น บนแผ่นดินเพชรบุรี

วันที่ 3 มิถุนายน 2546

เรื่อง สนับสนุนโครงการ

เรียน คณะกรรมการวิทยานิพนธ์

ตามที่นางสาวณิศรา ลิปตวิวัฒน์ นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ขออนุมัติในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "โครงการนำร่องออกแบบกราฟฟิก บรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด ตำบลบ้านหม้อ จังหวัดเพชรบุรี" เพื่อศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิต ตามหลักสูตรของภาควิชาศิลปอุตสาหกรรมนั้น

ทางโครงการได้พิจารณาแล้วว่าเป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ทางนโยบาย สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม อีกทั้งมีประโยชน์ต่อการศึกษาของนักศึกษา จึงยินดีให้การสนับสนุนโครงการดังกล่าว โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้จะเกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักศึกษาและสถาบันศึกษาต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

ว่าที่ ร.อ. จำรัส มีลี

ประธานโครงการกลุ่มเกษตรทำ-
น้ำตาลโตนดตำบลบ้านหม้อ

และด้วยความกรุณาจากโครงการเกษตรทำน้ำตาล "เตาตาลบ้านหม้อ" ที่ให้ความ
อนุเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งชี้แนะความต้องการพัฒนาสินค้าและการตลาดเพื่อการออกนอกแบบ
กราฟฟิก บรรจุภัณฑ์ และสื่อส่งเสริมการขาย จึงทำให้โครงการนี้สามารถดำเนินการไปได้เป็น
อย่างดี และตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิทยานิพนธ์และโครงการเกษตรทำน้ำตาลเตาตาล
บ้านหม้ออย่างครบถ้วน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ประสบการณ์ในการใช้ชีวิตศึกษาอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัย เป็นอีกหนึ่งก้าวหนึ่งของชีวิต ที่ต้องพบกับอุปสรรคมากมายกว่าจะประสบความสำเร็จมาจนถึงวันนี้ แต่เนื่องจากมีแรงสนับสนุนและกำลังใจจากคนรอบข้าง การทำงานทั้งหมดก็สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี

กราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่สนับสนุนในทุกๆด้าน คอยช่วยเหลือ ห่วงใย ให้กำลังใจตลอดเวลา , อาจารย์อรสา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้หนุมามากกว่าความรู้ และตำราเรียน, อาจารย์สมชัย, อาจารย์พิมพ์ปราโมทย์, อาจารย์ญาดา, อาจารย์ธนารักษ์ และอาจารย์ฉวีวรรณ ที่คอยให้คำปรึกษาและช่วยกันขัดเกลาจนงานสำเร็จในท้ายที่สุด

ขอบพระคุณ ว่าที่ร.อ.จรัส มีลิ ประทานโครงการกลุ่มเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ที่กรุณาให้ความสนับสนุนและให้ข้อมูลที่สำคัญต่อการทำวิทยานิพนธ์

ขอบคุณพี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆทุกคนที่ได้ร่วมลงมือ ลงแรง ลงความคิด ช่วยงานตั้งแต่ต้นจนจบ ขอขอบคุณจริงๆที่เป็นกำลังสำคัญให้งานประสบความสำเร็จ ขอขอบคุณ....

พี่เก๋า พี่ชล และพี่เจ็ด ...ที่เลิกงานแล้วก็ไม่มีที่จะมาช่วยน้องรหัสคนนี้

น้องปี4 น้องแอนนี่...มือเอกสาร ที่ขาดไม่ได้

น้องเข้ม...ที่คอยถามไถ่เราเสมอ

น้องปี3 น้องฮู...ขอบคุณสำหรับความพิถีพิถันในการช่วยงาน

น้องปี2 น้องแอ้...มือโมเดลสวยสุดเนียบ

น้องจัม...มือโมเดลนุ่ม (ที่ขัดแบบถวายชีวิต)

น้องเสื่อ...ที่ต้องการช่วยงานมากแต่ติดภารกิจมากมาย

น้องบัว...งานเนียบจนคุณตะลึง

น้องปี1 เป็นรุ่นที่ขอขอบคุณพิเศษเพราะมาช่วยกันมีดฟ้ามัดดินจริงๆ

น้องลูกตาล...เลขาสาวคนนี้ขาดไม่ได้

น้องนุช...พกความสดใสมาช่วยงานเสมอ

น้องแครอท...ตั้งใจทำงานจริงๆ

น้องปอนด์...กับการขัดโมเดลสุดชีวิตใน 1 ชั่วโมง

รวมถึงน้องๆทีม Small Room ที่แม้ตัวเล็กแต่น้ำใจมหาศาล

น้องคิม , น้องก๊ก , น้องเอมี , น้องเพลง , น้องเอ็ก และน้องๆที่พี่อาจตกชื่อไป

ขอขอบคุณสำหรับสุดยอด Model Study และการแปะ Plate ระดับมืออาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้ายที่สุด ที่ขาดไม่ได้สำหรับการทำวิทยานิพนธ์นี้

เพื่อนปี5

เชษฐ์...ขอบคุณมากสำหรับทุกอย่าง รวมถึงการทุ่มเทเนรมิตโมเดลที่ทั้ง
เนียบ ทั้งถึก

อู๋...ขอบคุณที่ช่วยงาน

อู๋ และ ป้อ...ขอบคุณสำหรับ 3D งามๆ รวมทั้ง Refinement

เอ๋...งานเยอะ แต่ก็ยังแอบมาช่วยขัดงานให้

เป็ด...นักพับกล่องมืออาชีพที่ให้เกียรติมาร่วมงาน

เป็กเล็ก และ เป็กใหญ่...ที่แวะมาช่วยขัดโมเดล

เพื่อนๆกลุ่มกราฟฟิก...ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันมาตลอด ขอบคุณ
สำหรับการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การแบ่งปันและกำลังใจที่มีให้กัน
ตลอดการทำวิทยานิพนธ์นี้

เพื่อนๆในห้องทุกๆคน...สำหรับความบันเทิง ความอิมหน้าสำราญและ
ช่วงเวลาดีๆที่มีด้วยกัน ดีใจที่ได้รู้จักกันนะ

ขอบคุณจริงๆค่ะ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

จดหมายรับรองโครงการ

คำนำ

กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1	บทนำ	1
	ความเป็นได้ของโครงการ	4
	ขอบเขตของโครงการ	6
	ปัญหา เงื่อนไขความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา	20
	แนวทางการศึกษาวิจัย	92
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	93
บทที่ 2	การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล	
2.1	ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผู้ผลิต	94
2.1.1	ประวัติความเป็นมาของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ	94
2.1.1.1	วัตถุประสงค์ของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ	95
2.1.1.2	เป้าหมายของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ	96
2.1.1.3	ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ	96
2.1.2	นโยบายทางการตลาดของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ	97
2.1.2.1	นโยบายว่าด้วยเรื่องการเงินและการลงทุน	97
2.1.2.2	นโยบายด้านคุณภาพสินค้า	98
2.1.2.3	นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโครงการในปัจจุบัน	98
2.1.2.4	นโยบายการเพิ่มปริมาณสินค้าที่นำออกจำหน่าย	99
2.1.2.5	นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์	99

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3	ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการเกษตรทำน้ำตาล “เตาตาลบ้านหม้อ”	100
2.1.4	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	101
2.2	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	102
2.2.1	กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาลโตนด	102
2.2.2	กลุ่มอาหารให้ความหวาน	103
2.2.3	กลุ่มอาหารหวาน	104
2.3	ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	107
2.3.1	อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	107
2.3.2	วิเคราะห์และสรุปปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า	110
2.4	ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	111
2.4.1	ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด	111
2.4.2	ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	112
2.4.3	ฤดูกาลและระยะเวลาในการจำหน่าย	112
2.4.4	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	112
2.4.4.1	Swot Analysis	112
2.4.4.2	Strategic Direction	114
2.4.4.3	Marketing Strategy	114
2.4.4.4	Marketing Mix Strategies	115
2.5	ข้อมูลด้านคู่แข่ง	116
2.5.1	ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด จำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์	116
2.5.2	วิเคราะห์และสรุปผลการวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อ เปรียบเทียบกับคู่แข่ง	148
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	150
2.6.1	ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	150
2.6.2	ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมาย	151
2.6.3	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนด	151
2.6.4	วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ	152

2.7	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	154
2.7.1.	วิเคราะห์และสรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	154
2.8	ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	172
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ		
3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)	185
3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)	196
3.3	การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)	229
บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ		
4.1	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด	231
4.2	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	267
บทที่ 5 บทสรุป		
5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา	276
5.2	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์	277
บรรณานุกรม		
ภาคผนวก		



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นได้ของโครงการ

ขอบเขตของโครงการ

ปัญหา เจาะลึกความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ต้นตาลโตนด หรือต้นตาล (*Borassus flabellifer* / Sugar palm) เป็นไม้ยืนต้นที่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญ ซึ่งสามารถนำมาแปรรูปใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน สามารถพบได้มากในแถบภาคกลาง โดยเฉพาะที่จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นจังหวัดที่มีน้ำตาลจากต้นตาลโตนดที่หวานที่สุดและดีที่สุด จนมีคำพังเพยว่า “หวานเหมือนน้ำตาลเมืองเพชร” เรียกได้ว่า ต้นตาลโตนดกับจังหวัดเพชรบุรีนั้นเป็นของคู่กัน ดังสุนทรภู่กวีเอกเคยให้คำนิยามว่า “เพชรบุรีรินทร์ินหวาน” อีกทั้งรูปของต้นตาลโตนดคู่ยังได้ปรากฏให้เห็นในตราประจำจังหวัดอีกด้วย

ต้นตาลโตนดเป็นไม้สัญลักษณ์ของเมืองเพชร เป็นไม้ประจำเมือง ที่สำคัญต้นตาลเป็นไม้เศรษฐกิจของบ้านเมือง เป็นอาชีพทำรายได้หลักให้กับชาวบ้านชาวเมือง เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของเมืองเพชร ชาวเพชรบุรีได้ประโยชน์จากต้นตาลโดยตรงก็คือ น้ำตาลโตนดในรูปสินค้าส่งออก เรียกได้ว่าต้นตาลโตนดนั้น เป็นพืชที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรไม่แพ้พืชอื่นๆ จากข้อมูลของอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าต้นตาลที่ให้ผลผลิตแล้วหนึ่งต้นให้ผลตอบแทนมากกว่าการทำนาข้าวหนึ่งไร่ เนื่องจากต้นตาลโตนดนั้นสามารถนำไปแปรรูปได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภค หรือบริโภคก็ตาม โดยเฉพาะอาหารแปรรูปที่ได้จากต้นตาลโตนดนั้น มีหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นขนมหวาน อาหารคาว หรือเครื่องดื่ม ล้วนแล้วแต่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและชาวบ้านของจังหวัดเพชรบุรีมาช้านาน

โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ของตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เป็นโครงการที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2544 เพื่ออาสาเป็นตัวกลางเพื่อช่วยเหลือในการรวมกลุ่มเกษตรกรอาชีพเกี่ยวกับต้นตาลโตนด ภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล และโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีส่วนช่วยในการการฟื้นฟู อนุรักษ์ อำนวยความสะดวก คัดครองต้นตาลและพัฒนาอาชีพทำตาลให้เข้มแข็ง รวมทั้งเผยแพร่วิธีการ กิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา และกลุ่มที่สนใจได้มาศึกษา สืบทอด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมที่ดีของจังหวัดเพชรบุรีและการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งในขณะนี้โครงการเตาตาลบ้านหม้อได้ทำการผลิตสินค้าคุณภาพออกจำหน่ายทั้งในท้องที่ ร้านค้า และสหกรณ์ต่างๆ โดยยังมีโครงการที่จะขยายพื้นที่เต็มรูปแบบในอนาคต โดยจะรับซื้อน้ำตาลจากเกษตรกรทุกคนที่มีแหล่งผลิต คือต้นตาล และดำเนินการในรูปแบบของการส่งเสริมทั้งจังหวัด

ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ต่างๆของทางโครงการนั้นได้รับการสังเกตเห็นว่าควรที่จะมีการพัฒนาเพื่อปรับปรุงให้ได้มาตรฐานตลอดเวลา รวมทั้งได้คำนึงถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการช่วยส่งเสริมการขาย (Promotion) การอำนวยความสะดวกในการขนส่งและใช้งาน (Convenience) นอกจากนี้การบรรจุ (Containment) ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำให้การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (Protection) มีประสิทธิภาพ สามารถยืดอายุให้ยาวนานขึ้นได้อันจะทำให้ส่งผลดีต่อระยะเวลาการวางขาย ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมในขณะนี้ยังตอบสนองได้ไม่ดีนัก อีกทั้งบางรายการผลิตภัณฑ์ก็ยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมอยู่ โครงการนำร่องออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด จึงถูกริเริ่มขึ้นเพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อเป็นแนวทางการวางแผน การจัดการสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อันจะเป็นประโยชน์ต่อชาวเกษตรกร ชุมชน และจังหวัดอีกด้วย

โดยมี วัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

- 1 การวางแผน การจัดการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) จะถูกดำเนินการเพื่อเป็นการส่งเสริม และสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” เพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันและเพื่อเป็นแบบอย่างในโอกาสต่อไป
- 2 การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์และสื่อส่งเสริมการขายนั้น เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าประจำจังหวัดให้เป็นที่สังเกตและจดจำได้ง่าย รวมทั้งเพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นขาย (Unique selling point) ตามตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ที่ได้วางไว้ โดยเสนอเป็นโครงการนำร่องเสนอแก่โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ทั้งนี้เพื่อเป็นฐานข้อมูลและการนำไปผลิตจริง
- 3 เป็นการจัดการการออกแบบเพื่อเพิ่มยอดขาย ขยายขอบเขตพื้นที่การจัดจำหน่าย รวมทั้งช่วยให้โครงการและเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น
- 4 การวางแผน การจัดการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรีนั้น จะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์และมีความสวยงาม โดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิต คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และอาการเสื่อมคุณภาพ รวมทั้งความสอดคล้องระหว่างตัวผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นไปได้
- 5 บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการตอบสนองผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเปิดตรวจสินค้าและจับถือบรรจุภัณฑ์ก่อนการซื้อ ความสะดวกในการเคลื่อนย้าย นำส่งและพกพา การจัดวางเก็บรักษา ความสะดวกในการบรรจุสินค้าลงในบรรจุภัณฑ์ การเปิดปิดและการใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักผู้ใดเห็นใบใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6 ต้องการออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย ความเป็นไปได้ทางการตลาด และความสอดคล้องกับนโยบายของโครงการเกษตรการทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” และนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนอยู่

7 การออกแบบกราฟฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดนี้ ต้องมีความเป็นไปได้จริง โดยต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคด้วย

โดยทั้งนี้ยังได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญจากการดำเนินโครงการ รวมทั้งผลที่ได้ดังต่อไปนี้

- 1 เป็นการช่วยเหลือในการวางแผนและจัดระบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้แก่โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ซึ่งมีการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อันเป็นการช่วยเสริมสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวไทย
- 2 เป็นการช่วยเหลือในการแก้ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ให้แก่โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ซึ่งเป็นการช่วยลดปัญหาของโครงการท้องถิ่น กล่าวคือ เป็นการช่วยเหลือชุมชนทางอ้อมนั่นเอง
- 3 เป็นการจัดการการออกแบบเพื่อเพิ่มยอดขาย ขยายขอบเขตพื้นที่การจัดจำหน่าย รวมทั้งช่วยให้โครงการและเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น
- 4 เป็นการสร้างเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด ให้เป็นสินค้าประจำจังหวัด ทั้งนี้มุ่งเน้นประโยชน์ทางการส่งเสริมการค้าขายและการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นโครงการนำร่องเพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ซึ่งทางโครงการได้ทำการพิจารณาแล้วว่าเป็นโครงการที่มีประโยชน์และสอดคล้องกับนโยบายของโครงการเตาตาลบ้านหม้อ ประกอบกับทางโครงการเองมีความต้องการที่จะพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเดิม รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับสินค้าออกใหม่และสินค้าที่มีโอกาสที่จะผลิตในอนาคต เพื่อที่จะดำเนินโครงการ

2. ด้านเศรษฐกิจ

เนื่องจากโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอยู่ ประกอบกับเป็นโครงการเชิงอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพของเกษตรกรท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล ตำบลบ้านหม้อ จังหวัดเพชรบุรี โครงการนี้จึงมีส่วนช่วยในการยกระดับสินค้าท้องถิ่นของจังหวัด อีกทั้งช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าซึ่งเท่ากับการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร เพื่อเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนขั้นพื้นฐาน ให้มั่นคงสืบต่อไป

3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

เนื่องจากอาหารที่แปรรูปจากตาลโตนดนั้น เป็นอาหารที่ไม่มีการผสมสารเคมี หรือกระบวนการอื่นทำให้เกิดสารเคมีตกค้าง ซึ่งจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค อีกทั้งยังมีคุณค่าจากสารอาหารตามธรรมชาติ รวมทั้งมีรสชาติที่ขอดีเยี่ยม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะเลือกบริโภคสินค้าที่ดี มีประโยชน์มากที่สุด นอกจากนี้แล้ว โดยนโยบายของโครงการเตาตาลบ้านหม้อ ยังมุ่งเน้นในการอนุรักษ์ และปลูกเพื่อเพิ่มจำนวนต้นตาล เพื่อรักษาระบบนิเวศน์ และสร้างสมดุลระหว่างการเพิ่มและการลดของจำนวนต้นตาล ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวอีกด้วย

4. ด้านการศึกษา

โครงการนำร่องนี้เป็นโครงการที่ก่อให้เกิดการฝึกฝนในการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์อย่างมีระบบระเบียบ โดยเปิดโอกาสให้ได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ การดำเนินงาน และฐานข้อมูลอื่น ๆ อันจะทำให้เกิดการวิเคราะห์ในการออกแบบกราฟฟิก การออกแบบโครงสร้าง การสร้าง Corporate Identity และเลือกใช้วัสดุกรรมวิธี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ได้วางกลยุทธ์การส่งเสริมการขายบนพื้นฐานของความเป็นจริงอีกด้วย

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

ดังนั้น โครงการนำร่องออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนต เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนต “เตาตาลบ้านหม้อ” จังหวัดเพชรบุรี จึงมีความเป็นไปได้ในทุกๆด้าน ประกอบด้วยด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา เนื่องจากการดำเนินการเป็นไปตามพื้นฐานความต้องการของทางโครงการเตาตาลบ้านหม้อ และได้รับความร่วมมือสนับสนุนทางด้านข้อมูลเป็นอย่างดี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1. พัฒนารูปแบบโลโก้

1.1 พัฒนารูปแบบโลโก้ “เตาตาลบ้านหม้อ”

เตาตาลบ้านหม้อ เป็น Brand ที่ได้ออกวางสู่ตลาดมาในระยะหนึ่งแล้ว หากแต่กำลังมีการขยายขอบเขตการจัดจำหน่าย รวมทั้งมีการริเริ่มจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นอีกหลายชนิด โลโก้ของ เตาตาลบ้านหม้อที่มีอยู่เดิมจึงต้องการการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสม และเป็นระบบระเบียบในการนำไปใช้ในระบบ Corporate Identity ในส่วนอื่นๆของการออกแบบด้วย



ภาพโลโก้ของโครงการเกษตรทำน้ำตาล “เตาตาลบ้านหม้อ” ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

2. ออกแบบกราฟิกและการสื่อความหมาย

2.1 ออกแบบกราฟิกแสดงให้เห็นถึง Brand Identity

เพื่อเป็นการสร้างและแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต เป็นการสร้าง Brand Power ให้อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่รู้จักของกลุ่มคนทั่วไป

2.2 ออกแบบกราฟิกให้มี Corporate Identity ภายในกลุ่มสินค้าเดียวกัน

เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ ภายใต้ Brand Identity เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการจดจำร่วมกันระหว่างสินค้าภายใต้ Brand เดียวกัน ขณะเดียวกัน ก็สามารถแสดงถึงความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

2.3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบ

เช่น ชื่อสามัญสินค้า, วันที่ผลิต, วันหมดอายุ, น้ำหนักสุทธิ, เป็นต้น โดยมีการจัดวางส่วนที่สำคัญให้อยู่ในตำแหน่งที่ผู้บริโภคสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด โดยมีผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ "เตาตาลบ้านหม้อ"

ก. กลุ่มเครื่องดื่ม - น้ำตาลโตนด		1. น้ำตาลสด ขวด 750 ml ราคา 18 บาท ขวด 330 ml ราคา 10 บาท แก้ว 150 ml ราคา 7 บาท 2. น้ำตาลเมา (กะแช่เมืองเพชร) ขวด 750 ml ราคา 45 บาท ขวด 330 ml ราคา 27 บาท	
ข. กลุ่มอาหาร ให้ความหวาน		3. น้ำตาลโตนด หรือตาลปึก แบบก้อนกลม 1,000 กรัม ราคา 50 บาท แบบตัดสี่ 1,000 กรัม ราคา 50 บาท แบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ 100 กรัม ราคา 20 บาท	 
		4. น้ำเชื่อมตาลโตนด แบบหลอด 100 ml ราคา 12 บาท แบบขวด 500 ml ราคา 50 บาท	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค. กลุ่มอาหารหวาน

5. ลูกตาลเชื่อม

500 กรัม ราคา 35 บาท



6. ตาลเชื่อมแห้ง

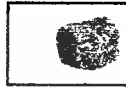
200 กรัม ราคา 25 บาท

7. ท็อปปิ้งลูกตาล



รสดั้งเดิม 200 กรัม ราคา 20 บาท

รสมะพร้าว 200 กรัม ราคา 27 บาท



รสถั่ว 200 กรัม ราคา 27 บาท

8. แยมลูกตาล 250 กรัม ราคา 20 บาท

9. ไอศกรีมลูกตาล 100 กรัม ราคา 10 บาท

10. วุ้นลูกตาล 115 กรัม ราคา 15 บาท

สูตรดั้งเดิม

สูตรกลิ้งใบเตย

สูตรผสมเนื้อมะพร้าว



11. ลูกตาลในน้ำเชื่อม

สูตรดั้งเดิม

300 กรัม ราคา 25 บาท

สูตรกลิ้งใบเตย

300 กรัม ราคา 25 บาท

สูตรผสมเนื้อมะพร้าว

300 กรัม ราคา 28 บาท



ง. กลุ่มคู่ของฝาก

17. ของฝากคู่เครื่องดื่ม

แพ็คเครื่องดื่มน้ำตาลสด 330 ml 3 ขวด

และน้ำตาลเม้า 330 ml 3 ขวด

แพ็คเครื่องดื่มน้ำตาลสด 750 ml 1 ขวด

และน้ำตาลเม้า 750 ml 1 ขวด

18. ของฝากคู่ทานเล่น

คู่ตาลเชื่อมแห้งและคูกี้ลูกตาล

คู่ข้าวเกรียบลูกตาลและน้ำพริกเผาจาวโดนด

* โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนของสรุปขอบเขตโครงการด้านปริมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์แสดงให้เห็นถึง Brand Identity

เพื่อเป็นการสร้างและแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต เป็นการสร้าง Brand Power ให้อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และเป็นที่ยึดถือของกลุ่มคนทั่วไป

3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มี Corporate Identity ภายในกลุ่มสินค้าเดียวกัน

เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ ภายใต้ Brand Identity เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการจดจำร่วมกันระหว่างสินค้าภายใต้ Brand เดียวกัน ขณะเดียวกัน ก็สามารถแสดงถึงความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค

3.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงการบรรจุ (Containment) การปกป้องสินค้า (Protection) การอำนวยความสะดวก (Convenience) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นสำคัญ

4. ออกแบบส่วนของการส่งเสริมการขาย


4.1 ออกแบบบูธ ชั้น หรือส่วนจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า





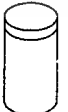
เพื่อจัดวางสินค้าขายได้อย่างเป็นระบบระเบียบ รวมทั้งก่อให้เกิดภาพรวมของสินค้าเป็นมวลรวม ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในการสังเกต จดจำ และสร้างความโดดเด่นในจุดที่วางจำหน่าย โดยต้องสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก และใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



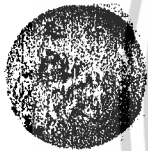


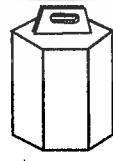
4.2 ออกแบบถุงสินค้าประจำร้าน





เพื่อทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการถือหิ้วแก่ผู้บริโภคหลังซื้อขาขาย ประกอบกับเพื่อทำหน้าที่เป็นป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่




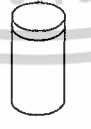
สรุปขอบเขตโครงการด้านปริมาณ






รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
<p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาล- โตนด</p> <p>1. น้ำตาลสด</p>  <p>(จัดจำหน่ายอยู่)</p>	แบบขวด	750 ml 330 ml	Primary package	ขวดพลาสติก ปิดฝาเกลียว	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 2 ขนาด
				กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณะร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณะร่วม	
			Retail package	กล่องกระดาษ	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณะร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณะร่วม		
	แบบถ้วย	150 ml	Primary package	ถ้วยพลาสติก ซีลปิดฝาด้วย พลาสติก	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณะร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณะร่วม
			Retail package		<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณะร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณะร่วม		





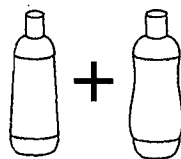


รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
2. น้ำตาลเมา (กะแฉ่เมืองเพชร) (กำลังจะนำ ออกจำหน่าย)		750 ml 330 ml	Primary package	ขวดพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 2 ขนาด
			Retail package		<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม	
					กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม	
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มอาหารให้ความ หวาน 3. น้ำตาลโตนด หรือ น้ำตาลปึก (จัดจำหน่ายอยู่)	แบบก้อนกลม  (จัดจำหน่ายอยู่)	1000 g	Primary package	ขวดพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			Secondary package	ถ้วยพลาสติก ซีลปิดฝาด้วย พลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม	

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
 (จัดจำหน่ายอยู่)	แบบดักไข่	1000 g	Primary package	กระจุกพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
 (จัดจำหน่ายอยู่)	แบบดักไข่	1000 g	Primary package	กระจุกพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
แบบซอง (อยู่ระหว่างการ พัฒนาผลิตภัณฑ์)		8 g x 20 ซอง	Primary package	ซองกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
			Secondary package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

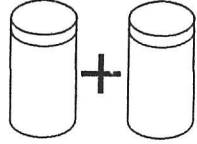
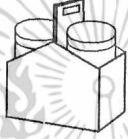

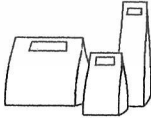
รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
4. น้ำเชื่อมตาลโตนด  (จัดจำหน่ายอยู่)	แบบหลอดบีบ	100 ml	Primary package	หลอดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
		24 หลอด	Display package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
	แบบขวดเท	500 ml	Primary package	ขวดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มอาหารหวาน 5. ลูกตาลเชื่อม  (จัดจำหน่ายอยู่)		500 g	Primary package	กระปุกพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์รวม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม
6. ตาลเชื่อมแห้ง (กำลังจะนำ ออกจำหน่าย)		750 ml 330 ml	Primary package	ภาดพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 2 ขนาด
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์รวม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม
		330 ml x 6 ขวด	Secondary package	กระปุกพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์รวม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์รวม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	โครงสร้าง	มาตรฐาน		
7. ท็อฟฟี่ลูกตาล  (กำลังจะนำออกจำหน่าย)	- รสดั้งเดิม - แบบคลุมมะพร้าว - แบบคลุกถั่ว - แบบผสม	5 g	Primary package	ซองพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	<input checked="" type="checkbox"/> โครงสร้าง	<input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน <input type="checkbox"/> ออกแบบ	1	โครงสร้าง
						<input type="checkbox"/> กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1	กราฟฟิกหลัก
		40 ซอง	Secondary package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	<input type="checkbox"/> โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1	โครงสร้าง
						<input type="checkbox"/> กราฟฟิก	<input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1	กราฟฟิกหลัก
8. แยมลูกตาล (อยู่ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์)		250 g	Primary package	ขวดพลาสติก ปิดฝาเกลียว 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	<input type="checkbox"/> โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1	โครงสร้าง
						<input type="checkbox"/> กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1	กราฟฟิกหลัก
9. ไอศกรีมลูกตาล (อยู่ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์)		100 g	Primary package	ถ้วยพลาสติก ซิลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	<input type="checkbox"/> โครงสร้าง	<input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1	โครงสร้าง
						<input type="checkbox"/> กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1	กราฟฟิกหลัก

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
10. วุ้นลูกตาล  (จัดจำหน่ายอยู่)	- สูตรดั้งเดิม - สูตรกลิ่นใบเตย - สูตรผสมเนื้อมะพร้าว	115 g	Primary package	ถ้วยพลาสติก ซิลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม
11. ลูกตาลในน้ำเชื่อม  (จัดจำหน่ายอยู่)	- ลูกตาลในน้ำเชื่อม - ลูกตาลในน้ำเชื่อมกลิ่นมะลิ - ลูกตาลในน้ำเชื่อมกลิ่นใบเตย	300 g	Primary package	ถ้วยพลาสติก ซิลปิดฝาด้วยพลาสติก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มอาหารหวาน 12. ของฝากคู่เครื่องดื่ม 	- น้ำตาลสด + น้ำตาลเมา (ขวด 330 ml)	3 ขวด + 3 ขวด = 6 ขวด	Retail package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
	- น้ำตาลสด + น้ำตาลเมา (ขวด 750 ml)	1 ขวด + 1 ขวด = 2 ขวด	Retail package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

86592

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	รส / รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน				
13. ขອງฝักคู่ทานเล่น 	- ตาลเชื่อมแห้ง + คูกี้ลูกตาล	1 กระปุก + 1 กระปุก = 2 กระปุก	Retail package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง	1 ขนาด	
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1 กราฟฟิกหลัก	1 เอกลักษณะรวม	
ออกแบบโลโก้ส่งเสริม การขาย เตาดาลบ้านหม้อ					<input type="checkbox"/> Containment <input type="checkbox"/> Protection <input type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	0 โครงสร้าง	0 ขนาด	
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1 กราฟฟิกหลัก	0 เอกลักษณะรวม	
ออกแบบอุปกรณ์ส่งเสริม การขาย 1. ชั้นจัดแสดงและ จำหน่ายสินค้า				P.O.P กระดาษลูกฟูก 	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง	1 ขนาด	
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input type="checkbox"/> ออกแบบ - เอกลักษณะรวม	1 กราฟฟิกหลัก	1 เอกลักษณะรวม	
2. ถุงสินค้า					<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="checkbox"/> มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	3 โครงสร้าง	3 ขนาด	
						กราฟฟิก <input type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ -	1 กราฟฟิกหลัก	1 เอกลักษณะรวม	

Scope Of Design

หมายเหตุ

- D** หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบขึ้นใหม่ (Design)
- Dsa** หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการปรับขนาดจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ (Design - size adjustment)
- std** หมายถึง บรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่มีผลิต หรือ จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน (Standard)



สรุปผลการออกแบบ

โครงสร้างออกแบบ	14	โครงสร้าง
โครงสร้างมาตรฐาน	4	โครงสร้าง
กราฟฟิกหลัก	23	กราฟฟิก
จำนวนชิ้นงานรวม	31	ชิ้นงาน

สรุปในส่วนที่ออกแบบ

ขวดออกแบบ	3	ขวด
กล่องออกแบบ	6	กล่อง
กระปุกออกแบบ	4	กระปุก
หลอดออกแบบ	1	ถ้วย
ภาชนะออกแบบ	1	ภาชนะ

1

1. น้ำตาลสด (ของเหลว)

primary package : ขวดพลาสติก 750 ml ราคา 18 บาท / 330 ml ราคา 10 บาท
1 โครงสร้าง x 2 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 6 ขวด ราคา 55 บาท (ขวด 330 ml)
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



primary package : ขวดพลาสติก 150 ml ราคา 7 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 6 ขวด ราคา 38 บาท (ขวด 330 ml)
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



2. น้ำตาลเมา (กะแ่งเมืองเพชร)

primary package : ขวดพลาสติก 750 ml ราคา 45 บาท / 330 ml ราคา 27 บาท
1 โครงสร้าง x 2 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



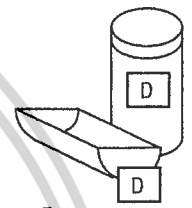
retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 6 ขวด ราคา 155 บาท (ขวด 330 ml)
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



2

3. น้ำตาลโตนด หรือ น้ำตาลปึก

(ของหนักแข็ง)
- แบบก่อนกลม



primary package : ภาชนะพลาสติก 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)

secondary package : กระปุกพลาสติก 1,000 กรัม ราคา 35 บาท ปริมาณบรรจุ 1 ซอง
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

- แบบตัดใช้



primary package : กระปุกพลาสติก 1,000 กรัม ราคา 50 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

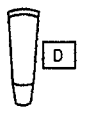
- แบบมีดเล็กพร้อมใช้

primary package : ซองพลาสติก 8 กรัม
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

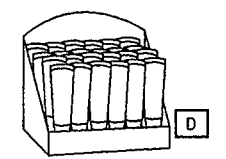
4. น้ำเชื่อมตาลโตนด

(ของเหลวหนืด)

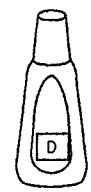
- แบบหลอดบีบ
primary package : หลอดพลาสติก 100 ml ราคา 12 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



display package : กล่องกระดาษ บรรจุ 24 หลอด
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

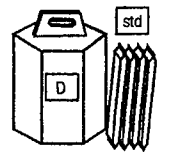


- แบบขวด



primary package : ขวดพลาสติก 500 ml ราคา 50 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

secondary package : กล่องกระดาษ (display packaging) บรรจุ 20 ซอง รวม 160 กรัม ราคา 35 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



Scope Of Design

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

สมาคมอาหารเสริมอาหาร
ประเทศไทย
เดตาตบ้านหม้อ

เดตาตบ้านหม้อ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

1. ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

2. ถุงสินค้า

3

5. ลูกตาลเชื่อม (ของแข็งเปียก)

primary package : ขอบพลาสติก 500 กรัม
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

secondary package : กระปุกพลาสติกบรรจุ 1 ขอบ ราคา 35 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

6. ตาลเชื่อมแห้ง (ของแข็ง)

primary package : กาดพลาสติก 200 กรัม ราคา 25 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)

secondary package : กระปุกพลาสติก 1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

7. ก้อฝี่ลูกตาล (ของแข็ง)

primary package : ขอบ 5 กรัม
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)

secondary package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 40 ขอบ 200 กรัม ราคา 20 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม

8. แยมลูกตาล (ของหนืด)

primary package : ขวดพลาสติก 250 กรัม ราคา 20 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบแรก)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

9. โยกรีมลูกตาล (ของเหลวแข็ง)

primary package : กวยพลาสติก 100 กรัม ราคา 10 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

10. วนัลูกตาล (ของแข็งเปียก)

primary package : กวยพลาสติก 115 กรัม ราคา 15 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม

11. ลูกตาลในน้ำเชื่อม (ลูกตาลลอยแก้ว) (ของแข็งในของเหลว)

primary package : กวยพลาสติก 150 ml ราคา 25 บาท
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (มาตรฐาน)
1 กราฟฟิกหลัก x 3เอกลักษณ์ร่วม

12. ขอบฟากคู่เครื่องดื่ม (ประกอบด้วยน้ำตาลสดและน้ำตาลเมา)

retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 6 ขวด (ขวด 330 ml)
3 น้ำตาลสด + 3 น้ำตาลเมา
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

13. ขอบฟากคู่گانเล่น (ลูกตาลเชื่อมและตาลเชื่อมแห้ง)

retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 2 กระปุก
1 น้ำตาลสด + 1 น้ำตาลเมา
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

รสตั้งเ้าบ คลุมะพร้าว คลุกถั่ว แบบผสม

4

12. ขอบฟากคู่เครื่องดื่ม (ประกอบด้วยน้ำตาลสดและน้ำตาลเมา)


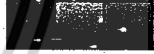



retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 6 ขวด (ขวด 330 ml)
3 น้ำตาลสด + 3 น้ำตาลเมา
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

13. ขอบฟากคู่گانเล่น (ลูกตาลเชื่อมและตาลเชื่อมแห้ง)

retail package : กล่องกระดาษ ปริมาณบรรจุ 2 กระปุก
1 น้ำตาลสด + 1 น้ำตาลเมา
1 โครงสร้าง x 1 ขนาด (ออกแบบซ้ำ)
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม

เงื่อนไขความต้องการหรือปัญหา และแนวทางการออกแบบ

ด้านกราฟิก

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้าน Promotion</p> <p>1. พัฒนาตราสินค้า (Brand) และสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) ให้เหมาะสมเพื่อทำให้ผู้ซื้อเกิดการจดจำที่ง่ายและเกิดมุมมองที่ดีต่อสินค้าและทำการเลือก ณ จุดขาย</p> <p>1.1 สื่อถึงวัตถุดิบหลักที่นำมาแปรรูปเป็นสินค้า ได้ อย่างชัดเจน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เดิมมีรูปเนื้อตาลสดเป็นส่วนประกอบของตราสัญลักษณ์ แต่ตีความหมายได้ยาก เนื่องจากรายละเอียดที่ไม่เด่นชัด และเนื่องจากมีความหมายซ้อนทับของของเตา 	<p>1.1 ออกแบบปรับส่วนส่วนที่สื่อถึงตาลโดนดให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยมีแนวทางดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มรายละเอียดของรูปเนื้อตาลสด <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้องค์ประกอบของสีมาช่วยในการสื่อสาร <ul style="list-style-type: none"> ● สีของใบตาล  ● สีของผลตาล  ● สีของเนื้อลูกตาล  ● สีของต้นตาล  - ลองใช้เอกลักษณ์ของต้นตาลอื่นในสื่อความหมาย <ul style="list-style-type: none"> ● ใบตาล ● ต้นตาล ● ผลตาล ● น้ำตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางกรออกแบบ
<p>1.2 สื่อถึงที่มาและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนและส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีรูปแบบสอดคล้องและสื่อถึงเอกลักษณ์และภาพพจน์ของกลุ่มผู้ผลิตจดจำได้ง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่งเสริมภาพพจน์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - เดิมมีรูปเตาและหม้อดินบรรจุตาลซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์เก่าแก่ดั้งเดิม โดยหม้อดินสามารถสื่อถึงตำบลบ้านหม้อได้อีกด้วย ซึ่งทั้งรูปเตาและหม้อดินสามารถสื่อถึงชื่อโครงการ คือ เตาดาลบ้านหม้อได้เป็นอย่างดี - ยังไม่มีส่วนใดแสดงถึงเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงจังหวัดเพชรบุรี 	<p>1.2 แสดงถึงความเป็นสินค้าของจังหวัดเพชรบุรีและตำบลบ้านหม้อ รวมถึงมีความเป็นไทยชัดเจน</p> <ul style="list-style-type: none"> - คงรูปเตาและหม้อดินบรรจุตาล ซึ่งสามารถสื่อถึงตำบลบ้านหม้อและสินค้าดั้งเดิมได้อยู่แล้ว ภายใต้ชื่อ โครงการ เตาดาลบ้านหม้อ - หาสัญลักษณ์หรือ เอกลักษณ์ประจำจังหวัดเพชรบุรี เพื่อเป็นองค์ประกอบในการสื่อถึงจังหวัดต้นกำเนิด โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> ● ใช้ตราประจำจังหวัดเพชรบุรี ● ใช้สีประจำจังหวัด คือ สีเหลืองและสีน้ำเงิน ● ใช้เอกลักษณ์ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัดเขابันไดอิฐ ● ใช้เอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม เช่น การแข่งขันปีนตาล การประกวดควาย <p>- ใช้องค์ประกอบที่มีเอกลักษณ์ หรือกลิ่นอายความเป็นไทย และใช้คำภาษาไทยกำกับหน้าภาษาอังกฤษ และให้มีขนาดใหญ่กว่า</p>




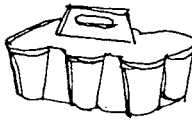
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>1.3 สื่อถึงเอกลักษณ์และภาพพจน์ของกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>2. ผลลัพธ์ที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องการใช้งาน ลักษณะรูปร่าง รหัส สีสัน ที่มีแตกต่างกันไป เพื่อขยายถึงผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค จึงควรมีส่วนที่บ่งบอกถึงสินค้าว่าเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเดียวกันจากผู้ผลิตเดียวกัน</p>	<p>1.3 ออกแบบรูปแบบกราฟฟิกให้คงความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น แต่ดูมีความน่าเชื่อถือ เหมาะกับการใช้เป็นของฝาก และเหมาะสมกับสถานที่วางขายที่มีกลุ่มเป้าหมายต่างกัน</p> <p>2. ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน แต่คงความสามารถในการแบ่งแยกความหลากหลายของชนิดและรหัสหรือวัตถุประสงค์ในการวางขายให้สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบผังการจัดวาง lay out ของกราฟฟิก , typography และตำแหน่งบนผลิตภัณฑ์ - ออกแบบและกำหนดรูปแบบและสีสันทของกราฟฟิกให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น <ul style="list-style-type: none"> ● กราฟฟิกลดทอนรายละเอียด สีเส้นสดใส สะดุดตา ● กราฟฟิกลดทอนดั้งเดิม (ลายไทย) สีเส้นสื่อถึงธรรมชาติ มีกลิ่นอายการอนุรักษ์

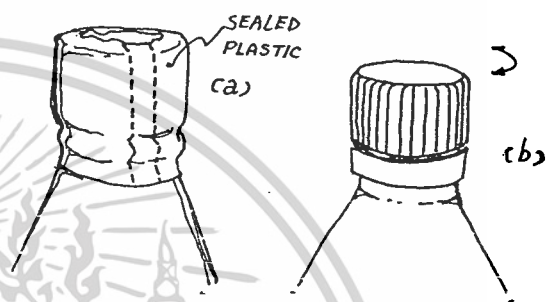
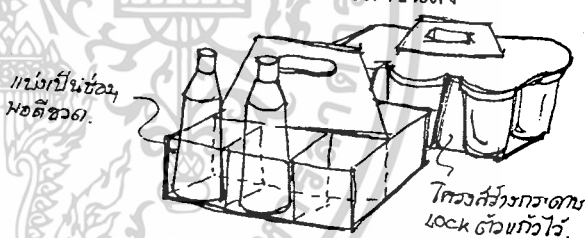

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบรรจุภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาลโตนด

1. น้ำตาลสด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ผลิตภัณฑ์เป็นของเหลว สีน้ำตาลอ่อนใส ■ ขายเป็นปริมาณ 750 ml / 330 ml / 150 ml ■ มีการขายปลีก เป็นแพ็ค <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุเดียว 	<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสด แบ่งออกเป็น 3 ขนาด โดยมีโครงสร้างดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ปริมาตร 750 ml / 330 ml เป็นบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก 1 โครงสร้าง จำนวน 2 ขนาด  <ul style="list-style-type: none"> ■ ปริมาตร 150 ml เป็นบรรจุภัณฑ์ถ้วยพลาสติก 1 โครงสร้าง จำนวน 1 ขนาด  <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบRetail package ให้สามารถบรรจุขวดพลาสติกใส่น้ำตาลสดขนาด 330 ml ได้จำนวน 6 ขวด  <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบRetail package ให้สามารถบรรจุถ้วยพลาสติกใส่น้ำตาลสดขนาด 150 ml ได้จำนวน 6 ถ้วย 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

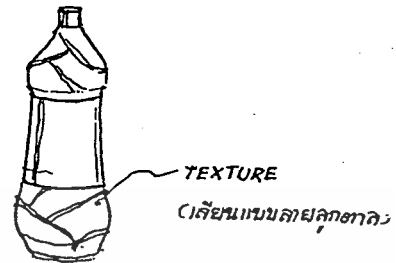
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันการหก รั่วซึม ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถแช่ในห้องเย็นหรือสัมผัสกับน้ำแข็งได้ ▪ มีส่วนปกป้องขวดมิให้เกิดการกระทบกระแทกระหว่างการขนส่ง <p>ปัญหา</p> <p>บรรจุภัณฑ์เดิมทำจากขวดแก้วทำให้แตกแตกได้ง่าย</p>	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิทสามารถกันน้ำ และแช่เย็นได้ โดยมีแนวทางดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ มีส่วนที่ป้องกันการหก รั่วซึม บริเวณฝาขวด เช่น มีพลาสติกซีลปิด (a) มีชั้นพลาสติกยึดฝาไม่ให้เกิดการเปิดออก (b)  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ Retail Package ให้สามารถชั่งตัวขวดไม่ให้เกิดการเคลื่อนที่และกระทบกระแทกกัน โดยเฉพาะเวลาขนส่ง 
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการเทดื่ม หรือดื่มจากบรรจุภัณฑ์ ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ โดยสามารถบรรจุในหน่วยลัง หรือกล่องได้ <p>ปัญหา</p> <p>บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นขวดแก้ว ทำให้มีน้ำหนักมาก และต้องระมัดระวังในการขนย้ายสูง</p>	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกซึ่งมีน้ำหนักเบา กว่าแก้ว ให้มีโครงสร้างที่สะดวกในการเท หรือยกดื่ม โดยมีแนวทางดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้โครงสร้างมีส่วนเว้าโค้งที่เหมาะสมในการจับถือ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา

แนวทางการออกแบบ

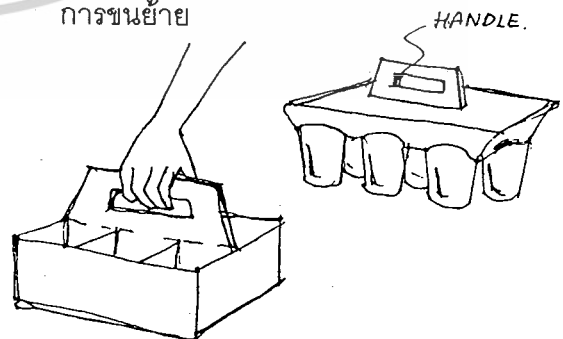
- ออกแบบให้ผิวของบรรจุภัณฑ์มีลวดลาย
นูนต่ำ (Texture) เพื่อเป็นลายกันลื่น



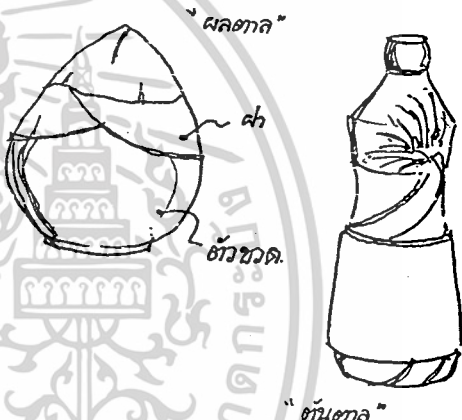
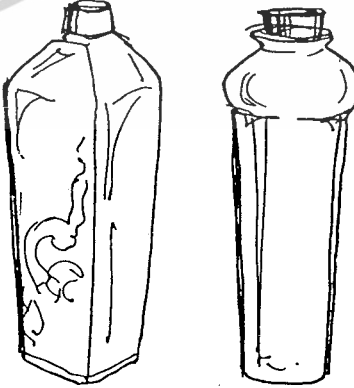
- ออกแบบให้โครงสร้างของขวดมีขนาด
สัมพันธ์กับขนาดของลังใส่เครื่องดื่มเพื่อ
สะดวกในการขนย้ายเพื่อขายส่งสินค้า หรือ
จัดวาง



- ออกแบบให้โครงสร้างของ Retail Package
สามารถเป็น Carrier Package สะดวกใน
การขนย้าย

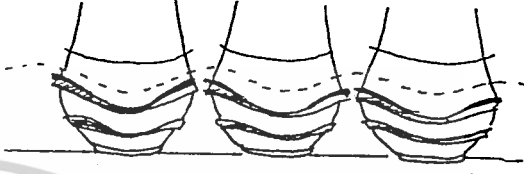
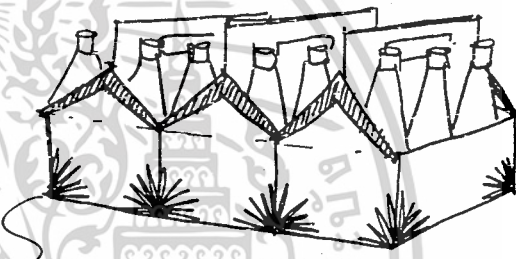
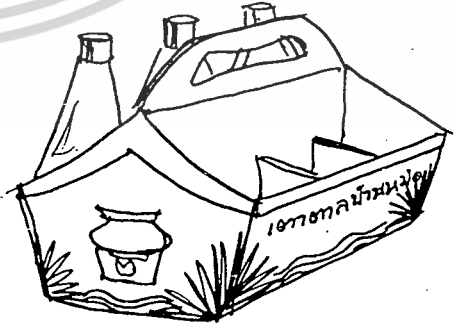


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะที่เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ■ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) ■ บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่สื่อถึงการเป็นของฝากได้เป็นอย่างดี <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นเอกลักษณ์หรือแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่งแต่ประการใด ■ ความน่าสนใจ และความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์เดิมอยู่ในเกณฑ์ต่ำ และไม่สนองต่อนโยบายทางการตลาดของโครงการในบางกรณี ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>ออกแบบโครงสร้างขวดพลาสติกใหม่โดยดึงเอาเอกลักษณ์ที่มีความเป็นไปได้ในการแสดงถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มา หรือเป้าหมายในการจำหน่าย โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างขวดโดยใช้รูปร่าง สีลวดลายของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างขวดโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น <div style="text-align: center;">  </div>


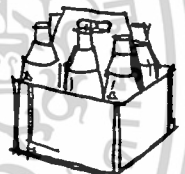
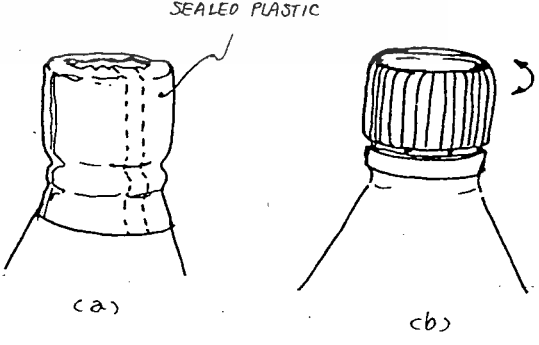
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยวิธีการใด ๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



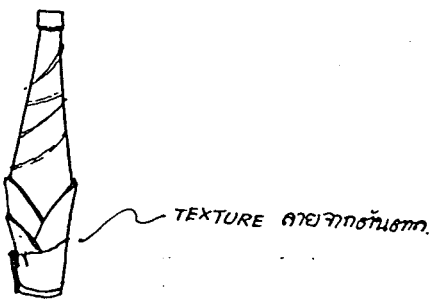
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<ul style="list-style-type: none"> ออกแบบขวดและ Retail package ที่มีโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้  <p>TEXTURE ของขวดต่อกันเป็นสายคลื่น.</p>  <p>RETAIL PACKAGE ของเรื่องน้ำหวาน... น้ำนม</p> <ul style="list-style-type: none"> ใช้ Retail Package เป็นลักษณะของกระเช้าของฝากที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเตาตาลบ้านหม้อได้เป็นอย่างดี 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

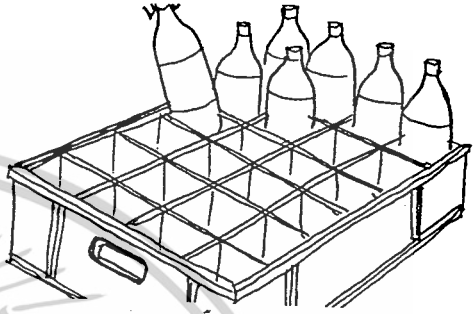
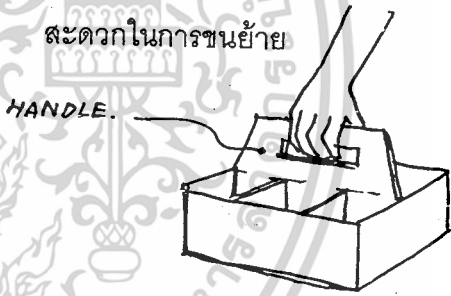
2. น้ำตาลเมา (กะแช่เมืองเพชร)

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของเหลว สีน้ำตาลอ่อนใส ▪ ขายเป็นปริมาณ 750 ml และ 330 ml <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุเดียว 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำตาลเมา โดยมีแนวทางดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ปริมาตร 750 ml / 330 ml เป็นบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก 1 โครงสร้าง จำนวน 2 ขนาด  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบRetail package ให้สามารถบรรจุขวดพลาสติกใสน้ำตาลสดขนาด 330 ml ได้จำนวน 6 ขวด 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันการหก รั่วซึม ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถแช่ในห้องเย็นหรือสัมผัสกับน้ำแข็งได้ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมทำจากขวดแก้วทำให้แตกได้ง่าย 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิทสามารถกันน้ำ และแช่เย็นได้ โดยมีแนวทางดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ มีส่วนที่ป้องกันการหก รั่วซึม บริเวณฝาขวด เช่น มีพลาสติกซีลปิด (a) มีชั้นพลาสติกยึดฝาไม่ให้ออก (b) <p>SEALED PLASTIC</p>  <p>(a) (b)</p>

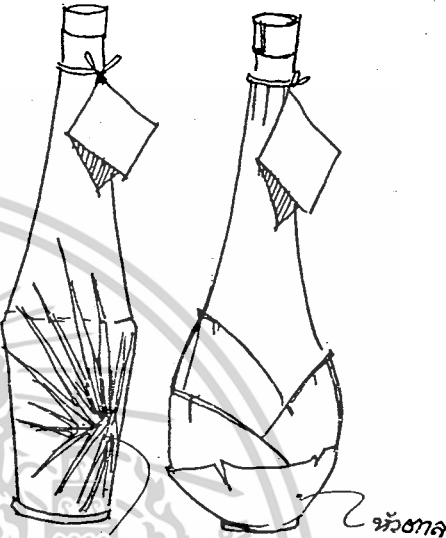

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการเทดื่ม หรือดื่มจากบรรจุภัณฑ์ ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ โดยสามารถบรรจุในหน่วยลัง หรือกล่องได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นขวดแก้ว ทำให้น้ำหนักมาก และต้องระมัดระวังในการขนย้ายสูง 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ Retail Package ให้สามารถขังตัวขวดไม่ให้เกิดการเคลื่อนที่และกระทบกระแทกกัน โดยเฉพาะเวลาขนส่ง  <p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกซึ่งมีน้ำหนักเบา กว่าแก้ว ให้มีโครงสร้างที่สะดวกในการเท หรือยกดื่ม โดยมีแนวทางดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้โครงสร้างมีส่วนเว้าโค้งที่เหมาะสมในการจับถือ  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้ผิวของบรรจุภัณฑ์มีลวดลายนูนต่ำ (Texture) เพื่อเป็นลายกันลื่น 

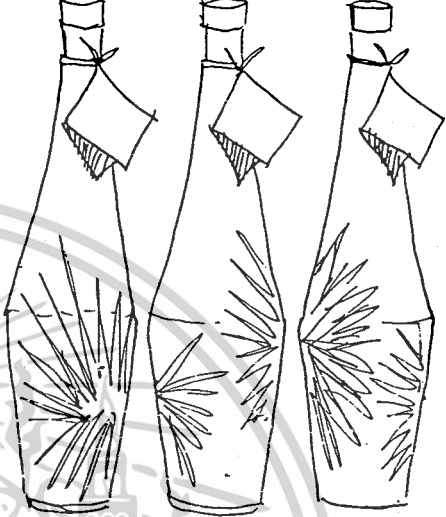
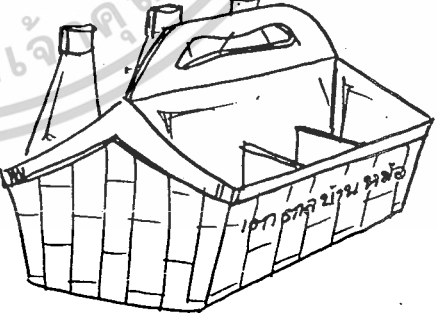
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u> เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) ▪ บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่สื่อถึงการเป็นของฝากได้เป็นอย่างดี 	<p>▪ ออกแบบให้โครงสร้างของขวดมีขนาดสัมพันธ์กับขนาดของใส่เครื่องดื่มเพื่อสะดวกในการขนย้ายเพื่อส่งสินค้า หรือจัดวาง</p>  <p>▪ ออกแบบให้โครงสร้างของ Retail Package สามารถเป็น Carrier Package สะดวกในการขนย้าย</p>  <p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u> ออกแบบโครงสร้างขวดพลาสติกใหม่โดยดึงเอาเอกลักษณ์ที่มีความเป็นไปได้ในการแสดงถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มา หรือเป้าหมายในการจำหน่าย โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ หรือแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่งแต่ประการใด ▪ ความน่าสนใจ และความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์เดิมอยู่ในเกณฑ์ต่ำ และไม่สนองต่อนโยบายทางการตลาดของโครงการในบางกรณี <p>บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างขวดโดยใช้รูปร่าง สี สันของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างขวดโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น 

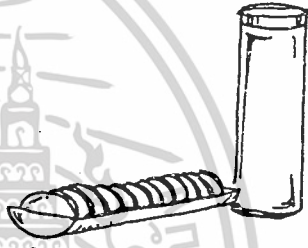
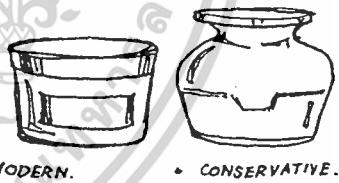
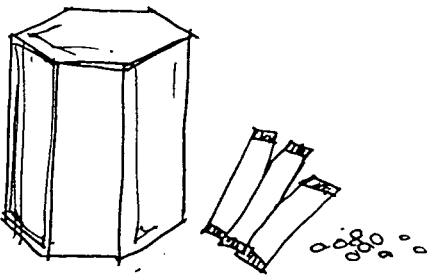
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบขวดที่มีโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้  <ul style="list-style-type: none"> ■ ใช้ Retail Package เป็นลักษณะของกระเช้าของฝากที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเตาตาลบ้านหม้อได้เป็นอย่างดี 

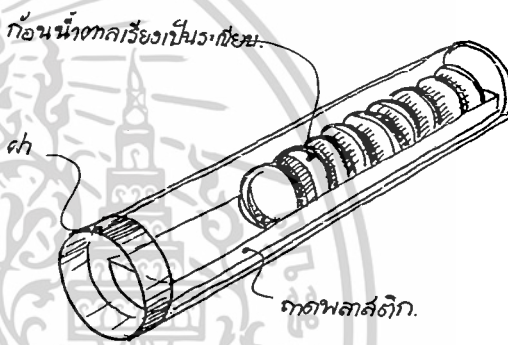
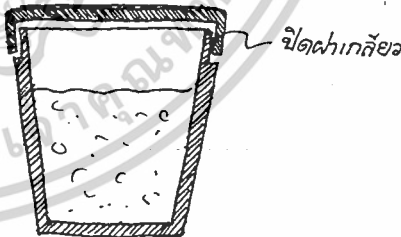
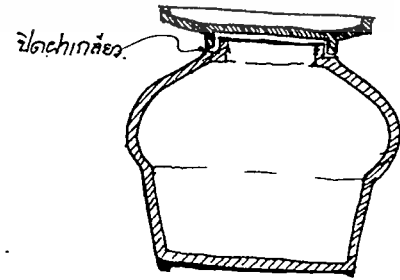
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารให้ความหวาน

3. น้ำตาลโตนด หรือน้ำตาลปึก

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งค่อนข้างนิ่ม สีน้ำตาลอ่อน ▪ ขายเป็นปริมาณ แตกต่างกัน แยกตามวัตถุประสงค์การจำหน่าย และการบริโภค คือ <ul style="list-style-type: none"> - น้ำตาลปึกก้อนกลม (แบบดั้งเดิม) ปริมาตรรวม 1,000 กรัม (จำนวน 10 ก้อน ก้อนละ 100 กรัม) - น้ำตาลปึกแบบตัดใช้ ปริมาตรรวมระหว่าง 800-1,000 กรัม - น้ำตาลปึกแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ (เช่น ใช้ขงเครื่องดื่ม) ปริมาตรหนึ่งหน่วยบรรจุ 8 กรัม จำนวน 45 หน่วย รวม 360 กรัม <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมยังขาดรูปแบบที่เหมาะสม จะมารองรับน้ำตาลปึกในลักษณะการจำหน่ายและการบริโภค (มีเพียงถุงพลาสติกสำหรับน้ำตาลปึกก้อนกลม และ กระปุกพลาสติกสำหรับน้ำตาลปึกแบบตัดใช้) 	<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสด แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ โดยคำนึงถึงรูปแบบของน้ำตาลเป็นหลัก ซึ่งมีแนวทางการออกแบบดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ น้ำตาลปึกก้อนกลม (แบบดั้งเดิม) ออกแบบเป็นภาชนะบรรจุในกล่องพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ น้ำตาลปึกแบบตัดใช้ ออกแบบเป็น 2 โครงสร้างที่แตกต่างตามวัตถุประสงค์การจำหน่าย  <ul style="list-style-type: none"> ▪ น้ำตาลปึกแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ ออกแบบเป็นซองเล็กบรรจุในกล่องเพื่อความสะดวกในการใช้ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันความชื้นซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือเมื่อมีการเปิดใช้งานแล้วยังคงมีผลิตภัณฑ์เหลืออยู่ เช่น กันความชื้น กันมดและแมลง <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ของน้ำตาลปึกก้อนกลมซึ่งมีลักษณะเป็นถุงห่อไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายอันเกิดจากการตกกระทบ หรือป้องกันเรื่องความชื้นมด และแมลงได้ ซึ่งทำให้ต้องหาภาชนะเพื่อนำมาใช้เก็บอีกทอดหนึ่ง ▪ บรรจุภัณฑ์ของน้ำตาลปึกแบบตักใช้สามารถป้องกันความชื้นได้บ้าง แต่ยังไม่เพียงพอต่อการเก็บเท่าที่ผลิตภัณฑ์จะมีอายุอยู่ถึง ▪ ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่จะนำมาใช้บรรจุน้ำตาลปึกแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองรักษา 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้น้ำตาลปึกก้อนกลม (แบบดั้งเดิม) วางเรียงอย่างเป็นระเบียบภายในถาด ซึ่งบรรจุในกล่องพลาสติก มีฝาปิดสนิท เพื่อป้องกันก้อนน้ำตาลไม่ให้เกิดการกระแทกแตก และสามารถเก็บน้ำตาลก้อนกลมที่เหลืออยู่โดยไม่ได้รับการรบกวนจากมดและแมลง รวมทั้งความชื้น  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบกระปุกพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิท สำหรับน้ำตาลปึกแบบตักใช้  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมของน้ำตาลปึกแบบก้อนกลม มีความยุ่งยากในการแบ่งใช้ในกรณีที่ไม่ต้องการใช้น้ำตาลทั้งก้อน อีกทั้งมีความยุ่งยากในการหยิบใช้ ▪ ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่จะนำมาใช้เพื่อก่อให้เกิดความสะดวกสบายสำหรับน้ำตาลปึกแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำตาลปึกแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ เป็นซองเล็กบรรจุในกล่อง โดยการใช้ห่อแบบแยกย่อยจะช่วยรักษาผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือไว้  <p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>ออกแบบให้น้ำตาลปึกก้อนกลม (แบบดั้งเดิม) วางเรียงอย่างเป็นระเบียบภายในถาด ซึ่งดึงออกจากกล่องพลาสติกเพื่อการหยิบใช้ได้ง่าย อีกทั้งสามารถวางซ้อนเพื่อการขนส่งหรือจัดจำหน่ายโดยไม่เกิดความเสียหายได้</p>  

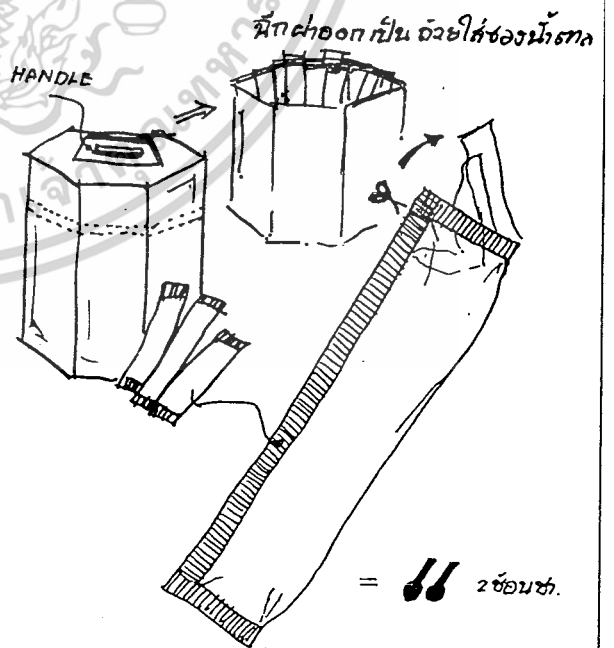
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
-----------------------------	-----------------

- ออกแบบกระปุกพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิท สำหรับน้ำตาลปึกแบบตักใช้ โดยออกแบบให้มีปากของบรรจุภัณฑ์ที่กว้างสะดวกในการตักใช้



- ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำตาลปึกแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ เป็นซองกระดาษเล็กบรรจุในห่อ เพื่อความสะดวกในการฉีกงานใช้เพียงหน่วยเล็กๆ



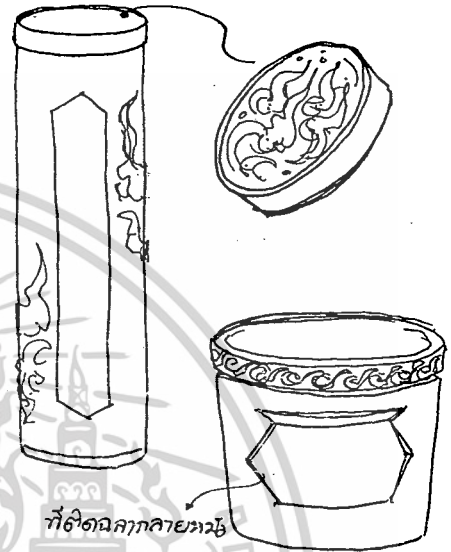
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ■ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มี ความเป็น Shelf Impact) - <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นเอกลักษณ์หรือแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่งแต่ประการใด (มีเพียงกระป๋องรูปหม้อตาลที่ใช้บรรจุน้ำตาลปึกแบบตักใช้ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น) ■ ความน่าสนใจ และความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์เดิมอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ และไม่สนองต่อนโยบายทางการตลาดของโครงการในบางกรณี ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยดึงเอาเอกลักษณ์ที่มีความเป็นไปได้ในการแสดงถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มา หรือเป้าหมายในการจำหน่าย โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สันของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ <ul style="list-style-type: none"> • น้ำตาลปึกแบบก้อนกลม • น้ำตาลปึกแบบตักใช้ • น้ำตาลปึกแบบแม่ตาล • ภาชนะต่างกลองเน้นรูปใบตาล. เห็นช่องน้ำตาลตานิน

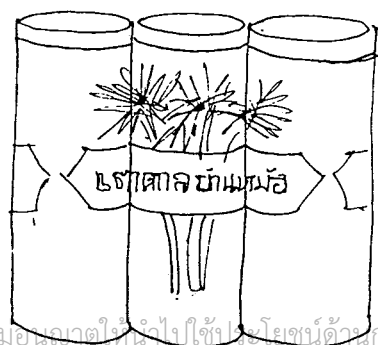
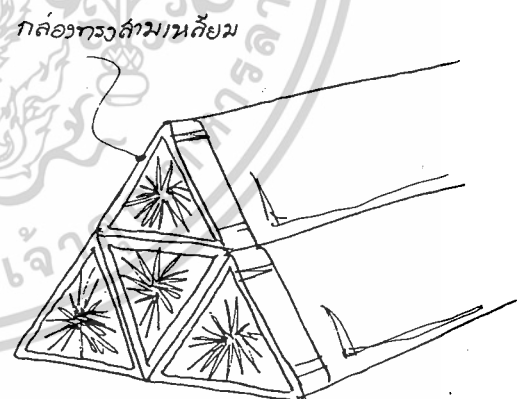
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตีพิมพ์เผยแพร่และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
-----------------------------	-----------------

- ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น


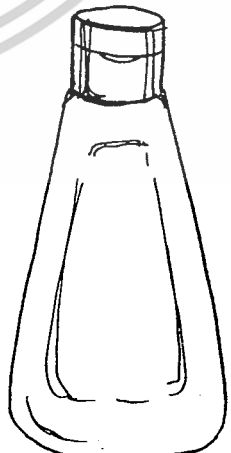


- ออกแบบโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้



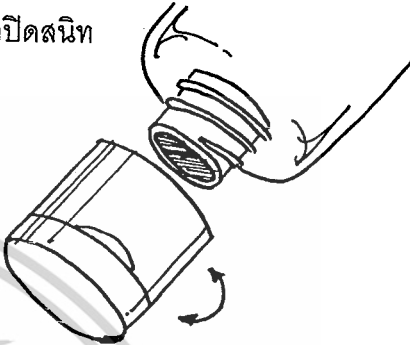

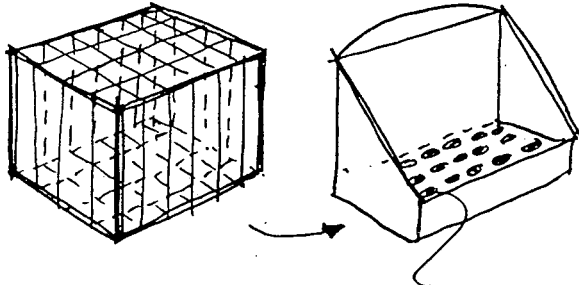
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. น้ำเชื่อมตาลโตนด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของเหลวข้น สีน้ำตาลเข้ม ▪ ขายเป็นปริมาณ 100 ml และ 500 ml <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมมีขนาดบรรจุเดียว คือ 500 ml 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสด แบ่งออกเป็น 2 ขนาด โดยมีโครงสร้างดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ปริมาตร 100 ml เป็นบรรจุภัณฑ์หลอดพลาสติก 1 โครงสร้าง จำนวน 1 ขนาด บรรจุอยู่ใน Retail Package ซึ่งทำหน้าที่เป็น Display Package  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ปริมาตร 150 ml เป็นบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก 1 โครงสร้าง จำนวน 1 ขนาด 


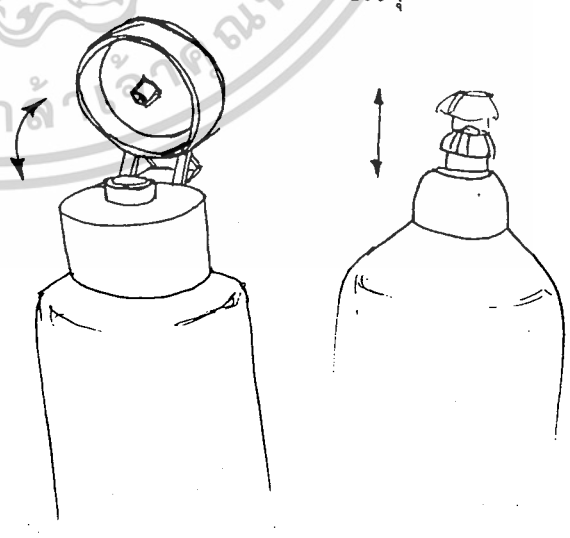
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

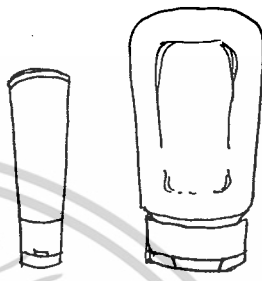
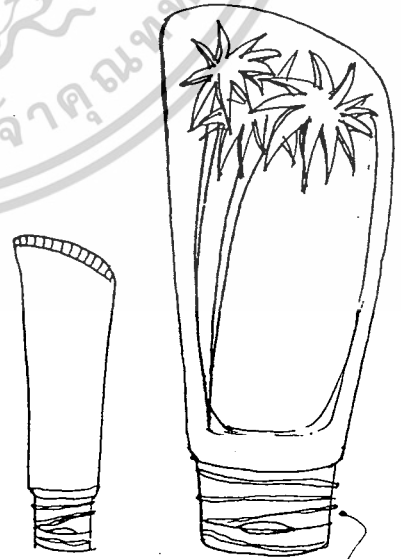
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันการหก รั่วซึม <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมทำจากขวดแก้วทำให้แตกได้ง่าย 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์หลอดพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิท  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิท  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ Retail Package เพื่อปกป้องรักษาบรรจุภัณฑ์หลอดพลาสติกไม่ให้ถูกกระแทกหรือบีบอัด จนเกิดการหกเลอะเทอะ และทำหน้าที่เป็น Display Package ที่สามารถซิงสินค้าให้วางได้อย่างมั่นคงระหว่างการขาย  <p>ออกแบบเป็น หลุมร่อง ซิงสินค้าให้อยู่กับที่.</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ


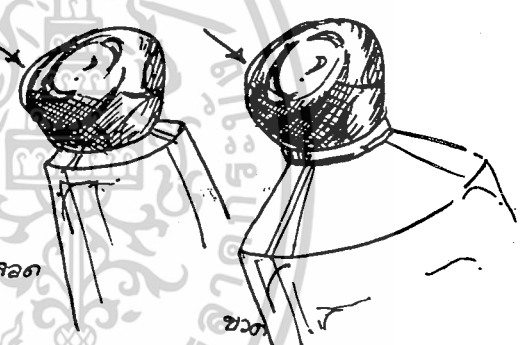
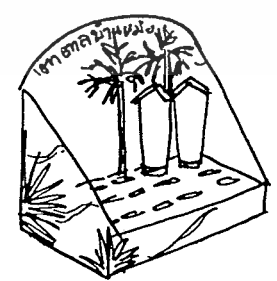
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งาน สะดวกในการเท จับถือได้ถนัด ไม่หกเลอะเทอะ หรือทำความสะอาดได้ง่าย - ขนาด 100 ml ใช้เพื่อการปรุงเล็กน้อย หรือใช้ในการพกพาเพื่อการเดินทาง - ขนาด 500 ml ใช้เพื่อการประกอบอาหาร <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นขวดแก้ว ปริมาตรบรรจุ 500 ml ซึ่งมีน้ำหนักมาก และต้องระมัดระวังในการขนย้ายสูง ▪ เดิมปิดบรรจุภัณฑ์ด้วยฝาเกลียว ใช้งานลำบาก และเกิดปัญหาเลอะกรังบริเวณเกลียวขวด 	<p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>ออกแบบบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกซึ่งมีน้ำหนักเบากว่าแก้ว ให้มีโครงสร้างที่สะดวกในการเท คือสามารถบีบบรรจุภัณฑ์ได้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้โครงสร้างมีส่วนเว้าโค้งที่เหมาะสมในการจับถือ หรือมีลวดลาย นูนต่ำ (Texture) เพื่อเป็นลายกันลื่น  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบฝาที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น ฝาFlip top (a) , ฝาแบบจุกตั้ง (b) ซึ่งมีฐานฝาเป็นฝาเกลียวปิดปากขวดเพื่อสะดวกในการบรรจุ  <p>(a) (b)</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มี ความเป็น Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นเอกลักษณ์หรือแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่งแต่ประการใด ▪ ความน่าสนใจ และความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์เดิมอยู่ในเกณฑ์ต่ำ และไม่สนองต่อนโยบายทางการตลาดของโครงการในบางกรณี 	<p>แนวทางการออกแบบ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะที่คว่ำหัวลง เพื่อให้ของเหลวไหลลงที่ปากขวดเสมอ ทำให้สะดวกในการเท โดยเฉพาะเมื่อใกล้หมด  <p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>ออกแบบโครงสร้างขวดพลาสติกใหม่โดยดึงเอาเอกลักษณ์ที่มีความเป็นไปได้ในการแสดงถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มา หรือเป้าหมายในการจำหน่าย โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี ลวดลายของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  <p style="text-align: right;">ลายจากต้นตาล.</p>

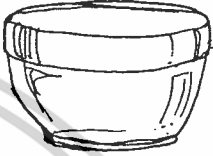
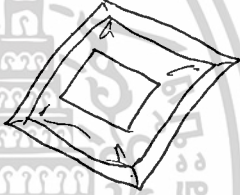
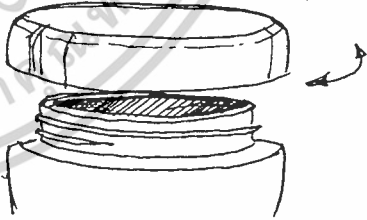
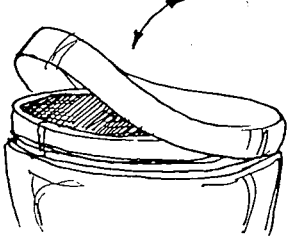
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น <div style="text-align: center;">  <p>ฝาขวด แทน มอริยรี</p> </div> ▪ ใช้โครงสร้างของฝาเดียวกันทั้งสองโครงสร้าง เพื่อลดต้นทุนการผลิต <div style="text-align: center;">  <p>หลอด</p> <p>ขวด</p> </div> ▪ ออกแบบ Retail Package ให้เป็น Display Package ช่วยส่งเสริมการขาย ณ สถานที่จำหน่าย ในด้านความสวยงาม มีเอกลักษณ์และความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดวาง <div style="text-align: center;">  </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

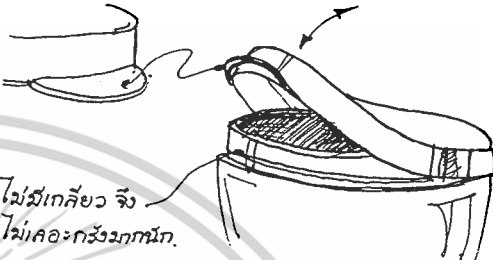
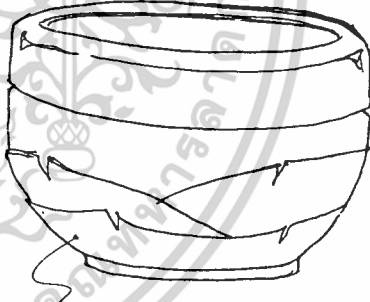

ด้านบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารคาว

5. น้ำพริกเผาจาวโดนด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของเหนียว ▪ ขยายที่ปริมาตร 150 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดซีด  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถุงซีลปิดสนิท 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันความชื้นซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือเมื่อมีการเปิดใช้งานแล้วยังคงมีผลิตภัณฑ์เหลืออยู่ เช่น กันความชื้น กันมดและแมลง <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดซีด โดยใช้เป็นลักษณะของฝาพลาสติกแบบเกลียว  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดซีด โดยใช้เป็นลักษณะของฝาพลาสติกแบบ snap 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

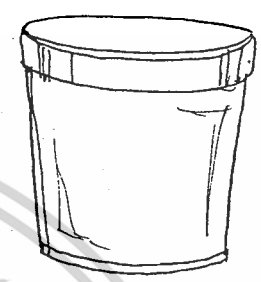

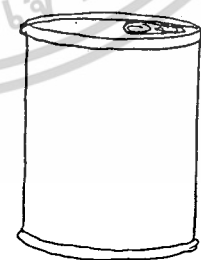

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนที่ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดติด โดยให้เป็นลักษณะของฝาพลาสติกแบบ Snap ปิดสนิทรอบด้าน ปากกระปุกกว้าง  <p>ไม่ฝืนเกลียว จึง ไม่เคอะกั้วรบกวน.</p>
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุก้อนที่มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุก้อนที่สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนที่ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยให้รูปร่าง สี สัน ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  <p>ใช้ลักษณะของหนัตาล.</p>  <p>ใช้ลักษณะของใบตาล.</p>

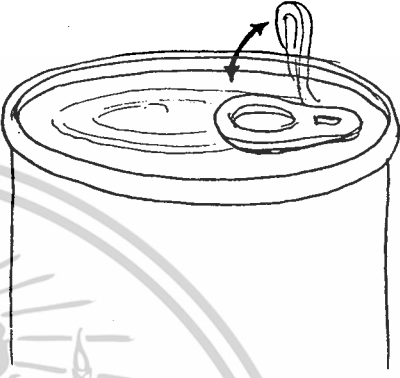
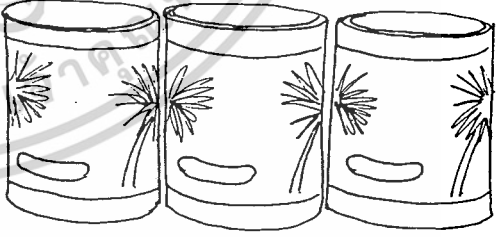
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยประการใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้  <p data-bbox="1090 1504 1347 1569">วางเรียงต่อกัน เป็นฟอร์มต้นอก.</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. แง่หวาดาลสำเร็จรูป

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งในของเหลว ▪ ขายเป็นปริมาณ 300 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดชิด  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋อง (บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน) 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันความชื้น สิ่งสกปรกและแบคทีเรียซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นแบบใช้ครั้งเดียวหมด จึงเน้นด้านการคุ้มครองระหว่างขนส่งและจัดจำหน่าย <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋อง (บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน)  

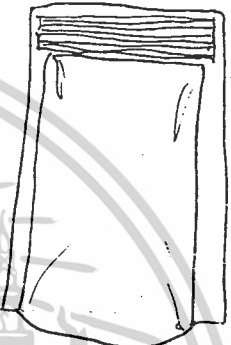
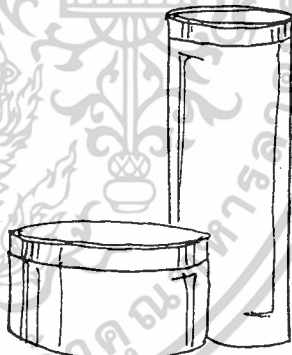
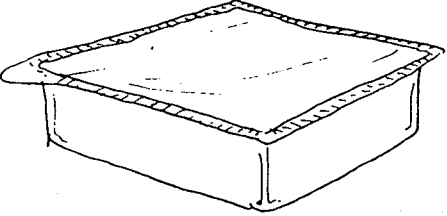
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิดใช้งานได้ง่าย ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋อง (บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน) แบบมีห่วงดึงด้านบน (tab) 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เนื่องจากใช้กระป๋อง ซึ่งบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน จึงเน้นการส่งเสริมการขายที่ตัวกราฟฟิกแทนตัวโครงสร้าง โดยจะออกแบบให้กราฟฟิกมีความต่อเนื่องเมื่อวางเรียงกันเพื่อการขาย 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

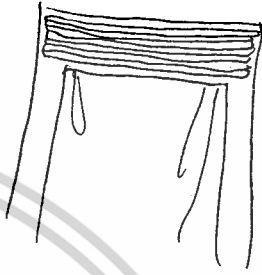
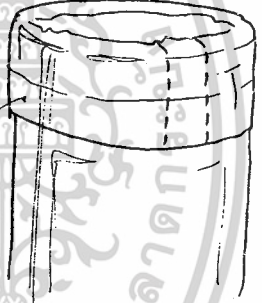
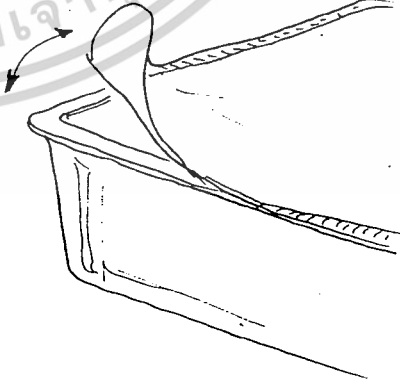
ด้านบรรจุภัณฑ์กลุ่มอาหารหวาน

7. ลูกตาลเชื่อม

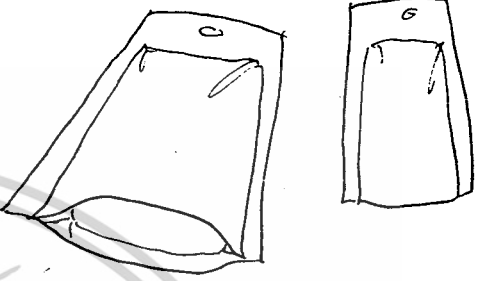
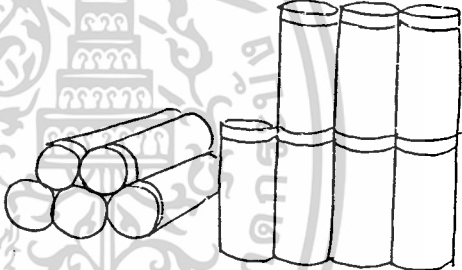
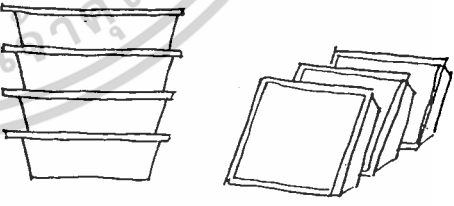
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งเปียก ค่อนข้างนิ่ม สีเหลือง ▪ ขายเป็นปริมาณ 500 กรัม <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมยังขาดรูปแบบที่เหมาะสม คือ เป็นลักษณะของถุงพลาสติกมัดปากติด ขลังการบรรจุยังไม่ได้มาตรฐาน 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงซีลพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดซีลปิดด้านบน 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

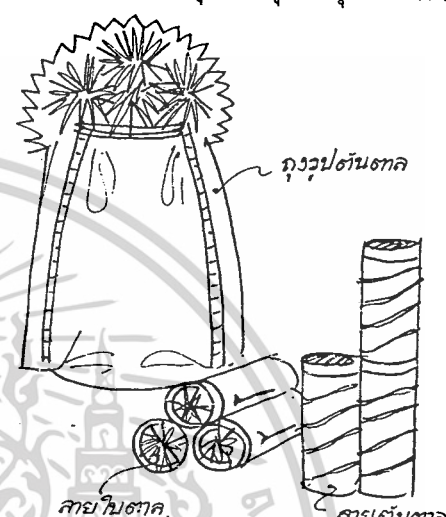

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนต้องปิดสนิทป้องกัน สิ่งสกปรก แบคทีเรีย มดและแมลงต่างๆซึ่งก่อให้เกิด ความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นแบบใช้ครั้งเดียวหมด จึงเน้น ด้านการคุ้มครองระหว่างขนส่งและจัดจำหน่าย ▪ ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้นานขึ้นในที่เย็น ซึ่งอาจมีความจำเป็นต้องนำเข้าสู่ตู้แช่หรือ แช่ในน้ำแข็ง <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนที่มีอยู่เดิมป้องกันสินค้าภายใน ได้เพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะในระหว่างขนส่ง ▪ ในกรณีที่มีการแช่แข็งอาจเกิดการรั่วซึม ของน้ำเข้าไปในบรรจุก้อน ก่อความเสียหายแก่ตัวผลิตภัณฑ์ 	<p>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุก้อนเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุก้อนเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝา พร้อมซีลพลาสติกบริเวณฝา  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดพลาสติกซีลปิดด้านบน ด้วยฟิล์มพลาสติก 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

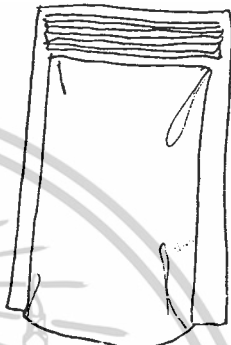
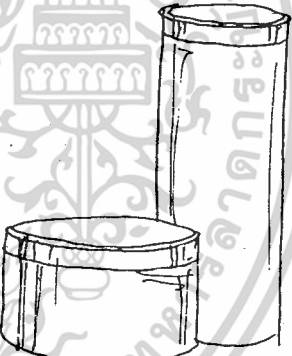
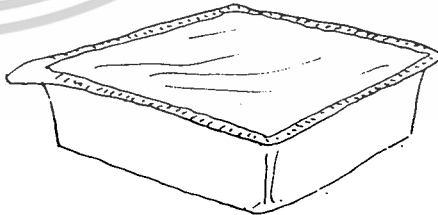
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนต้องสามารถเปิดใช้งานได้ง่าย ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ หรือประหยัดเนื้อที่ในการจัดวางเพื่อขนส่ง ▪ สะดวกในการวางจัดจำหน่าย <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก้อนเดิมเปลืองเนื้อที่และลำบากในการขนย้าย ▪ การจัดวางเพื่อการจำหน่ายไม่สะดวก และจัดให้เกิดความเรียบร้อยได้ยาก เนื่องจากตัวถุงพองและไม่มีฐานในการตั้งวาง 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุก้อนเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน โดยเป็นถุงแบบฐานกว้าง สามารถวางตั้งได้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุก้อนเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝา สามารถวางตั้งซ้อนกันได้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดพลาสติกซีลปิดด้านบน ด้วยฟิล์มพลาสติก สามารถวางซ้อนกันได้ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

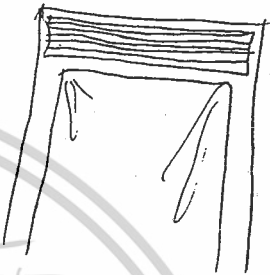

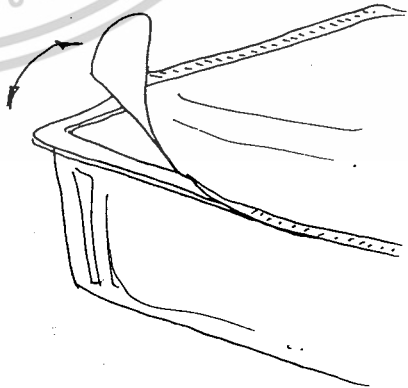
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มี ความเป็น Shelf Impact) <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมขาดเอกลักษณ์ ที่สร้างการจดจำ หรือความแตกต่างที่ต่างจากคู่แข่งอื่น ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สันของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ลูกตาลเชื่อมแห้ง

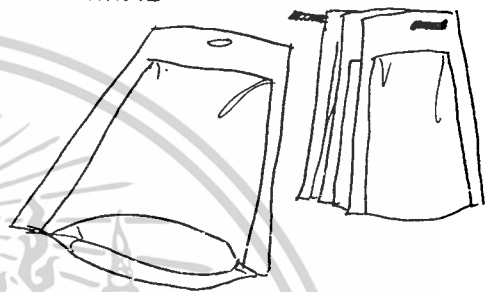
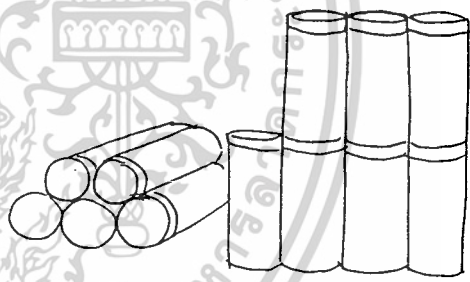
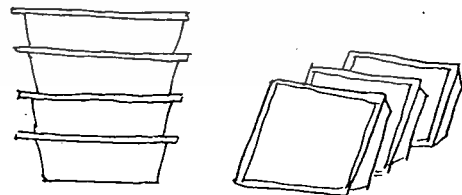
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งเป็ยก ค่อนข้างนิ่ม สีเหลือง ▪ ขายเป็นปริมาณ 200 กรัม <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมยังขาดรูปแบบที่เหมาะสม คือ เป็นลักษณะของถาดโฟมหุ้มฟิล์มพลาสติก ติดฉลากซึ่งการบรรจุยังไม่ได้มาตรฐาน 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงซีลพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดซีลปิดด้านบน 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก๊าซที่ต้องปิดสนิทป้องกัน สิ่งสกปรก แบคทีเรีย มดและแมลงต่างๆซึ่งก่อให้เกิด ความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นแบบใช้ครั้งเดียวหมด จึงเน้น ด้านการคุ้มครองระหว่างขนส่งและจัดจำหน่าย <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุก๊าซที่มีอยู่เดิมป้องกันสินค้าภายใน ได้เพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะในระหว่างขนส่ง ▪ บรรจุก๊าซเดิม เป็นลักษณะของถาดโฟม หุ้มฟิล์มพลาสติก ซึ่งไม่สามารถกันมดได้ และเก็บไว้ได้ไม่นานเท่าอายุการเก็บของ ผลิตภัณฑ์ 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุก๊าซเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุก๊าซเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝา พร้อมซีลพลาสติกบริเวณฝา  <p>SEALED PLASTIC.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดพลาสติกซีลปิดด้านบน ด้วยฟิล์มพลาสติก 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

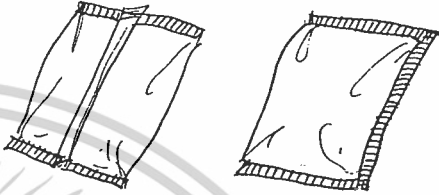
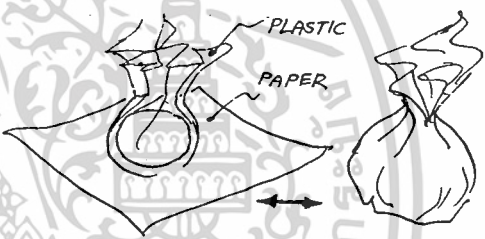
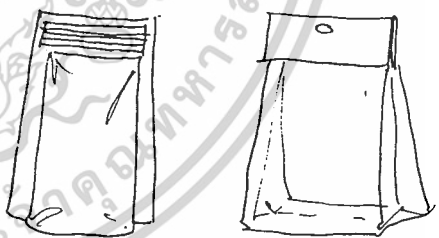
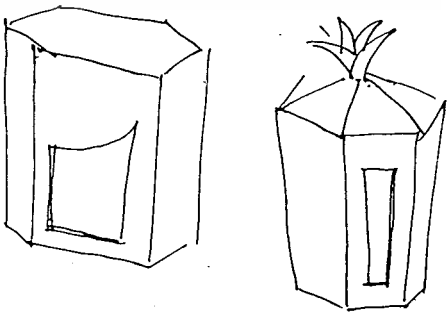
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิดใช้งานได้ง่าย ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ หรือประหยัดเนื้อที่ในการจัดวางเพื่อขนส่ง ▪ สะดวกในการวางจัดจำหน่าย <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมลำบากในการขนย้าย เพื่อจำหน่ายโดยเฉพาะในสถานที่ๆต้องเดินทางไกล ▪ การจัดวางเพื่อการจำหน่ายไม่สะดวก และจัดให้เกิดความเรียบร้อยได้ยาก เนื่องจากตัวถุงพองและไม่มีฐานในการตั้งวาง 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน โดยเป็นถุงแบบฐานกว้าง สามารถวางตั้งได้ รวมทั้ง ด้านบนของถุงมีการเจาะรูเพื่อประโยชน์ในการแขวนราวจำหน่าย  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝา สามารถวางตั้งซ้อนกันได้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดพลาสติกซีลปิดด้านบน ด้วยฟิล์มพลาสติก สามารถวางซ้อนกันได้ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ■ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ บรรจุภัณฑ์เดิมขาดเอกลักษณ์ ที่สร้างการจดจำ หรือความแตกต่างที่ต่างจากคู่แข่งอื่น ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สัน ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  <p>ถุงรูปต้นตาล.</p> <p>คานใบตาล</p> <p>ลายต้นตาล.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น 

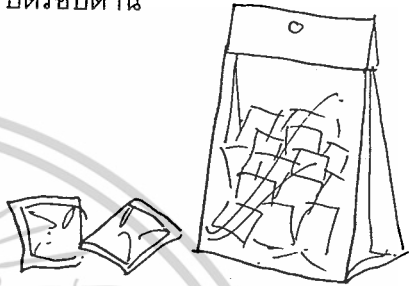
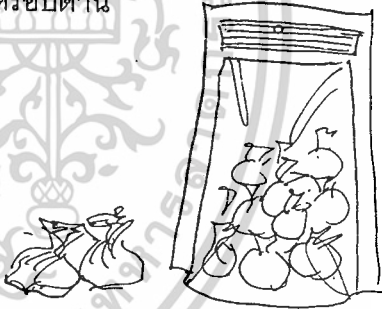

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ห้อฟี่ลูกตาล

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งค่อนข้างนิ่ม สีน้ำตาลอ่อน ▪ ขยายที่ปริมาตร บรรจุ 40 เม็ด เม็ดละ 5 กรัม รวม 200 กรัมต่อหนึ่งหน่วยการขยาย โดยแยกเป็น 3 รส คือ รสดั้งเดิม รสมะพร้าว และ รสถั่ว ▪ ต้องการบรรจุภัณฑ์ ทั้ง primary package และ secondary package <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p>ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบprimary packageเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบprimary package เป็นห่อฟิล์มพลาสติก หุ้มด้วยกระดาษ  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบsecondary package เป็นถุงพลาสติกซีลปิดรอบด้าน  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบsecondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษ 

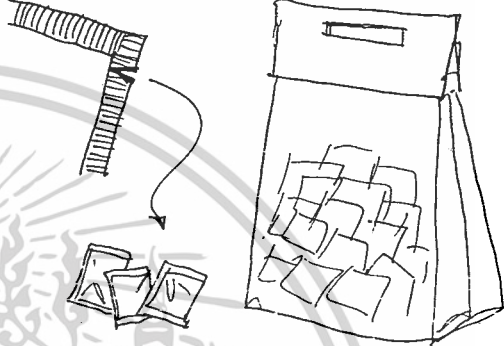
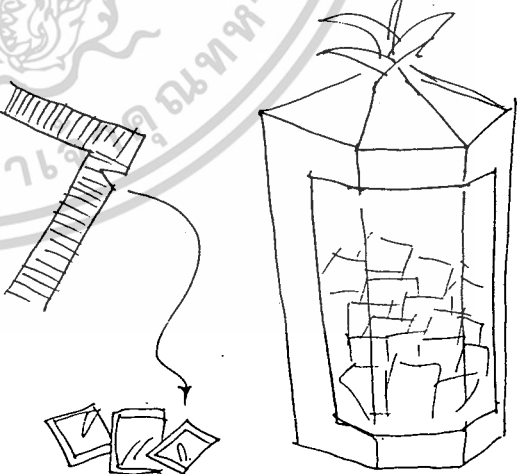
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันความชื้นซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือเมื่อมีการเปิดใช้งานแล้วยังคงมีผลิตภัณฑ์เหลืออยู่ เช่น กันความชื้น กันมดและแมลง ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ระหว่างขนส่งได้ 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบprimary packageเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน ใส่ในsecondary package เป็นถุงพลาสติกซีลปิดรอบด้าน 
<p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบprimary package เป็นห่อฟิล์มพลาสติก หุ้มด้วยกระดาษด้าน ใส่ในsecondary package เป็นถุงพลาสติกซีลปิดรอบด้าน ▪ ออกแบบprimary packageเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน ใส่ในsecondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษ  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ primary package เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน มีรอยบากช่วยในการฉีก ใส่ใน secondary package เป็นถุงพลาสติก มีป้ายปิดปากถุง  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ primary package เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน มีรอยบากช่วยในการฉีก ใส่ใน secondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษ 

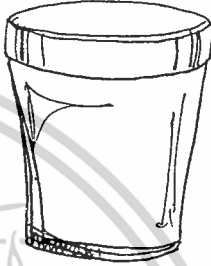
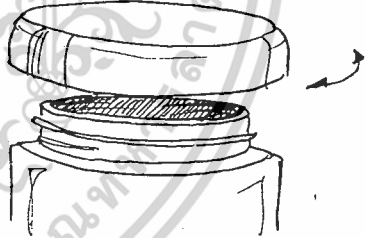
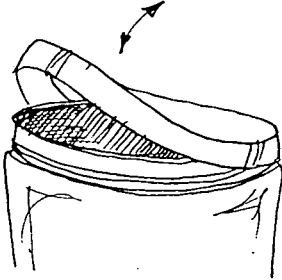
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ■ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มี Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบ secondary package เป็นถุงพลาสติก มีป้ายปิดปากถุง โดยใช้รูปร่าง สี ลวดลาย ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ ■ ออกแบบ secondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษถุง โดยใช้รูปร่าง สี ลวดลาย ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ ■ ออกแบบ secondary package เป็นถุงพลาสติก มีป้ายปิดปากถุง โดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น ■ ออกแบบ secondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษถุง โดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

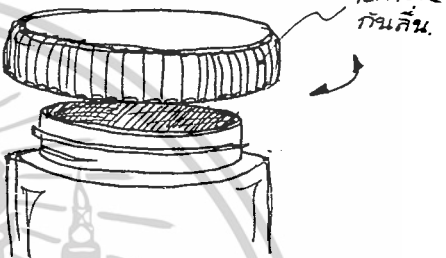
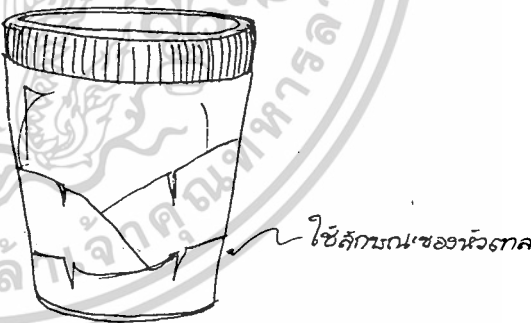
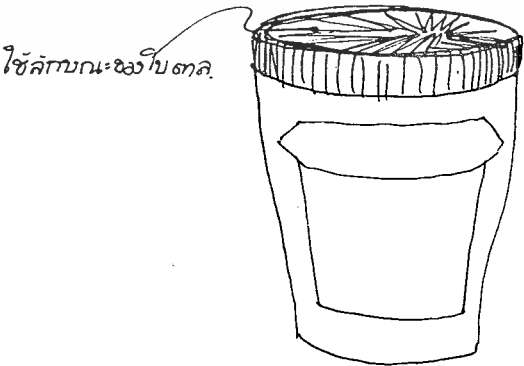
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

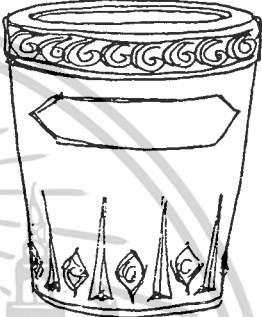
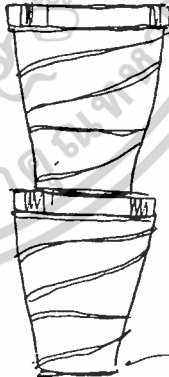
10. แยมลูกตาล

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของหนืด ▪ ขายเป็นปริมาณ 250 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดซีด 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันอากาศและแบคทีเรียจากภายนอกซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือเมื่อมีการเปิดใช้งานแล้วยังคงมีผลิตภัณฑ์เหลืออยู่ เช่น ก้นฝู่นละออง ก้นมด และแมลง <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดซีด โดยใช้เป็นลักษณะของฝาพลาสติกแบบเกลียว  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาชนิดซีด โดยใช้เป็นลักษณะของฝาพลาสติกแบบ snap 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


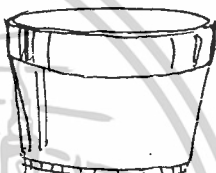
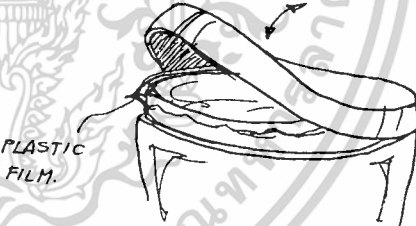
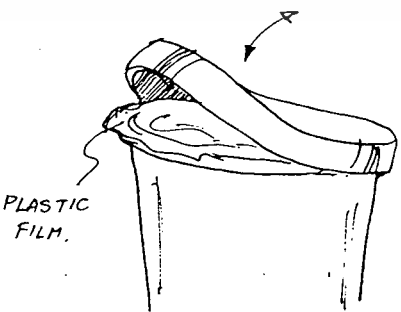
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝาปิดชิด โดยใช้เป็นลักษณะของฝาพลาสติกแบบเกลียว ปิดสนิทรอบด้าน ปากกระปุกกว้าง 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สัน ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  
<p>เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้</p>	

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างขวดโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น  <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบขวดที่มีโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้  <p>วาง/ร้อยตอกกัน เป็น ๒ ชั้นซ้อนไว้.</p>

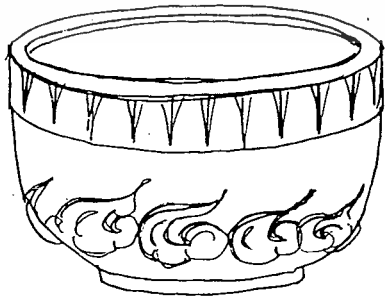
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ไอครีมลูกตาล

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>เป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของเหลวแข็งแช่เย็น ▪ ขยายที่ปริมาตร 100 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยกระดาษ 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถแช่ในช่องเย็นหรือสัมผัสกับน้ำแข็งได้ โดยที่ปกป้องสินค้าภายในจากน้ำหรือไอน้ำได้บางส่วน <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติกซีลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติก หรือ ปิดด้วยฝาพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยกระดาษซีลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติกแล้วปิดด้วยฝา snap พลาสติก 

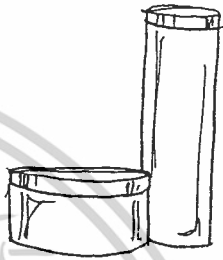
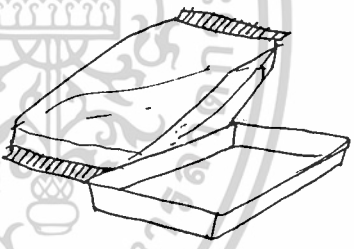
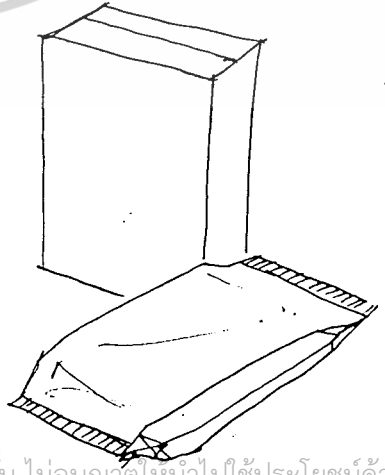
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยหรือถาดพลาสติก ปิดฝา มีดขีดที่ร่องบนฝาสามารถรองรับกันแก้วได้พอดี ที่ขอบฝามีดั่งยื่นออกมาเพื่อให้เปิดได้ง่ายขึ้น 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สัน ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น 

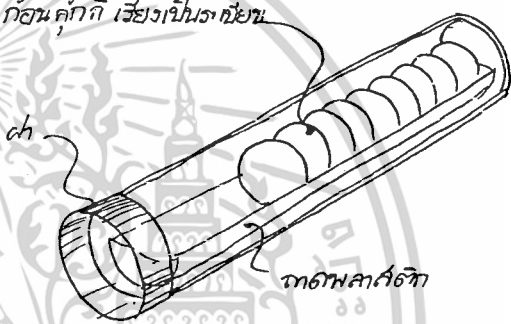
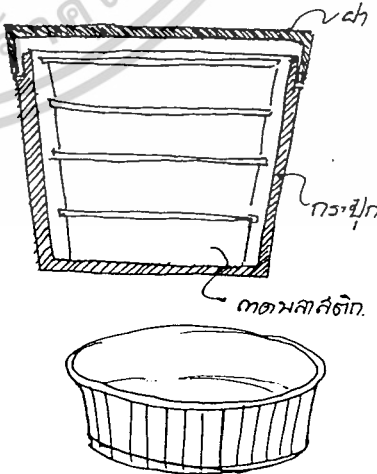
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

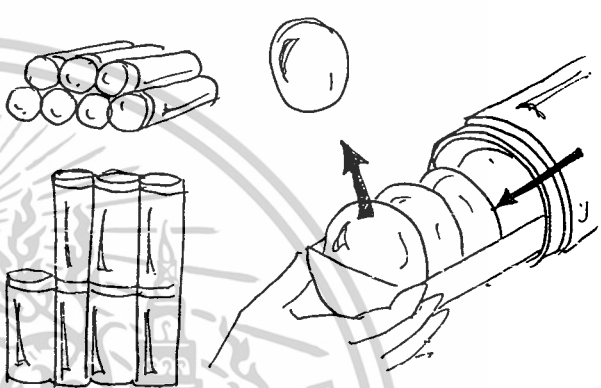
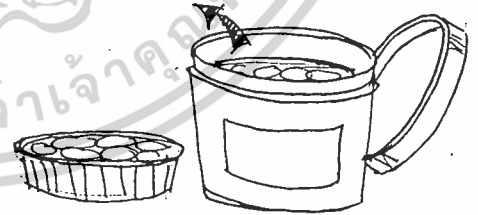
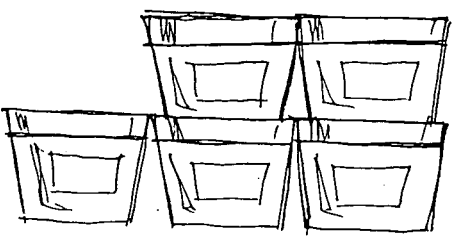
12. คุกกี้ลูกตาล

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง ร่วนเล็กน้อย ขยายที่ปริมาตร 200 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> บรรจุภัณฑ์เดิมยังขาดรูปแบบที่เหมาะสม จะมารองรับน้ำตาลปึกในลักษณะการจำหน่ายและการบริโภค (มีเพียงถุงพลาสติก ซิลติดอลาก) 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถาดพลาสติก บรรจุในถุงซิลพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงซิลพลาสติก บรรจุในกล่องกระดาษ 

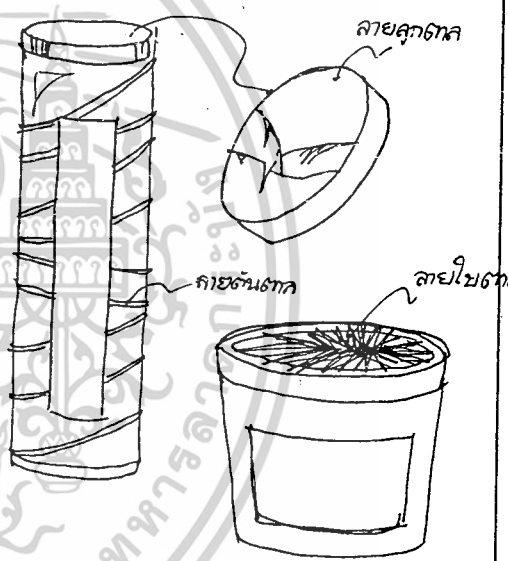
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันความชื้นซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือเมื่อมีการเปิดใช้งานแล้วยังคงมีผลิตภัณฑ์เหลืออยู่ เช่น กันความชื้น กันมดและแมลง ▪ เนื่องจากผลิตภัณฑ์แตกร่วนได้ง่ายจึงต้องสามารถปกป้องจากแรงกระแทก หรือการวางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกที่ใช้อยู่เดิมไม่สามารถปกป้องให้ผลิตภัณฑ์ไม่เกิดการแตกร่วนได้ อีกทั้งยังเห็นเศษที่แตกนอนกันอยู่ด้านล่างของถุง ▪ บรรจุภัณฑ์เดิม เมื่อเปิดใช้แล้ว ผลิตภัณฑ์ภายในจะมีเวลาเก็บที่สั้นลง เนื่องจากสัมผัสกับอากาศและความชื้น ทำให้นิมเสียหายรสชาติ และเสียเร็วขึ้น 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบคู้กกี้ วางเรียงอย่างเป็นระเบียบภายในถาด ซึ่งบรรจุในกล่องพลาสติก มีฝาปิดสนิท เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระแทกแตก และสามารถเก็บคู้กกี้ที่เหลืออยู่โดยไม่ได้รับการรบกวนจากมดและแมลง รวมทั้งความชื้น  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบกระปุกพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิท ภายในมีถาดหลุมรองรับตัวคู้กกี้อย่างเป็นระเบียบ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมของคูกี้ถูกตาลไม่สะดวกในการหยิบและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากรับประทานไม่หมดต้องหามาหามาปิดอื่นมาบรรจุเพื่อการรักษา 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้คูกี้ วางเรียงอย่างเป็นระเบียบภายในถาด ซึ่งดึงออกจากกล่องพลาสติกเพื่อการหยิบใช้ได้ง่าย อีกทั้งสามารถวางซ้อนเพื่อการขนส่งหรือจัดจำหน่ายโดยไม่เกิดความเสียหายได้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบกระปุกพลาสติกฝาเกลียวปิดสนิท ภายในมีถาดหลุมรองรับตัวคูกี้เป็นชั้น หยิบทานสะดวก สามารถวางซ้อนเพื่อการขนส่งหรือจัดจำหน่ายโดยไม่เกิดความเสียหายได้  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

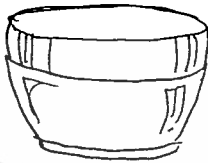
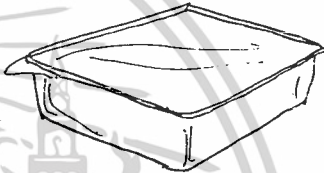
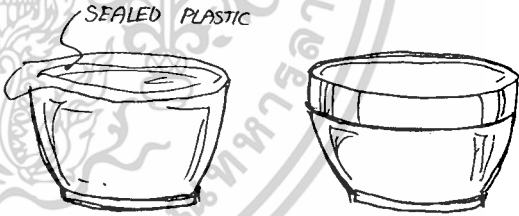
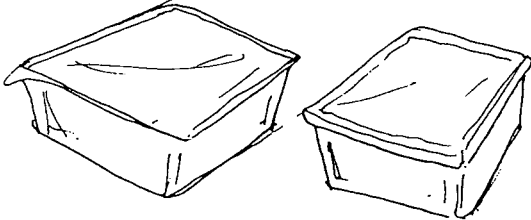
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ■ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีความเป็นเอกลักษณ์หรือแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่งแต่ประการใด (มีเพียงกระปุกรูปหม้อตาลที่ใช้บรรจุน้ำตาลปึกแบบดักไข่ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น) ■ ความน่าสนใจ และความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์เดิมอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ และไม่สนองต่อนโยบายทางการตลาดของโครงการในบางกรณี ■ บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ 	<p>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยดึงเอาเอกลักษณ์ที่มีความเป็นไปได้ในการแสดงถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มา หรือเป้าหมายในการจำหน่าย โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สันของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

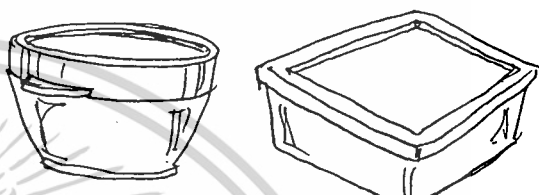
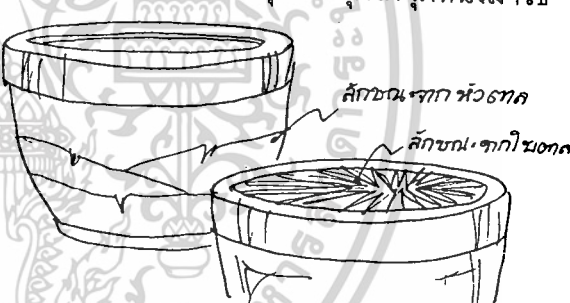
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น  <ul style="list-style-type: none"> ■ ออกแบบโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ฝุ่นลูกตาล

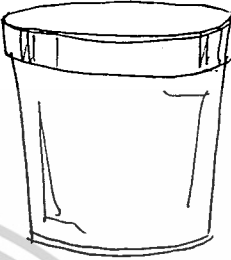

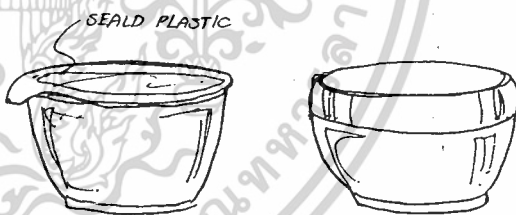
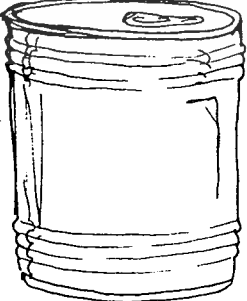
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของกึ่งนิ่มกึ่งแข็ง มีความเปื่อยก ▪ ขยายที่ปริมาตร 115 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นเพียงถาดพลาสติกหุ้มฟิล์มพลาสติก 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดพลาสติก 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถแช่ในห้องเย็นหรือสัมผัสกับน้ำแข็งได้ โดยที่ปกป้องสินค้าภายในจากน้ำหรือไอน้ำได้บางส่วน <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติกซีลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติก หรือ ปิดด้วยฝาพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถาดพลาสติกซีลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติก หรือ ปิดด้วยฝาพลาสติก 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ เฉพาะการศึกษาคู่เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

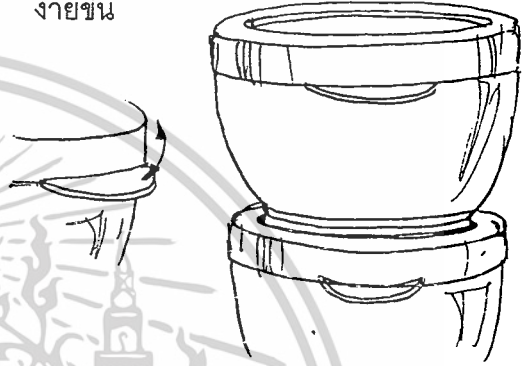
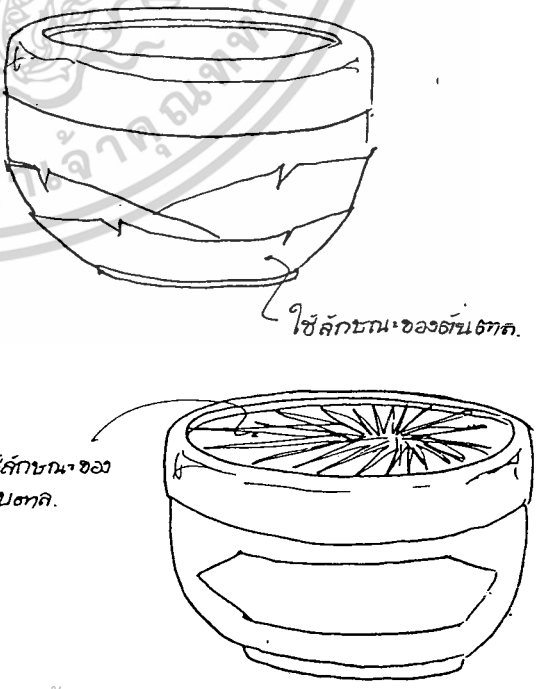
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยหรือถาดพลาสติก ปิดฝา มีขีดที่ร่องบนฝาสามารถรองรับกันแก้วได้พอดี ที่ขอบฝามีดิ่งยื่นออกมาเพื่อให้เปิดได้ง่ายขึ้น 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สี สันของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ 
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. ลูกตาดในน้ำเชื่อม (ลูกตาลลอยแก้ว)

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งในของเหลว ▪ ขยายที่ปริมาตร 300 ml ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋องมาตรฐาน 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถแช่ในห้องเย็นหรือสัมผัสกับน้ำแข็งได้ โดยที่ปกป้องสินค้าภายในจากน้ำหรือไอน้ำได้บางส่วน ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถกันการรั่วซึม หกเลอะเทอะทั้งในการขนส่ง หรือการจัดจำหน่าย <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติกซีลปิดฝาด้วยฟิล์มพลาสติก หรือ ปิดด้วยฝาพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋องมาตรฐาน 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นถ้วยพลาสติก ปิดฝาชนิดติด โดยที่ร่องบนฝาสามารถรองรับกันแก้วได้พอดี ที่ขอบฝามีติ่งยื่นออกมาเพื่อให้เปิดได้ง่ายขึ้น 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปร่าง สีล้นของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรณีใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

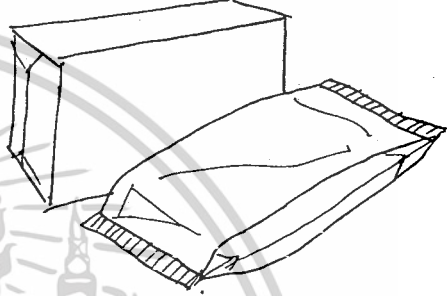
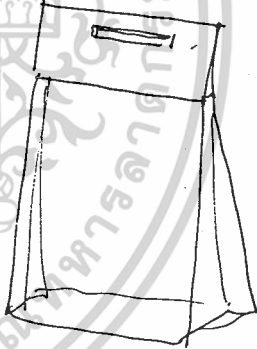
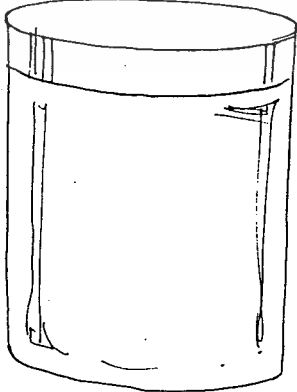
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="859 312 1386 463">■ ออกแบบโครงสร้างโดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น  <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="859 1078 1386 1175">■ ออกแบบโครงสร้างที่สามารถจัดวางให้เกิดลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจได้  <p data-bbox="843 1483 1034 1548">วางเรียง ๕-๖ ชิ้น บนเฟอร์นิเจอร์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

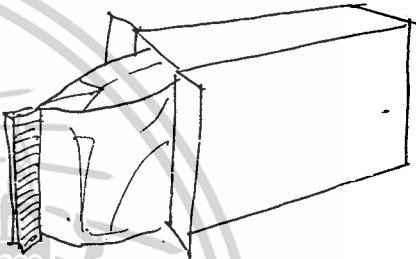
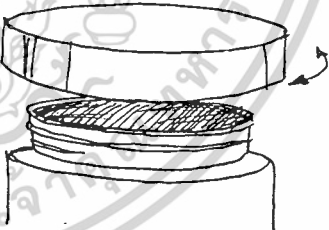
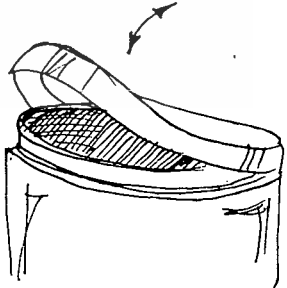
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. ข้าวเกรียบลูกตาล

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง กรอบ แตกร่วนง่าย ▪ ขายเป็นปริมาณ 200 กรัม ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นเพียงถุงพลาสติกใสกรีนลาย ซิลิโคนปิดสนิทรอบด้าน 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ primary package เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน มี secondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษ  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน มีป้ายกระดาษเป็นฉลากปิดปากถุงด้านบน  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกล่องพลาสติกปิดฝาสนิท 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกันความชื้นซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ระหว่างขนส่งได้ โดยเฉพาะการตก หรือกระแทกกระทึก อันทำให้ผลิตภัณฑ์แตก ร่วนได้ง่าย <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ปกป้องการแตกร่วนของผลิตภัณฑ์ภายในได้น้อย และเห็นเศษที่แตกนอนกันอยู่ที่ด้านล่างของถาด 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ primary package เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน ใส่ใน secondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษ  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบเป็นกล่องพลาสติกปิดฝาเกลียว หรือฝา snap ปิดสนิท  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกในการบรรจุ และการเก็บรักษา ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางเรียงได้โดยไม่กระทบกระเทือนผลิตภัณฑ์ภายใน <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมวางขายลำบากเนื่องจากไม่สามารถวางตั้งหรือแขวนจำหน่ายได้อย่างเป็นระเบียบ 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบprimary packageเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน มีรอยบากช่วยในการฉีก บรรจุในsecondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษ  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบprimary packageเป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน มีรอยบากช่วยในการฉีก บรรจุในsecondary package เป็นโครงสร้างกระดาษพับขึ้นรูป 

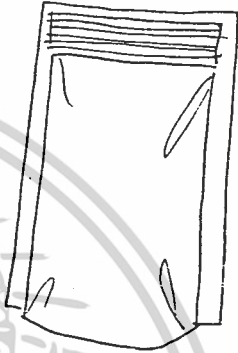

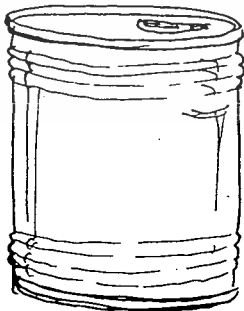
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


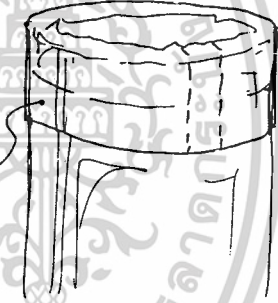
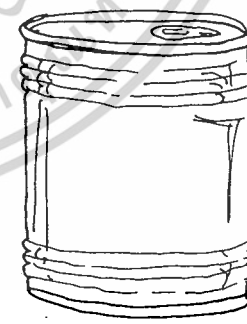
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p data-bbox="174 288 608 329"><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p data-bbox="190 340 281 383">เงื่อนไข</p> <ul data-bbox="227 405 759 799" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="227 405 759 620">■ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ <li data-bbox="227 642 759 799">■ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มีความเป็น Shelf Impact) <p data-bbox="174 821 258 864">ปัญหา</p> <ul data-bbox="227 875 759 972" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="227 875 759 972">■ บรรจุภัณฑ์ที่ยังอยู่ในระหว่างการออกแบบ ยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด 	<p data-bbox="800 288 1235 329"><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul data-bbox="853 351 1386 627" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="853 351 1386 627">■ ออกแบบ secondary package โครงสร้างกล่องกระดาษหรือกระดาษพับ โดยใช้รูปร่าง สี สัน ของต้นตาล โดยอาจใช้ลักษณะของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นจุดใดจุดหนึ่งมาใช้ <div data-bbox="813 577 1341 1052"> </div> <ul data-bbox="853 1062 1386 1274" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="853 1062 1386 1274">■ ออกแบบ secondary package เป็นโครงสร้างกล่องกระดาษหรือกระดาษพับ โดยใช้รูปทรงหรือลวดลายที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย หรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น <div data-bbox="883 1425 1379 1785"> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


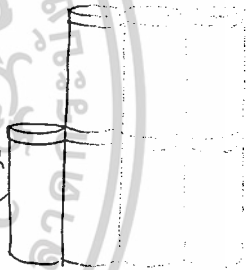
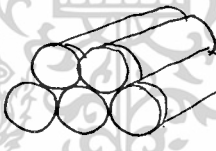
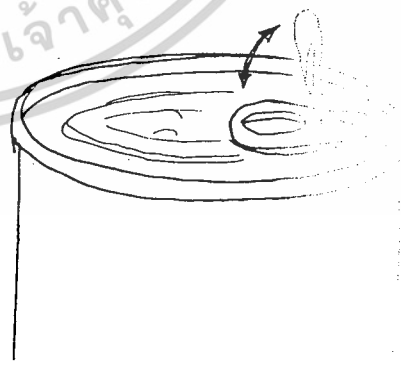
16. ลูกตาลสด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งเป็ยก ค่อนข้างนิ่ม ▪ ขายเป็นปริมาณ 500 กรัม <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมยังขาดรูปแบบที่เหมาะสม คือ เป็นลักษณะของถุงพลาสติกมัดปากติด ฉลากซึ่งการบรรจุยังไม่ได้มาตรฐาน 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงซีลพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋องมาตรฐาน 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิทป้องกัน สิ่งสกปรก แบคทีเรีย มดและแมลงต่างๆซึ่งก่อให้เกิด ความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ ▪ ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้นานขึ้นในบรรจุ ภัณฑ์ที่มีความมิดชิดสูง และผ่านการฆ่า เชื้อ หรือเก็บไว้ในที่อุณหภูมิต่ำ <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมป้องกันสินค้าภายใน ได้เพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะในระหว่างขนส่ง ▪ ในกรณีที่มีการแช่น้ำแข็งอาจเกิดการรั่วซึม ของน้ำเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ ก่อความเสียหายแก่ตัวผลิตภัณฑ์ 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงซีลพลาสติก ปิดสนิทรอบด้าน  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก ปิดฝา พร้อมซีลพลาสติกบริเวณฝา  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋องมาตรฐาน 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิดใช้งานได้ง่าย ▪ สามารถขนย้ายได้สะดวก วางซ้อนกันได้ หรือประหยัดเนื้อที่ในการจัดวางเพื่อขนส่ง ▪ สะดวกในการวางจัดจำหน่าย <p><u>ปัญหา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บรรจุภัณฑ์เดิมเปลืองเนื้อที่และลำบากในการขนย้าย ▪ การจัดวางเพื่อการจำหน่ายไม่สะดวก และจัดให้เกิดความเรียบร้อยได้ยาก เนื่องจากตัวถุงพองและไม่มีฐานในการตั้งวาง 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นถุงที่มีฝาปิดสนิทรอบด้าน โดยเป็นถุงที่พับเก็บได้ง่าย สามารถวางตั้งได้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องสี่เหลี่ยมปิดฝา สามารถวางตั้งซ้อนกันได้  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้กระป๋องมาตรฐานแบบมีฐาน (tab)  

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางแก้ไข
-----------------------------	-------------

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เงื่อนไข

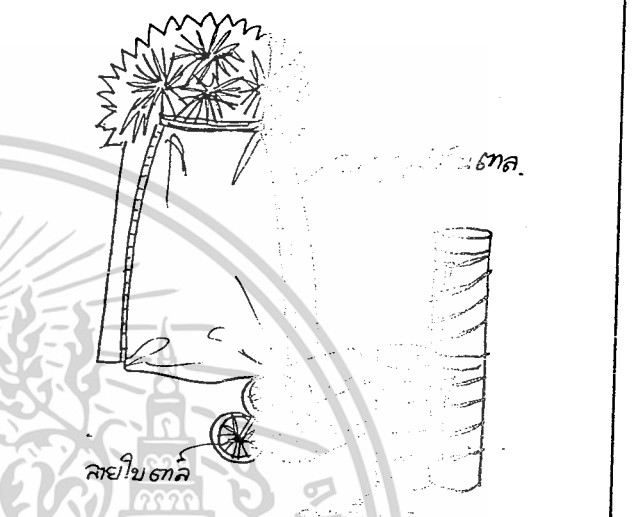
- โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตัวสินค้า ที่มา และตรงกับเป้าหมายในการจำหน่าย มีความสอดคล้องกับนโยบายทางการตลาดของโครงการ
- บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสนใจในสถานที่จัดวางได้เป็นอย่างดี (มี Shelf Impact)

ปัญหา

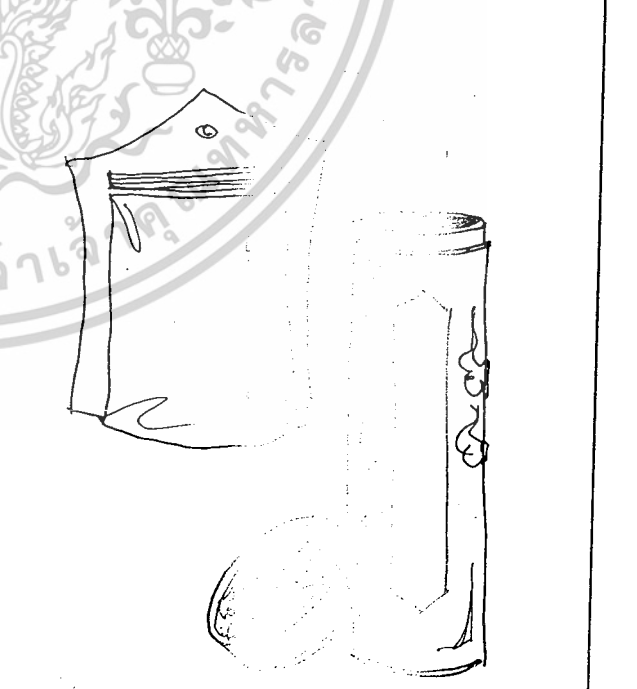
- บรรจุภัณฑ์เดิมขาดเอกลักษณ์ ที่สร้างการจดจำ หรือความแตกต่างที่ต่างจากคู่แข่งอื่น
- บรรจุภัณฑ์เดิมไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ออกแบบโครงสร้างที่เอื้ออำนวย สีสันของต้นตาล โดยคงไว้กับเรื่องของภาพรวม หรือดึงเอาจุดเด่นของตัวหนึ่งมาใช้





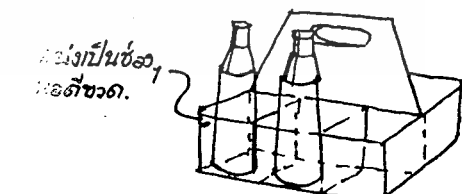
- ออกแบบโครงสร้างที่เอื้ออำนวย หรือลดทอนลายที่มีเอกลักษณ์เดิมที่มีลาย หรือเอกลักษณ์ที่องถึ

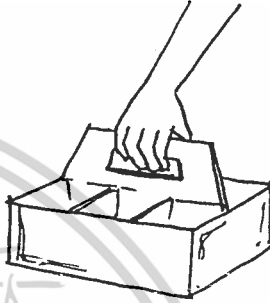
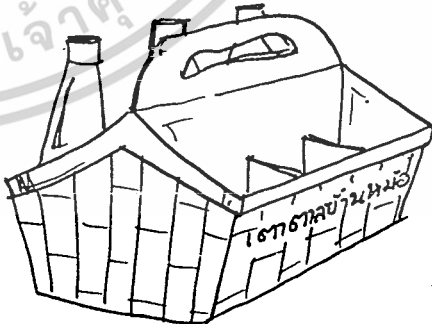


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบรรจุภัณฑ์กลุ่มคู่ของฝาก

17. ของฝากคู่เครื่องดื่ม

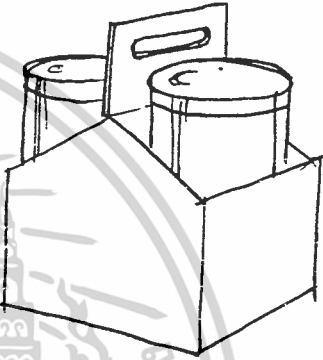
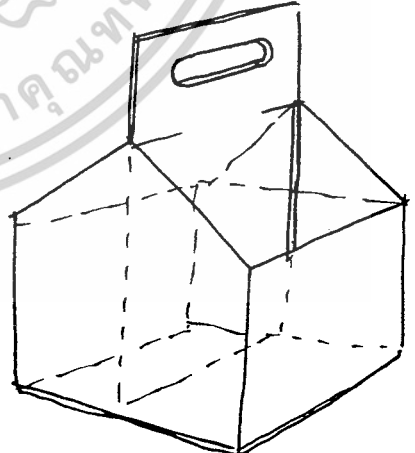
เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย น้ำตาลสด ขนาด 330 ml จำนวน 3 ขวด และ น้ำตาลเมา ขนาด 330 ml จำนวน 3 ขวด รวมทั้งสิ้น 6 ขวด ■ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย น้ำตาลสด ขนาด 750 ml จำนวน 1 ขวด และ น้ำตาลเมา ขนาด 750 ml จำนวน 1 ขวด รวมทั้งสิ้น 2 ขวด 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>ออกแบบRetail Package ที่แบ่งสินค้าออกได้เป็นสองฝั่งคือ น้ำตาลสด และน้ำตาลเมา โดยออกแบบให้มีขนาดที่พอดีกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ขวดที่ได้ออกแบบไว้</p>  
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ เนื่องจากเป็นการบรรจุแบบรวมหน่วยสินค้า จึงต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยที่สามารถป้องกันการกระแทก ระหว่างสินค้าแต่ละหน่วยอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายได้ 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>ออกแบบให้โครงสร้างของ Retail Package มีการแบ่งสัดส่วนการจัดวางที่สามารถขังสินค้าแต่ละหน่วยให้อยู่ในที่ๆเหมาะสม และ ไม่เกิดการล้ม กระแทกกัน</p> 

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ขนาดโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดไม่สามารถยก หรือเคลื่อนย้ายด้วยมือเดียว และเคลื่อนย้ายไม่สะดวก 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบ Retail Package ที่ให้มีหูหิ้วหรือมือจับ เพื่อความสะดวกในการขนส่ง 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์นี้เกิดขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการเป็นของฝากเป็นสำคัญ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้ Retail Package เป็นลักษณะของกระเช้าของฝากที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเตาตาลบ้านหม้อได้เป็นอย่างดี โดยใช้การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกในการเป็นสื่อ 

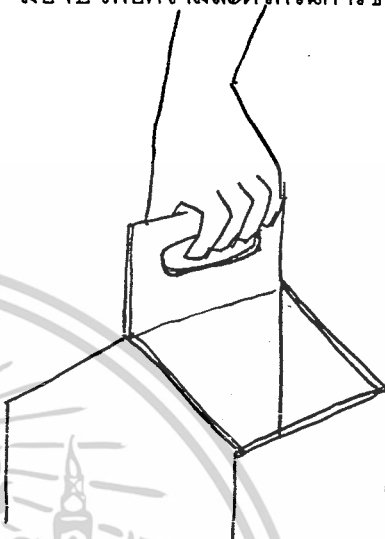
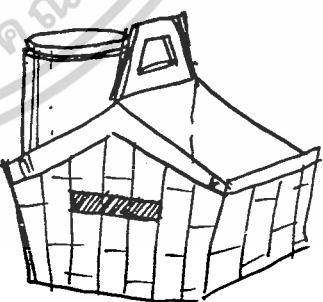
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. ของฝากคู่ทานเล่น

คู่ตาลเชื่อมแห้งและคูกี้ลูกตาล

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย กล่องตาลเชื่อมแห้ง จำนวน 1 กล่อง และ กล่องคูกี้ลูกตาล จำนวน 1 กล่อง รวมทั้งสิ้น 2 กล่อง 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบRetail Package ที่แบ่งสินค้าออกได้เป็นสองฝั่งคือ ตาลเชื่อมแห้ง และ คูกี้ลูกตาล โดยออกแบบให้มีขนาดที่พอดีกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบไว้ 
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p><u>เงื่อนไข</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เนื่องจากเป็นการบรรจุแบบรวมหน่วยสินค้า จึงต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยที่สามารถป้องกันการกระทบกระแทกระหว่างสินค้าแต่ละหน่วยอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายได้ 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้โครงสร้างของ Retail Package มีการแบ่งสัดส่วนการจัดวางที่สามารถขังสินค้าแต่ละหน่วยให้อยู่ในที่ๆเหมาะสม และไม่เกิดการล้ม กระแทกกัน 

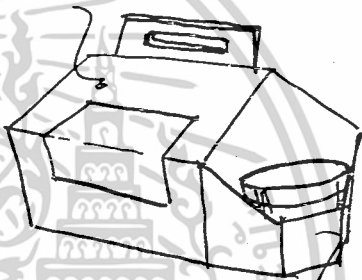

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ขนาดโดยรวมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดไม่สะดวกในการเคลื่อนย้ายด้วยมือเดียว 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบRetail Package ที่ให้มีหูหิ้วหรือมือจับ เพื่อความสะดวกในการขนส่ง 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์นี้เกิดขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการเป็นของฝากเป็นสำคัญ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ใช้ Retail Package เป็นลักษณะของกระเช้าของฝากที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเตาตาลบ้านหม้อได้เป็นอย่างดี โดยใช้การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกในการเป็นสื่อ 

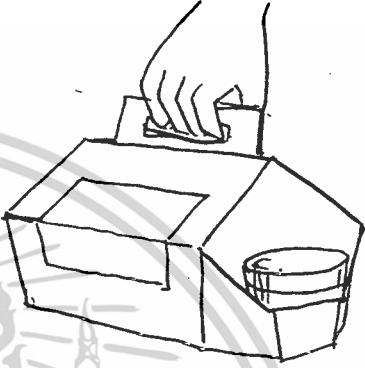
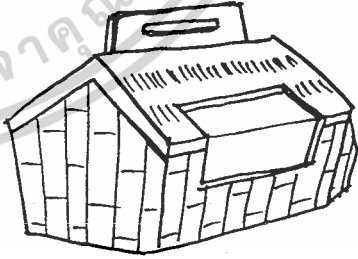
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือข้าวเกรียบลูกตาลและน้ำพริกเผาจาวโตนด

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ข้าวเกรียบลูกตาล จำนวน 1 ซอง และ น้ำพริกเผาจาวโตนด จำนวน 1 กระปุก 	<p><u>ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบRetail Package ที่แบ่งสินค้าเป็นส่วนคือ ซองข้าวเกรียบลูกตาล และน้ำพริกเผาจาวโตนด โดยออกแบบให้มีขนาดที่พอดีกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ขนาดที่ได้ ออกแบบไว้ <p>ส่วนเก็บข้าวเกรียบ</p>  <p>ส่วนเก็บน้ำพริก.</p>
<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เนื่องจากเป็นการบรรจุแบบรวมหน่วยสินค้า จึงต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมหน่วยที่สามารถป้องกันการกระทบกระเทือนระหว่างสินค้าแต่ละหน่วยอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายได้ โดยเฉพาะข้าวเกรียบลูกตาลที่มีความกรอบ สามารถแตกกร่อนได้ง่าย 	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบให้โครงสร้างของ Retail Package มีการแบ่งสัดส่วนการจัดวางที่สามารถขังสินค้าแต่ละหน่วยให้อยู่ในที่ๆเหมาะสม และไม่เกิดการล้ม กระแทกสร้างความเสี่ยงให้แก่อันตรายให้แก่อัน <p>lock ไว้ด้านบน</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและโครงสร้างของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> เนื่องจากสินค้าทั้งสองอย่างมีความแตกต่างกันทั้งในด้านของลักษณะผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทำให้ไม่สะดวกในการถือ การจัดวาง หรือขนส่งพร้อมกัน 	<p><u>ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ออกแบบ Retail Package ที่บรรจุสินค้ารวมเป็นหน่วยเดียวกัน และมีโครงสร้างที่เอื้ออำนวยในการถือหิ้ว ขนส่งและจัดวาง เช่น หูหิ้ว หรือ มือจับ 
<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์นี้เกิดขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการเป็นของฝากเป็นสำคัญ 	<p><u>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ใช้ Retail Package เป็นลักษณะของกระเช้าของฝากที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของเตาตาลบ้านหม้อได้เป็นอย่างดี โดยใช้การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกในการเป็นสื่อ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


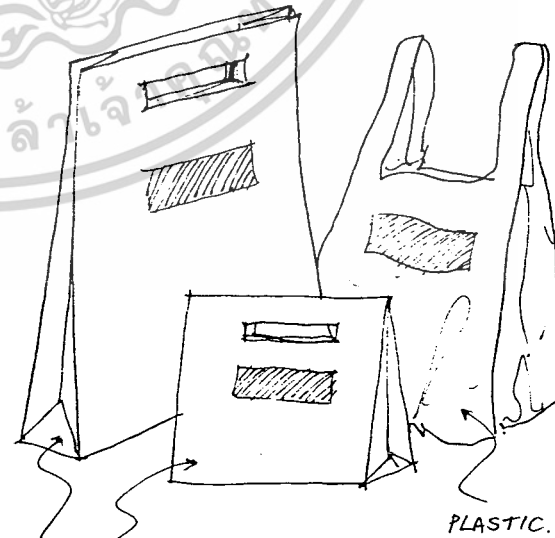
ด้านอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย

1. บู๊ท ชั้น หรือส่วนจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์มีหลายประเภท น้ำหนักและรูปร่างของแต่ละประเภทก็แตกต่างกัน โดยมีน้ำหนักรวมของสินค้าที่จะวางบนชั้นทั้งหมดประมาณ 100 กิโลกรัม ▪ การบรรจุจัดวางสินค้าบนชั้นต้องวางได้อย่างมั่นคง ในขณะที่เดียวกันต้องมองเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจน หรือจัดวางแล้วส่งเสริมให้สินค้าดูดี ดึงดูดใจผู้บริโภค ▪ สามารถเคลื่อนย้ายและติดตั้งได้อย่างสะดวก ▪ สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์โครงการได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบชั้นแสดงสินค้า ขึ้นรูปจากกระดาษลูกฟูก พิมพ์ลายเพื่อประชาสัมพันธ์  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบชั้นแสดงสินค้า ขึ้นรูปจากตะแกรงเหล็ก พร้อมปิดป้ายประชาสัมพันธ์ 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ถุงสินค้าประจำร้าน

เงื่อนไขความต้องการ / ปัญหา	แนวทางการออกแบบ
<p>เงื่อนไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ผลิตภัณฑ์มีหลายประเภท น้ำหนักและรูปร่างของแต่ละประเภทก็แตกต่างกัน จึงต้องการถุงที่สามารถรองรับการบรรจุได้อย่างเหมาะสม และสามารถใช้ร่วมกันได้ระหว่างสินค้าต่างชนิดกัน ▪ โครงสร้างของตัวถุงต้องสามารถพับแบนราบได้เพื่อความสะดวกในการขนส่ง ▪ ลักษณะโครงสร้างของถุงต้องจับถือ และใช้งานได้สะดวก มีความคงทนแข็งแรง ▪ สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเช็ตถุงกระดาษ รวม 3 โครงสร้าง  <ul style="list-style-type: none"> ▪ ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเช็ตถุงพลาสติก และถุงกระดาษ รวม 3 โครงสร้าง  <p>PAPER</p> <p>PLASTIC.</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้วยวิธีการ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการศึกษาวิจัย

ในการดำเนินโครงการนำร่องออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาลเตาตาลบ้านหม้อนี้ จะมีแนวทางในการศึกษาวิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์และนำไปใช้ในการออกแบบดังนี้

1. ศึกษาถึงประวัติความเป็นมา หลักการและวัตถุประสงค์ และข้อมูลอื่นๆของโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ” และโครงการอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือสนับสนุนอยู่
2. ศึกษาถึงขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิต ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด ทั้งในและนอกจังหวัดเพชรบุรี เพื่อทำการเปรียบเทียบ และสร้างจุดเด่นขาย
3. ศึกษาถึงรูปแบบของประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์อาหารที่เกิดจากการแปรรูปจากต้นตาลโตนดที่สามารถผลิตได้ หรือมีแนวโน้มและโอกาสที่จะผลิตได้
4. ศึกษาถึงปริมาณที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต่อหนึ่งหน่วยบรรจุภัณฑ์
5. ศึกษาถึงระบบเงินทุนของเกษตรกร และขีดจำกัดของเงินทุนของโครงการสำหรับการสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด รวมทั้งศึกษาถึงกองทุน เกื้อหนุนที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้
6. ศึกษาประวัติความเป็นมา สถานที่สำคัญ ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ที่สำคัญ หรือบ่งชี้ถึงจังหวัดเพชรบุรี
7. ศึกษาถึงรูปร่าง ลักษณะ เพื่อหาเอกลักษณ์ที่สำคัญที่บ่งชี้ถึงต้นตาลโตนด
8. ศึกษาถึงบรรจุภัณฑ์พื้นฐานที่ทำจากส่วนของต้นตาล และบรรจุภัณฑ์ดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด
9. ศึกษาถึงนโยบายและแผนการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
10. ศึกษาถึงเทคโนโลยีการผลิต และการบรรจุบรรจุภัณฑ์ เพื่อเลือกหาชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุด
11. ศึกษาถึงพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มายังจังหวัดเพชรบุรี และกลุ่มผู้บริโภคของร้านค้าที่ผลิตภัณฑ์วางขายอยู่
12. ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านการนำไปใช้งานของบรรจุภัณฑ์เดิม
13. ศึกษาถึงพฤติกรรมการจัดเก็บสินค้า การขนส่งสินค้า
14. ศึกษาถึงช่องว่างทางการตลาด คู่แข่ง และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น
15. ศึกษาถึงแหล่งสถานที่ที่จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด ทั้งในอดีต และปัจจุบัน เพื่อทำการวางจุดขายต่อไปในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. ศึกษากฎหมายฉลากอาหารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในโครงการนี้

17. ศึกษาถึงการจัดการขยะและสิ่งเหลือใช้จากบรรจุภัณฑ์หลังการใช้งานเพื่อไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

จากการดำเนินการโครงการนำร่องออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์เพื่อสนับสนุนโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อนี้ คาดว่าจะได้รับผลประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ดังนี้

1. โครงการเกษตรการทำน้ำตาลโตนด “เตาดาลบ้านหม้อ” ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความเหมาะสม สามารถส่งเสริม เพิ่มมูลค่าของสินค้า และมีการจัดการวางแผนสินค้าที่ดี
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างเสริมเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด เพื่อเป็นของฝากประจำจังหวัดเพชรบุรี
3. เกษตรกรจังหวัดเพชรบุรีมีอาชีพส่งเสริมรายได้มากขึ้น มีช่องทางในการทำมาค้าขายมากขึ้น และได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยผ่านทางโครงการเกษตรการทำน้ำตาลโตนด “เตาดาลบ้านหม้อ”
4. ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด ได้รับการเพิ่มมูลค่าโดยการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น
5. ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดสามารถเก็บรักษาไว้เพื่อการจัดจำหน่าย วางขาย และบริโภคได้ยาวนานขึ้น เนื่องจากมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพเร็วกว่าที่ควรเป็น
6. บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดสามารถใช้งานได้สะดวกตามประโยชน์ใช้สอยทั้งในขั้นตอนการบรรจุ ขนส่ง และใช้งานเพื่อการบริโภค
7. โครงการนี้จะช่วยให้โครงการเตาดาลบ้านหม้อ มีส่วนของการส่งเสริมการขายที่ดีขึ้น อีกทั้งเป็นการช่วยจัดระบบระเบียบสินค้าเพื่อการจัดจำหน่ายให้ดียิ่งขึ้น
8. เป็นการสนับสนุนนโยบายตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้การดำเนินงานของรัฐบาล
9. ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากสินค้ามากขึ้น มีทางเลือกในการบริโภคสินค้าที่มีคุณค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผู้ผลิต

ชื่อโครงการ	:	โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ”
สถานที่ตั้ง	:	เลขที่ 30/6 หมู่ที่ 5 ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี
คำขวัญ	:	ร่วมกลุ่มทำน้ำตาล เสริมงานอาชีพหลัก อนุรักษ์ต้นตาล สืบสานงานอาชีพท้องถิ่น บนแผ่นดินเพชรบุรี
สัญลักษณ์	:	รูปหม้อดินตั้งอยู่บนเตา ช่องเตาเป็นรูปจาวโตนด มีตัวหนังสือคำขวัญโครงการล้อมรอบ และมีชื่อโครงการ คือ เตาตาลบ้านหม้อ ด้านล่าง



รูปที่ 2.1-1 โลโก้ของโครงการเกษตรทำน้ำตาล “เตาตาลบ้านหม้อ” ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด “เตาตาลบ้านหม้อ”

ตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี และพื้นที่ใกล้เคียงรอบด้าน ประกอบด้วย ตำบลไร่ส้ม อำเภอเมือง ตำบลบ้านหาด อำเภอบ้านลาด เป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้ชุมชนเมือง และมีต้นตาลขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเกษตรกรสามารถใช้ประโยชน์จากต้นตาลนี้มาช้านาน จนกลายเป็นอาชีพเสริมและอาชีพหลัก ที่ทำให้เกษตรกรมีรายได้จำนวนมาก เช่นอาชีพทำน้ำตาล อาชีพทำผลตาลสุกขาย อาชีพฟั่นเต้าตาลขายสด อาชีพทำน้ำตาลใส่บรรจุขวด อาชีพทำไม้ตาลขาย อาชีพเก็บฟืนจากใบตาลและทางตาลขาย อาชีพจักสาน ผลิตถนอมจากใบตาล และอาชีพอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งสามารถนำคุณประโยชน์จากต้นตาลมาใช้ และในสภาพการณ์ปัจจุบันนี้ผลิตผลจากต้นตาลได้รับความนิยมมากขึ้น หากแต่ไม่ได้รับการบริหารจัดการที่ดีพอ ทำให้จำนวนต้นตาลได้ลดน้อยลงเป็นจำนวนมาก

ทางโครงการกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาลเตาตาลบ้านหม้อ เห็นว่า การตั้งกลุ่มผลิตน้ำตาลนี้จะเป็นการช่วยจัดระบบระเบียบการใช้ผลผลิตจากต้นตาลให้เกิดผลคุ้มค่าในระยะยาวมากที่สุด โดยทางโครงการจะดำเนินการเป็นแบบอย่าง รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์อาชีพทำตาล นอกจากนี้แล้วทางโครงการยังได้ทำการรวมกลุ่มเกษตรกรให้เป็นกลุ่มใหญ่ เพื่อเพิ่มฐานและกำลังการผลิตให้มากขึ้น ทั้งนี้เป็นกระบวนการในการแก้ไขปัญหาเรื่องแรงงานในการเคียวตาล การแปรรูปอื่นๆเกี่ยวกับตาล และเชื้อเพลิงที่ใช้ โดยการรวมตัวกันนี้จะช่วยลดต้นทุนการผลิต ซึ่งหมายถึงการเพิ่มผลตอบแทน โดยทางโครงการจะทำหน้าที่อาสาเป็นตัวกลางเพื่อลดปัญหาต่างๆเหล่านี้ และจะเป็นตัวกลางในการฟื้นฟู อนุรักษ์ ส่งเสริม อำนวยความสะดวก คัดกรองต้นตาล และทั้งสร้างความมั่นคงให้แก่อาชีพทำตาล รวมทั้งเผยแพร่วิธีการกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้สนใจได้มาศึกษาและสืบทอดเพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมที่ดีของจังหวัดเพชรบุรี

ดังนั้น โครงการกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาล “เตาตาลบ้านหม้อ” จึงได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันอาทิตย์ที่ 12 สิงหาคม พ.ศ. 2544 ในลักษณะการร่วมถือหุ้นก่อตั้งของสมาชิกจำนวน 200 หุ้น โดยได้รับการสนับสนุนการก่อตั้งรวมทั้งเงินงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบล นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากสำนักงานพัฒนาชุมชน ส่วนอุตสาหกรรมจังหวัด รวมทั้งเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อันเป็นโครงการของทางภาครัฐ เพื่อที่จะยกระดับสินค้าให้เป็นที่รู้จักไม่เพียงแต่ในท้องที่ของจังหวัดเท่านั้น

2.1.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการเกษตรกรทำน้ำตาลโดนด “เตาตาลบ้านหม้อ”

โครงการเกษตรกรทำน้ำตาลโดนด “เตาตาลบ้านหม้อ” ได้จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้เกษตรกรที่ยังทำอาชีพทำตาลโดนดยังคงทำอาชีพนี้อยู่ต่อไป
2. เพื่อเพิ่มจำนวนของเกษตรกรทำน้ำตาลให้เพิ่มมากขึ้นจากคนรุ่นใหม่
3. เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการทำตาลในเชิงการท่องเที่ยวและอนุรักษ์
4. เพื่อลดจำนวนการตัดโค่นต้นตาลให้น้อยลง และส่งเสริมการปลูกทดแทน
5. เพื่อสร้างรายได้ให้เกษตรกรเพิ่มมากขึ้น จากการรวบรวมผลผลิตต่อหน่วยเพื่อลดต้นทุนการผลิต รวมทั้งทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด
6. เพื่อช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา สืบทอดอาชีพทำตาลให้เกษตรกรทำตาลในทุกด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1.2 เป้าหมายของโครงการเกษตรกรทำน้ำตาลโตนด "เตาตาลบ้านหม้อ"

1. ในขั้นต้น ทางโครงการจะทำการรวมกลุ่มเกษตรกรทำตาลในตำบลบ้านหม้อ และพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งที่ทำอยู่แล้ว และส่งเสริมให้กลับมาทำใหม่ โดยโครงการจะรับซื้อผลผลิตทั้งหมด ในราคาประกัน
2. โครงการจะสร้างแรงจูงใจจากรายได้ให้กับลูกหลานของเกษตรกรและคนรุ่นใหม่ ให้หันกลับมาทำอาชีพทำน้ำตาล ปีละ 5-20 คน
3. โครงการจะขยายพื้นที่ที่รับซื้อน้ำตาลสดให้กว้างออกไปในเขตอำเภอบ้านลาด รอบนอก ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อขยายฐานผลิต และเพิ่มราคารับซื้อวัตถุดิบในราคาที่สูงขึ้น
4. โครงการจะขยายพื้นที่เต็มรูปแบบในอนาคต รับซื้อน้ำตาลจากเกษตรกรทุกคนที่มีแหล่งผลิต คือ ต้นตาล และส่งเสริมจังหวัด
5. ทางโครงการจะผลิตสินค้าคุณภาพออกมาจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม เพื่อช่วยส่งเสริมชื่อเสียงของจังหวัดและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวกับน้ำตาล
6. ทางโครงการจะขอความร่วมมือกับหน่วยงานทางด้านอาชีวศึกษาของรัฐที่เหมาะสมจัดอบรมและสอนการขึ้นตาลอาชีพ ให้กับเกษตรกร และคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ

2.1.1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการเกษตรกรทำน้ำตาลโตนด "เตาตาลบ้านหม้อ"

1. เกษตรกรในพื้นที่ที่ร่วมโครงการ มีอาชีพเสริมรายได้หลักที่มั่นคงและมีผลตอบแทนที่คุ้มค่า
2. เป็นการช่วยอนุรักษ์พันธุ์ต้นตาลทั้งทางตรง และทางอ้อม เพื่อชลอการโค่นทำลายและมีการส่งเสริมให้มีการปลูกทดแทน
3. ช่วยพัฒนาอาชีพการทำน้ำตาลของเกษตรกร ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มคุณภาพของผลผลิต และราคาของผลผลิตให้สูงขึ้น
4. ทำให้เกษตรกรรุ่นใหม่ให้ความสนใจ และหันมาประกอบอาชีพทำตาลมากขึ้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของแผ่นดินเพชรบุรีไว้
5. เพื่อสร้างงานและสนับสนุนโครงการชุมชนพึ่งตนเองของรัฐบาล 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการจ้างงานและรายได้แก่ชุมชน
6. นำรายได้ส่วนหนึ่งของผลกำไรก่อนคืนปันผล ให้สมาชิกผู้ร่วมโครงการ ประมาณ 3-5% ไปใช้จ่าย เพื่อการอนุรักษ์และปลูกต้นตาลทดแทน ให้กับแผ่นดินเพชรบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. หากโครงการดำเนินกิจกรรมของโครงการได้ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ จะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของจังหวัดเพชรบุรีได้เป็นอย่างดี

2.1.2 นโยบายทางการตลาดของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ

2.1.2.1 นโยบายว่าด้วยเรื่องการเงินและการลงทุน

เงินทุนของกลุ่ม

1. ค่าสมัคร
2. รับเงินค่าหุ้น
3. กู้ยืมหรือขอรับการสนับสนุนจากส่วนราชการ องค์กรเอกชน
4. รับบริจาค
5. เงินรายได้อื่นๆ
6. สมาชิกประเภทที่สอง ทุกคนต้องถือหุ้นอย่างน้อย หนึ่งหุ้น หรือลงทุนได้มากที่สุด (ไม่เกินสิบเท่าของสมาชิกคนอื่นที่ร่วมถือหุ้น)

การจัดสรรกำไรสุทธิประจำปี

1. ให้เก็บไว้เป็นทุนสำรอง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของกำไรสุทธิ
2. ให้กันไว้เป็นกองทุนสาธารณะไม่เกินร้อยละ 10 ของกำไร
3. ให้กันรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายใดๆ ไม่เกินร้อยละ 30 ของผลกำไรสุทธิเป็นค่าตอบแทนกรรมการบริหาร และผู้บริหารโครงการ เพื่อหวังผลสัมฤทธิ์ของงานในเชิงการบริหารและธุรกิจ
4. กำไรสุทธิที่เหลือออกนั้น (ถ้ามี) ให้สมทบเป็นทุนสำรองทั้งสิ้น

หุ้นและเงินทุน

ในคราวเริ่มต้นโครงการให้เปิดหุ้นขั้นต่ำไม่ต่ำกว่า 200 หุ้น หรือความสะดวกในการบริหารงานเริ่มต้น และสามารถเปิดหุ้นเพิ่มได้ในโอกาสต่อไป ถ้าจำเป็นต้องขยายงาน โดยให้สิทธิสมาชิกกลุ่มเท่านั้น ทั้งนี้ให้กันหุ้นส่วนหนึ่งไม่เกิน 20 หุ้น ไว้เป็นหุ้นสาธารณะประโยชน์ของกลุ่ม

2.1.2.2 นโยบายด้านคุณภาพสินค้า

จากการที่ทางโครงการใช้วัตถุดิบคือผลผลิตจากต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นตาลที่มีคุณภาพและรสชาติที่ดีเยี่ยมที่สุด จึงเป็นการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ประกอบกับการเอาใจใส่และพิถีพิถันในการผลิตแปรรูป เพื่อรักษาระดับมาตรฐานของคุณภาพที่ดีเยี่ยม สะอาดปลอดภัย ถูกหลักอนามัย เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ผู้บริโภค รวมทั้งเพื่อเป็นการเสริมสร้างชื่อเสียงของสินค้าประจำจังหวัดอีกด้วย

2.1.2.3 นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของโครงการในปัจจุบัน

หลังจากที่โครงการได้เปิดดำเนินงานมา ทางโรงการเตาตาลบ้านหม้อได้สังเกตเห็นว่า เป็นการเหมาะสมที่จะทำการขยายกิจการให้มีการจัดจำหน่ายในช่องทางที่กว้างขวางขึ้น เพื่อให้ตัวสินค้าเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น อันจะเป็นการเพิ่มยอดสินค้าที่ขายได้ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวและเกิดความสนใจจากกลุ่มเกษตรกรที่ยังไม่ได้เป็นสมาชิกของโครงการ เป็นรัฐจักรที่จะช่วยให้โครงการสามารถขยายผลจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

โดยทั้งนี้ทางโครงการได้จัดรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ดังนี้

1. ร้านเตาตาลบ้านหม้อ

เป็นร้านที่ตั้งของโครงการเกษตรกรทำน้ำตาลเตาตาลบ้านหม้อ โดยส่วนที่ขายจะเป็นส่วนของด้านหน้าของที่ตั้งโครงการ ซึ่งจะมีการจัดแสดงสาธิตการเคี้ยวน้ำตาล และทำน้ำตาลปึกแบบดั้งเดิมเพื่อให้นักท่องเที่ยวและนักศึกษาได้มีโอกาสชมและศึกษาวัฒนธรรมอาชีพพื้นบ้านของชาวจังหวัดเพชรบุรี โดยจุดนี้จะเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวแวะซื้อเป็นประจำ ด้วยชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักเนื่องจากคุณภาพที่บอกปากต่อปากกันไป ประกอบกับสถานที่ตั้งนั้นตั้งอยู่หน้าทางเข้าวัดเขابันไดอิฐซึ่งเป็นวัดที่เป็นสถานที่บูชาสักการะและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรีอีกด้วย

2. ร้านค้า ร้านสหกรณ์ในจังหวัด และร้านขายขนมและของฝากในจังหวัดเพชรบุรี

ร้านค้าเหล่านี้จะจัดจำหน่ายสินค้าโดยการทำสัญญาจัดส่งสินค้าเป็นรายเดือน โดยหากทางร้านมีชิ้นจัดวางแสดงสินค้าอยู่แล้วก็จะทำการจัดวางเพื่อจำหน่ายเลย แต่หากไม่มีก็จะเป็นการวางขายในลักษณะการตั้งโต๊ะ หรือ มีส่วนวางขายเช่น บู้ท ชิ้นจัดวางเป็นต้น โดยทั้งนี้ตำแหน่งในการวางขายในร้านจะเป็นการตกลงระหว่างทางโครงการและผู้รับผิดชอบของทางร้านนั้นๆ เพื่อให้ได้ตำแหน่งการขายที่เป็นที่พอใจของทั้งสองฝ่าย

3. ศูนย์แสดงสินค้าพื้นเมือง ตลาดงานออกร้าน นิทรรศการ รวมถึงงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการวางขายจะขึ้นอยู่กับสถานที่จัดงานนั้น จึงเน้นการจัดวางเป็นลักษณะของการวางขายเป็นบูท หรือ ชั้นวางแสดงสินค้าที่สามารถเคลื่อนย้าย ถอดประกอบ และจัดวางได้อย่างสะดวก ประหยัดพื้นที่ในการเคลื่อนย้าย ส่วนสินค้าที่จะนำไปวางขายจะเป็นไปในลักษณะของการจัดเป็นล็อตปริมาณหนึ่ง และนำไปวางเพิ่มเมื่อสินค้าไม่พอเพียงแก่การจำหน่าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเวลาและโอกาสที่เหมาะสมด้วย

4. ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี

โดยจะทำการจัดส่งสินค้าที่ได้ทำการตกลงไว้กับทางร้านเพื่อจัดจำหน่ายเป็นรายการในเมนู เพื่อจำหน่ายแบบซื้อกลับ หรือซื้อเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารโดยทางร้านจะให้เครดิตของโครงการเกษตรกรทำน้ำตาล เตาน้ำตาลบ้านหม้อตามแต่สมควร

5. ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต (ระบบสาขา) ทั้งในและนอกจังหวัดเพชรบุรี

จะจัดจำหน่ายโดยการทำสัญญาเพื่อวางขาย ทั้งนี้มีทั้งการนำสินค้าไปเสนอ และการได้รับการติดต่อเพื่อนำสินค้าไปจัดจำหน่าย เช่น 7- eleven, Big C, Food Land, Lemon Farm เป็นต้น โดยลักษณะการจัดจำหน่าย จะขึ้นอยู่กับตกลงกันทั้งสองฝ่ายว่าจะจัดขายบนชั้นขายสินค้า หรือจะจัดแสดง ณ มุมใดมุมหนึ่ง หรือ จัดเป็นซุ้ม ชั้น หรือโต๊ะแสดงสินค้า

2.1.2.4 นโยบายการเพิ่มปริมาณสินค้าที่นำออกจำหน่าย

เนื่องจากผลผลิตจากต้นตาลนั้นสามารถนำไปแปรรูปได้หลากหลาย ทางโครงการจึงเล็งเห็นว่าควรจะต้องศึกษาภาพของวัตถุดิบออกมาให้ให้เต็มที่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้านวมทั้งยืดเวลาการเก็บรักษา ซึ่งมีประโยชน์แก่การจัดจำหน่ายอีกด้วย โดยสินค้าที่เพิ่มขึ้นนี้ จะจัดการเพิ่มขึ้นอย่างเป็นลำดับขั้นตอนเพื่อไม่ให้เป็นการเกินกำลัง หรือเร่งรีบจนเสียมาตรฐานของคุณภาพไป ในปัจจุบันจึงมีการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตสินค้าใหม่และเริ่มออกวางจำหน่ายไปบางส่วนแล้ว ซึ่งทางโครงการตั้งเป้าหมายว่า จะมีสินค้าออกใหม่ประมาณ 6-10 รายการภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า

2.1.2.5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

โครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาน้ำตาลบ้านหม้อนั้น เริ่มต้นเป็นที่รู้จักจากกรบอกเล่าปากต่อปากถึงคุณภาพ และรสชาติที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์จากต้นตาล ซึ่งทำให้ชื่อของโครงการได้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับแล้วในระดับหนึ่ง แต่เนื่องจากทางโครงการต้องการขยายและกระจายกำลังจำหน่าย ให้ครอบคลุมและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น จึงได้วางแผนนโยบายในการประชาสัมพันธ์ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ทำการออกร้านแสดงสินค้าทั้งในและนอกจังหวัด เช่น งานกาชาด งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงสินค้าชุมชน งานแสดงผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น
2. ทำการปรับปรุงออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อทำการยกระดับละเพิ่มมูลค่าสินค้า ประกอบกับเพื่อเป็นการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่อีกด้วย
3. เข้าร่วมเป็นสปอนเซอร์ในการจัดงานประจำจังหวัด ซึ่งมักได้รับการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงแคในจังหวัดเท่านั้น เช่น งานแข่งกีฬาข้างเผือกเกมส์ หรือ งานต้อนรับนายกรัฐมนตรีในการมากล่าวปราศรัยที่จังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น
4. จัดให้มีการจัดระบบเอกลักษณ์ของโครงการ (Corporate Identity) เพื่อช่วยในการสังเกตและจดจำ โดยจะปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ ถุงใส่สินค้า ป้ายโครงการจัดแสดงสินค้า เป็นหลัก
5. ออกรายการทางวิทยุ โทรทัศน์ ในลักษณะของการให้สัมภาษณ์ นอกจากนี้ยังมีการบรรยายเชิงวิชาการเกี่ยวกับอาชีพอนุรักษ์ตามสถานศึกษา หรือจากการได้รับเชิญ รวมทั้งการตีพิมพ์บทความตามหนังสือพิมพ์ หรือวารสารต่างๆ

2.1.3 ลักษณะผู้ประกอบการเป้าหมายของโครงการเกษตรทำน้ำตาล “เตาตาลบ้าน”

โดยทั่วไปแล้ว โครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาตาลบ้านหม้อ จะมุ่งไปยังผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงในช่วงอายุ 30 – 60 ปีเสียส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้หญิงกลุ่มนี้มีอิทธิพลในการเลือกรับประทานและตัดสินใจซื้อเครื่องบริโภคภายในครอบครัว ซึ่งผู้ประกอบการยังสามารถแยกย่อยออกได้เป็น 2 จำพวกใหญ่ๆ คือ

1. กลุ่มแม่บ้าน

ในกลุ่มแม่บ้านนี้ จะต้องมีพื้นฐานความเข้าใจด้านอาหารไทยพอสมควร มีความรู้ด้านโภชนาการ เน้นที่การเป็นผู้ดูแลอาหารการกินภายในครอบครัว ให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติ คุณภาพ และความสะอาด โดยครอบครัวของผู้บริโภคเป้าหมายนี้จะอาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี หรือกรุงเทพฯ มีระดับรายได้ของครอบครัวปานกลาง คือ ประมาณ 10,000 – 30,000 บาทต่อเดือน มีระดับการศึกษาปานกลาง คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ถึง ระดับปริญญาตรี

2. กลุ่มนักท่องเที่ยว

ในกลุ่มนี้ จะเป็นการมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์ของโครงการเป็นของฝากประจำจังหวัด เป็นของขึ้นชื่อและได้รับการยอมรับว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากต้นตาลโตนดที่ดีที่สุดในประเทศไทย ดังนั้นแม้ลักษณะทางกายภาพโดยทั่วไปจะไม่ต่างจากกลุ่มแม่บ้านมากนัก แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวจะอาศัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับโครงการกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ จึงสามารถสรุปแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากตาลโตนด ได้ดังนี้ คือ

1. ออกแบบโดยคำนึงถึงภาพพจน์ของโครงการกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ เป็นโครงการที่มีชื่อเสียง และเป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อว่ามีปริมาณต้นตาลที่มีคุณภาพมากที่สุดในประเทศไทย มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย เป็นสินค้าท้องถิ่น ตามคำขวัญของกลุ่มที่ว่า “ ร่วมกลุ่มทำน้ำตาล เสริมงานอาชีพหลัก อนุรักษ์ต้นตาล สืบสานอาชีพท้องถิ่น บนแผ่นดินเพชรบุรี ”

2. ออกแบบโดยคำนึงถึงนโยบายของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อ นโยบายหลักของโครงการที่มีความสำคัญที่จะส่งต่อการออกแบบนั้นคือ นโยบายด้านคุณภาพสินค้า ซึ่งจะเน้นที่ความเป็นเลิศในด้านของคุณภาพวัตถุดิบที่ใช้ และกระบวนการผลิตที่สะอาดถูกหลักอนามัย นอกจากนี้แล้ว ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดยังเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ปลอดภัยสารพิษซึ่งเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และเป็นสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดกันมาสู่คนรุ่นหลัง

3. ออกแบบโดยคำนึงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าในโครงการ จากการจัดการพัฒนาตราสินค้า เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย อันทำให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ทางโครงการจึงต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของสินค้าให้ได้มาตรฐาน มีความโดดเด่นเพียงพอสามารถที่จะเจาะตลาดที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมื่อมีการเปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่ง ทั้งนี้การออกแบบจะไม่อ้างอิงถึงบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมของโครงการ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวยังไม่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมนั่นเอง

4. ออกแบบโดยคำนึงถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันและอนาคตของสินค้า ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนดนี้ ปัจจุบันเป็นสินค้าที่ได้รับการนิยมในการซื้อเพื่อเป็นของฝาก จากจังหวัดเพชรบุรีเป็นอย่างมาก การออกแบบจึงต้องดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดเพชรบุรีได้เป็นอย่างดี ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ย่อมต้องการของที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และบ่งบอกถึงสถานที่ที่ตนมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในอนาคต คือในชุมชนนอกจังหวัดเพชรบุรี ก็เป็นกลุ่มที่เลือกซื้อเพราะเป็นของดีจากจังหวัดเพชรบุรีเช่นกัน

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ผลิตภัณฑ์ของโครงการเกษตรทำน้ำตาล เตาดาลบ้านหม้อนั้นเริ่มต้นจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นก่อน กล่าวคือ เริ่มจากสินค้าที่มีการทำสืบทอดมาจากบรรพบุรุษเดิมอยู่แล้ว ซึ่งจุดนี้เป็นการได้เปรียบของสูตรและกรรมวิธีการผลิตที่ก่อให้เกิดรสชาติที่โดดเด่นและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และด้วยความเอาใจใส่ในจุดนี้ ทางโครงการจึงทำการพัฒนารูปแบบของสินค้าเดิมนี้ให้คงคุณภาพที่ดีไว้ได้อย่างเดิม แต่ถูกหลักอนามัย สะอาดและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น รวมทั้งได้พยายามคิดค้นการเก็บรักษาสินค้าให้มีอายุการเก็บได้นานโดยวิธีธรรมชาติ หรือใช้การบรรจุเข้าช่วย จึงไม่เกิดการใช้สารเคมี ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลร้ายต่อผู้บริโภคได้

นอกจากนี้แล้ว การคิดค้นหรือดัดแปลงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆก็อาศัยความรู้จากเกษตรกรกลุ่มสมาชิกในการแปรรูป อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจาก ภาควิชาเทคโนโลยีอาหารจากสถาบันศึกษาหลายแห่ง ในการร่วมศึกษาวิจัยการแปรรูป จนทำให้สินค้าจากต้นตาลของเตาดาลบ้านหม้อก้าวขึ้นมาเป็นที่ยอมรับ และมีความหลากหลายของสินค้าในขณะนี้

โดยทางโครงการแบ่งประเภทของสินค้าออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ดังนี้

2.2.1 กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาลโตนด ประกอบด้วย

1. น้ำตาลสด (จัดจำหน่ายอยู่)

รูปที่ 2.2-1 น้ำตาลสด

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นของเหลวสีน้ำตาลอ่อนใสมีกลิ่นหอม รสชาติหวานแหลม เมื่อผ่านการพาสเจอร์ไรต์จะสามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 1 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. น้ำตาลเมา (กำลังจะนำออกจำหน่าย)

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นของเหลวสีน้ำตาลใส ค่อนข้างข้น เป็นการน้ำตาลสดมาผ่านการหมักโดยภูมิปัญญาชาวบ้านในท้องถิ่น เกิดเป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ มีกลิ่นหอม รสชาติหวาน

2.2.2 กลุ่มอาหารให้ความหวาน

1 น้ำตาลโตนด หรือน้ำตาลปึก

- แบบก้อนกลม (จัดจำหน่ายอยู่)

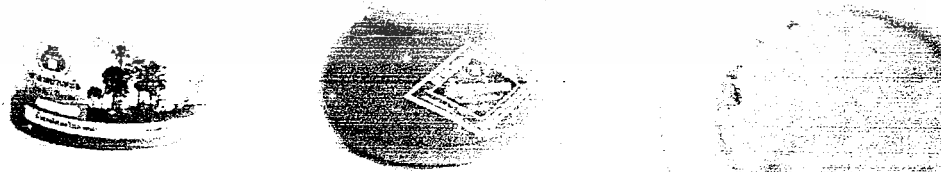


รูปที่ 2.2-2 น้ำตาลโตนด หรือน้ำตาลปึกแบบก้อนกลม

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นของแข็งสีน้ำตาลอ่อนๆ ค่อนข้างนิ่ม กดยุบหรือบีบแตกได้ง่าย ละลายเมื่ออยู่ในที่ที่มีอุณหภูมิสูง หรือมีความชื้นมาก เกิดจากการนำน้ำตาลสดมาเคี่ยวจนได้ที่แล้วเทลงบนแม่พิมพ์ เมื่อเย็นตัวจะเกิดการจับตัวเป็นก้อนแข็ง

- แบบตัดใช้ (จัดจำหน่ายอยู่)



รูปที่ 2.2-3 น้ำตาลโตนด หรือน้ำตาลปึกแบบตัดใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นของแข็งสีน้ำตาลอ่อนๆ ค่อนข้างนิ่ม กดยุบหรือบีบแตกได้ง่าย ละลายเมื่ออยู่ในที่มีอุณหภูมิสูง หรือมีความชื้นมาก ผลิตภัณฑ์เกิดจากการนำน้ำตาลสดมาเคี่ยวจนได้ที่แล้วเทลงบนแม่พิมพ์ เมื่อเย็นตัวจะเกิดการจับตัวเป็นก้อนแข็ง

- แบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ (กำลังจะนำออกจำหน่าย)

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นของแข็งเม็ดเล็กสีน้ำตาลอ่อนๆ ค่อนข้างนิ่ม กดยุบหรือบีบแตกได้ง่าย ละลายเมื่ออยู่ในที่มีอุณหภูมิสูง หรือมีความชื้นมาก

2. น้ำเชื่อมตาลโตนด (จัดจำหน่ายอยู่)

รูปที่ 2.2-4 น้ำเชื่อมตาลโตนด

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นของเหลวหนืดสีน้ำตาล รสหวานแหลม มีกลิ่นหอม ได้จากการเคี่ยวน้ำตาลจนเหนียวขึ้น แล้วทิ้งให้เย็น

2.2.3 กลุ่มอาหารหวาน

(กลุ่มที่จัดจำหน่ายอยู่)

1. ลูกตาลเชื่อม

รูปที่ 2.2-5 ลูกตาลเชื่อม

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะ เป็นก้อนสี่เหลี่ยมเข้ม ค่อนข้างนิ่ม รสหวานแหลม มีน้ำเชื่อมเหนียวข้นอยู่ชุ่ม มีกลิ่นหอม ได้จากการนำจาวตาลมาเชื่อม เพื่อรับประทานเป็นของหวาน



รูปที่ 2.2-6 รุ่นลูกตาล

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะเป็นก้อนหยุ่นสั้น มีน้ำเป็นส่วนประกอบ มีรูปทรงขึ้นอยู่กับภาชนะบรรจุ ทำโดยนำน้ำตาลสดผสมผงรุ่น ใส่เนื้อตาลฝานเป็นชิ้นเล็กๆ ผสมให้เข้ากันดี แล้วแช่เย็นเพื่อให้แข็งตัวเป็นก้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ลูกตาลในน้ำเชื่อม (ลูกตาลลอยแก้ว)

รูปที่ 2.2-7 ลูกตาลในน้ำเชื่อม (ลูกตาลลอยแก้ว)

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

เป็นการนำเนื้อลูกตาลมาหั่นเป็นชิ้นๆ แล้วนำไปแช่ในน้ำเชื่อมที่มีความเข้มข้น มีส่วนประกอบของน้ำเป็นจำนวนมาก เก็บไว้ได้นานในที่ยื่น

(กลุ่มที่กำลังจะนำออกจำหน่าย)

4. ลูกตาลเชื่อมแห้ง

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีลักษณะ เป็นก้อนสี่เหลี่ยมเข้ม ค่อนข้างแข็ง เนื้อเหนียว ผิวแห้ง รสหวานแหลม มีกลิ่นหอม ได้จากการนำลูกตาลเชื่อม มาอบและตากแห้งเพื่อรับประทานเป็นของหวาน

5. ท็อฟฟี่ลูกตาล

รูปที่ 2.2-8 ท็อฟฟี่ลูกตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- **ลักษณะของผลิตภัณฑ์**

มีลักษณะเป็นของแข็งเม็ดเล็กสีน้ำตาลเข้ม ค่อนข้างนิ่ม กดยุบหรือบีบแตกได้ง่าย ละลายเมื่ออยู่ในที่ที่มีอุณหภูมิสูง หรือมีความชื้นมาก มีกลิ่นหอมหวาน รสชาติหวานแหลม

(กลุ่มที่มีโครงการจะผลิตเพื่อจำหน่าย)

6. แยมลูกตาล

- **ลักษณะของผลิตภัณฑ์**

มีลักษณะเป็นเนื้อลูกตาลกวนผสมกับเนื้อลูกตาลหั่นชิ้นเล็ก มีความข้นหนืด สีขาวขุ่นเกือบใส มีรสชาติดหวาน มีกลิ่นหอม

7. ไอศกรีมลูกตาล

- **ลักษณะของผลิตภัณฑ์**

มีลักษณะคล้ายไอศกรีมกะทิ แต่มีเนื้อลูกตาลหั่นชิ้นเล็กผสมอยู่ มีส่วนผสมของนมสดและน้ำมะพร้าวอยู่ด้วย ต้องเก็บรักษาในที่ที่มีอุณหภูมิต่ำ

2.3 ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.3.1 อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดย่อมมีการเสื่อมสภาพ อันเนื่องมาจากผลของส่วนผสม กรรมวิธีการผลิต และลักษณะทางกายภาพ ทั้งนี้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์และการปิดผนึกก็ยังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลถึงความสดใหม่ของสินค้า

อายุการเก็บและลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์ในโครงการแต่ละชนิดเป็นดังนี้

กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาลโดนด

1. น้ำตาลสด

มีลักษณะเป็นเครื่องดื่มเหลว มีอายุการเก็บรักษาหลังผ่านการพาสเจอร์ไรด์บรรจุขวดฆ่าเชื้อแล้วนานประมาณ 3 เดือน โดยหากถูกเปิดภาชนะบรรจุ ระยะเวลาการเก็บรักษาจะสั้นลง โดยควรรับประทานให้หมดภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 สัปดาห์

ลักษณะการเก็บรักษา ควรเก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิต่ำ จะช่วยยืดอายุของน้ำตาลสด โดยเฉพาะเมื่อมีการเปิดรับประทานแล้ว

2. น้ำตาลเมา

มีลักษณะเป็นเครื่องดื่มเหลว เกิดจากการหมักน้ำตาลสด จึงมีส่วนประกอบของ แอลกอฮอล์อยู่ อายุการเก็บจึงนานขึ้น คือ สามารถเก็บไว้ได้นานราว 1 ปีนับตั้งแต่วันที่ผลิต แต่เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกเปิดออก แล้วควรรับประทานให้หมดภายใน 1 สัปดาห์ เนื่องจากอากาศจะส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาต่อตัวผลิตภัณฑ์

ลักษณะการเก็บรักษาสามารถเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้อง แต่ไม่ควรเก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิสูง หรือวางตากแดด เนื่องจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ และหากมีการเปิดรับประทานแล้ว ควรเก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิต่ำ คือแช่เย็นไว้

กลุ่มอาหารให้ความหวาน

3. น้ำตาลโตนด หรือ น้ำตาลปีบ

- แบบก้อนกลม

มีลักษณะเป็นก้อนกลมแบน ค่อนข้างร่วน บีบแตกได้ง่าย เนื้อของน้ำตาลเหนียวและสาากเล็กน้อย สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ผลิต โดยทั้งนี้ ต้องระวังไม่ให้โดนความร้อน เนื่องจากจะทำให้เกิดการหลอมละลาย หนืดเหลวเป็นน้ำ แต่สามารถเก็บไว้ได้ในอุณหภูมิห้อง นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ต้องกันความชื้นได้ดี เพราะจะทำให้น้ำตาลเปลี่ยนสีดูไม่น่ารับประทาน (ส่วนของน้ำตาลที่เปลี่ยนสี ชาวบ้านเรียกว่า ภาน้ำตาล เกิดจากการทำปฏิกิริยาของน้ำตาลกับความชื้น ทั้งนี้ไม่ใช่จริงๆ จึงไม่เกิดผลเสียต่อผู้บริโภค หากรับประทานเข้าไป แต่โดยส่วนมากแล้วจะบิทิ้ง หรือตักออก เนื่องจากดูน่ารับประทานมากกว่า) โดยน้ำตาลแบบก้อนกลมมักจะมีปัญหาเรื่องการถูกกระแทกทำให้แตกไม่เป็นก้อน ทำให้การใช้งานและเทอะ และสะดวกน้อยลง

- แบบตักใช้

มีลักษณะเป็นน้ำตาลบรรจุอยู่ในภาชนะ เนื้อของน้ำตาลเหนียวและสาากเล็กน้อย สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ผลิต โดยทั้งนี้ ต้องระวังไม่ให้โดนความร้อน เนื่องจากจะทำให้เกิดการหลอมละลาย หนืดเหลวเป็นน้ำ แต่สามารถเก็บไว้ได้ในอุณหภูมิห้อง นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ต้องกันความชื้นได้ดี เพราะจะทำให้น้ำตาลเปลี่ยนสีดูไม่น่ารับประทาน ในการใช้งานต้องทำการตักแบ่ง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ควรใช้ช้อนหรือวัสดุที่ใช้ตักที่สะอาดเสมอ

- แบบเม็ดเล็กพร้อมใช้

มีลักษณะเป็นน้ำตาลเม็ดเล็ก ค่อนข้างนิ่มร่วน เนื้อของน้ำตาลหนืดและสากเล็กน้อย สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ผลิต โดยทั้งนี้ ต้องระวังไม่ให้โดนความร้อน เนื่องจากจะทำให้เกิดการหลอมละลาย ทำให้เปลี่ยนรูปกลายเป็นหนืดเหลวเป็นน้ำ แต่สามารถเก็บไว้ได้ในอุณหภูมิห้อง นอกจากนี้บรรจุก้อนที่ตักขึ้นความชื้นได้ดี เพราะจะทำให้น้ำตาลเปลี่ยนสีดูไม่น่ารับประทาน ทั้งนี้ต้องสามารถกันกระแทกไม่ให้เม็ดน้ำตาลแตกจนเสียหายได้

4. น้ำเชื่อมตาลโตนด

มีลักษณะเป็นของเหลวหนืดสีน้ำตาลเข้ม คล้ายน้ำผึ้ง สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ผลิตโดยไม่มีการเปิดบรรจุภัณฑ์ หากมีการเปิดใช้แล้วจะสามารถเก็บได้ราวสามเดือน สามารถเก็บไว้ได้ที่อุณหภูมิห้อง แต่ไม่ควรเก็บในที่ที่มีอุณหภูมิสูง

กลุ่มอาหารหวาน

5. ลูกตาลเชื่อม

ทำมาจากจาวตาลเชื่อมจนมีสีเหลืองจัด เนื้อค่อนข้างนิ่ม เป็นก้อนค่อนข้างกลมแบน มีน้ำหนืดเหนียวเนื่องจากน้ำเชื่อมที่ใช้ในการเชื่อมซึมออกมาจากเนื้อตาล สามารถเก็บได้นานราว 1 สัปดาห์ แต่ถ้าหากมีการผ่านการฆ่าเชื้อและบรรจุในห่อสุญญากาศ จะสามารถยืดอายุในการเก็บได้นานราวสามเดือน แต่ถ้าหากมีการเปิดรับประทานแล้ว ควรรับประทานให้หมดภายใน 1 สัปดาห์ หรือ 2 สัปดาห์ หากเก็บโดยการแช่เย็น

6. ตาลเชื่อมแห้ง

ทำมาจากลูกตาลเชื่อม แต่นำมาทำการอบแห้งเพื่อให้ไม่มีน้ำเชื่อมเหนียว แต่ลักษณะของเนื้อจะแข็งขึ้นพอสมควร สามารถพกพาได้อย่างสะดวกและเก็บไว้ได้นานกว่า คือสามารถเก็บไว้ได้นานราวสามเดือน แต่หากมีการปิดในบรรจุภัณฑ์สุญญากาศ จะทำให้สามารถเก็บไว้ได้นานถึง 1 ปี โดยไม่มีการเปิด หากมีการเปิดรับประทานแล้ว จะสามารถเก็บไว้ได้นานราว 3 เดือน

7. ท็อฟฟี่ลูกตาล

เกิดจากการนำน้ำตาลมาเคี่ยวจนงวด และเมื่อผสมส่วนผสมลงไปแล้วจะทำให้น้ำตาลจับตัวเป็นก้อนเหนียว มีกลิ่นหอมมาก สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ผลิต โดยทั้งนี้ ต้องระวังไม่ให้โดนความร้อน เนื่องจากจะทำให้เกิดการหลอมละลาย แต่สามารถเก็บไว้ได้ในอุณหภูมิห้อง นอกจากนี้บรรจุก้อนที่ตักขึ้นความชื้นได้ดี เพราะจะทำให้ท็อฟฟี่สีเข้มขึ้น ดูเก่าไม่น่ารับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. แยมลูกตาล

มีลักษณะเป็นเนื้อหนืดข้น สามารถเก็บได้นานเป็นปี ไม่เสียง่าย เพื่อให้สามารถบริโภคได้นาน ควรเก็บรักษาหลังการเปิดใช้โดยแช่ไว้ในตู้เย็น ปิดฝาให้สนิท และระมัดระวังให้ช้อน หรือวัสดุที่ใช้ตักสะอาดอยู่เสมอ

9. ไอศกรีมลูกตาล

มีอายุการเก็บรักษานานราว 1 เดือน โดยทั้งนี้ต้องเก็บไว้ในที่ที่มีอุณหภูมิต่ำเสมอ เพื่อให้ไอศกรีมแข็งเป็นก้อน ไม่ละลายเหลวเป็นน้ำ บรรจุภัณฑ์ควรจะปิดสนิทเพื่อป้องกันการรั่วซึม และปฏิกิริยาที่อาจเกิดขึ้นจากอากาศ

10. วุ้นลูกตาล

มีลักษณะเป็นก้อน มีลักษณะยืดหยุ่นเหมือนเยลลี่ มีน้ำหล่อเลี้ยง ซึ่งเกิดจากการละลายของส่วนผสมบางส่วน บรรจุภัณฑ์จึงต้องสามารถปิดสนิทป้องกันการหกเลอะเทอะและซึมออกด้านนอก โดยปกติแล้วจะมีอายุการเก็บรักษายาวนานประมาณ 1 สัปดาห์ หากมีการฆ่าเชื้อและเก็บรักษาในบรรจุภัณฑ์ที่มีการซีลปิดสนิท จะสามารถยืดอายุการใช้งานได้นานถึง 3 เดือน

11. ลูกตาลในน้ำเชื่อม (ลูกตาลลอยแก้ว)

ประกอบไปด้วยเนื้อลูกตาล ที่แช่อยู่ในน้ำเชื่อม โดยปกติแล้วสามารถเก็บไว้ได้นานราว 1 สัปดาห์ แต่หากบรรจุในบรรจุภัณฑ์ฆ่าเชื้อที่ซีลปิดสนิท จะสามารถเก็บไว้ได้นานประมาณ 6 เดือน

2.3.2 สรุปปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า

การที่ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพไม่ว่าจะเป็นด้านกายภาพ เช่น การแตกหัก การเสียรูปของสินค้า หรือทางด้านชีวภาพ ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเช่น การเกิดกลิ่นเหม็น อาจเกิดจากปัจจัยหลายๆด้านจากสภาพแวดล้อมดังต่อไปนี้

1. ความร้อน

อุณหภูมิที่สูงจะส่งผลให้อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์สั้นลง เนื่องจากความร้อนจะกระตุ้นให้สารจุลินทรีย์เจริญเติบโต ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพได้ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการหลอมละลายของสินค้าบางประเภทอีกด้วย

2. ความชื้น

ความชื้นเป็นองค์ประกอบของน้ำและอากาศ ซึ่งส่งผลให้สินค้าเสื่อมสภาพเร็วกว่าที่ควร โดยเฉพาะในเขตร้อนชื้นเช่นประเทศไทย โดยความชื้นยังส่งผลให้เกิดเชื้อรา กลิ่นเหม็น และการจับตัวเป็นก้อนของสินค้าบางประเภท

3. อากาศ

จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพ โดยมักมีผลกระทบมากที่สุดหลังมีการเปิดบรรจุภัณฑ์แล้ว เนื่องจาก อากาศจะเป็นตัวนำแบคทีเรีย จุลินทรีย์ ฝุ่นละออง และไอน้ำมาจับที่ตัวสินค้า

4. แรงแกระทำต่างๆ

สร้างความเสียหาย โดยทำให้ผลิตภัณฑ์เสียรูป แตกหัก เกิดการร้าวซึมหกเลอะเทอะ คุ้มนำรับประทาน ซึ่งในบางกรณีหากบรรจุภัณฑ์ถูกแรงแกระทำก่อให้เกิดความเสียหาย สินค้าภายในจะมีอายุการเก็บที่สั้นลงอีกด้วย

2.4 ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1 ขนาดของตลาด ปริมาณและมูลค่า แนวโน้มของตลาด และ ส่วนแบ่งในตลาด

จากการที่ทางโครงการเตาตาลบ้านหม้อได้ทำการรวมกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาลโตนดและได้คิดค้นและผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นตาลโตนดออกวางขายมาได้ระยะหนึ่งแล้วนั้น เห็นได้ชัดว่าความต้องการของตลาดนั้นมีมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นความนิยมในแง่ของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในการซื้อหาเป็นของฝาก หรือแม้กระทั่งการยอมรับจากการเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อันก่อให้เกิดผลสำเร็จในด้านของการเพิ่มกำไรกำไรและเงินทุนสะสม ประกอบกับคู่แข่งซึ่งเป็นคู่แข่งโดยตรงนั้นมีจำนวนน้อยมาก และไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับเทียบเท่ากับโครงการเตาตาลบ้านหม้อ จึงทำให้ทางโครงการมีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนตำแหน่งแบรนด์ของโครงการเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความกว้างขวางครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ยังเป็นการยกระดับสินค้าในตลาดเดิมให้มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าเหมาะแก่การใช้เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือของฝากประจำจังหวัดเพชรบุรีอีกด้วย

2.4.2 ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

โดยส่วนมากแล้วการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ของผู้ผลิตรายอื่นๆจะเป็นการแยกขายเดี่ยว ไม่มีการจัดวางเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ เนื่องจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีน้อย ดังนั้นโครงการเตาตาลบ้านหม้อจึงสามารถจัดจำหน่ายในลักษณะของการตั้งบู๊ท หรือสื่อส่งเสริมการขาย เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าทั้งหมดในตำแหน่งเดียวกัน เนื่องจากมีความหลากหลายของสินค้าเพียงพอ

นอกจากนี้ในบางกรณี เช่น การแยกจำหน่ายไปยังร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านอาหาร แม้จะเป็นการแยกขายไม่ครบทุกสินค้าของโครงการ แต่ลักษณะของเอกลักษณ์ร่วม (Corporate identity) จะช่วยให้สามารถเกิดการจดจำ เข้าใจ และยอมรับถึงความ เป็นสินค้าในโครงการได้เป็นอย่างดี

2.4.3 ฤดูกาลและกำหนดระยะเวลาที่จำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจะถูกวางขายตลอดปี คือ ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม โดยทั้งนี้แม้ตลาดโตนดจะมีฤดูกาลเกี่ยวผลผลิต แต่เนื่องจากโครงการเตาตาลบ้านหม้อมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีทางบรรจุภัณฑ์ ทำให้สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นานขึ้น อายุการวางจำหน่ายจึงยาวขึ้นด้วยเช่นกันนอกจากนี้จะมีการเน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นลักษณะของเขตของขวัญ เพื่อตอบรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดเพชรบุรีเพื่อการท่องเที่ยว หรือในช่วงงานเทศกาล หรืองานรื่นเริงท้องถิ่นประจำจังหวัดที่จัดขึ้นหมุนเวียนในแต่ละปี ดังนั้นโครงการเตาตาลบ้านหม้อจึงมีสินค้าวางขายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างสม่ำเสมอว่าผู้ผลิตรายอื่นๆ

2.4.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

จากข้อมูลเบื้องต้น สามารถนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปผลด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้คือ

2.4.4.1 SWOT Analysis

- *Strength*

1. พื้นฐานความนิยมของผลิตภัณฑ์จากต้นตาลจากจังหวัดเพชรบุรีเป็นที่ยอมรับอยู่เดิมแล้ว จึงไม่เป็นการยากที่จะทำการสร้างแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งมีชื่อเสียงที่ดีในด้านคุณภาพของสินค้า เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งที่มีต้นตาลคุณภาพเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มีการผลิตภายในจังหวัดแพร่หลายก็จริง แต่ยังไม่มีการผลิตรายใดที่แสดงถึงแบรนด์ของตนอย่างชัดเจน ประกอบกับผู้ผลิตหลายรายเริ่มเข้าร่วมโครงการ “เตาตาลบ้านหม้อ” แล้ว จึงไม่ประสบปัญหาด้านคู่แข่งภายในจังหวัดเท่าใดนัก

3. ชื่อของโครงการ “เตาตาลบ้านหม้อ” มีความชัดเจนถึงตัวสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล และสถานที่ผลิต คือ ตำบลบ้านหม้อ ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้จดจำได้ง่าย เป็นผลดีในการส่งเสริมการขาย

4. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นตาล เป็นผลผลิตที่ได้จากธรรมชาติ มีคุณค่าทางอาหารและไม่มีสารเคมีเจือปน จึงปลอดภัยต่อผู้บริโภค และถูกหลักอนามัย

5. ตาล สามารถแปรรูปเป็นอาหารได้มากมายหลายชนิด ทั้งในรูปแบบของเครื่องดื่ม อาหารคาวหวาน หรือ ใช้เป็นเครื่องปรุงให้ความหวาน จึงทำให้สามารถแตกกิ่งของผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย

6. การแปรรูปตาลบางประเภท ประกอบกับการใช้ความรู้และเทคโนโลยีทางบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาสามารถยืดเวลาการเก็บและวางจำหน่ายได้

7. ผลิตภัณฑ์มีรสชาติที่ดีเยี่ยม มีรสชาติหวานแหลม และมีกลิ่นหอมจัดกว่าเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

● *Weakness*

1. ขนาดของตลาดสินค้าอาหารประเภทนี้ยังคงเป็นตลาดขนาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดอาหารประเภทอื่นๆ

2. โครงการ “เตาตาลบ้านหม้อ” ถือได้ว่าเป็นโครงการใหม่ ที่เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มเกษตรกร เรียกได้ว่ายังเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่มีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับผู้ผลิตเอกชนรายอื่นๆ

● *Opportunity*

1. โครงการ “เตาตาลบ้านหม้อ” ได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นโครงการที่ดำเนินการโดยภาครัฐ อีกทั้งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นี้กำลังเป็นที่สนใจ มีการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของโครงการนี้อย่างต่อเนื่อง ทั้งการประชาสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการ และการออกร้าน

2. ในปัจจุบัน จังหวัดเพชรบุรีกำลังได้รับความสนใจจากภาครัฐในโครงการแปลงสินทรัพย์ให้เป็นทุน รวมถึงมีการส่งเสริมและบูรณสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้ได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้เป็นผลดีต่อโครงการ “เตาตาลบ้านหม้อ” เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักที่สำคัญของโครงการอีกด้วย

- *Threat*

1. ผลกระทบที่บางประเภทเป็นการคิดค้นสูตรขึ้นใหม่ กล่าวคือ ไม่เคยมีวางตลาดที่ใดมาก่อน จึงต้องทำการเปิดตลาดใหม่ขึ้น รวมทั้งต้องมีการแนะนำสินค้าต่อผู้บริโภคมากขึ้นด้วย

2.4.4.2 Strategic Direction

เนื่องจากจุดขายของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนคือความเป็นธรรมชาติ ความเป็นท้องถิ่นอันหมายถึงจังหวัดเพชรบุรี และคุณภาพของวัตถุดิบและการแปรรูปโดยตัวแทนความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์คือ ชื่อของโครงการเตาตาลบ้านหม้อ ซึ่งได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคและการยอมรับเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์ในโครงการจึงดึงลักษณะของวัตถุดิบ คือต้นตาลโตน และเอกลักษณ์ความเป็นไทยของจังหวัดเพชรบุรี มาเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ภายใต้ภาพลักษณ์ของโครงการเตาตาลบ้านหม้อ ที่ได้รับการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับตลาด และผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายแล้ว

2.4.4.3 Marketing Strategy

กลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้วางแผนการตลาดคือ การมุ่งเน้นเจาะไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายโดยตรง ซึ่งได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มที่มีความชื่นชอบ ต้องการ และยอมรับในคุณภาพของสินค้าพื้นเมือง เนื่องจากสินค้ายังคงเป็น Niche Market อยู่ โดยทั้งนี้จะใช้สินค้าที่มีวางขายอยู่ในปัจจุบันเป็นสินค้าเด่น ที่จะทำหน้าที่นำสินค้าชนิดอื่นเจาะกลุ่มตลาดก่อน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเข้าใจ และคุ้นเคยกับการปรับแบรนต์ใหม่ เป็นการสร้างรากฐานให้กับสินค้า ระยะต่อมาจึงนำเสนอสินค้าที่เหลือออกวางจำหน่ายเพื่อเพิ่มความหลากหลายของทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคเป็นอันดับต่อไป

2.4.4.4 Marketing Mix Strategies

- *Product*

เป็นอาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพของเพชรบุรี ผลิตในเพชรบุรี ทำให้ได้สินค้าคุณภาพ ซึ่งมีความหลากหลายของกิ่งผลิตภัณฑ์เนื่องจากความสามารถในการแปรรูปจากต้นตาลโตนด

- *Price*

จัดจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและความสามารถในการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- *Place*

จัดจำหน่ายที่ร้านเตาตาลบ้านหม้อ ร้านค้า ร้านสหกรณ์ในจังหวัด และร้านขายขนมและของฝากในจังหวัดเพชรบุรี ศูนย์แสดงสินค้าพื้นเมือง ตลาดงานออกร้านนิทรรศการ รวมถึงงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต (ระบบสาขา) ทั้งในและนอกจังหวัดเพชรบุรี

- *Promotion*

ออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารและตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน โดยแสดงถึงเอกลักษณ์ของผู้ผลิตและลักษณะของวัตถุดิบที่นำมาใช้ รวมทั้งให้การประชาสัมพันธ์ถึงความโดดเด่นของรสชาติ ความเป็นผลผลิตจากธรรมชาติ และนำเสนอในรูปแบบของฝากประจำจังหวัดและสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง โดยมีการจัดรูปแบบของซุ้มจัดแสดงสินค้าหรือซุ้มจัดจำหน่ายด้วย

2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

2.5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด จำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์นี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก ซึ่งมีความเหมือน ใกล้เคียง หรือคล้ายคลึงกันในด้านของผลิตภัณฑ์ ตำแหน่งทางการตลาด และกลุ่มเป้าหมาย ส่วนอีกประเภทหนึ่ง คือ ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง ซึ่งมีได้มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน แต่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง หรือเปรียบเทียบได้ โดยสินค้าคู่แข่งทั้งสองประเภทสามารถจำแนกตามรายการผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

1. น้ำตาลสด

เป็นสินค้าที่เรียกว่า เป็นสัญลักษณ์และเป็นของฝากประจำจังหวัดเพชรบุรี เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากธรรมชาติ สามารถดับกระหายคลายร้อนได้เป็นอย่างดี และเนื่องจากเป็นเครื่องดื่มที่มีองค์ประกอบหลักเป็นน้ำตาลโมเลกุลเล็ก ร่างกายสามารถนำไปใช้งานได้อย่างรวดเร็ว จึงสามารถให้พลังงานและทำให้รู้สึกสดชื่นได้อย่างรวดเร็ว การผลิตส่วนใหญ่เป็นแบบ รับประทานคือ น้ำตาลสดจากเกษตรกรมาทำการเคี้ยว และบรรจุใส่หน่วยแบ่งขาย

สินค้าที่มีขายในท้องตลาดจังหวัดเพชรบุรีในปัจจุบัน มักไม่มีตราหือ ส่วนที่มีตราหือจะพบเพียงในร้านสะดวกซื้อ หรือห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันนี้ ถือว่าสูงมาก เนื่องจากมีจุดขายที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่บรรจภัณฑ์ส่วนใหญ่ล้วนมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันมาก ไม่มีหือใดโดดเด่นขึ้นมา โดยสามารถแจกแจงได้ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

1.1 น้ำตาลสดไม่มีเยื่อหุ้ม

เป็นลักษณะของสินค้าพื้นถิ่นที่วางขายในบริเวณจังหวัดเพชรบุรี ผลิตโดยชาวบ้านท้องถิ่น
ในละแวกนั้นๆ

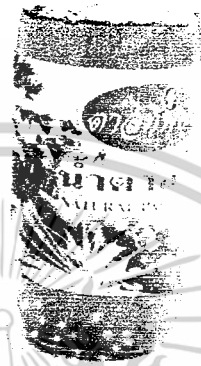
รูปที่ 2.5-1 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดไม่มีเยื่อหุ้ม

ขนาดบรรจุ	750 ml และ 800 ml
ราคา	40 บาท
จุดขาย	อาศัยความเป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อของน้ำตาลในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่วางจำหน่าย เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกว่า ได้ซื้อของดีประจำจังหวัดเพชรบุรี มีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงราคาที่ย่อมเยา เน้นที่การขายตัวสินค้าเป็นหลัก
สถานที่จำหน่าย	ท้องที่บริเวณตัวเมืองและรอบเขตจังหวัดเพชรบุรี
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	- ขนาดบรรจุ 750 ml Primary Package : ขวดแก้ว Re-used ปิดฝาเกลียวพลาสติก - ขนาดบรรจุ 800 ml Primary Package : ขวดพลาสติกใส ปิดฝาเกลียวพลาสติก
ลักษณะกราฟิก	ไม่มีโลโก้หรือกราฟิกใดๆเลย เนื่องจากไม่มีตราเยื่อหุ้ม และเน้นการขายที่ตัวผลิตภัณฑ์ เพียงเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ตาลทิพย์

น้ำตาลสดพาสเจอร์ไรด์ จากจังหวัดเพชรบุรี ผลิตโดยสมาคมกลุ่มแม่บ้าน



รูปที่ 2.5-2 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด ตรา ตาลทิพย์

ขนาดบรรจุ	330 ml
ราคา	25 บาท
จุดขาย	เน้นที่ความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ มีรูปผู้ผลิตเป็นการรับประกันสินค้า ใช้ชื่อที่ปกป้องถึงสินค้าทำให้เข้าใจและจดจำได้ง่าย
สถานที่จำหน่าย	ห้องที่บริเวณตัวเมืองและรอบเขตจังหวัดเพชรบุรี
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้ว ปิดฝาจีบ
ลักษณะกราฟิก	<p><u>โลโก้</u> : เป็นอักษรสีขาว บนกรอบวงรีพื้นเขียว เพื่อให้เด่นชัดจากภาพด้านหลัง</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> : เป็นภาพถ่ายไร้น้ำตาลโดนด โดยภาพมีรายละเอียดค่อนข้างมาก แต่ไม่มีจุดเด่นอะไรเป็นพิเศษ มีเพียงข้อความเขียนไว้ว่า น้ำตาลสด โดยมีโลโก้รอบตัวหนังสือให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น</p> <p><u>โทนสี</u> : ใช้สีเขียวเป็นโทนสีหลักเพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ และไร้น้ำตาลซึ่งเห็นไปเป็นสีเขียว อีกทั้งสีเขียวเป็นสีโทนเย็น ให้ความรู้สึกคลายร้อน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 บ้านเหล้าขวัญ

น้ำตาลสดพาสเจอร์ไรด์ จากจังหวัดเพชรบุรี เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



รูปที่ 2.5-3 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด ตรา บ้านเหล้าขวัญ

ขนาดบรรจุ	330 ml
ราคา	25 บาท
จุดขาย	เน้นที่ความเป็นผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเพชรบุรี สีสันเรียบง่าย แต่โดดเด่น
สถานที่จำหน่าย	ท้องที่บริเวณตัวเมืองและรอบเขตจังหวัดเพชรบุรี
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้ว ปิดฝาจิบ
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : เป็นรูปต้นตาลคู่ ล้อมกรอบด้วยอักษรชื่อยี่ห้อ ใช้สีพื้น ฟ้ำและขาว <u>ภาพประกอบ</u> : ไม่มีภาพประกอบ เนื่องจากเนื้อหาของโลโก้ ทำหน้าที่เป็นภาพประกอบไปในตัวแล้ว <u>โทนสี</u> : ใช้สีเหลืองเป็นพื้นหลัง คู่กับสีน้ำเงินซึ่งเป็นโลโก้และตัวอักษร ทั้งนี้ทั้งสองสีหมายถึงสีประจำจังหวัดของเพชรบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

1.4 ไอริก

น้ำตาลสด จากต้นมะพร้าว เป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดย่อม



รูปที่ 2.5-4 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดจากมะพร้าว ตรา ไอริก

ขนาดบรรจุ	250 ml
ราคา	13 บาท
จุดขาย	เน้นที่ความสด ทำจากน้ำมะพร้าวแท้ๆ 100 %
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กระจ่างอลูมิเนียม
ลักษณะกราฟิก	<p><u>โลโก้</u> : เป็นชื่อตราห้อยสีน้ำเงิน วางเฉียง มีประกายเพิ่มความเด่น ดูสดชื่น บริสุทธิ์</p> <p><u>ภาพประกอบ</u> : เป็นภาพผลมะพร้าวซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่ใช้นำมาผลิต ประกอบกับข้อความที่ก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า คือ สดแท้ 100%.</p> <p><u>โทนสี</u> : ใช้สีโทนน้ำเงิน และชมพูม่วง ทำให้ดู หวาน และรู้สึกเย็น สดชื่น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 เอทิกพี

น้ำมะพร้าวหอมแท้ 100% เป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน



รูปที่ 2.5-5 ผลิตภัณฑ์น้ำมะพร้าวหอม ตรา เอทิกพี

ขนาดบรรจุ	300 ml
ราคา	10 บาท
จุดขาย	เน้นความเป็นธรรมชาติ บรรจุภัณฑ์สะอาดในการรับประทาน
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถ้วยพลาสติก พร้อมฝาปิด (สามารถ เปิดเพื่อใส่หลอดดูดได้)
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นอักษรช้อยี้อ ห่อ สีขาวบนพื้นสีเขียว ดูพลิ้วไหว ภาพประกอบ : เป็นภาพลูกมะพร้าวเสมือนจริงเพื่อเน้นถึงความสดจากธรรมชาติ และการแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่ใช้นำมาผลิต ประกอบกับข้อความที่ก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า คือ อร่อยแท้จากธรรมชาติ โทนสี : ใช้โทนสีเขียวสด เหมือนสีของมะพร้าวทำให้รู้สึกสดชื่นจากธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. น้ำตาลเมา

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

2.1 Siam Sato



รูปที่ 2.5-6 ผลิตภัณฑ์สาโท ตรา Siam Sato

ขนาดบรรจุ	750 ml
ราคา	45 บาท
จุดขาย	เน้นที่ความเป็นไทยโดยการตั้งชื่อ และใช้ขวดสีเขียว ดูมีระดับขึ้น
สถานที่จำหน่าย	ซูปเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้วมาตรฐานสีเขียว ปิดด้วยฝาจับ
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นตัวหนังสือภาษาอังกฤษ ภาพประกอบ : ไม่มี โทนสี : ฉลากเป็นพื้นสีเนื้อคาดแถบน้ำเงิน มีอักษรสีเขียวห่อสีส้ม ขวดสีเขียวช่วยให้ดูสดชื่นและมีระดับมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. น้ำตาลโตนด หรือตาลปึก

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

3.1 น้ำตาลปึกไม่มีเยื่อหุ้ม

เป็นน้ำตาลปึกเคี้ยวขบ บรรจุในถุงพลาสติกมัดปาก ไม่มีการบ่งบอกรายละเอียดใดๆ



รูปที่ 2.5-7 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลปึกไม่มีเยื่อหุ้ม

ขนาดบรรจุ	1,000 g
ราคา	45 บาท
จุดขาย	บรรจุในถุงพลาสติกใสทำให้มองเห็นได้ง่าย ไม่มีโฆษณาใดๆ เน้นที่การขายตัวสินค้าเป็นหลัก เพราะเป็นที่รู้จักดีอยู่แล้ว และยังไม่บอกถึงราคาที่ขมเยาะ
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของชำทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุในถุงพลาสติกใส ปิดปากถุงด้วยยางรัดและแขวนป้ายสินค้า
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นรูปร่างกลมสีม่วงล้อมรอบสัญลักษณ์สีเหลืองเล็กๆ อยู่บนป้ายแขวน ภาพประกอบ : มีเฉพาะภาพbackground โทนสี : มีเฉพาะโลโก้และข้อความอยู่บนกระดาษขาว เรียบง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 Lemon Farm

เป็นน้ำตาลปึกเคี้ยวขม บรรจุในบรรจุภัณฑ์พื้นถิ่น เน้นความคิดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน และความสวยงาม



รูปที่ 2.5-8 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลปึก ตรา Lemon Farm

ขนาดบรรจุ	25 g
ราคา	25 บาท
จุดขาย	ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำด้วยความคิดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาพื้นบ้านให้น่าสนใจขึ้น
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของชำพื้นบ้านทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อด้วยใบลานใช้การสานและมัด
ลักษณะกราฟิก	ไม่มีโลโก้หรือกราฟิกใดๆ เนื่องจากไม่มีตรายี่ห้อ และเน้นที่ตัวบรรจุภัณฑ์เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ท่าคา น้ำตาลมะพร้าวไม่ฟอกสี



รูปที่ 2.5-9 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว ตรา ท่าคา

ขนาดบรรจุ	500 g
ราคา	30 บาท
จุดขาย	เน้นที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ฟอกสี
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของชำทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุในถุงพลาสติกใสพิมพ์ยี่ห้อ ปิดปากถุงด้วยลวดเย็บ
ลักษณะกราฟิก	<u>โทนสี</u> : ใช้ตัวอักษรสีแดงบนพื้นเหลือง ทำให้ดูอ่านง่ายชัดเจน ส่วนคำที่เน้นย้ำว่า "ไม่ฟอกสี" ก็ใช้สีสลับกันโดยใช้ตัวอักษรสีเหลืองบนพื้นแดงทำให้ดูโดดเด่นขึ้นมา ไม่มีโลโก้และภาพประกอบ แต่บอกชื่อตราของสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 น้ำตาลมะพร้าว ที่ไม่ได้ตั้งชื่อยี่ห้อ



รูปที่ 2.5-10 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าวไม่มียี่ห้อ

ขนาดบรรจุ	500 g
ราคา	30 บาท
จุดขาย	เน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นที่รู้จักดี บรรจุในถุงใสให้เห็นได้สินค้าได้ชัดเจน
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของชำทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุถุงพลาสติกใส และใช้ป้ายสินค้าติดปิดปากถุงไว้
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : วางอยู่มุมบนขวาของป้ายสินค้า มีสัญลักษณ์อยู่บนพื้นเหลือง และล้อมรอบด้วยวงกลมแดง แต่ไม่ค่อยชัดเจนเพราะสีแดงกลืนไปกับพื้นหลัง <u>ภาพประกอบ</u> : เป็นรูปส่วนหนึ่งของโบตตาล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิต <u>โทนสี</u> : ใช้โทนสีส้มแดงมาคาดเป็นแถบพื้นหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

3.4 Amber

น้ำตาลกรวด Gem sugar มีราคาแพง ดูหรูหรา เน้นการใช้ชงกับเครื่องดื่ม



รูปที่ 2.5-11 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลกรวด ตรา Gem Sugar

ขนาดบรรจุ	400 g
ราคา	150 บาท
จุดขาย	บรรจุขวดแก้วใสทำให้ดูมีราคามากขึ้น เน้นการใช้ชงกับเครื่องดื่ม
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุในขวดแก้วใส ปิดฝาด้วยจุกไม้
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นชื่อยี่ห้อ Amber ที่มีลักษณะเฉพาะตัวเหมือนลายมือเขียน สีขาวบนพื้นสีเหลือง ไม่ค่อยชัดเจน ภาพประกอบ : ไม่มีภาพประกอบเพราะใช้ชื่อสินค้าเป็นภาพประกอบไปในตัว โทนสี : โลโก้สีเหลืองบนพื้นสีขาว ดูไม่ค่อยชัดเจนเพราะสีจาง แต่ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นขนมหวาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 Herb Sugar

น้ำตาลสมุนไพร เน้นการใช้ชงกับเครื่องดื่ม



รูปที่ 2.5-12 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสมุนไพร ตรา Herb Sugar

ขนาดบรรจุ	300 g
ราคา	125 บาท
จุดขาย	เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพได้จากสมุนไพร เน้นการใช้ชงกับเครื่องดื่ม
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุกระป๋องอะลูมิเนียม
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นชื่อตราสินค้าสีเขียว ตัดกับพื้นหลังสีขาว มีรูปใบไม้วางอยู่กับพื้นหลังตรง คำว่า Sugar เพื่อเน้นว่าเป็นสินค้าจากธรรมชาติ ภาพประกอบ : เป็นรูปชูดน้ำชาสีขาว มีน้ำชาและน้ำตาลสีเขียวเป็นจุดเด่นในภาพ โทนสี : ใช้โทนสีเขียวและขาวเป็นหลัก เพื่อสื่อถึงสมุนไพรในธรรมชาติ ซึ่งสีเขียวเป็นสี โทนเย็นทำให้รู้สึกถึงความเย็นสบาย คลายร้อน และสีขาวทำให้รู้สึกถึงความบริสุทธิ์ ปลอดภัยได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 ตราซ้อน

น้ำตาลทรายขาว ใช้เป็น tea time sugar มีการแบ่งบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเป็นหน่วยย่อยๆ



รูปที่ 2.5-13 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายขาว ตรา ซ้อน

ขนาดบรรจุ	750 g
ราคา	100 บาท
จุดขาย	ความสะดวกในการบริโภคซึ่งสามารถฉีกซองย่อยแล้วเทได้ทันที
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุในซอง Secondary Package : ถุงพลาสติกใสพิมพ์ลวดลาย เว้นช่องไว้ให้เห็นซองปลีกย่อย ภายใน ใช้วิธีนึ่งแบบ Gusset bags
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : เป็นรูปซ้อนอยู่ในแก่นน้ำวาดด้วยเส้นสีแดง มีตราอยู่ข้างๆ ทั้งภาษาไทยและ ภาษาญี่ปุ่น วางอยู่บนพื้นสีขาว ล้อมกรอบด้วยวงกลมสีเขียว <u>ภาพประกอบ</u> : มีภาพเรขาคณิตเล็กๆ เป็นลวดลายบนถุงพลาสติกใน <u>โทนสี</u> : ส่วนใหญ่เป็นสีแดง มีสีส้มเหลืองมาตกแต่งให้ความรู้สึกสนุกสนาน รสหวาน และตื่นเต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 มิตรผล

น้ำตาลกลั่น Hazelnut เน้นการใช้ชงกับเครื่องดื่มโดยเฉพาะกาแฟ มีการแบ่งบรรจุภัณฑ์
ปฐมภูมิเป็นหน่วยย่อยๆ



รูปที่ 2.5-14 ผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายกลั่น Hazelnut ตรา มิตรผล

ขนาดบรรจุ	100 g
ราคา	120 บาท
จุดขาย	เน้นการใช้ชงกับเครื่องดื่มโดยเฉพาะกาแฟ มีกลิ่นพิเศษคือกลิ่น Hazelnut มีความ สะดวกโดยสามารถชั่งชั่งย่อยได้ทันที
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุในซอง Secondary Package : บรรจุกล่องกระดาษทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : เป็นรูปสามเหลี่ยมสีน้ำเงินห้าอันวางซ้อนกัน (แถวบนสองอันแถวล่างสามอัน) อยู่บนพื้นสีส้ม สีสดกันช่วยเพิ่มความโดดเด่น <u>ภาพประกอบ</u> : เป็นภาพถ้วยกาแฟและกำลังเทของน้ำตาล รูปพื้นหลังเป็นกราฟิกลาย จุดสีขาวบนพื้นสีน้ำตาลแสดงถึงเม็ดน้ำตาล <u>โทนสี</u> : กล่องเป็นโทนสีน้ำตาลเหมือนสีของกาแฟ สามารถบอกได้ว่าบรรจุภัณฑ์ สำหรับกาแฟ และมีลายกราฟิกจุดสีขาวทั่วกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. น้ำเชื่อมตาลโดนด

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

ไม่มี เนื่องจากเตาตาลบ้านหม้อเป็นเจ้าของที่มีโครงการจะนำออกจำหน่ายอย่างเป็นทางการ

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

4.1 Lemon Farm

น้ำผึ้งป่าเดือนห้า มีขายเฉพาะช่วงเวลาเท่านั้น



รูปที่ 2.5-15 ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งป่า ตรา Lemon Farm

ขนาดบรรจุ	350 ml
ราคา	50 บาท
จุดขาย	ใช้ขวดแก้วเพิ่มเพิ่มมูลค่าในการขาย ให้ผ้าฝ้ายลักษณะที่เป็นธรรมชาติเพื่อป้องกันว่าเป็นของดี เป็นธรรมชาติดูมีค่ามากยิ่งขึ้น
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : บรรจุขวดแก้วใส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ชุ่มชน

น้ำผึ้งบริสุทธิ์ เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



รูปที่ 2.5-16 ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งบริสุทธิ์ ตรา ชุ่มชน

ขนาดบรรจุ	350 ml
ราคา	70 บาท
จุดขาย	เน้นที่ความบริสุทธิ์ของสินค้า และขายในท้องถิ่น
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้วใสปิดฝาเกลียว
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : มีชื่อตราสินค้าสีเขียวกับรูปผึ้งประกอบ ใช้สีเขียวและสีเหลืองเป็นพื้นโลโก้ ล้อมกรอบด้วยวงรีสีเหลือง ภาพประกอบ : มีรูปวาดลายเส้นรูปผึ้งและรังผึ้งอยู่บนโลโก้ โทนสี : ใช้โทนสีเดียวกับโลโก้ ซึ่งใช้สีเขียวเป็นส่วนใหญ่ มีเส้นสีเหลืองเล็กน้อยเพื่อเพิ่มจุดเด่นให้กับภาพ

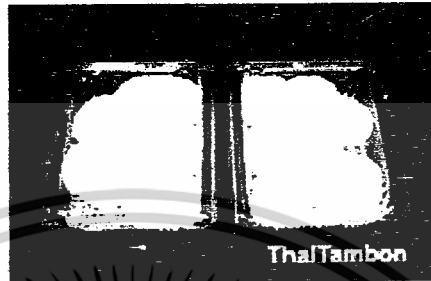
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ลูกตาลเชื่อม

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

5.1 ลูกตาลเชื่อมไม่มีเยื่อหุ้ม

ลูกตาลเชื่อมบรรจุในภาชนะแบ่งขาย ไม่มีตราเยื่อหุ้ม หรือรายละเอียดใดๆ



รูปที่ 2.5-17 ผลิตภัณฑ์ลูกตาลเชื่อมไม่มีเยื่อหุ้ม

ขนาดบรรจุ	500 g
ราคา	35 บาท
จุดขาย	เน้นที่การขายตัวสินค้าเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกว่ามีความคุ้มค่าที่แสดงถึงราคาที่ย่อมเยา
สถานที่จำหน่าย	ร้านของชำทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : มี 2 แบบ คือแบบใส่กล่องพลาสติกใส และแบบใส่ถาดโฟมห่อแล้วพลาสติกคลุม
ลักษณะกราฟิก	ไม่มีโลโก้หรือกราฟิกใดๆเลย เนื่องจากไม่มีตราเยื่อหุ้ม และเน้นการขายที่ตัวผลิตภัณฑ์เพียงเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ลูกตาลเชื่อมแห้ง

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

6.1 ลูกตาลเชื่อมแห้งไม่มีเยื่อหุ้ม

ลูกตาลเชื่อมแห้งบรรจุในภาชนะแบ่งขาย ไม่มีตราเยื่อหุ้ม หรือรายละเอียดใดๆ



รูปที่ 2.5-18 ผลิตภัณฑ์ลูกตาลเชื่อมแห้ง ไม่มีเยื่อหุ้ม

ขนาดบรรจุ	250 g
ราคา	20 บาท
จุดขาย	เน้นที่การขายตัวสินค้าเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกว่ามีความพิเศษที่แสดงถึงราคาที่ย่อมเยา
สถานที่จำหน่าย	ร้านขายของชำทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ผลิตภัณฑ์อยู่บนถาดพลาสติกแล้วห่อด้วยพลาสติกใสคลุม
ลักษณะกราฟิก	ไม่มีโลโก้ มีแต่ป้ายติดบอกแหล่งที่ผลิตด้วยกระดาษสติ๊กเกอร์สีชมพู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท็อฟฟี่ลูกตาล

ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

ไม่มี เนื่องจากเตาดาลบ้านหม้อเป็นเจ้าของที่มีโครงการจะนำออกจำหน่ายอย่างเป็นทางการ และถือเป็นการคิดค้นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่อีกด้วย

ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

7.1 รสไทย

ท็อฟฟี่รสนม กลิ่นผลไม้



รูปที่ 2.5-19 ผลิตภัณฑ์ท็อฟฟี่รสนม ตรา รสไทย

น้ำหนักบรรจุ	300 g
ราคา	25 บาท
ผู้ผลิต	เป็นผู้ผลิตรายแรกที่มีการทำโครงการนี้ขึ้นมา โดยเปลี่ยนรูปลักษณะของลูกตาลให้มาเป็นขนมท็อฟฟี่
สาเหตุที่จำหน่าย	ซูปเปอร์มาเก็ตทั่วไป
บรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อกระดาษเป็นเม็ดๆ ม้วนเหมือนลูกอม Secondary Package : บรรจุถุงพลาสติก โดยปิดผนึกแบบ center seal bags
การฉลาก	โลโก้ : รูปตัวอักษรเป็น font ไทยสีแดง อยู่บนพื้นสีขาวล้อมด้วยกรอบลายไทยสีทอง ชื่อว่า "รสไทย" บอกได้ถึง อาหารของไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้อย่างดี ภาพประกอบ : ไม่มีภาพประกอบ เพราะใช้โลโก้แสดงถึงความเป็นไทยแล้ว โทนสี : สีแดงของโลโก้ตัดกับพื้นสีขาว และมีลวดลายสีเหลืองเพื่อนำให้โลโก้เด่นขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.2 ลำไย

ท้อพีพีผลไม้พื้นบ้าน จากเนื้อลำไย

รูปที่ 2.5-20 ผลิตภัณฑ์ท้อพีพีลำไย ตรา ลำไย

ขนาดบรรจุ	300 g
ราคา	35 บาท
จุดขาย	เป็นผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันดีในท้องถิ่น วางขายตามสถานที่ท่องเที่ยว เน้นการขายรูปแบบใหม่โดยนำลำไยมาทำเป็นขนมท้อพีพี
สถานที่จำหน่าย	ซุเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อกระดาษสีเหลืองเป็นเม็ดๆ Secondary Package : บรรจุถุงพลาสติกใส โดยปิดถุงด้วยป้ายสินค้า
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : ไม่มีโลโก้เพราะใช้ชื่อยี่ห้อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาแสดงแทน <u>ภาพประกอบ</u> : มีรูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนั้น และข้อความบทกลอนที่เกี่ยวข้องปรากฏอยู่ พร้อมทั้งภาพพื้นหลังที่เป็นรูปลำไยซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่นำมาผลิต <u>โทนสี</u> : โทนสีส้มชัดจางซึ่งเป็นภาพของพื้นหลังรูปลำไยซึ่งบอกถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ และสีของห่อท้อพีพีข้างหลังที่เป็นสีเหลืองช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเด่นขึ้นมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.3 บ้านมะขาม

ท้อพีมะขาม



รูปที่ 2.5-21 ผลิตภัณฑ์ท้อพีมะขาม ตรา บ้านมะขาม

ขนาดบรรจุ	150
ราคา	20 บาท
จุดขาย	เป็นของดีขึ้นชื่อในท้องถิ่นและมีรูปลักษณะที่แปลกใหม่ของมะขาม โดยนำมะขามมาทำเป็นขนมท้อพี
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ห่อกระดาษสีเหลืองเป็นเม็ดๆ Secondary Package : บรรจุถุงพลาสติกใส โดยปิดถุงด้วยกระดาษละลายแล้วเย็บลวด
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : เป็นรูปฝักมะขามล้อมกรอบด้วยอักษรชื่อยี่ห้อ ใช้พื้นสีเขียวสด และขาว <u>ภาพประกอบ</u> : ไม่มีภาพประกอบ เนื่องจากเนื้อที่ของโลโก้ทำหน้าที่เป็นภาพประกอบไปในตัวแล้ว <u>โทนสี</u> : ใช้สีเขียวสร้างภาพให้มองเห็นเป็นรูปฝักมะขามดูเด่นขึ้นมาจากสีขาวของพื้นหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. แยมลูกตาล

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

8.1 แยมแพชชั่นฟรุต



รูปที่ 2.5-22 ผลิตภัณฑ์แยมแพชชั่นฟรุต ไม่มีเยื่อหุ้ม

ขนาดบรรจุ	350 ml
ราคา	25 บาท
จุดขาย	ใช้กระดาษสาปิดฝาขวดทำให้ดูนุ่มละมุนละไมและเป็นมิตร สามารถให้เป็นของฝากหรือของขวัญได้
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้วใสปิดฝาด้วยกระดาษสา
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : ไม่มีโลโก้ มีแต่ชื่อเยื่อหุ้มที่จัดวางให้ดูมีเอกลักษณ์ โทนสี : บนฉลากใช้ตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นขาว กระดาษสาเป็นสีแดงขาวลายตาราง เพิ่มสีสันความน่าสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

8.2 Best food



รูปที่ 2.5-23 ผลิตภัณฑ์แยมผลไม้ ตรา Best Food

ขนาดบรรจุ	250 ml และ 175 ml
ราคา	35 บาท
จุดขาย	เป็นยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักกันดีในประเทศ ทำมาจากผลไม้หลายชนิดมีให้เลือกหลากหลาย เช่น แยมสตอเบอร์รี่ แยมส้ม เป็นต้น
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้วใส
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นชื่อยี่ห้อ Best Food ติดรูปโบว์ สีสองแบบ คือ แบบตัวอักษรสีน้ำเงินบนพื้นขาว ล้อมด้วยกรอบสีทอง และตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงินติดโบว์สีขาวให้เห็นถึงความมั่นใจในคุณภาพความอร่อยที่ได้รับการยกย่อง ภาพประกอบ : มีรูปจริงของผลไม้ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลไม้ที่ใช้เป็นวัตถุดิบ โทนสี : เป็นโทนสีเดียวกันกับชนิดของผลไม้คู่กับสีขาว เช่น แยมสตอเบอร์รี่ก็เป็นฉลากโทนสีแดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ไอศกรีมลูกตาล

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

ไม่มี เนื่องจากเตาตาลบ้านหม้อเป็นเจ้าเดียวที่มีโครงการจะนำออกจำหน่ายอย่างเป็นทางการ และถือเป็นการคิดค้นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่อีกด้วย

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

9.1 Wall's



ขนาดบรรจุ	250 g
ราคา	15 บาท
จุดขาย	ความสะดวกในการซื้อหาทำได้ง่าย รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ทำให้รับประทานง่าย ฝาด้านบนใสดูสะอาด
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถ้วยพลาสติกใสรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ปิดผนึกด้วยวิธี Top seal film
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นชื่อยี่ห้อสีขาวอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมสีเขียวเข้ม ภาพประกอบ : มีรูปวาดเป็นรูปมะพร้าวซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ประกอบกับลายเส้นคลื่นสีเขียวเหมือนกับเป็นน้ำทะเล โทนสี : มีพื้นหลังเป็นโทนสีฟ้าเหมือนสีของน้ำและท้องฟ้าให้ความรู้สึกเย็น สดชื่น และ โทนสีเขียวของภาพประกอบซึ่งเป็นสีของลูกมะพร้าวออกได้ถึงผลิตภัณฑ์เนื้อมะพร้าว

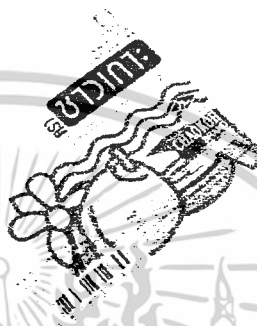
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. รุ่นลูกตาล

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

10.1 ชาวเกาะ

รุ่นมะพร้าวในน้ำเชื่อม



รูปที่ 2.5-25 ผลิตภัณฑ์รุ่นมะพร้าวในน้ำเชื่อม ตรา ชาวเกาะ

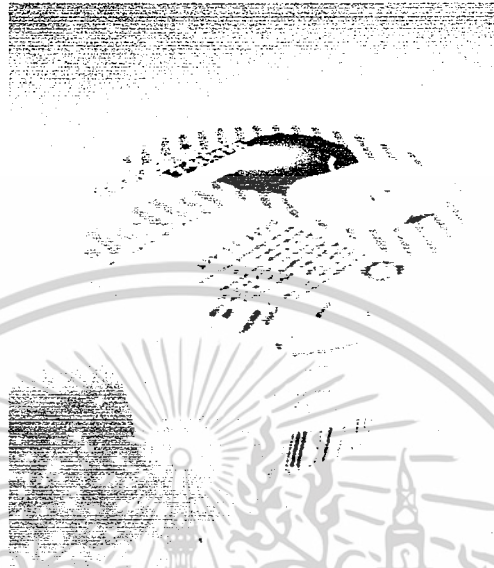
ขนาดบรรจุ	250 g
ราคา	15 บาท
จุดขาย	ความสะดวกในการซื้อหาทำได้ง่าย รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ทำให้รับประทานง่าย ฝาด้านบนใสดูสะอาด
สถานที่จำหน่าย	ซูปเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถ้วยพลาสติกใสรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ปิดผนึกด้วยวิธี Top seal film
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นชื่อยี่ห้อสีขาวอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมสีเขียวเข้ม ภาพประกอบ : มีรูปวาดเป็นรูปมะพร้าวซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ประกอบกับลายเส้นคลื่นสีเขียวเหมือนกับเป็นน้ำทะเล โทนสี : มีพื้นหลังเป็นโทนสีฟ้าเหมือนสีของน้ำและท้องฟ้าให้ความรู้สึกเย็น สดชื่น และ โทนสีเขียวของภาพประกอบซึ่งเป็นสีของลูกมะพร้าวบอกได้ถึงผลิตภัณฑ์เนื้อมะพร้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

10.2 Cocon

เยลลี่รสแอปเปิ้ล



รูปที่ 2.5-26 ผลิตภัณฑ์เยลลี่รสแอปเปิ้ล ตรา Cocon

ขนาดบรรจุ	125 g
ราคา	5 บาท
จุดขาย	ความสะดวกในการซื้อหาทำได้ง่าย รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ทำให้ง่ายต่อการรับประทาน
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ถ้วยพลาสติกใส ปิดผนึกด้วยวิธี Top seal film
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : เป็นชื่อยี่ห้อสีฟ้าใช้font ดูนุชสนาน น่ารัก ภาพประกอบ : เป็นรูปแอปเปิ้ลซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต โทนสี : แบ่งเป็นสองข้าง ข้างหนึ่งใช้สีแดงของรูปแอปเปิ้ลตัดกับสีเขียวและขาวของลายเส้นพื้นหลัง เน้นให้เห็นถึงตัววัตถุดิบที่ใช้ อีกข้างหนึ่ง เป็นสีฟ้าของโลโก้และลวดลายจุดเล็กๆ สีเขียวบนพื้นสีขาว ทำให้ดูรู้สึกนุ่ม น่ารักรับประทาน แสดงให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์เยลลี่รสแอปเปิ้ล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ลูกตาลในน้ำเชื่อม (ลูกตาลลอยแก้ว)

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลัก

11.1 อโลเวอร์่า

ลูกตาลชนิดขึ้นในน้ำเชื่อม ของจังหวัดสุพรรณบุรี



รูปที่ 2.5-27 ผลิตภัณฑ์ลูกตาลในน้ำเชื่อม ตรา อโลเวอร์่า

ขนาดบรรจุ	350 ml
ราคา	25 บาท
จุดขาย	เน้นที่ความเป็นผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี สีสันเรียบง่าย โดดเด่นที่รูปของลูกตาลที่มีผลโต บอกถึงคุณภาพของผลไม้ที่นำมาใช้ว่ามีคุณภาพ ความสดจากไร่จริงๆ
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กระป๋องอะลูมิเนียม
ลักษณะกราฟิก	<u>โลโก้</u> : ไม่มีโลโก้มีแต่ตัวอักษรที่เรียบง่ายสีเขียวอยู่บนพื้นสีเหลือง <u>ภาพประกอบ</u> ; เป็นภาพลูกตาลซึ่งแต่ละลูกมีความสมบูรณ์ ผลใหญ่โต <u>โทนสี</u> : ใช้โทนสีเขียว เหลืองและขาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11.2 สโนว์เฮ้าส์ ลูกตาลในน้ำเชื่อม



รูปที่ 2.5-28 ผลิตภัณฑ์ลูกตาลในน้ำเชื่อม ตรา สโนว์เฮ้าส์

ขนาดบรรจุ	350 ml
ราคา	35 บาท
จุดขาย	เน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์และกรรมวิธีในการผลิตเป็นลูกตาลในน้ำเชื่อม
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กระป๋องอะลูมิเนียม
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : ไม่มีโลโก้มีแต่ตัวอักษรที่เรียงบ่งายสีน้ำเงินและแดงอยู่บนพื้นสีขาว ภาพประกอบ : เป็นภาพแสดงวิธีการรับประทานคือ ภาพที่กำลังใช้ช้อนตักลูกตาลในแก้ว โทนสี : โทนสีเทาของรูปลูกตาล และพื้นหลังสีฟ้า ช่วยให้ภาพดูเด่นขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผลิตภัณฑ์คู่แข่งรอง

11.3 UFC

ผลไม้กระป๋อง – ลูกตาลในน้ำเชื่อม, ลูกตาลและขนุนในน้ำเชื่อม



รูปที่ 2.5-29 ผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง ตรา UFC

ขนาดบรรจุ	175 ml และ 350 ml
ราคา	35 บาท และ 65 บาท
จุดขาย	ความสดของผลไม้ที่มาจากธรรมชาติ
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กระป๋องอะลูมิเนียม
ลักษณะกราฟิก	โลโก้ : ไม่มีโลโก้ มีแต่ตัวอักษรชื่อยี่ห้อสีแดง ภาพประกอบ : ใช้ภาพห้องฟ้าเป็นพื้นหลัง และมีรูปผลไม้ที่ซึ่งบอกชนิดของผลไม้ในกระป๋องได้ โทนสี : ใช้สีฟ้าและขาวเป็นพื้นหลังดูธรรมชาติ สดชื่น เย็นสบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11.4 Malee

ผลไม้กระป๋อง - ฟรุ้ตคอกเทลสุตรผสมเนื้อลูกตาลในน้ำเชื่อม

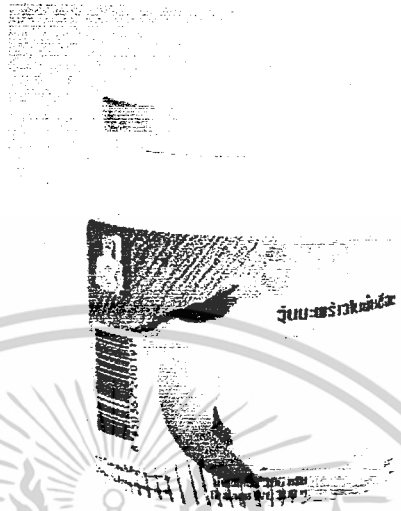


รูปที่ 2.5-30 ผลิตภัณฑ์ผลไม้กระป๋อง ตรา Malee

ขนาดบรรจุ	350 ml
ราคา	65 บาท
จุดขาย	เน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสูตรใหม่ และตัวบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มร่องรอบตัวกระป๋องเพื่อให้จับถือได้ถนัดมือและช่วยเพิ่มความน่าสนใจยิ่งขึ้น
สถานที่จำหน่าย	ซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : กระป๋องอะลูมิเนียม
ลักษณะกราฟฟิก	<u>โลโก้</u> : ตัวอักษรคำว่ามาลี สีแดง <u>ภาพประกอบ</u> : ภาพการประกอบอาหาร เน้นไปที่ตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบ <u>โทนสี</u> : เขียว เหลือง และแดงที่มาช่วยเพิ่มสีสันของบรรจุภัณฑ์ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11.5 ชาวเกาะ
วุ้นมะพร้าวในน้ำเชื่อม



รูปที่ 2.5-31 ผลิตภัณฑ์วุ้นมะพร้าวในน้ำเชื่อม ตรา ชาวเกาะ

ขนาดบรรจุ	600 g
ราคา	80 บาท
จุดขาย	ความสดใหม่วัตถุดิบที่นำมาใช้ทำวุ้น มีความสดแท้แบบเดียวกับเนื้อมะพร้าวข้างใน
สถานที่จำหน่าย	
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	Primary Package : ขวดแก้วใส ปิดผนึกแบบฝาเกลียว
ลักษณะกราฟฟิก	โลโก้ : ใช้ตัวอักษรสีขาวบนพื้นเขียว ภาพประกอบ : เป็นภาพลูกมะพร้าวสองลูก เห็นเนื้อมะพร้าวสีขาว บอกถึงคุณภาพที่ดีของเนื้อมะพร้าวที่นำมาใช้ในการผลิต โทนสี : สีเขียว เหลือง ขาว เป็นโทนสีของธรรมชาติ ทำให้รู้สึกสดชื่น เย็นสบาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

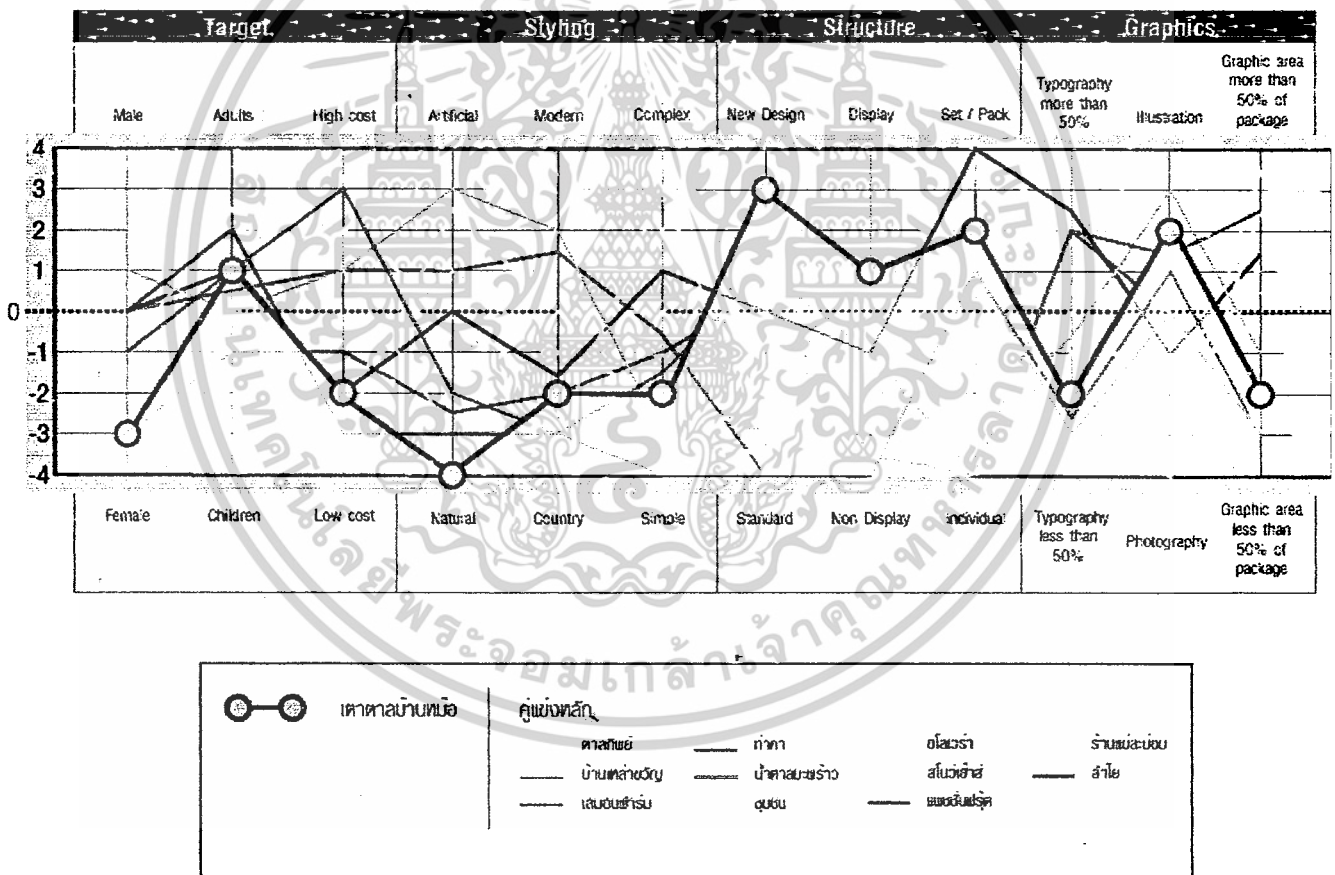
2.5.2 วิเคราะห์และสรุปผลการวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

กับคู่แข่ง

ในการเปรียบเทียบนี้จะพิจารณาเฉพาะคู่แข่งหลักเนื่องจาก มีอิทธิพลในการแข่งขันมากกว่าคู่แข่งรองค่อนข้างมาก โดยหัวข้อที่นำมาพิจารณาในการเปรียบเทียบ แบ่งออกได้เป็น 4 อย่างด้วยกัน คือ

1. ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target)
2. ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า (Styling)
3. ลักษณะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ (Structure)
4. ลักษณะกราฟฟิก (Graphics)

ซึ่งสามารถแสดงเปรียบเทียบเป็นกราฟดังนี้



รูปที่ 2.5-32 กราฟแสดงการวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ใน โครงการ

จากกราฟ จะเห็นว่ามีความเหมือนและแตกต่างของการวางตำแหน่งสินค้าที่ห้อยต่างๆ โดยสามารถอธิบายตามหัวข้อต่างๆได้ดังนี้

1. ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : โดยมากจะค่อนข้างเป็นกลาง คือไม่เน้นกลุ่มผู้หญิงหรือผู้ชายชัดเจน แต่จะมุ่งไปทางผู้ใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักมากกว่า ทั้งนี้ ระดับราคาค่อนข้างกระจัดกระจาย ไม่ชัดเจนมากนัก

เดาตลาดบ้านหม้อ : กำหนดกลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นไปที่ผู้หญิงซึ่งเป็นผู้ซื้อหลัก โดยเน้นกลุ่มผู้ใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มหลักที่บริโภคสินค้าของโครงการ โดยตั้งราคาไว้ที่ระดับไม่สูงมากนัก

2. ลักษณะภาพพจน์ของสินค้า

คู่แข่ง : มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ได้เน้นไปทางรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

เดาตลาดบ้านหม้อ : กำหนดให้สินค้ามีความเป็นธรรมชาติสูง และมีเอกลักษณ์ค่อนข้างมาทางพื้นบ้าน มีความเรียบง่าย

3. ลักษณะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

คู่แข่ง : มีด้วยกันสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน และกลุ่มที่ใช้บรรจุภัณฑ์ออกแบบ แต่ไม่ใช่บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์มากนัก โดยส่วนใหญ่ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้เป็น Display หรือ ทำเป็น set หรือ pack

เดาตลาดบ้านหม้อ : กำหนดให้สินค้าใช้บรรจุภัณฑ์ออกแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มี Display และการแบ่งขายเป็น set หรือ pack

4. ลักษณะกราฟฟิก

คู่แข่ง : ส่วนมากใช้รูปภาพ Illustration ค่อนข้างเหมือนจริง และตัวอักษรน้อยถึงปานกลาง โดยมีพื้นที่กราฟฟิกปานกลาง

เดาตลาดบ้านหม้อ : กำหนดให้สินค้าใช้รูปภาพ Illustration ที่เหมือนจริงอยู่บ้างเล็กน้อย ใช้ตัวอักษรไม่มากนัก บนพื้นที่กราฟฟิกน้อยกว่า 50% ของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

2.6.1 ลักษณะของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience)

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการเตาตาลบ้านหม้อ เดิมที่เน้นเฉพาะคนในจังหวัดเพชรบุรี และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเพชรบุรีเท่านั้น แต่เนื่องจากโครงการเตาตาลบ้านหม้อได้เข้าร่วมเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาด ซึ่งหมายถึงพื้นที่การขายที่กว้างขึ้น ครอบคลุมมายังกรุงเทพฯด้วย กลุ่มเป้าหมายจึงกว้างขึ้นกว่าเดิม โดยยังเป็นกลุ่มผู้ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย ไม่รีบเร่ง ค่อนข้างมีความอนุรักษ์นิยม มีความผ่อนคลาย ไม่ตึงเครียด มีความเป็นครอบครัวสูง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้คือ

1. General Description

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นที่รู้จักดีในกลุ่มแม่บ้านที่เป็นผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นผู้จัดหาอาหารภายในบ้าน และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มาในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มผู้บริโภคนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายเดิมอยู่แล้ว (Users) โดยโครงการจะขยายมายังคนรุ่นใหม่ซึ่งมีโอกาสได้ชิมหรือรับประทาน และทราบอยู่บ้างแล้วถึงข้อดีและคุณประโยชน์ของสินค้า ซึ่งมีโอกาสจะตัดสินใจซื้อได้ในที่สุด (User-to-be) ทั้งนี้จะไม่มุ่งเน้นไปยังผู้ที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการเลย เนื่องจากจูงใจได้ยาก มีความเป็นไปได้น้อยที่จะทำตลาด

2. ลักษณะทางกายภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Demographics)

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการเตาตาลบ้านหม้อ มีลักษณะดังนี้ คือ

เพศ : มีทั้งเพศชายและหญิง แต่เน้นที่เพศหญิงซึ่งเป็นแม่บ้านมากกว่า เนื่องจากผู้หญิงมักเป็นผู้ดูแลจัดหาอาหารการกินให้แก่คนในครอบครัว กล่าวได้ว่าผู้หญิงเป็นผู้ซื้อ แต่รับประทานทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

อายุ : โดยเฉลี่ยอยู่ที่อายุ 30 ปีขึ้นไป คือเน้นกลุ่มผู้ใหญ่

ระดับฐานะ : มีรายได้ระดับ C ขึ้นไป มีความเป็นอยู่เรียบง่าย

ระดับการศึกษา : มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ถึงระดับปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องโภชนาการพอสมควร รู้จักคิดและเลือกสิ่งที่ดีให้กับตนเองและครอบครัว

อาชีพ : เน้นกลุ่มแม่บ้านที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดเพชรบุรีเป็นหลัก เป็นผู้บริโภคในตัวเมืองกรุงเทพฯบางส่วน นอกจากนี้ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดเพชรบุรีอีกด้วย

จุดประสงค์ในการซื้อ : เป็นการซื้อเพื่อนำมารับประทานเองประมาณ 40% ซื้อเพื่อเป็นของฝาก
ประมาณ 60%

3. ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Psychographics)

- Life style** : เป็นกลุ่มผู้ที่ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย ไม่รีบเร่ง ค่อนข้างมีความอนุรักษ์นิยม มีความผ่อนคลาย ไม่ตึงเครียด มีความเป็นครอบครัวสูง
- อุปนิสัย** : เป็นผู้ที่พิถีพิถันในการรับประทาน ชอบคุณค่าทางอาหารจากธรรมชาติ รักท้องถิ่น มีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาไทย นิยมความดั้งเดิมหรือเอกลักษณ์ท้องถิ่น

2.6.2 ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

โดยมากแล้ว อาหารแปรรูปจากตาลโตนดนี้ เป็นอาหารที่นิยมบริโภคกันภายในครัวเรือน กล่าวคือ มีทั้งการใช้ประกอบอาหาร ใช้ดื่ม ใช้ทานเล่น เสียเป็นส่วนใหญ่ โดยในส่วนของเครื่องดื่มนั้นยังนิยม ใช้เป็นเครื่องดื่มต้อนรับแขกอีกด้วย การใช้งานของบรรจุภัณฑ์จึงเน้นที่ส่วนของประโยชน์ใช้สอยในการรับประทานและการเก็บรักษามากกว่าการพกพา นอกจากนี้ยังมีกรณีที่มาอบอาหารแปรรูปจากตาลโตนดให้เป็นของขวัญหรือของฝากจากเพชรบุรีแก่กันโดยมักให้โดยใส่ถุงหรือมอบให้เป็นกระเช้า

2.6.3 พทัคนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูปจากตาลโตนด สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ช่วงคือ

ความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อ

1. ต้องการทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในว่ามีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร
2. ต้องการทราบถึงส่วนประกอบของอาหารแปรรูปจากตาลโตนด
3. ต้องการทราบถึงข้อมูลที่สำคัญ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ปริมาณสุทธิ เป็นต้น
4. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ไม่ทำให้สินค้าเสียหาย ปิดสนิท มิดชิด ใช้งานสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. บรรจุกัณฑ์มีรูปแบบกราฟฟิกที่สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน และทำความเข้าใจได้ง่าย

6. บรรจุกัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม ดูเป็นธรรมชาติ

ความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุกัณฑ์หลังการตัดสินใจซื้อ

1. บรรจุกัณฑ์สามารถใช้งานได้สะดวก ทั้งในการเปิดรับประทานและสะดวกในการเก็บรักษา
2. บรรจุกัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุเวลาของการบริโภค เมื่อยังรับประทานไม่หมด
3. มีรูปแบบบรรจุกัณฑ์ที่สวยงามดึงดูดใจ

2.6.4 วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบ

จากการศึกษาพฤติกรรมต่างๆของผู้บริโภค จึงสามารถสรุปความต้องการและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบบรรจุกัณฑ์ได้ดังนี้ คือ

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุกัณฑ์ด้านโครงสร้าง

1. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ทั้งก่อนซื้อและหลังซื้อตลอดอายุเวลาการบริโภค ดังนั้นบรรจุกัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้
 - 1.1 ทำด้วยวัสดุที่สามารถป้องกันปัจจัยต่างๆที่มีโอกาสทำให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับความเสียหาย ทั้งด้านกายภาพและชีวภาพ
 - 1.2 บรรจุกัณฑ์มีการปิดผนึกที่เหมาะสมกับแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์
2. สามารถใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว

ดังนั้นบรรจุกัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้

 - 2.1 มีโครงสร้างที่ไม่สลับซับซ้อน ผู้บริโภคสามารถเข้าใจวิธีเปิดหรือปิดบรรจุกัณฑ์ได้ง่าย
3. ต้องการทราบลักษณะของสินค้าภายในว่ามีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร

ดังนั้นบรรจุกัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้

 - 3.1 บรรจุกัณฑ์มีส่วนที่โปร่งใสมีสี เช่น พลาสติกสีชา สามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้ โดยยังสามารถป้องกันแสงแดดซึ่งเป็นปัจจัยทำให้เกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีความเหมาะสมในด้านการใช้งาน
 ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้

- 4.1 บรรจุภัณฑ์ที่มีโรงสร้างที่สวยงาม ภูมิความเป็นธรรมชาติ ดึงดูดใจผู้บริโภค โดดเด่นจากคู่แข่งในท้องตลาด สึงเกตได้ง่าย
- 4.2 มีขนาดที่พอเหมาะกับการใช้สอย จับถนัดมือ หรือหยิบสินค้าภายในได้สะดวก

5. มีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกันในแต่ละผลิตภัณฑ์ในโครงการ
 ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้

- 5.1 ออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) สร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า เพื่อสร้างการจดจำในตัวผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค

สรุปความต้องการและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟฟิก

1. ต้องการทราบถึงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้
 - 1.1 มีข้อความบอกถึงข้อมูลต่างที่มีความจำเป็น เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ สามารถมองเห็นชัดเจนและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม
2. สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ง่าย ไม่ทำให้เกิดความสับสน
 ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้
 - 2.1 แยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ในโครงการ เช่น ผลิตภัณฑ์เดียวกัน แต่ต่างกันที่รสชาติ ส่วนผสม ควรมีรูปแบบกราฟฟิกที่สามารถแยกแยะความแตกต่างให้เข้าใจได้ง่าย บอกลักษณะที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างได้อย่างชัดเจน แต่ยังคงแสดงความเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน ซึ่งมีแนวทางดังนี้ คือ

1. เปลี่ยนสีสัณ

2. อธิบายด้วยตัวหนังสือ

3. มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค
 ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะดังนี้

- 3.1 ใช้กราฟฟิกที่แสดงถึงคุณภาพ ความเป็นธรรมชาติ หอมหวาน สดใหม่
- 3.2 มีรูปแบบกราฟฟิกที่สามารถสื่อสารได้ถูกกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ กรรมวิธีการผลิต รวมถึงระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากวิธีที่เหมาะสมย่อมช่วยยืดอายุการเก็บของผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานยิ่งขึ้น ปลอดภัยจากปัจจัยทางสิ่งแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้กระบวนการพิมพ์ที่เหมาะสม จะส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น การดึงดูดใจ หรือกระตุ้นให้เกิดการจดจำ ทั้งนี้ทั้งกระบวนการผลิตและกระบวนการพิมพ์ต้องมีความเหมาะสมและอยู่ในระดับที่ผู้ผลิตยอมรับได้อีกด้วย

1. การวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ
รายการที่ต้องวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ มีดังนี้คือ

- 1.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำตาลสด น้ำตาลเมา และน้ำเชื่อมตาลโตนด
- 1.2 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถ้วยบรรจุน้ำตาลสด และ ลูกตาลในน้ำเชื่อม
- 1.3 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตภาชนะน้ำตาลโตนดแบบก้อนกลม และ ลูกตาลเชื่อมแห้ง
- 1.4 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกและฝาปิดใส่น้ำตาลโตนดแบบก้อนกลม, ลูกตาลเชื่อม และ ลูกตาลเชื่อมแห้ง
- 1.5 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกและฝาปิดใส่น้ำตาลโตนดแบบดกใช้
- 1.6 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตของใส่น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ ลูกตาลเชื่อมและ ท็อฟฟี่ลูกตาล
- 1.7 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องใส่น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ และของท็อฟฟี่ลูกตาล
- 1.8 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตหลอดบีบใส่น้ำเชื่อมตาลโตนด
- 1.9 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถ้วยใส่ไอศกรีมลูกตาล วุ้นลูกตาล และแยม - ลูกตาล
- 1.10 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษใส่น้ำตาลสด ขวดน้ำตาลเมา หลอดน้ำเชื่อมตาลโตนด ของฝากคู่เครื่องดื่ม และ ของฝากคู่กินเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.11 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตผ้าขวดบรรจุน้ำตาลสด ขวดน้ำตาลเมา ขวดน้ำเชื่อมตาลโตนด และหลอดน้ำเชื่อมตาลโตนด

1.12 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการปิดถ้วยบรรจุน้ำตาลสด ลูกตาลในน้ำเชื่อม และวุ้นลูกตาล

1.13 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาปิดถ้วยใส่ไอศกรีมลูกตาล และแยมลูกตาล

1.14 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

1.15 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถุงสินค้า

1.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำตาลสด และน้ำตาลเมา

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 330 ml

- น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 750 ml

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. สามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
5. ขนย้ายสะดวก
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ
7. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตขวดบรรจุน้ำตาลสด และน้ำตาลเมา

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	แก้ว	PETE
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	1	3
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	3
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	4	4
ความใส	3	4	4
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	3	2
น้ำหนักเบา	3	1	3
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	2	4	2
	รวม	80	83

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ขวดพลาสติกชนิด PETE ผลิตด้วยวิธีการฉีด (Injection)

1.2 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตด้วยบรรจุน้ำตาลสด และ ลูกตาลในน้ำเชื่อม

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 150 ml
- ลูกตาลในน้ำเชื่อม ขนาดบรรจุ 150 ml

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. สามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
5. ขนย้ายสะดวก
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ
7. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.2 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตด้วยบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสด และ ลูกตาลในน้ำเชื่อม

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PP	PETE
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3	2
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	3
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	3	4
ความใส	3	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	2	3
น้ำหนักเบา	3	4	4
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	2	3	4
	รวม	85	83

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ด้วยพลาสติกชนิด PP ผลิตด้วยวิธีการฉีด (Injection)

1.3 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถาดใส่น้ำตาลโตนดแบบก้นกลม และ ลูกตาลเชื่อมแห้ง

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลโตนดแบบก้นกลม ขนาดบรรจุ 1,000 กรัม
- ลูกตาลเชื่อมแห้ง ขนาดบรรจุ 300 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
2. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
3. ขึ้นรูปได้ง่าย
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ
5. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.3 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถาดใส่น้ำตาลโตนดแบบก้อนกลม
และ ลูกตาลเชื่อมแห้ง

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PVC	Acetate
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	3
ขึ้นรูปได้ง่าย	4	4	3
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	4	2	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	4	3
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	3	3	3
	รวม	61	58

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ถาดพลาสติกชนิด PVC ผลิตด้วยวิธีการขึ้นรูปด้วยความร้อน (Thermoforming)

1.4 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกและฝาปิดใส่ถาดน้ำตาลโตนดแบบก้อนกลม,
ลูกตาลเชื่อม และ ลูกตาลเชื่อมแห้ง

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Secondary Package สำหรับ

- น้ำตาลโตนดแบบก้อนกลม ขนาดบรรจุ 1,000 กรัม
- ลูกตาลเชื่อม ขนาดบรรจุ 500 กรัม
- ลูกตาลเชื่อมแห้ง ขนาดบรรจุ 300 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. สามารถป้องกันมด และ แมลงได้
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
5. ขนย้ายสะดวก
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ
7. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.4 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกใส่ถาดน้ำตาลโตนดแบบก้นกลม,
ลูกตาลเชื่อม และ ลูกตาลเชื่อมแห้ง

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PP	PS
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3	3
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	2
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	2	2
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	3	3
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	2	4	4
	รวม	65	57

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระปุกพลาสติกชนิด PP ผลิตด้วยวิธีการฉีด (Injection)

1.5 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกใส่ถาดน้ำตาลโตนดแบบดักไข่

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลโตนดแบบดักไข่ ขนาดบรรจุ 1,000 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. สามารถป้องกันมด และ แมลงได้
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
5. ขนย้ายสะดวก
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ
7. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.5 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกระปุกใส่น้ำตาลโตนดแบบตักใช้

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PP	PS
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3	3
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	2
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	2	2
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	3	3
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	2	4	4
	รวม	65	57

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระปุกพลาสติกชนิด PP ผลิตด้วยวิธีการฉีด (Injection)

1.6 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตของใส่น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ ลูกตาลเชื่อม และห่อฟฟี่ลูกตาล

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ ขนาดบรรจุ 160 กรัม (8 กรัม x 20 ซอง)
- ลูกตาลเชื่อม ขนาดบรรจุ 500 กรัม
- ห่อฟฟี่ลูกตาล ขนาดบรรจุ 200 กรัม (5 กรัม x 40 ซอง)

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. สามารถป้องกันมด และ แมลงได้
3. ปิดผนึกได้ง่ายด้วยกาวหรือความร้อน
4. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.6 วิเคราะห์การเลือกวัสดุในการผลิตของใส่น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้
และ ท่อพีแอลซี

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	LDPE	กระดาษ
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3	3
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	3	1
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	3	1
ความสามารถในการปิดผนึกด้วยความร้อน	3	4	3
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
	รวม	60	41

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ LDPE (Low density Polyethylene)

1.7 วิเคราะห์การเลือกวัสดุในการผลิตกล่องใส่น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ และของ
ท่อพีแอลซี

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Secondary Package สำหรับ

- น้ำตาลโตนดแบบเม็ดเล็กพร้อมใช้ ขนาดบรรจุ 160 กรัม (8 กรัม x 20 ซอง)
- ท่อพีแอลซี ขนาดบรรจุ 200 กรัม (5 กรัม x 40 ซอง)

และเป็นบรรจุภัณฑ์ Display Package สำหรับ

- หลอดน้ำตาลเชื่อมโตนด ขนาดบรรจุ 100 ml (บรรจุ 24 หลอด)

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย
3. ออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ
4. พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.7 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องใส่ของน้ำตาลโดนดแบบเม็ดเล็กพร้อม
ใช้ และของท็อฟฟี่ลูกตาล

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	กระดาษ kraft	กระดาษ proof
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	4
คุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดการใช้งาน	4	3	3
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	4	3	4
พับขึ้นรูปได้ง่าย	3	4	4
การ Die Cut	3	4	4
พิมพ์ได้สวยงาม	3	2	3
	รวม	70	77

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ กระดาษ proof

1.8 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตหลอดบีบใส่น้ำเชื่อมตาลโดนด

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ
- น้ำเชื่อมตาลโดนด ขนาดบรรจุ 100 ml

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. มีความยืดหยุ่น สามารถบีบได้
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
5. พกพา ขนย้ายสะดวก
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ
7. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-1.8 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตหลอดบีบใส่น้ำเชื่อมตาลโตนด

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PP	HDPE
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3	3
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	2	2
ความยืดหยุ่น	4	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	3	3
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	2	4	4
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า			
	รวม	65	69

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้หลอดพลาสติกชนิด HDPE ผลิตด้วยวิธีการ Extrude Injection

1.9 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตด้วยใส่ออศกรีมลูกตาล วุ้นลูกตาล และขวดใสแยมลูกตาล

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- ออศกรีมลูกตาล ขนาดบรรจุ 100 กรัม
- วุ้นลูกตาล ขนาดบรรจุ 115 กรัม
- แยมลูกตาล ขนาดบรรจุ 115 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้เป็นอย่างดี
2. สามารถมองเห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความแข็งแรงพอสมควร สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
5. ขนย้ายสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ต้นทุนการผลิตต่ำ
7. มีความสวยงาม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า

ตาราง 2.7-1.9 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถ้วยใส่ไอศกรีมลูกตาล วุ้นลูกตาล และขวดใส่แยมลูกตาล

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	PP	PETE
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	3	2
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	3
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	3	4
ความใส	3	3	4
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	2	3
น้ำหนักเบา	3	4	4
เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	2	3	4
	รวม	85	83

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ถ้วยพลาสติกชนิด PP ผลิตด้วยวิธีการฉีด (Injection)

1.10 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษใส่ขวดน้ำตาลสด ขวดน้ำตาลมา หลอดน้ำเชื่อมตาลโตนด ของฝากคู่เครื่องดื่ม และ ของฝากคู่กินเล่น

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Retail Package สำหรับ

- ขวดน้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 330 ml (บรรจุ 6 ขวด)
- ขวดน้ำตาลมา ขนาดบรรจุ 330 ml (บรรจุ 6 ขวด)
- ของฝากคู่เครื่องดื่ม คือ ขวดน้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 330 ml (3 ขวด)
และ ขวดน้ำตาลมา ขนาดบรรจุ 330 ml (3 ขวด)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ของฝากคู่กินเล่น คือ กระบุงลูกตาลเชื่อม ขนาดบรรจุ 500 กรัม (3 กระบุง) และ กระบุงตาลเชื่อมแห้ง ขนาดบรรจุ 300 กรัม (3 กระบุง) และเป็นบรรจุภัณฑ์ Display Package สำหรับ
- หลอดน้ำตาลเชื่อมโตนด ขนาดบรรจุ 100 ml (บรรจุ 24 หลอด)

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย
3. ออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ
4. พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตาราง 2.7-1.10 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตกล่องกระดาษใส่ขวดน้ำตาลสด ขวดน้ำตาลเมฆ หลอดน้ำตาลเชื่อมตาลโตนด ของฝากคู่เครื่องดื่ม และ ของฝากคู่กินเล่น

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	กระดาษแข็ง proof	กระดาษลูกฟูก 1 ชั้น
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	4
คุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดการใช้งาน	4	4	4
พับขึ้นรูปได้ง่าย	4	3	1
การ Die Cut	3	4	3
พิมพ์ได้สวยงาม	3	3	2
	รวม	65	51

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระดาษแข็ง proof

1.11 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดบรรจุน้ำตาลสด ขวดน้ำตาลเมฆ ขวดน้ำตาลเชื่อมตาลโตนด และหลอดน้ำตาลเชื่อมตาลโตนด

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 330 ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 750 ml
- น้ำตาลเมา ขนาดบรรจุ 330 ml
- น้ำตาลเมา ขนาดบรรจุ 750 ml
- น้ำเชื่อมตาลโตนด ขนาดบรรจุ 100 ml
- น้ำเชื่อมตาลโตนด ขนาดบรรจุ 500 ml

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้อย่างเหมาะสม
2. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความยืดหยุ่น
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ
6. ทึบแสง

ตาราง 2.7-1.11 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาขวดบรรจุน้ำตาลสด ขวดน้ำตาลเมา ขวดน้ำเชื่อมตาลโตนด และหลอดน้ำเชื่อมตาลโตนด

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	2
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	2	2
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	4	4	2
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ยืดหยุ่นได้ดี	3	3	4
ทึบแสง	2	4	3
	รวม	85	70

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ฝาเกลียวพลาสติกชนิด HDPE (High density Polyethylene)
ผลิตด้วยวิธีการฉีด (Injection)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.12 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการปิดด้วยบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสด ลูกตาลในน้ำเชื่อม และวุ้นลูกตาล เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 150 ml
- ลูกตาลในน้ำเชื่อม ขนาดบรรจุ 150 ml
- วุ้นลูกตาล ขนาดบรรจุ 115 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้อย่างเหมาะสม
2. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความยืดหยุ่น
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ
6. สามารถพิมพ์ได้อย่างสวยงาม

ตาราง 2.7-1.12 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการปิดด้วยบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสด ลูกตาลในน้ำเชื่อม และวุ้นลูกตาล

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	LDPE	Aluminium Foil
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	2
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	3	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	2	2
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	4	4	3
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ยืดหยุ่นได้ดี	3	4	2
พิมพ์ได้สวยงาม	3	4	3
	รวม	88	71

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

**สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้พลาสติกชนิด LDPE (Low density Polyethylene)
ปิดด้วยวิธีการผนึกด้วยความร้อน (Heat Sealed)**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.13 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาปิดด้วยโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง และแอมลูกตาล

เพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้น Primary Package สำหรับ

- โพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง ขนาดบรรจุ 100 กรัม
- แอมลูกตาล ขนาดบรรจุ 115 กรัม

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของอากาศและไอน้ำได้อย่างเหมาะสม
2. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
3. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
4. มีความยืดหยุ่น
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ
6. ทึบแสง

ตาราง 2.7-1.13 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตฝาปิดด้วยโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง และแอมลูกตาล

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	HDPE	PP
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	2
ด้านการซึมผ่านของไอน้ำ	4	4	4
ด้านการซึมผ่านของก๊าซ	4	2	2
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	4	4	2
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ยืดหยุ่นได้ดี	3	3	4
ทึบแสง	2	4	3
	รวม	85	70

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ฝา snap พลาสติกชนิด HDPE (High density Polyethylene)
ผลิต ด้วยวิธีการฉีด (Injection)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.14 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตชิ้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

เพื่อเป็นส่วนส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย
3. ออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ
4. พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสม เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตาราง 2.7-1.14 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตชิ้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	Future Board	กระดาษลูกฟูก
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	2	4
ความแข็งแรง	4	4	3
พับขึ้นรูปได้ง่าย	4	3	3
การ Die Cut	3	3	3
พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสม	3	2	3
	รวม	51	58

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระดาษลูกฟูก

1.15 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถุงสินค้า

เพื่อเป็นส่วนส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

วัสดุที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ
4. พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสม เสริมภาพจนที่ดีที่สุดสินค้า
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตาราง 2.7-1.15 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตถุงสินค้า

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	กระดาษ kraft	กระดาษproof
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	4
ความแข็งแรง	4	3	3
พับขึ้นรูปได้ง่าย	4	4	4
การ Die Cut	3	4	4
พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสม	3	2	3
	รวม	62	65

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้กระดาษproof

2. การวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

จากวัสดุที่วิเคราะห์ได้ จะเกิดรายการที่ต้องวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์สำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ดังนี้คือ

2.1 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลาก กล่องกระดาษ บู้ทส่งเสริมการขาย และถุงกระดาษ

2.2 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์แผ่นพลาสติก LDPE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลาก กล่องกระดาษ ไม้ส่งเสริมการขาย และถุงกระดาษ เพื่อเป็นส่วนส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

วัตถุประสงค์ที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. ต้นทุนการผลิตต่ำ
2. พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสมกับกระดาษ
3. เก็บรายละเอียดได้ชัดเจน
4. ทนทาน คงทน

ตาราง 2.7-2.1 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลาก กล่องกระดาษ ไม้ส่งเสริมการขาย และถุงกระดาษ

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	Silk Screen	Flexography
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	3
สวยงาม เหมาะสมกับกระดาษ	4	3	4
เก็บรายละเอียดได้ชัดเจน	3	3	4
ความยากง่ายในการพิมพ์	2	3	4
	รวม	43	48

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบ Flexography

2.2 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์แผ่นพลาสติก LDPE

เพื่อเป็นส่วนส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

วัตถุประสงค์ที่มีความเหมาะสมควรมีคุณสมบัติดังนี้ คือ

1. ต้นทุนการผลิตต่ำ
2. พิมพ์ได้สวยงาม เหมาะสมกับแผ่นพลาสติก
3. เก็บรายละเอียดได้ชัดเจน
4. ทนทาน คงทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 2.7-2.2 วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์แผ่นพลาสติก LDPE

เงื่อนไขในการพิจารณา	ค่าความสำคัญ	Flexography	Off set
ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	4	1
สวยงาม เหมาะสมกับแผ่นพลาสติก	3	3	4
เก็บรายละเอียดได้ชัดเจน	3	3	4
ทนทาน คงทน	2	3	4
	รวม	40	36

หมายเหตุ : 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ดีปานกลาง 1 = ดีน้อยที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์ : เลือกใช้ระบบการพิมพ์แบบ Flexography

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

อำนาจตามความในมาตรา 32 และมาตรา 36 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ประกอบกับความในข้อ 8 แห่งประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 194) พ.ศ. 2543 เรื่อง ฉลาก ลงวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2543 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงออกระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า "ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยการดำเนินการเกี่ยวกับเลขสารบบอาหาร"

ข้อ 2 ระเบียบนี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ว่าด้วยการอนุญาตใช้ฉลากอาหาร ลงวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2539

ข้อ 4 อาหารที่ต้องแสดงเลขสารบบอาหาร ได้แก่

4.1 อาหารควบคุมเฉพาะ

4.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

4.2.1 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานนอกเหนือจาก 4.2.1

4.3 อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก ดังต่อไปนี้

4.3.1 อาหารที่ต้องมีฉลากที่รัฐมนตรีประกาศให้ต้องส่งมอบฉลากให้ตรวจ

อนุมัติก่อนนำไปใช้

4.3.2 อาหารที่ต้องมีฉลากนอกเหนือจาก 4.3.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 5 รายละเอียดของเลขสารบบอาหารประกอบด้วย ตัวเลขสิบสามหลักที่แบ่งเป็นห้ากลุ่มซึ่งหมายถึงสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี หน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาต และลำดับที่ของอาหาร โดยแสดงในเครื่องหมาย อย . ที่ฉลากอาหาร ตามลักษณะข้างล่างนี้

5.1 กลุ่มที่หนึ่ง (XX) ประกอบด้วย ตัวเลขสองหลัก แสดงถึงจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหาร โดยใช้ตัวเลขแทนอักษรย่อของจังหวัด รายละเอียดปรากฏในตารางแสดงรหัสจังหวัดที่แนบท้ายระเบียบนี้

5.2 กลุ่มที่สอง (X) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงสถานะของสถานที่ผลิตอาหารและหน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาต ดังนี้

หมายเลข 1 หมายถึง สถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 3 หมายถึง สถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 2 หมายถึง สถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 4 หมายถึง สถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

5.3 กลุ่มที่สาม (xxxxx) ประกอบด้วย ตัวเลขห้าหลัก แสดงถึงเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่นำเข้าอาหารที่ได้รับอนุญาตและปีพุทธศักราชที่อนุญาต โดยตัวเลขสามหลักแรกของกลุ่มที่สาม คือ เลขสถานที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี และตัวเลขสองหลักสุดท้ายของกลุ่มที่สาม คือ ตัวเลขสองหลักสุดท้ายของปีพุทธศักราชที่ได้รับอนุญาต เช่น 00241 แทนเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารซึ่งได้รับอนุญาตเลขที่สอง ซึ่งอนุญาตในปีพุทธศักราช 2541

5.4 กลุ่มที่สี่ (Y) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงหน่วยงานที่ออกเลขสารบบอาหาร ดังนี้

1 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากจังหวัด

5.5 กลุ่มที่ห้า (YYYY) ประกอบด้วย ตัวเลขสี่หลัก แสดงถึงลำดับที่ของอาหารที่ผลิตโดยสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าโดยสถานที่นำเข้าอาหารแต่ละแห่ง แยกหน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาตตาม 5.4 เช่น 0001 แทนลำดับที่ 1, 0099 แทนลำดับที่ 99, 0110 แทนลำดับที่ 1001

ข้อ 6 ให้แสดงเลขสารบบอาหารในเครื่องหมาย อย. ด้วยตัวเลขที่มีสีตัดกับสีพื้นของกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 5 รายละเอียดของเลขสารบบอาหารประกอบด้วย ตัวเลขสิบสามหลักที่แบ่งเป็นห้ากลุ่มซึ่งหมายถึงสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี หน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาต และลำดับที่ของอาหาร โดยแสดงในเครื่องหมาย อย . ที่ฉลากอาหาร ตามลักษณะข้างล่างนี้

5.1 กลุ่มที่หนึ่ง (XX) ประกอบด้วย ตัวเลขสองหลัก แสดงถึงจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหาร โดยใช้ตัวเลขแทนอักษรย่อของจังหวัด รายละเอียดปรากฏในตารางแสดงรหัสจังหวัดที่แนบท้ายระเบียบนี้

5.2 กลุ่มที่สอง (X) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงสถานะของสถานที่ผลิตอาหารและหน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาต ดังนี้

หมายเลข 1 หมายถึง สถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 3 หมายถึง สถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 2 หมายถึง สถานที่ผลิตอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

หมายเลข 4 หมายถึง สถานที่นำเข้าอาหาร ซึ่งจังหวัดเป็นผู้อนุญาต

5.3 กลุ่มที่สาม (xxxx) ประกอบด้วย ตัวเลขห้าหลัก แสดงถึงเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่นำเข้าอาหารที่ได้รับอนุญาตและปีพุทธศักราชที่อนุญาต โดยตัวเลขสามหลักแรกของกลุ่มที่สาม คือ เลขสถานที่ผลิตอาหารหรือเลขสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี และตัวเลขสองหลักสุดท้ายของกลุ่มที่สาม คือ ตัวเลขสองหลักสุดท้ายของปีพุทธศักราชที่ได้รับอนุญาต เช่น 00241 แทนเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารซึ่งได้รับอนุญาตเลขที่สอง ซึ่งอนุญาตในปีพุทธศักราช 2541

5.4 กลุ่มที่สี่ (Y) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงหน่วยงานที่ออกเลขสารบบอาหาร ดังนี้

1 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากจังหวัด

5.5 กลุ่มที่ห้า (YYYY) ประกอบด้วย ตัวเลขสี่หลัก แสดงถึงลำดับที่ของอาหารที่ผลิตโดยสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าโดยสถานที่นำเข้าอาหารแต่ละแห่ง แยกหน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาตตาม 5.4 เช่น 0001 แทนลำดับที่ 1, 0099 แทนลำดับที่ 99, 0110 แทนลำดับที่ 1001

ข้อ 6 ให้แสดงเลขสารบบอาหารในเครื่องหมาย อย. ด้วยตัวเลขที่มีสี่ตัวกับสี่พื้นของกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีที่ไม้อาจแสดงเลขสารบบอาหารตามวรรคหนึ่งได้ ให้ชี้แจงและแสดงเหตุผลประกอบ คำชี้แจง หากเหตุผลรับฟังได้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจให้ความเห็นชอบในการ แสดงเลขสารบบอาหารต่างไปจากข้อกำหนดในวรรคหนึ่งก็ได้

ข้อ 7 ผู้ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหารตามข้อ 4 เพื่อจำหน่าย ต้องแสดงเลขสารบบอาหาร และให้ดำเนินการหรือการแสดงผลเลขสารบบอาหาร ดังต่อไปนี้

การแสดงผล

1. การแสดงผลอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องแสดงข้อความ เป็นภาษาไทยจะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ และต้องแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้ เว้นแต่สำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยาจะยกเว้นให้ไม่ต้องระบุข้อความหนึ่งข้อความใดในฉลากของอาหาร แต่ละชนิด

1.1 ชื่ออาหาร ชื่ออาหารภาษาไทยต้องมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน ขนาดของ ตัวอักษรใกล้เคียงกัน สีเดียวกัน ถ้าแสดงบรรทัดเดียวได้ไม่หมดก็แยกเป็นหลายบรรทัดก็ได้ และ ชื่ออาหารภาษาไทยจะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

1.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร แสดงตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดดังนี้

ให้แสดงผลทะเบียนอาหารด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรในกรอบดังรูป โดยที่สีของกรอบติดกับสีพื้นของฉลาก และสีพื้นภายในกรอบเป็นสีขาว ยกเว้นอาหารที่ผลิตเพื่อ ส่งออก, เครื่องดื่ม, น้ำมันถั่วเหลือง ที่แสดงผลโดยวิธีพิมพ์ ฟัน ประทับ หรือโดยวิธีอื่นใดใน ทำนองเดียวกันที่ภาชนะบรรจุที่เป็นแก้วเท่านั้น

1.3 ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย แล้วแต่กรณี โดยมีคำว่า "ผลิตโดย" หรือ "ผลิต-แบ่งบรรจุโดย" กำกับ สำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศอาจแสดง สำนักงานแห่งใหญ่ของผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้ ในกรณีที่เป็นการนำเข้าให้แสดงประเทศ ผู้ผลิตด้วย

1.4 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก ถ้าเป็นอาหารผงหรือแห้งหรือก้อนให้ แสดงน้ำหนักสุทธิ ถ้าอาหารเป็นของเหลวให้แสดงเป็นปริมาตรสุทธิ ในกรณีที่เป็นการนำเข้าในภาชนะ บรรจุที่ปิดสนิทถ้าแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำได้ให้แสดงน้ำหนักเนื้ออาหารด้วย

1.5 ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ โดยแสดงจากปริมาณ มากไปหาน้อย กรณีที่เป็นอาหารที่ต้องเจือจางหรือทำละลายก่อนบริโภค ให้แสดงส่วนประกอบที่ สำคัญของอาหารเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเมื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้ในฉลาก

1.6 แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อน โดยมีคำว่า "ผลิต" หรือ "หมดอายุ" หรือ "ควรบริโภคก่อน" กำกับ แล้วแต่กรณีดังต่อไปนี้

ก. อาหารที่เก็บได้ไม่เกิน 90 วัน ให้แสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

ข. อาหารที่เก็บได้เกิน 90 วัน ให้แสดงเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุ หรือวันเดือนปีที่ควรบริโภคก่อน

ค. อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงวันเดือนปีที่หมดอายุ เช่น นมเปรี้ยว นมพาสเจอร์ไรส์ ขนมบั้ง ผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ นมดัดแปลงสำหรับทารก อาหารเสริมสำหรับเด็ก อาหารทารก นมผงธรรมชาติที่มีวัตถุประสงค์จะใช้เลี้ยงทารก

1.7 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

1.8 วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

1.9 ข้อความว่า "ใช้วัตถุดิบเสีย" ถ้ามีการใช้

1.10 ข้อความว่า "เชื้อสีธรรมชาติ" หรือ "เชื้อสีสังเคราะห์" แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

1.11 ข้อความว่า "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นสังเคราะห์" "แต่งรสธรรมชาติ" หรือ "แต่งรสเลียนธรรมชาติ" แล้วแต่กรณีถ้ามีการใช้

1.12 ข้อความว่า "ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร..." (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของวัตถุปรุงแต่งที่ใช้) ในกรณีที่เป็นโมโนโซเดียมกลูตาเมตให้แสดงข้อความว่า "ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (ผงชูรส)"

1.13 วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายใช้กับบุคคลกลุ่มใดได้ โดยเฉพาะการแสดงฉลากจะต้องแสดงชื่ออาหาร ปริมาตรสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน ไว้ส่วนสำคัญของฉลาก (Principal Display Panel)

2. การแสดงฉลากที่มีได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหารให้แสดงเหมือนกับฉลากที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค เว้นแต่กรณีมีคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร คำแนะนำในการเก็บรักษา วิธีปรุงเพื่อรับประทาน การใช้วัตถุดิบเสีย เชื้อสีแต่งกลิ่น การใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร อยู่แล้ว จะแสดงฉลากเพียงชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุปริมาณสุทธิ เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตใช้เลขอาหาร และวันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุการใช้หรือควรบริโภคก่อนก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การแสดงฉลากอาหารที่ไม่ได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่นำมาจำหน่ายเพื่อเป็นวัตถุดิบของโรงงาน ต้องมีข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารที่นำเข้าอาจแสดงข้อความเป็นภาษาอังกฤษก็ได้ อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

- 3.1 ชื่อและประเภทหรือชนิดของอาหาร
- 3.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร
- 3.3 ปริมาณสุทธิเป็นระบบเมตริก
- 3.4 ชื่อผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต

4. การแสดงฉลากของอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก จะแสดงข้อความเป็นภาษาใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องมีข้อความดังต่อไปนี้

- 4.1 ชื่ออาหารในทางการค้า
- 4.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหาร แล้วแต่กรณี
- 4.3 ปริมาณสุทธิ
- 4.4 ข้อความ "ผลิตในประเทศไทย"

การแสดงฉลากจะต้องเป็นไปตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่องฉลาก ลงวันที่ 29 เมษายน 2525 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 กันยายน 2528 ทั้งนี้หากประกาศกระทรวงสาธารณสุขของอาหารควบคุมเฉพาะนั้นๆ มีการกำหนดรายละเอียดการแสดงฉลากเพิ่มเติมจากประกาศ ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) และฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) ผู้ขออนุญาตจะต้องแสดงฉลากให้มีรายละเอียดที่กำหนดไว้ในประกาศของอาหารโดยเฉพาะด้วย

การแสดงข้อความในฉลากตามข้อ 1 มีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดยกเว้นให้ไม่ต้องแสดง และข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้แสดงไว้ที่ฉลากของอาหารแต่ละชนิดดังนี้

1. สูตรส่วนผสมประกอบของอาหาร

1.1 อาหารที่ได้รับยกเว้นให้แสดงเฉพาะส่วนผสมประกอบของอาหาร โดยไม่ต้องแจ้งปริมาณเป็นร้อยละของน้ำหนัก ได้แก่ พืชดอกเทศ พืชสลด

1.2 อาหารที่ได้รับการยกเว้นให้ไม่ต้องแสดงส่วนผสมประกอบของอาหาร

1.2.1 น้ำแข็ง

1.2.2 น้ำบริโภค

1.2.3 อาหารที่มีส่วนผสมเพียงอย่างเดียว โดยไม่รวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.4 ไซดา

1.2.5 เครื่องดื่ม น้ำนมถั่วเหลือง ที่แสดงฉลากโดยพิมพ์ทับบนภาชนะที่เป็นแก้ว

1.3 อาหารที่มีเนื้อที่ของฉลากทั้งหมดน้อยกว่า 35 ตารางเซนติเมตร ให้แสดงส่วนประกอบของอาหารไว้ที่หีบห่อได้โดยไม่ต้องแสดงที่ฉลาก

1.4 อาหารที่ต้องแสดงส่วนประกอบเมื่อเจือจางหรือทำละลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้บนฉลาก ได้แก่ เครื่องดื่มชนิดเข้มข้นหรือชนิดแห้ง

2. การแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

2.1 อาหารที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

2.1.1 เครื่องดื่ม น้ำนมถั่วเหลือง ที่แสดงฉลากโดยวิธีพิมพ์ทับบนภาชนะบรรจุแก้ว

2.1.2 น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท

2.1.3 ไซดา

2.1.4 ไอศกรีม

2.1.5 น้ำแข็ง

3. ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้แสดงในอาหารบางชนิด ได้แก่

3.1 คำว่า "อย่าใช้เลี้ยงทารก" ด้วยตัวอักษรที่บัสสีแดง ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มม. ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นสีขาว สีของกรอบติดกับสีพื้นของฉลาก ให้แสดงในฉลากอาหารประเภทนมชั้นหวาน นมชั้นขาดมันเนย นมชั้นคั้นรูป นมแปลงไขมัน นมผงขาดมันเนย นมผงพร่องมันเนย

3.2 ข้อความดังต่อไปนี้ ให้แสดงในสิ่งสำคัญที่ควรทราบของอาหารประเภทอาหารกนดัดแปลงสำหรับทารก หรือผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารครบถ้วน และมีปริมาณเพียงพอต่อการเจริญเติบโตของทารกตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 4 หรือ 6 เดือน

3.2.1 นมแม่เป็นอาหารที่ดีที่สุดสำหรับทารก เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน

3.2.2 ควรใช้ตามคำแนะนำของแพทย์หรือผู้บริบาลสุขภาพ

3.2.3 วิธีใช้หรือตารางแนะนำการเลี้ยงประจำวัน

3.2.4 เตรียมหรือใช้ส่วนผสมไม่ถูกต้องจะเป็นอันตรายต่อทารก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ข้อความว่า “อย่าใช้เลื่อยทากรกแทนนมแม่” ด้วยอักษรเส้นทึบสีแดง ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 5 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก ให้แสดงในฉลากของอาหารเสริมสำหรับเด็ก แบ่งข้างกล่อง

3.4 เครื่องดื่มที่ผสมกาแฟเฟอีน ต้องระบุข้อความที่ฉลากว่า “ห้ามดื่มเกินวันละ 2 ขวด เพราะหัวใจจะลั่น นอนไม่หลับ เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรดื่ม ผู้ป่วยปรึกษาแพทย์ก่อน” ด้วยตัวอักษรเส้นทึบ สีแดง ขนาดความสูงไม่น้อยกว่า 2 มิลลิเมตร ในกรอบสี่เหลี่ยมพื้นขาว สีของกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก

ฉลากอาหาร

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 มีผลบังคับใช้ในการควบคุมและกำกับดูแลเกี่ยวกับอาหารที่มนุษย์บริโภค ตั้งแต่ 14 พฤษภาคม 2522 เป็นต้นมาถึงปัจจุบัน ได้มีการกำหนดความหมายของข้อความที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

“อาหาร” หมายถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่

1. วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ หรือในรูปลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยกาะนั้นแล้วแต่กรณี
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารรวมถึงเจือปนอาหารสี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

“ฉลาก” หมายถึง รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ที่แสดงไว้ที่อาหารภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร

“ผลิต” หมายถึง ทำ ผสม ปรุงแต่งและหมายความรวมถึงแบ่งบรรจุด้วย

“นำเข้า” หมายถึง นำหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักร

“โรงงาน” หมายถึง โรงงานตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานทั้งตั้งขึ้นเพื่อผลิตอาหาร (ซึ่งหมายถึง สถานที่ผลิตที่ใช้เครื่องมือ เครื่องจักรอุปกรณ์ที่มีกำลังแรงม้า หรือเทียบเท่าตั้งแต่ 5 แรงม้าขึ้นไป หรือใช้คนงานในการผลิตอาหารตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป)

ความสำคัญของฉลากอาหาร

- เป็นสื่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค
- เป็นสื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ทางด้านโภชนาการ (กรณีที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ)
- เป็นเครื่องมือในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นสื่ออ้างอิงในการดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ฝ่าฝืน
- เป็นปัจจัยหรือสิ่งดึงดูดใจผู้ซื้อ (ในด้านการตลาด)
- ข้อมูลในฉลากช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มาบริโภค เช่น สูตร ส่วนประกอบปริมาณสุทธิ วันที่ผลิต หมดอายุ คุณค่าทางโภชนาการ ราคา

ในการจัดทำฉลากอาหาร จะต้องศึกษาข้อมูลจากประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 68 (พ.ศ. 2525) เรื่องฉลาก และฉบับที่ 95 (พ.ศ. 2528) เรื่องฉลาก (ฉบับที่ 2) ประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยอาหารแต่ละชนิดที่มีการกำหนดการแสดงฉลากอาหารประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในคู่มือ ซึ่งพอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. กลุ่มของอาหารที่ต้องมีฉลาก
 - 1.1 อาหารควบคุมเฉพาะ
 - 1.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน
 - 1.3 อาหารที่นำเข้าเพื่อจำหน่าย
 - 1.4 อาหารอื่นที่นอกเหนือจากข้อ 1.1-1.3 ซึ่ง รมต.ประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)
2. ประเภทของฉลากอาหาร
 - 2.1 ฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค
 - 2.2 ฉลากอาหารที่จำหน่ายให้ผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหาร
 - 2.3 ฉลากอาหารที่จำหน่ายเป็นวัตถุดิบให้โรงงานผลิตอาหาร
 - 2.4 ฉลากอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก
3. ข้อกำหนดทั่วไปเกี่ยวกับฉลากอาหาร
 - 3.1 ฉลากอาหารตามที่ได้กลุ่มไว้ในข้อ 1 ต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาตรวจอนุญาตให้ใช้ก่อนนำไปใช้
 - 3.2 ฉลากอาหารที่ได้รับอนุญาตให้ใช้แล้ว ต้องแสดงเครื่องหมายการได้รับอนุญาตตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ที่ฉลาก
 - 3.3 ฉลากอาหารต้องปิด ติด หรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุ และ/หรือหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองเห็นได้ชัดเจน
 - 3.4 ฉลากอาหารต้องไม่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ หรือเครื่องหมายที่แนะนำผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ไม่ว่าจะโดยตรงหรือทางอ้อมซึ่งอาจทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกับอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 ฉลากอาหารที่มีข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ หรือเครื่องหมายไม่ว่าจะเป็น ภาษาใดที่ปรากฏในฉลากต้อง

3.5.1 ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรหรือไม่ทำให้ เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

3.5.2 ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหารอัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิด ความหลงเชื่อ

3.5.3 ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพรอยประดิษฐ์ หรือ เครื่องหมายดังกล่าวผสมอยู่ในอาหาร โดยไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจ แสดงสรรพคุณได้

3.6 ข้อความในฉลากต้องมีลักษณะเห็นได้ชัดเจนและอ่านได้ง่าย

3.7 การแสดงสีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลากต้องใช้สีที่ตัดกัน ซึ่งทำให้ ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน ขนาดของตัวอักษรหรือบริเวณพื้นที่ในฉลากที่ระบุข้อความนั้นต้องมี ขนาดตัวอักษรสัมพันธ์กับขนาดของพื้นที่ฉลาก เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษร ตำแหน่ง และแบบตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

3.7.1 เลขทะเบียนตำรับอาหาร

3.7.2 ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้ต้องมีสำหรับ อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนด

3.7.3 เครื่องหมายการได้รับอนุญาตให้ใช้ฉลาก

4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับชื่ออาหาร

4.1 ชื่ออาหาร ให้ใช้ชื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

4.1.1 ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสำคัญ หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ

4.1.2 ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร

4.1.3 ชื่อทางการค้า และข้อความที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับชื่อ อาหารด้วยอักษรขนาดเห็นได้ชัดเจน เช่น "ไอเอโน" เป็นชื่อทางการค้าจะต้องกำกับด้วยประเภท หรือชนิดของอาหารด้วย "ขนมปังกรอบ" (หากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นขนมปังกรอบ) "เพียงแพ" เป็นชื่อ ทางการค้าของนมสลายใหม่ก็ต้องกำกับคำว่า "นมสลายใหม่" เป็นต้น

4.2 ให้แสดงชื่ออาหารภาษาไทยไว้ส่วนที่สำคัญของฉลาก

4.3 ชื่ออาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวง ให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิดหรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือสื่อไปในทาง ทำลายคุณค่าของภาษาไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การแสดงชื่ออาหารภาษาไทย ต้องใช้ข้อความที่ต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดก็ได้ ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกันหรือเท่ากันขนาดไม่เล็กกว่า 5 มิลลิเมตร (สำหรับฉลากที่มีเนื้อที่น้อยอาจใช้อักษรขนาดไม่เล็กกว่า 3 มิลลิเมตรได้) และไม่เล็กกว่าชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

5. ข้อกำหนดเกี่ยวกับตราหรือเครื่องหมายการค้า

5.1 หากผู้ขออนุญาตประสงค์จะแสดงตราหรือเครื่องหมายการค้าไว้ในฉลากให้แสดงคำว่า “ตรา” หรือ “เครื่องหมายการค้า” กำกับไว้ที่ชื่อตราหรือเครื่องหมายการค้าภาษาไทย หากมีภาษาอื่นก็ให้สอดคล้องกับภาษาไทย

5.2 ชื่อเครื่องหมายการค้าหรือตราต้อง

5.2.1 ไม่หลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

5.2.2 ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามเครื่องหมายการค้าหรือตราผสมอยู่ในอาหาร โดยไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณได้

5.3 ฉลากอาหารต้องไม่มีเครื่องหมายการค้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์อื่นไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งอาจทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นกับอาหาร

6. การแสดงรายละเอียดของฉลากอาหาร

6.1 ฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องมีข้อความภาษาไทยอย่างน้อย ดังนี้ แต่จะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้

6.1.1 ชื่ออาหาร

6.1.2 เลขทะเบียนตำรับอาหารหรือเลขอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร หรือเลขรับแจ้งรายละเอียดของอาหารอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วแต่กรณี

6.1.3 ชื่อและที่ตั้งของผลิตหรือแบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย ในกรณีนำเข้าให้แสดงประเทศผู้ผลิตด้วย กรณีเป็นผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุภายในประเทศไทย ให้แสดงสำนักงานใหญ่ก็ได้

6.1.4 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

6.1.4.1 แสดงเป็น “น้ำหนักสุทธิ” ในกรณีที่เป็นของแข็ง ผง แห้ง ก้อน หรือครึ่งแข็งครึ่งเหลว

6.1.4.2 แสดงเป็น “ปริมาตรสุทธิ” ในกรณีที่เป็นของเหลวหรือครึ่งแข็งครึ่งเหลว

6.1.4.3 ในกรณีเป็นอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทและสามารถแยกเนื้ออาหารออกจากน้ำได้ ต้องแสดงน้ำหนักเนื้อ (Drained weight) ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.5 ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ แสดงเป็นร้อยละของน้ำหนัก โดยเรียงจากปริมาณมากไปหาน้อย กรณีต้องเจือจางหรือทำลายก่อนบริโภคให้แสดงส่วนประกอบเมื่อเจือจางหรือทำลายตามวิธีปรุงเพื่อรับประทานตามที่แจ้งไว้ในฉลาก

6.1.6 การแสดง (วัน) เดือนปีที่ผลิต วันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ หรือควรบริโภคก่อน โดยมีข้อความว่า “ผลิต” “หมดอายุ” หรือ “ควรบริโภคก่อน” กำกับไว้ในกรณีดังต่อไปนี้

6.1.6.1 อาหารที่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 90 วัน ให้แสดงวันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุหรือควรบริโภคก่อน

6.1.6.2 อาหารที่เก็บไว้ได้เกิน 90 วัน ให้แสดงเดือน ปี ที่ผลิตหรือวันเดือนปีที่หมดอายุหรือวันเดือนปีที่ควรบริโภคก่อน

6.1.6.3 อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศให้แสดงวันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ เช่นอาหารทารก นมพาสเจอร์ไรส์ นมเปรี้ยว ชนมปัง เป็นต้น

6.1.7 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

6.1.8 วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

6.1.9 ข้อความว่า “ใช้วัตถุดิบเดียว” (ถ้ามีการใช้)

6.1.10 ข้อความว่า “เจือสีธรรมชาติ” หรือ “เจือสีสังเคราะห์” (ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี)

6.1.11 ข้อความว่า “ใช้วัตถุปรุงแต่งอาหาร (ผงชูรส)...%” (หรือ...กรัม) ในกรณีที่ใช้ผงชูรสโมโนโซเดียมกลูตาเมต แต่ถ้าใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหารอื่นให้ระบุ “ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร...” (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อวัตถุปรุงแต่งรสอาหารชนิดที่ใช้ในสูตร)

6.1.12 ข้อความว่า “แต่งกลิ่นธรรมชาติ” หรือ “แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ” หรือ “แต่งกลิ่นสังเคราะห์” หรือ “แต่งรสธรรมชาติ” หรือ “แต่งรสเลียนธรรมชาติ” (ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี)

6.1.13 วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อนหรือบุคคลกลุ่มใดไว้โดยเฉพาะ

6.1.14 ข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดให้แสดง เช่น กำหนดให้แสดงคำว่า “อย่าใช้เลี้ยงทารก” สำหรับนมผงขาดมันเนย คำว่า “ห้ามรับประทาน” สำหรับน้ำมันดิบ คำว่า “อย่าใช้เลี้ยงทารกอายุต่ำกว่า 1 ปี” สำหรับนมข้นหวาน เป็นต้น

การแสดงชื่ออาหาร ปริมาตรสุทธิ ให้แสดงไว้ส่วนที่สำคัญของฉลาก (Principal Display Panel)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันเดือนปีที่ผลิต หรือ หมดอายุ หรือ ควรบริโภคก่อน จะแสดงไว้ส่วนสำคัญของฉลาก หรือด้านบนหรือด้านล่างของภาชนะบรรจุก็ได้ แต่ถ้าแสดงไว้ที่ด้านล่างของภาชนะบรรจุต้องมีข้อความที่ฉลากว่า “จะดูวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อนได้ที่ใด”

6.2 ฉลากอาหารที่จำหน่ายให้แก่ผู้ปรุงหรือผู้จำหน่ายอาหาร

ให้แสดงรายละเอียดในฉลากเหมือนข้อ 6.1 เว้นแต่ในคู่มือหรือเอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบ คำแนะนำในการเก็บรักษา วิธีปรุงเพื่อรับประทาน “ใช้วัตถุดิบปรุงแต่งรสอาหาร...” (ถ้ามีการใช้) “เจือสี...” (ถ้ามีการใช้) “แต่งกลิ่น...” (ถ้ามีการใช้) วิธีการใช้และข้อความที่กำหนดให้แสดงอยู่แล้ว ก็ให้แสดงที่ฉลากเพียงชื่ออาหาร เลขทะเบียนตำรับอาหารหรือเลขอนุญาตให้ฉลากอาหาร ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

6.3 ฉลากอาหารที่จำหน่ายเป็นวัตถุดิบให้แก่โรงงานผลิตอาหาร

ต้องแสดงข้อความภาษาไทย เว้นแต่อาหารนำเข้าอาจแสดงข้อความภาษาอังกฤษก็ได้อย่างน้อยดังต่อไปนี้

6.3.1 ชื่อและประเภทหรือชนิดของอาหาร

6.3.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารแล้วแต่กรณี

6.3.3 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

6.3.4 ชื่อและประเทศของผู้ผลิต

6.4 ฉลากอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก จะแสดงเป็นภาษาใดก็ได้ อย่างน้อยดังนี้

6.4.1 ชื่ออาหารในทางการค้า

6.4.2 เลขทะเบียนตำรับอาหารหรือเลขอนุญาตให้ใช้ฉลากอาหารหรือเลขรับจด

แจ้ง

6.4.3 ปริมาณสุทธิ

6.4.4 ข้อความ “ผลิตในประเทศไทย”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปผลวิเคราะห์เป็นลำดับขั้นตอนเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

ลำดับแรก คือ การพิจารณาจากโครงการผู้ผลิต เพื่อทำการสรุปแนวความคิด (Concept) ของผลิตภัณฑ์ในโครงการซึ่งจะทำการยกระดับจากสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว โดยแนวความคิดที่ได้มานี้ จะเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นพื้นฐาน

สำหรับการกำหนดจุดขาย, กลุ่มเป้าหมาย หรือแม้กระทั่งมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป โครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนดเตาตาลบ้านหม้อ เป็นการรวมกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาลเพื่อผลิตสินค้าอาหารแปรรูปจากต้นตาล โดยเน้นที่ความหวานหอม สด อร่อยของน้ำตาลเมืองเพชรเป็นหลัก ทั้งนี้เป็นสินค้าจากธรรมชาติ ไม่มีการเจือปนและผลิตด้วยกระบวนการปลอดสารพิษทั้งสิ้น จึงสะอาด อร่อย และปลอดภัยตามแบบฉบับของภูมิปัญญาชาวบ้านไทย

กลุ่มเป้าหมายของโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนดเตาตาลบ้านหม้อจึงเป็นผู้ที่ใช้ชีวิตเรียบง่ายอย่างไทยๆ ไม่รีบเร่ง ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม นิยมใช้ของไทย บริโภคของไทย ให้ความสำคัญพิถีพิถันกับการรับประทานอาหาร และเลือกสิ่งที่ดีให้แก่ตนเองและครอบครัว

ดังนั้นจึงเกิดเป็นแนวความคิดหลักซึ่งสามารถกำหนดลักษณะในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้ คือ

Brand Concept

ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด เตาตาลบ้านหม้อ คือ อาหารที่ได้จากธรรมชาติ รสหวานหอม ให้พลังงาน และช่วยให้รู้สึกสดชื่น ด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้าน ผสานกับคุณประโยชน์จากต้นตาล ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ถูกปากคนไทย ตามแนวความคิด "ความหวานจากธรรมชาติ ต้นตำรับจากครัวไทย"

Product Concept

ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด เตาตาลบ้านหม้อ เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิดที่เกิดจากต้นตาลโตนด ซึ่งได้ผ่านการคัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมจากเมืองเพชร ดินแดนแห่งตาลโตนด มีรสชาติอร่อยตามธรรมชาติ มีกลิ่นหอมหวาน ถูกปากคนไทย

ผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด สามารถแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 หมวด โดยมีขอบเขตของโครงการ ดังนี้คือ

1. กลุ่มเครื่องดื่มน้ำตาลโดนด

- 1.1 น้ำตาลสด ขนาดบรรจุ 750 ml , 330 ml และ 150 ml
- 1.2 น้ำตาลเมา ขนาดบรรจุ 750 ml และ 330 ml

2. กลุ่มอาหารให้ความหวาน

- 2.1 น้ำตาลโดนด หรือน้ำตาลปึก ขนาดบรรจุ 1,000 g และ 160 g
- 2.2 น้ำเชื่อมตาลโดนด ขนาดบรรจุ 100 ml และ 500 ml

3. กลุ่มอาหารหวาน

- 3.1 ลูกตาลเชื่อม ขนาดบรรจุ 500 g
- 3.2 ตาลเชื่อมแห้ง ขนาดบรรจุ 200 g
- 3.3 ท้อफीลูกตาล ขนาดบรรจุ 200 g
- 3.4 แยมลูกตาล ขนาดบรรจุ 200 g
- 3.5 ไอศกรีมลูกตาล ขนาดบรรจุ 100 g
- 3.6 วุ้นลูกตาล ขนาดบรรจุ 115 g
- 3.7 ลูกตาลในน้ำเชื่อม(ลูกตาลลอยแก้ว) ขนาดบรรจุ 150 ml

4. กลุ่มคู่ของฝาก

- 4.1 ของฝากคู่เครื่องดื่ม ขนาดบรรจุ 330 ml
- 4.2 ของฝากคู่ทานเล่น ขนาดบรรจุ 2 กระปุก

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในของเขตของโครงการทั้งหมด ประกอบกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่พึงจะมี อันได้แก่เงื่อนไข 4 ประการ คือ

1. ด้านการบรรจุ (Containment)
2. ด้านการคุ้มครอง (Protection)
3. ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)
4. ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

จึงสามารถสรุปเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบโดยกล่าวเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด ซึ่งจำแนกตามแต่ละหน้าที่ได้ดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ตามขนาดบรรจุที่กำหนดไว้อย่างสวยงาม โดยสามารถจัดเรียงสินค้าได้อย่างประหยัดพื้นที่ เป็นระเบียบเรียบร้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

โดยสามารถให้ความคุ้มครองในขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

สำหรับผู้ผลิต - วิธีการบรรจุไม่ทำให้สินค้าเสียหาย

สำหรับผู้บริโภค - สามารถปกป้องสินค้าได้ตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ และช่วยให้เก็บรักษาได้นานขึ้น

สำหรับการขนส่ง - ช่วยป้องกันการเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง

ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินค้าเกิดความเสียหายทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพ อันจะส่งผลต่อความสด รสชาติของผลิตภัณฑ์อันได้แก่ อากาศ ความร้อน ความชื้น แสงแดด แรงกระทำต่างๆ จากภายนอก บรรจุภัณฑ์จึงจำเป็นต้องสามารถคุ้มครองป้องกันสินค้าภายในจากปัจจัยข้างต้นได้อย่างดี ด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

โดยสามารถอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

สำหรับผู้ผลิต - สามารถบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวกในสายการผลิต สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม

สำหรับผู้บริโภค - สามารถหยิบ ตัก เท หรือใช้สินค้านั้นๆ ได้อย่างสะดวก อำนวยความสะดวกหลังการเปิดใช้บรรจุภัณฑ์ เช่น การปิดเก็บรักษา

สำหรับการขนส่ง - สามารถจัดส่งได้อย่างง่ายดาย จัดเรียงและลำเลียงได้อย่างสะดวก

สำหรับการกำจัดซาก - สามารถกำจัดขยะได้อย่างสะดวก ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านการสื่อโฆษณา (Promotion)

นอกจากการจำหน่ายสินค้าที่ร้านของโครงการเตาตาลบ้านหม้อแล้ว ยังมีการกระจายไปตามซูเปอร์มาร์เก็ตและศูนย์แสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อีกด้วย ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงควรทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาต่อผู้บริโภคโดยตรง และควรมีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าไว้ในฉลากดังนี้ คือ

1. Brand name : เตาตาลบ้านหม้อ

ในกรณีที่ เป็นชื่อตรงสินค้าและมีการจดทะเบียนแล้ว จำเป็นต้องมีคำว่า "เครื่องหมายการค้า" หรือ Registration Mark (®) กำกับไว้ด้วย

2. ชื่อสามัญของสินค้า

ให้มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงหมดภายในบรรทัดเดียว ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน และแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก

3. ข้อความแสดงรสชาติของอาหาร

มีสีที่ตัดกับพื้นฉลาก เพื่อให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน

4. ข้อความบรรยายคุณประโยชน์และลักษณะของผลิตภัณฑ์

เป็นข้อความที่ไม่โอ้อวด ไม่เป็นเท็จ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญโดยใช้สีที่ตัดกับฉลากนั้น

5. ปริมาณสุทธิ

โดยแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก ในกรณีอาหารที่เป็นผงแห้ง หรือก้อน ให้แจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิในระบบเมตริก (กรัม)

6. ส่วนประกอบสำคัญ

แสดงเรียงลำดับจากมากไปน้อย

7. ชื่อและที่อยู่ของบริษัทผู้ผลิต

8. วันที่ผลิต วันหมดอายุ หรือวันที่ควรบริโภคก่อน

แสดงไว้ที่ส่วนหน้าของฉลาก

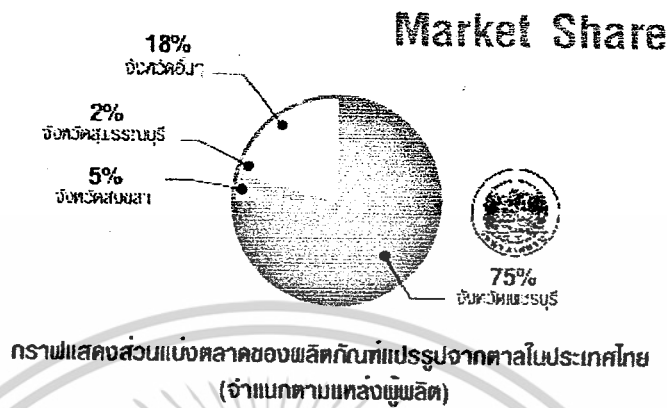
9. เลขทะเบียนตำรับอาหาร

สีของกรมต้องตัดกับสีพื้นฉลาก สีพื้นภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่เป็นเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหารต้องอยู่ภายในกรอบ มีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

หลังจากการพิจารณาในตัวผลิตภัณฑ์ของสินค้าในของเขตของโครงการ จนได้เงื่อนไขที่มีส่วนสำคัญซึ่งจะส่งผลกระทบต่องานออกแบบแล้ว จึงเริ่มวิเคราะห์ทางด้านการตลาดต่อไป

ตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ก็แปรรูปจากตาลโตนดในประเทศไทย จำแนกตามแหล่งผู้ผลิต จะเห็นว่าจังหวัดเพชรบุรีเป็นผู้ถือครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบชั้นเยี่ยม และมีวัตถุดิบมากที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ย่อยลึกลงไปในตัวจังหวัดเพชรบุรี จะเห็นว่า โครงการเตาตาลบ้านหม้อ ได้ถือครองตลาดสินค้าแปรรูปจากตาลโตนดสูงสุดในจังหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆ เนื่องจากโครงการเตาตาลบ้านหม้อได้รวมตัวเกษตรกรทำน้ำตาลในจังหวัดไว้มากที่สุดแล้ว และจะมีการขยายตัวต่อไปในอนาคต ทั้งนี้

ทางโครงการยังมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภค จึงได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี



กราฟแสดงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลในประเทศไทย (จำแนกตามแหล่งผู้ผลิต)



กราฟแสดงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลในจังหวัดบุรีรัมย์ (จำแนกตามแหล่งผู้ผลิต)





























รูปที่ 3.1-1 กราฟแสดงส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลในจังหวัดบุรีรัมย์ (จำแนกตามแหล่งผู้ผลิต)

เมื่อผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในโครงการมีคู่แข่งอยู่มากมายที่จำหน่ายในท้องตลาดขณะนี้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์คู่แข่ง เพื่อนำมาสรุปผลข้อมูลสำหรับการออกแบบต่อไป

โดยเริ่มจากการเปรียบเทียบคู่แข่งในแต่ละชนิดสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด เพื่อให้เห็นภาพรวม ถึงการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ของแต่ละยี่ห้อสินค้า โดยแยกเป็นคู่แข่งหลัก และคู่แข่งรอง จะทำให้มองเห็นถึงโหนดที่นิยมเลือกใช้ในแต่ละผลิตภัณฑ์ การใช้เอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identites) ของยี่ห้อสินค้าต่างๆ ทั้งนี้โดยวางเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เดิมของเตาตาลบ้านหม้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้























Competitors

	คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	 น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด	  น้ำดื่มบรรจุขวด
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	  น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด	   น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	 น้ำดื่มบรรจุขวด  น้ำดื่มบรรจุขวด	  น้ำดื่มบรรจุขวด  น้ำดื่มบรรจุขวด
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	  น้ำดื่มบรรจุขวด	   น้ำดื่มบรรจุขวด

13 สถานการณ์ในธุรกิจเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทย
 ตลาดเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 45,000 ล้านบาท
 ตลาดเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 45,000 ล้านบาท

ในธุรกิจเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทย มีคู่แข่งจำนวนมาก เช่น บริษัทน้ำดื่มวิเชียร
 บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร
 บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร

Competitors






	คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	 น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด	  น้ำดื่มบรรจุขวด
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	  น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด	   น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">No Packaging</div>	 น้ำดื่มบรรจุขวด
ผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นหรือคิดค้นขึ้นใหม่	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">No Packaging</div>	   น้ำดื่มบรรจุขวด   น้ำดื่มบรรจุขวด

14 สถานการณ์ในธุรกิจเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทย
 ตลาดเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 45,000 ล้านบาท
 ตลาดเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 45,000 ล้านบาท

ในธุรกิจเครื่องดื่มบรรจุขวดในประเทศไทย มีคู่แข่งจำนวนมาก เช่น บริษัทน้ำดื่มวิเชียร
 บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร
 บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร บริษัทน้ำดื่มวิเชียร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Competitors

		คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
ผลิตภัณฑ์คู่แข่งหลักในตลาด	ไม่บรรจุภัณฑ์	No Packaging	 Serr Sacc Quaker
	บรรจุภัณฑ์	No Packaging  บรรจุภัณฑ์สีขาว	 Korath Orlan Udon
	ไม่บรรจุภัณฑ์	No Packaging  บรรจุภัณฑ์สีขาว	 Ban Chan Rong

15 ภาพประกอบนี้เป็นเพียงตัวอย่างเท่านั้น ไม่สามารถนำมาใช้เพื่อการค้าได้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากสถาบันวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โทร. 02-226-1206

โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากต้นตาลโดนดแล้ว จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้รับการสนับสนุนโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอาหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โทร. 02-226-1206

รูปที่ 3.1-2 แผนภาพเปรียบเทียบแสดงลักษณะของสินค้าคู่แข่ง

จากแผนภาพเปรียบเทียบข้างต้น แสดงถึงความเหมือนและความแตกต่างของภาพ - ลักษณะของสินค้าที่ปรากฏต่อสายตาผู้บริโภค ทำให้มองเห็นช่องทางที่จะสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ของตนเองตาลบ้านหม้อ และทำให้ทราบถึงคู่แข่งที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ในโครงการอีกด้วย

หลังจากศึกษาทางด้านภาพรวมของตลาดสินค้าอาหารแปรรูปจากต้นตาลโดนดแล้ว จึงสามารถนำมาสรุปและกำหนดแผนการตลาดของตนเองตาลบ้านหม้อได้ดังต่อไปนี้ คือ

การวางแผนการตลาด (Market Plan)

สินค้าที่จะนำออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดจะถูกแยกออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้ คือ

1. Major Products

เป็นกลุ่มสินค้าที่ถือเป็นตัวเอกของโครงการ เป็นสินค้าที่จะเป็นตัวสร้างฐานการตลาดให้ผู้บริโภคได้ทำความรู้จักและคุ้นเคยกับแบรนด์ตนเองตาลบ้านหม้อก่อน เนื่องจากเป็นสินค้าพื้นเมืองที่เป็นที่รู้จักกันดี ประกอบด้วย น้ำตาลสด น้ำตาลปึก และลูกตาลเชื่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยสินค้าทั้งหมดจะมีรายละเอียดของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ดังนี้

Product

เป็นอาหารแปรรูปจากต้นตาลโตนด ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพของเพชรบุรี ผลิตในเพชรบุรี ทำให้ได้สินค้าคุณภาพ ซึ่งมีความหลากหลายของกิ่งผลิตภัณฑ์เนื่องจากความสามารถในการแปรรูปจากต้นตาลโตนด

Price

จัดจำหน่ายในราคาที่ไม่สูงมากนัก เหมาะสมกับคุณภาพ และความสามารถในการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีรายได้ครอบครัว ประมาณ 10,000-30,000 บาท

Place

จัดจำหน่ายที่ร้านเตาตาลบ้านหม้อ ร้านค้า ร้านสหกรณ์ในจังหวัด และร้านขายขนมและของฝากในจังหวัดเพชรบุรี ศูนย์การค้าแสดงสินค้าพื้นเมือง ตลาดงานออกร้าน นิทรรศการ รวมถึงงานในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารภายในจังหวัดเพชรบุรี ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต (ระบบสาขา) ทั้งในจังหวัดเพชรบุรี กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆ

Promotion

ออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารและตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างชัดเจน โดยแสดงถึงเอกลักษณ์ของผู้ผลิตและลักษณะของวัตถุดิบที่นำมาใช้ รวมทั้งให้การประชาสัมพันธ์ถึงความโดดเด่นของรสชาติ ความเป็นผลผลิตจากธรรมชาติ และนำเสนอในรูปแบบของฝากประจำจังหวัดและสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการจัดรูปแบบของชุดจัดแสดงสินค้าหรือชุดจัดจำหน่ายด้วย

การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งสินค้านั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการกำหนดลักษณะของเตาตาลบ้านหม้อว่าต้องการให้เข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคด้วยภาพลักษณ์แบบใด

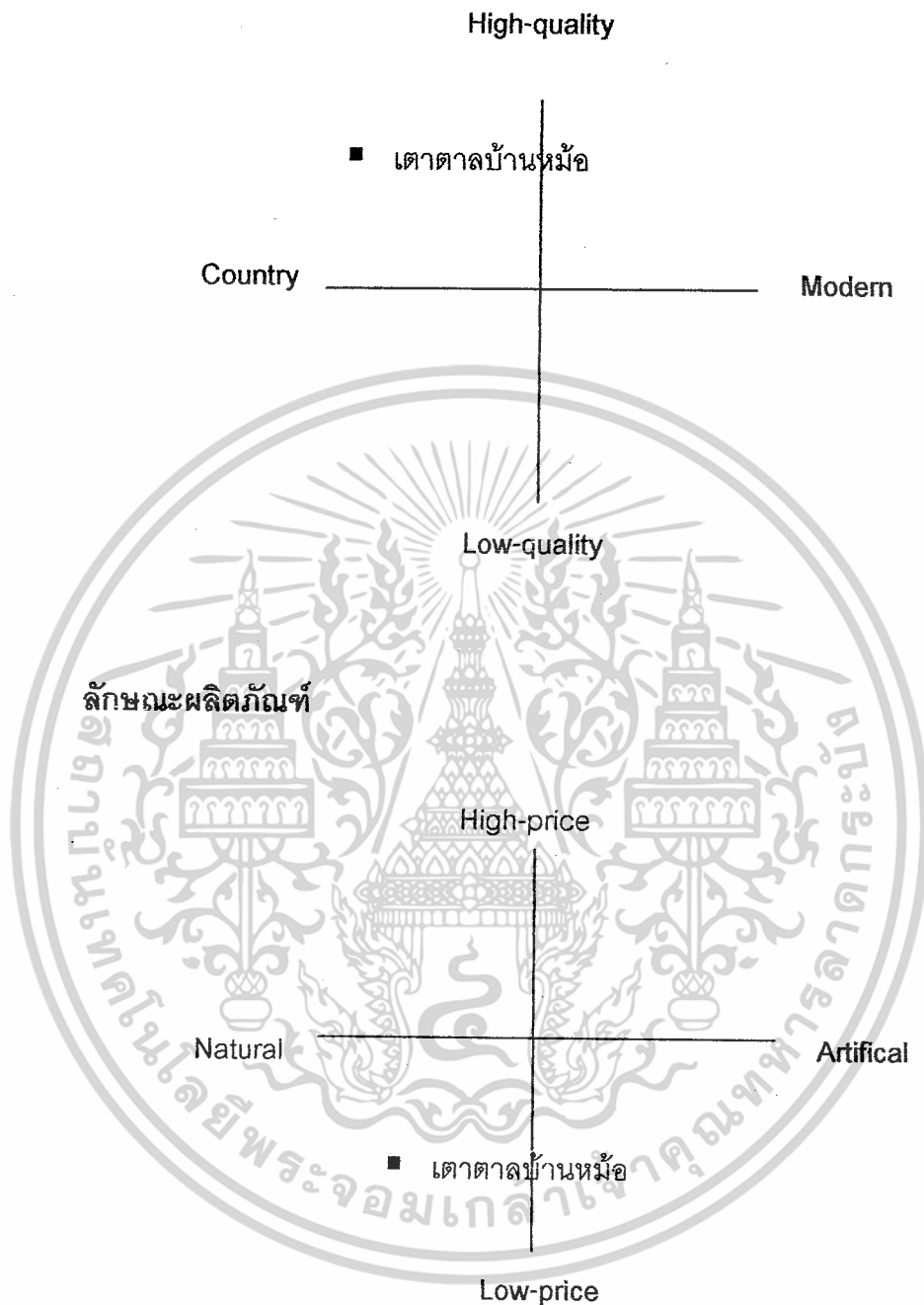
โดยสามารถแยกพิจารณาออกได้เป็น 3 กรณี คือ

1. ลักษณะภาพลักษณ์ของสินค้า
2. ลักษณะผลิตภัณฑ์
3. ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแผนภูมิดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะภาพลักษณ์สินค้า



ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Targer Group)

การทำตลาดของเตาตาลบ้านหม้อจะจับไปที่กลุ่มผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารแปรรูปจากตาลโตนดอยู่แล้ว (Users) และกลุ่มของผู้ที่ยังไม่เคยรับประทานแต่พร้อมที่จะลองสินค้าใหม่อยู่เสมอ (User-to-be) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Demographic

เพศ ทั้งชายและหญิง แต่จะเน้นที่เพศหญิงมากกว่า อายุ 30-60 ปี

ระดับการศึกษา ระดับการศึกษาตอนปลาย ถึงระดับปริญญาตรี มีความรู้ด้านอาหารไทยพอสมควร

อาชีพ เน้นกลุ่มแม่บ้าน ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดเพชรบุรีเป็นหลัก เป็นผู้บริโภคในตัวเมืองกรุงเทพฯ บางส่วน นอกจากนี้ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังจังหวัดเพชรบุรีด้วย

Psychographic

Lifestyle ใช้ชีวิตไม่เร่งรีบนัก

อุปนิสัย เป็นคนที่คุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ของไทย พิถีพิถัน รักครอบครัว คัดสรรสิ่งที่ดี มีคุณภาพ มีเวลาว่างในการรับประทานอาหารเช้า ใช้สอย และเดินทางท่องเที่ยว



รูปที่ 3.1-4 ภาพแสดงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาในช่วงข้างต้นนี้ จึงสามารถนำมาสรุปผลเป็นขั้นสุดท้ายเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสำหรับขั้นตอนต่อไป โดยจะแยกพิจารณาใน 4 เงื่อนไข กล่าวคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1 โครงการผู้ผลิต (Manufacturer)
- 2 ผู้บริโภค (Consumer)
- 3 การตลาด (Marketing)
- 4 คู่แข่ง (Competition)

ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. โครงการผู้ผลิต (Manufacturer)

เนื่องจากโครงการเกษตรทำน้ำตาลโตนด เตตตาลบ้านหม้อ เป็นโครงการที่รวบรวมกลุ่มเกษตรกรทำน้ำตาลโตนดในจังหวัดเพชรบุรีไว้มากที่สุด และขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตรายย่อยที่มีคุณภาพของสินค้าดีเยี่ยมที่สุดในจังหวัด ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในท้องถิ่น

ดังนั้นจึงควรนำภาพลักษณ์ของโครงการผู้ผลิต มาช้เป็นจุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้เกิดการจดจำและเอกลักษณ์เฉพาะของโครงการ

2. ผู้บริโภค (Consumer)

ลักษณะของผู้บริโภคเป็นผู้นิยมของพื้นบ้าน รักธรรมชาติ ใช้ชีวิตไม่เร่งรีบ และพิถีพิถัน

ดังนั้นเตตตาลบ้านหม้อจึงควรมีบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ และดูเป็นพื้นบ้าน นำชื่อหามาบริโภค

3. การตลาด (Marketing)

ตลาดอาหารแปรรูปจากตาลโตนดส่วนมากเป็นของเตตตาลบ้านหม้ออยู่เดิมแล้ว จึงได้รับความไว้วางใจจากคนในท้องถิ่นที่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

ดังนั้น จึงควรสื่อให้เตตตาลบ้านหม้อ มีความน่าเชื่อถือในวงกว้างกว่าเดิมว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่สุดในประเทศไทย เป็นของดีประจำจังหวัดเพชรบุรี ที่ไม่ควรพลาดเมื่อได้มาเยือน

4. คู่แข่ง (Competition)

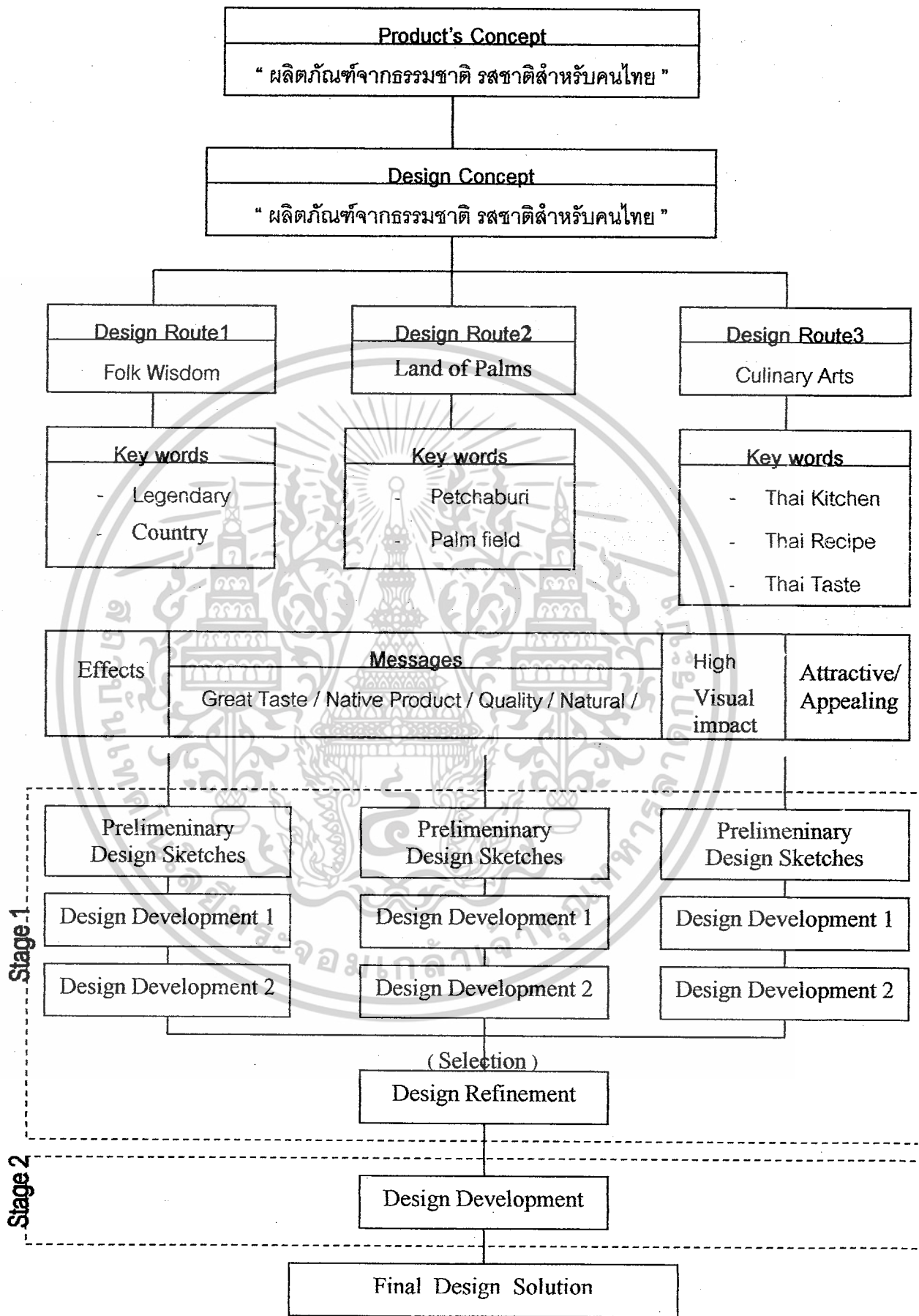
สินค้าในท้องตลาดตอนนี้มีจุดขายที่ใกล้เคียงกัน คือเน้นที่ความเป็นตาลสดแท้ 100%

ดังนั้น เตตตาลบ้านหม้อควรสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า โดยเน้นให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และขนาดบรรจุภัณฑ์ พร้อมกับคุณภาพที่โดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่ง

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea & Design Development)

เมื่อได้จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งในท้องตลาดแล้ว จึงสามารถสรุปแนวทางออกแบบได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ : คำภายในกรอบสี่เหลี่ยมสีเทาเป็น Keyword ร่วม สำหรับทุกแนวทางการออกแบบที่ควรจะพยายามสื่อให้เห็น เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับสินค้า โดยจะส่งผลต่อความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเมื่อพบเห็น

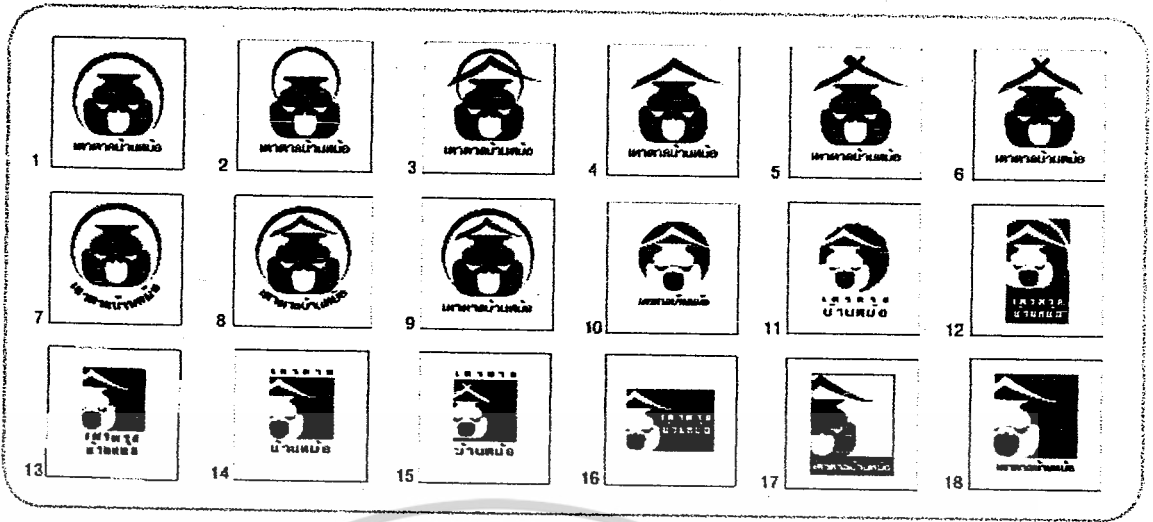
Keyword เหล่านี้ได้แก่

1. Great Taste แสดงถึงความน่ารับประทาน ให้รสชาติที่อร่อย ถูกปากคนไทย
2. Native Product แสดงถึงความเป็นสินค้าพื้นบ้าน และช่วยให้ภาพลักษณ์ของการเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้น
3. Quality แสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้าคุณภาพเยี่ยม เป็นสินค้าเกรด A เมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นๆ
4. Natural แสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ไม่ผ่านการปรุงแต่งสังเคราะห์
5. Nutritious แสดงถึงการเป็นสินค้าที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง

เมื่อสามารถสรุปหาแนวทางการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การพัฒนาโลโก้เพื่อทำการเลือกสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในลำดับต่อไป

การพัฒนาโลโก้ได้ยึดแนวความคิดมาจากชื่อของโครงการ คือ “เตา-ตาล-บ้าน-หม้อ” เนื่องจากชื่อโครงการมีความเป็นเอกลักษณ์สูง คือ เป็นการบอกถึงผลิตภัณฑ์และสถานที่ผลิต ทั้งนี้บ้านหม้อเป็นชื่อตำบลในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งตั้งชื่อตามอาชีพทำน้ำตาลของคนในท้องถิ่น โดยในสมัยร.5 น้ำตาลปี๊บจะถูกเคี่ยวบรรจุอยู่ในหม้อพะแนง ทั้งนี้โลโก้เดิมได้ผ่านการออกแบบตามแนวความคิดนี้มาแล้ว แต่ยังคงขาดความลงตัวและความสวยงาม อีกทั้งยากแก่การนำไปใช้ออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ต่อไป

แบบที่ได้มีดังนี้



รูปที่ 3.2-1 แบบร่างการพัฒนาโลโก้จากของโลโก้ที่ใช้อยู่เดิม

จากนั้นจึงวิเคราะห์ที่เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา 6 ข้อ คือ

1. เหมาะสมกับลักษณะ และบุคลิกภาพของเตาตาลบ้านหม้อ
2. สื่อความหมายชัดเจน ไม่ทำให้เข้าใจผิด
3. สวยงามและแสดงภาพลักษณ์สินค้าได้ดี
4. มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำได้
5. ย่อขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี
6. เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	แบบที่	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. เหมาะสมกับลักษณะและบุคลิกภาพของเตาตาลบ้านหม้อ	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	2	3
2. สื่อความหมายชัดเจน ไม่ทำให้เข้าใจผิด	1	1	2	3	4	4	2	3	3	3	3	1	2	3	4	2	3	3
3. สวยงามและแสดงภาพลักษณ์สินค้าได้ดี	2	2	1	3	3	3	3	2	2	3	1	1	3	3	4	4	1	3
4. มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำได้	2	2	1	4	4	4	3	1	2	4	3	3	4	4	4	4	1	4
5. ย่อขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	2	1	4
6. เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนสินค้า	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	3	4	4	4	4	1	4
รวม	14	14	12	20	21	21	17	14	16	19	11	14	21	22	24	20	9	21

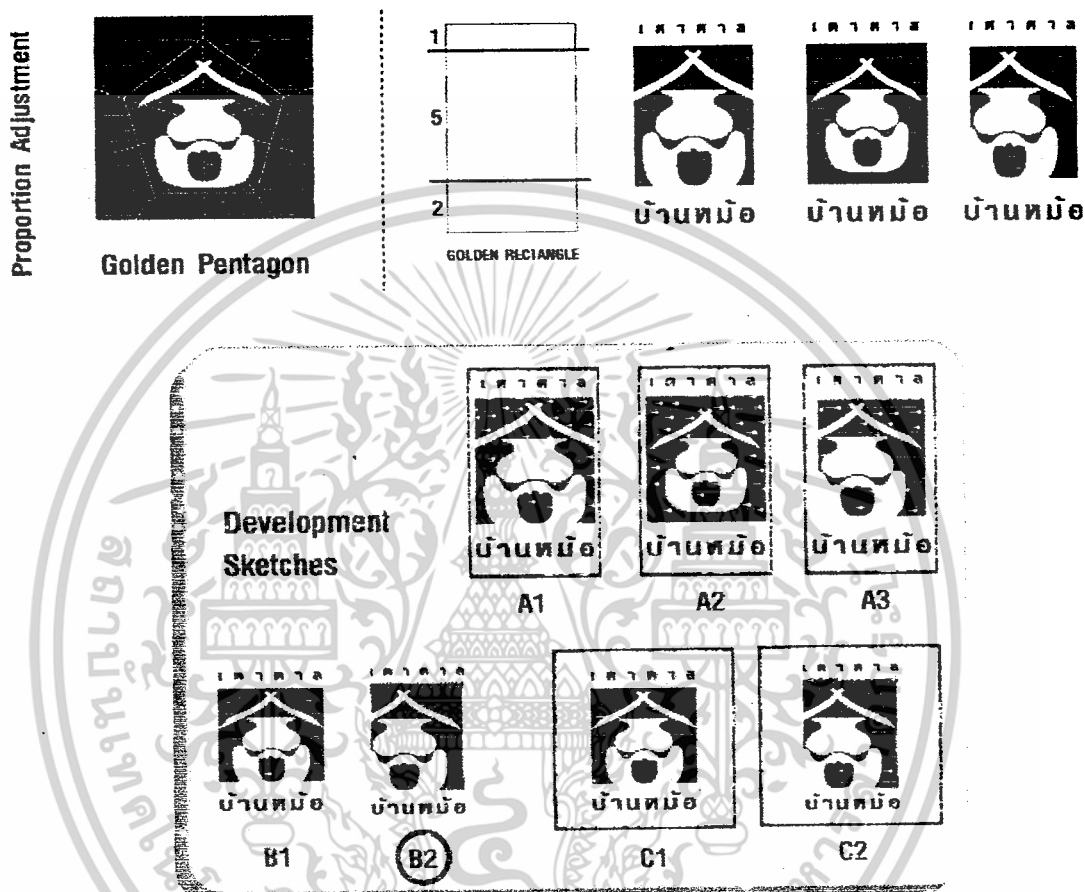
ตาราง 3.2-1 ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบร่างการพัฒนาโลโก้จากของโลโก้ที่ใช้อยู่เดิม

เมื่อได้เห็นคะแนนแล้ว แบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุดคือ แบบที่ 15 จึงเป็นแบบที่ถูกเลือก แต่ทั้งนี้แล้วก็ยังขาดความสมบูรณ์บางประการทั้งในเรื่องของการจัดวางตำแหน่ง รวมทั้งขนาดรูปและพื้นที่ที่เหมาะสม จึงนำแบบที่ 15 ไปพัฒนาต่อไป โดยใช้หลักการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้าเหลี่ยมทองคำ (Golden Pentagon) ในการปรับปรุงรูปร่างของหลังคา หม้อ และเตาตาล ให้
ได้สัดส่วนที่สวยงาม จากนั้นจึงนำมาจัดวางประกอบกับตัวอักษรชื่อโครงการเตาตาลบ้านหม้อ
โดยแบ่งสัดส่วนการจัดวางแบบ สามเหลี่ยมทองคำ (Golden Rectangle) เพื่อให้ได้ตำแหน่งของ
ภาพและอักษรที่สวยงาม

แบบที่พัฒนาได้มีดังนี้



รูปที่ 3.2-2 แบบร่างการพัฒนาโลโก้ในขั้นตอน Development

จากแบบที่พัฒนาได้ นำมาวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา 6 ข้อ คือ

1. Proportion ที่สวยงาม
2. สัดส่วนของ Figure & Ground ที่มีความเหมาะสม
3. สามารถสื่อความหมายจากภาพและตีความได้ง่าย
4. มีความสวยงามและแสดงภาพลักษณะสินค้าได้ดี
5. นำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบกราฟฟิกได้ง่าย
6. มีความสะอาดตา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่ A1	แบบที่ A2	แบบที่ A3	แบบที่ B1	แบบที่ B2	แบบที่ C1	แบบที่ C2
1. Proportion	2	2	2	3	4	3	4
2. Figure & Ground	2	1	3	3	4	3	4
3. Meaning Recognition	3	4	3	4	3	4	3
4. Aesthetic	2	2	2	3	4	3	4
5. Widely applicable	2	2	2	4	4	2	2
6. Impression	2	1	2	2	4	2	4
รวมคะแนน	13	12	14	19	23	12	21

ตาราง 3.2-2 ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบโลโก้ในขั้นตอน Development

เมื่อให้คะแนนแล้ว แบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด คือ แบบ B2 จึงเป็นแบบที่ถูกเลือกไปใช้ในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป



รูปที่ 3.2-3 ภาพแสดงโลโก้ที่ใช้อยู่เดิมเปรียบเทียบกับโลโก้ที่ปรับปรุงแล้ว

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หลังจากได้พิจารณาเลือกแบบโลโก้แล้ว จึงเริ่มออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยแบ่งขั้นตอนการออกแบบเป็น 3 ส่วน คือ

1. Stage 1: - Preliminary Design Sketch
- Design Development 1
- Design Development 2
- Design Refinement
2. Stage 2: Design Development
3. Final Design Solution

ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนดังต่อไปนี้

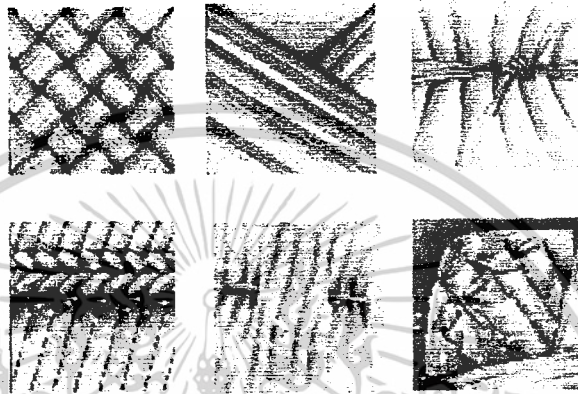
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 1

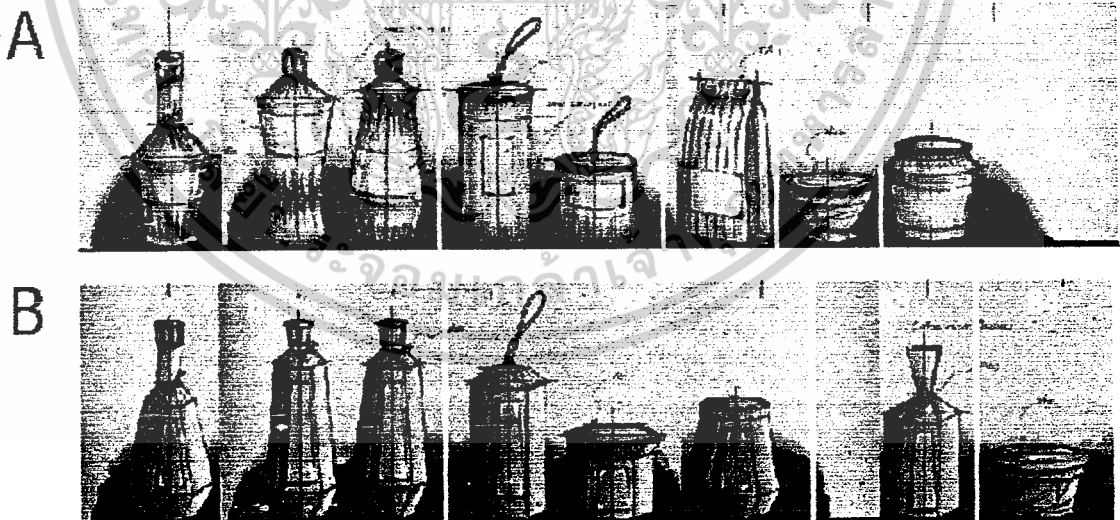
- Preliminary Design Sketch (Structure)

1. Design Route 1 : Folk Wisdom

โครงสร้างใช้เอกลักษณ์จากบรรจุภัณฑ์ไทยที่ถูกคิดค้นขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยนำเอกลักษณ์มาบางส่วนเพื่อผสมผสานกับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ (Traditional Thai Package)



รูปที่ 3.2-4 Motif ของ Design Route 1 : Folk Wisdom

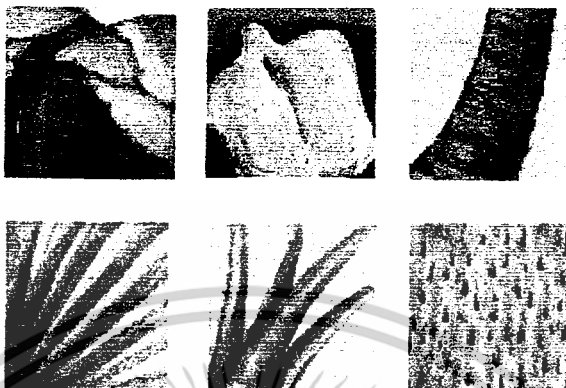


รูปที่ 3.2-5 แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก
Design Route 1 : Folk Wisdom

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Design Route 2 : Land of Palm

โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้ความรู้สึกเหมือนได้ลิ้มรสอันหอมหวานจากตาลโตนด แห่งเมืองเพชร ให้ความรู้สึกเหมือนรับประทานจากตาลสดจริงๆ (Fresh from Palm)



รูปที่ 3.2-6 Motif ของ Design Route 2 : Land of Palm



รูปที่ 3.2-7 แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 2 : Land of Palm

3. Design Route 3 : Culinary Arts

โรงสร้างที่ดัดแปลงมาจากสำหรับอาหารไทย เครื่องใช้ในครัวไทย ภาชนะแบบไทยๆ จึงถูกประยุกต์เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ได้เป็นอย่างดี (Thai Dish)



รูปที่ 3.2-8 Motif ของ Design Route 3 : Culinary Arts

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.2-9 แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก
Design Route 3 : Culinary Arts

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบ จากแต่ละ Design Route เพื่อนำมาทำการพัฒนา
ในขั้นต่อไป โดยมีเงื่อนไขของการวิเคราะห์ 6 ข้อ ดังตาราง

ตัวชี้วัดในการเลือกแบบ	Design Route 1 (folk Wisdom)				Design Route 2 (Land Of Fairy)					Design Route 3 (Culinary Art)									
	A				B				C					D			E		
	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	D1	D2	D3	E1	E2	E3
1. สอดคล้องความ	4	2	1	1	3	1	2	1	3	4	2	3	1	3	4	1	3	2	1
2. มีความเหมาะสมกับพื้นที่ศึกษา	3	2	2	1	4	2	2	1	1	4	3	3	1	4	4	1	4	2	1
3. สามารถร่วมสมัยกับวัฒนธรรม ในบริเวณที่ศึกษาค้นคว้าได้	4	2	1	1	4	2	1	1	3	4	1	1	1	5	4	2	2	1	1
4. สอดคล้องแนวความคิดในการออกแบบ	3	2	2	1	3	1	1	1	2	4	1	1	1	3	3	1	2	1	2
5. ให้ความสำคัญในการใช้เงิน																			
- การกำหนดทำเลที่ตั้ง	4	2	2	2	4	2	1	1	3	3	2	1	1	1	3	2	3	2	2
- การยกย่องสิ่งมีชีวิต	4	4	1	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	3	2	3	4
- ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม	4	2	1	3	4	2	1	1	4	2	1	3	3	4	3	1	4	3	1
- ทำความสะอาด - วัสดุ	4	4	1	4	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	2
6. ความสะดวก																			
- วัสดุที่ใช้ในบริเวณอาคาร	4	3	3	2	2	3	2	2	4	4	3	3	4	1	1	2	1	1	2
- ความสะดวกในการเดินทาง	2	4	3	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	2	4	3	2	4	3
- มีพื้นที่จอดรถเพียงพอ	4	4	2	1	1	2	2	2	4	4	2	1	2	3	4	2	3	1	1
- การจัดการความปลอดภัย	4	4	1	3	3	1	1	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	2
- ความสะดวกในการเชื่อมต่อ	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	2	2	3	3
รวม	48	39	23	28	40	31	25	26	36	45	23	30	30	35	44	25	35	28	25

ตาราง 3.2-3 ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุดของแต่ละ
Design Route ได้แก่ แบบ A1 , แบบ C2 และ แบบ D2 ซึ่งจะนำแบบทั้งสามไปพัฒนาในขั้นต
ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Preliminary Design Sketch (Graphics)

Single Motif

1. Design Route 1 : Folk Wisdom

นำลวดลายเอกลักษณ์แบบไทยๆ ที่ผ่านการคิดค้นด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน ถ่ายทอดมาสู่รุ่นปัจจุบัน เพื่อสร้างให้เกิดเอกลักษณ์พื้นถิ่น มีความประณีตแต่เรียบง่าย (Traditional Thai Pattern)



รูปที่ 3.2-10 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 1 : Folk Wisdom

2. Design Route 2 : Land of Palm

นำเอาภาพลักษณ์แห่งความสดชื่น ความหอมหวานของธรรมชาติ และความเขียวขจีแห่งทุ่งตาลเมืองเพชรมาแสดงออกเป็นกราฟฟิกที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี (Fresh Green Field)

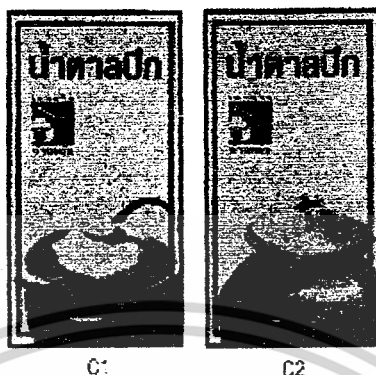


รูปที่ 3.2-11 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 2 : Land of Palm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Design Route 3 : Culinary Arts

นำเอาศิลปะแห่งครัวไทย เอกลักษณ์แห่งความงามของอาหารไทย ซึ่งในที่นี้คือส้มตำอาหารเครื่องครัวแบบไทยๆ เนื่องจากสอดคล้องกับชื่อโครงการเตาตาลบ้านหม้อ (Thai Delicacy)

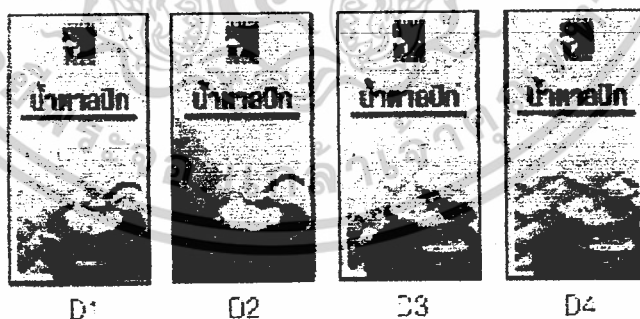


รูปที่ 3.2-12 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 3 : Culinary Arts

Double Motif

เป็นการนำเอาแต่ละ Design Route มาผสมผสานกันเพื่อให้ได้เนื้อหาของกราฟฟิกที่เข้มข้นขึ้น ซึ่งแสดงได้ดังนี้

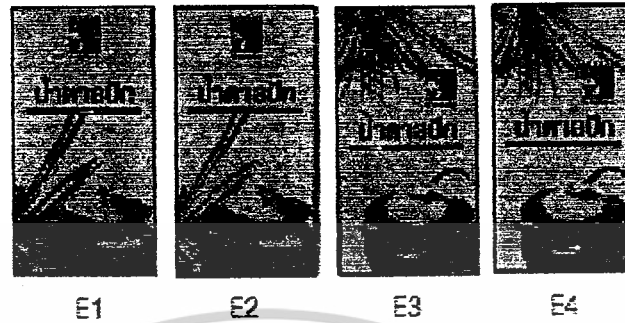
4. Design Route 1 + 3 : Folk Wisdom & Culinary Arts



รูปที่ 3.2-13 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 1 + 3 : Folk Wisdom & Culinary Arts

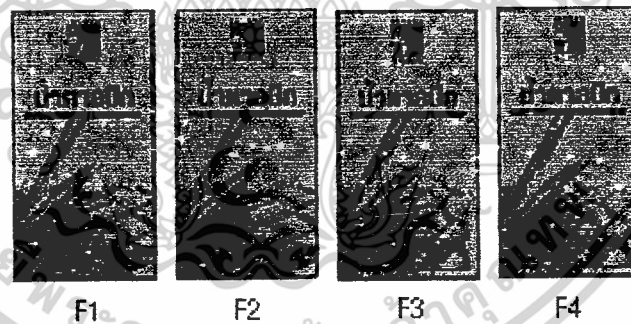
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Design Route 2 + 3 : Land of Palm & Culinary Arts



รูปที่ 3.2-14 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก
Design Route 2 + 3 : Land of Palm & Culinary Arts

3. Design Route 1 + 2 : Folk Wisdom & Field of Palm



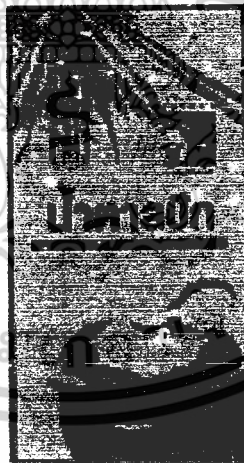
รูปที่ 3.2-15 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก
Design Route 1 + 2 : Folk Wisdom & Field of Palm

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบจากแต่ละ Design Route เพื่อนำมาทำการพัฒนาใน
ขั้นต่อไป โดยมีเงื่อนไขของการวิเคราะห์ 5 ข้อ ดังตาราง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	Single Motif						Double Motifs											
	Folk(A)		Palm(B)		Culinary(C)		Folk(A) + Culinary(C)				Palm(B) + Culinary(C)				Folk(A) + Culinary(C)			
	A		B		C		D				E				F			
	A1	A2	B1	B2	C1	C2	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	F1	F2	F3	F4
1. แบบผสมกับชุดลักษณะกลุ่มบ้านนา	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	1	1	1	1
2. สีทึบตามแบบสีพื้นในลวดลาย	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	1	4
3. สอดคล้องกับชุด เสน่ห์ความ	2	3	3	2	4	2	3	4	2	2	3	3	4	4	1	1	1	1
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างรูปทรงอื่นๆ ไม่ตรงกัน	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1
5. สอดคล้องตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น	3	4	2	2	4	3	3	4	2	2	2	2	4	3	2	2	1	1
รวม	14	16	15	14	19	14	17	19	12	12	14	14	20	16	7	7	5	5

ตาราง 3.2-4 ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุด ได้แก่ แบบ E3 ซึ่งจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป



E3

รูปที่ 3.2-16 แบบร่างกราฟฟิก E3 ที่ได้จากการวิเคราะห์เลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Design Development 1 (Structure)

1. Design Route 1 : Folk Wisdom

จากการเลือกแบบในขั้นต้นนั้น Motif ที่นำมาใช้จึงได้แก่ โครงสร้างการมัดผูก ซึ่งใช้เป็นเอกลักษณ์ร่วมในการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้



รูปที่ 3.2-17 แบบร่างกราฟฟิกชั้น Design Development 1 ที่ได้จาก Design Route 1 : Folk Wisdom

จากการออกแบบโครงสร้างนี้ ทำให้ขวดสามารถใช้กราฟฟิกที่มี Die cut เดียวกัน แต่อาศัยโครงสร้างในการประกอฉากกั้นหัวกัน จึงเกิดเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันบนบรรจุภัณฑ์โครงสร้างเดียวกัน รวมทั้งโครงสร้างที่มีโครงสร้างสูงและเตี้ยต่างกัน ก็สามารถใช้ Die cut ฉลากร่วมกันได้โดยการวางฉลากในแนวตั้งและแนวนอน



รูปที่ 3.2-18 แบบร่างลักษณะการจัดวางกราฟฟิกลงบนโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Design Route 2 : Land of Palm

จากการเลือกแบบในขั้นต้นนั้น Motif ที่นำมาใช้จึงได้แก่ โครงสร้างของลำต้นตาล ซึ่งมีเอกลักษณ์ชัดเจนของลายตาลพันรอบทรงกระบอกสูง ซึ่งเอกลักษณ์เหล่านี้จะถูกใช้ออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้



รูปที่ 3.2-19 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Design Development 1 ที่ได้จาก Design Route 2 : Land of Palm

จากการออกแบบโครงสร้างนี้ ขวดจะมีลายของต้นตาลที่แตกต่างกันทั้งด้านหน้า และด้านหลัง เนื่องจากเป็นลายวนเฉียง อีกทั้งอาศัยการใช้กราฟฟิกที่มี Die cut เดียวกัน แต่อาศัยการปะฉลากกลับหัวกัน จึงเกิดเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันบนบรรจุภัณฑ์โครงสร้างเดียว รวมทั้งโครงสร้างที่มีโครงสร้างสูงและเตี้ยต่างกัน ก็สามารถใช้ Die cut ฉลากร่วมกันได้โดยการวางฉลากในแนวตั้งและแนวนอน



รูปที่ 3.2-20 แบบร่างลักษณะการจัดวางกราฟฟิกลงบนโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Design Route 3 : Culinary Arts

จากการเลือกแบบในขั้นต้นนั้น Motif ที่นำมาใช้จึงได้แก่ โครงสร้างของหม้อดิน ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่ทรงของฝาและหม้อ โดยจะนำมาดัดแปลงให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ดังนี้



รูปที่ 3.2-21 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Design Development 1 ที่ได้จาก
Design Route 3 : Culinary Arts

จากการออกแบบโครงสร้างนี้ ชาวจะมีลายโค้งของฝาหม้อที่คล้ายกับหลังคาที่ด้านหน้าของขวดซึ่งเมื่อมองจากด้านข้างจะเกิดความแตกต่างกันทั้งด้านซ้ายและด้านขวา สามารถอาศัยการใช้กราฟฟิกDie cut เดียวกันได้



รูปที่ 3.2-22 แบบร่างลักษณะการจัดวางกราฟฟิกลงบนโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Design Development 2 (Structure & Graphics)

เป็นการนำโครงสร้างจากการทำ Design Development 1 มาจัดวางฉลากโดยใช้ภาพฟีกที่ปรับปรุงพัฒนามาจากแบบที่เลือกในการทำ Preliminary Design Sketches โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Design Route 1 : Folk Wisdom



รูปที่ 3.2-23 แบบร่างกราฟฟีกขั้น Design Development 2 ที่ได้จาก

Design Route 1 : Folk Wisdom

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Design Route 2 : Land of Palm

B



รูปที่ 3.2-24 แบบร่างภาพฟิกซ์ Design Development 2 ที่ได้จาก

Design Route 2 : Land of Palm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. Design Route 3 : Culinary Arts



รูปที่ 3.2-25 แบบร่างภาพฟิกซ์ Design Development 2 ที่ได้จาก

Design Route 3 : Culinary Arts

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ที่เลือกแบบจากแต่ละ Design Route เพื่อนำมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไป โดยมีเงื่อนไขของการวิเคราะห์ 4 ข้อ ดังตาราง

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	A	B	C
1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย	2	4	3
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะโดดเด่นแตกต่าง	2	4	3
3. สามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วม(CI) ในบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นต่อไป	3	4	4
4. สื่อตรงกับแนวความคิดในการออกแบบ	3	4	3
รวมคะแนน	10	16	13

ตาราง 3.2-5 ตารางวิเคราะห์การเลือกแบบโครงสร้างกราฟฟิกชั้น Design Development 2

หลังจากการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุด ได้แก่แบบ B ซึ่งเป็น การออกแบบใน Design Route 2 : Field of Palm โดยจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป



B



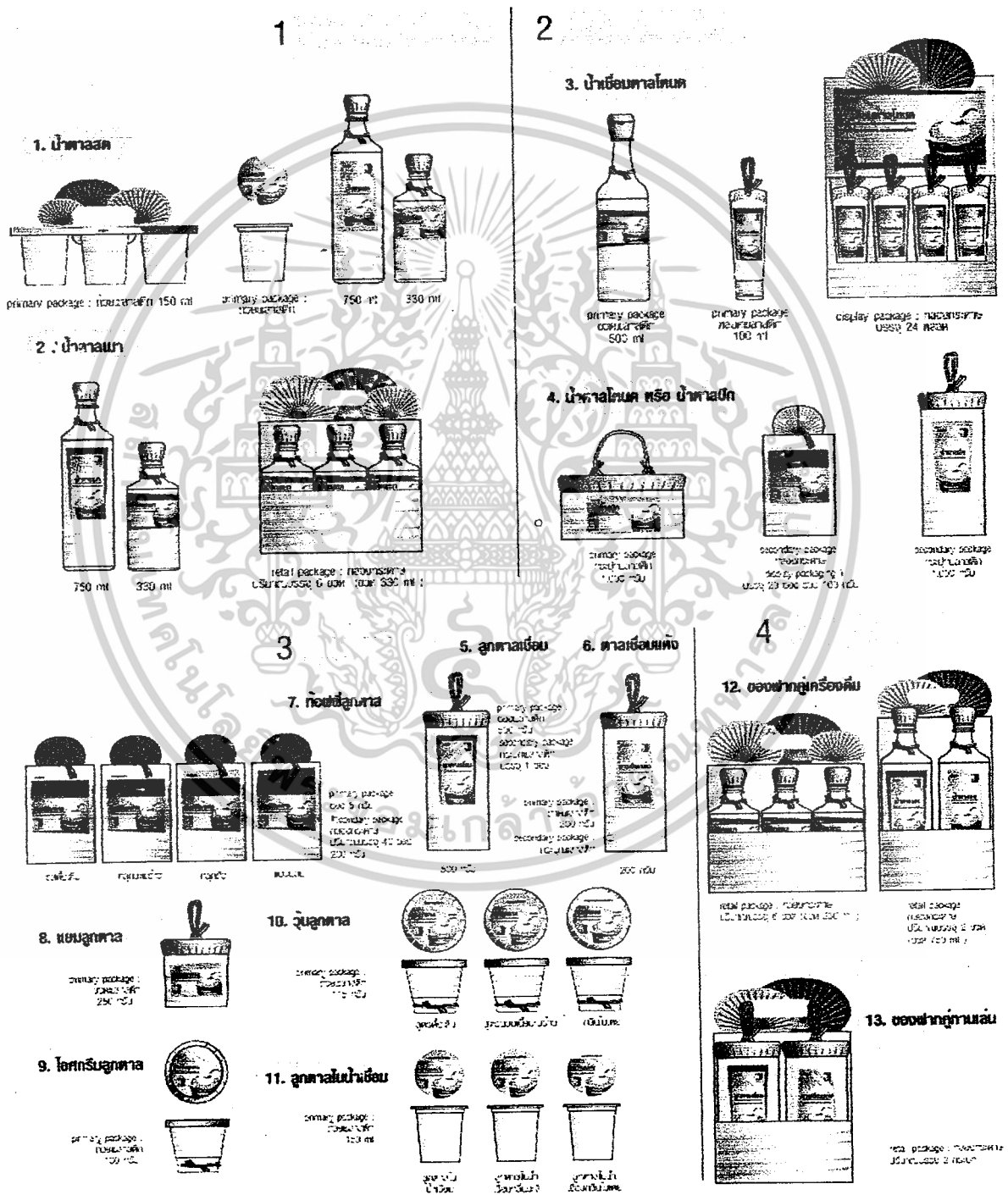
รูปที่ 3.2-26 แบบโครงสร้างและกราฟฟิก B ที่ได้จากการวิเคราะห์เลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Design Refinement (Structure & Graphics)

เป็นการนำโครงสร้างจากการทำ Design Development 2 มาจัดวางฉลากโดยใช้กราฟฟิกที่ปรับปรุงพัฒนามาจากแบบที่เลือกในการทำ Preliminary Design Sketches โดยมีรายละเอียดดังนี้

Design Route 2 : Land of Palm



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดการออกแบบโดยยึดแนวทางจากเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์
โดยมุ่งเน้นไปยังการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์อันเป็นสำคัญ



รูปที่ 3.2-27 แบบโครงสร้าง กราฟฟิก และอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชั้น Design Refinement
ที่ได้จาก Design Route 2 : Land of Palm

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียของผลงานในขั้นนี้ เพื่อสรุปหาแนวทางที่จะนำมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไป โดยผลการวิเคราะห์ เป็นดังต่อไปนี้

ในด้านโครงสร้าง (Structure)

ข้อดี

- มี Corporate Identities ที่ชัดเจน
- ติดฉลากได้ง่าย
- ภาพลักษณ์มีความเป็นพื้นบ้านและสื่อถึงต้นตารได้สูง

ข้อเสีย

- การใช้โครงสร้างร่วมของบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน
- ลายต้นตารยังไม่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเพียงพอ
- ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าไม่ส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร โครงสร้างทื่อทะเก็น

ความจำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางแก้ไขปรับปรุง

- ปรับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันระหว่างด้านหน้าและด้านหลังชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- แสวงหาเอกลักษณ์จากตาลอื่นๆมาพัฒนาแบบให้แปลกใหม่ยิ่งขึ้น
- ปรับโครงสร้างของชั้นแสดงสินค้าให้ดูโปร่งขึ้นแต่ยังคงความแข็งแรงไว้

ในด้านกราฟฟิก (Graphics)

ข้อดี

- มี Corporate Identities ที่ชัดเจน
- ภาพลักษณ์มีความเป็นพื้นบ้าน และสื่อถึงต้นตาลสูง

ข้อเสีย

- สีสีนน้อย ดูไม่สดชื่นและไม่น่ารับประทาน
- โลโก้ไม่โดดเด่นเพียงพอ (เนื่องจากต้องการ เน้น Brand)
- ภาพของหม้อที่เลือกใช้ไม่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ของเตาตาลบ้านหม้อเท่าที่ควร
- ฉูดฉาดกราฟฟิกเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี และตราสัญลักษณ์ยังไม่เด่นชัดเพียงพอ
- ตราสัญลักษณ์ที่นำมาประยุกต์เป็นกราฟฟิกบนชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ไม่สามารถสื่อความหมายได้เพียงพอ

แนวทางแก้ไขปรับปรุง

- วิเคราะห์เลือกหาสีที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อสร้างการรับรู้ถึงสินค้า ชนิดนั้นๆมากขึ้นและดูน่ารับประทานมากขึ้น
- จัดวาง Lat out ของโลโก้ให้สามารถอยู่บนฉลากได้อย่างชัดเจน
- ปรับปรุง Stereotype ในการทำกราฟฟิกใหม่ โดยมุ่งไปยังความเป็นต้นตาล ผละให้ความสำคัญกับอารมณ์จากเส้นสายที่เกิดขึ้น จากการทำกราฟฟิก
- ใส่รายละเอียดของเตาตาลบ้านหม้อลงบนฉูด
- ปรับตำแหน่งและขนาดของตราสัญลักษณ์ที่นำมาใช้เป็นกราฟฟิกบนชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

เมื่อได้แนวทางในการแก้ไขปรับปรุงทั้งทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการออกแบบใน Stage 2 ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 2

- Design Development

การแสวงหาเอกลักษณ์ของต้นตาล

เนื่องจากเอกลักษณ์ของลำต้นตาลไม่สามารถทำให้เกิดความแตกต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากลายวงเฉียงที่ใช้ในการออกแบบนั้น มีความแตกต่างกันของด้านหน้าและด้านหลังน้อยเกินไป จึงทำการแสวงหาเอกลักษณ์อื่นที่จะสามารถนำมาใช้แทนได้ โดยวิเคราะห์เหตุผลการเลือกใช้ดังนี้

1. งวงตาล

เนื่องจากเครื่องตีตาลโดนตั้นได้มาจากส่วนของงวงตาล จึงเป็นการเหมาะสมที่จะเลือกใช้เป็นสัญลักษณ์แทนสินค้าในกลุ่มเครื่องตีหรือสินค้าที่มีลักษณะเป็นน้ำ



รูปที่ 3.2-28 ภาพแสดงที่มากการใช้เอกลักษณ์ของเครื่องตีจากตาลโดนตั้น

2. ผลตาล

เนื่องจากอาหารแปรรูปจากตาลโดนตั้นส่วนใหญ่ได้มาจากผลตาล จึงเป็นการเหมาะสมที่จะเลือกใช้เป็นสัญลักษณ์แทนสินค้าในกลุ่มอาหาร

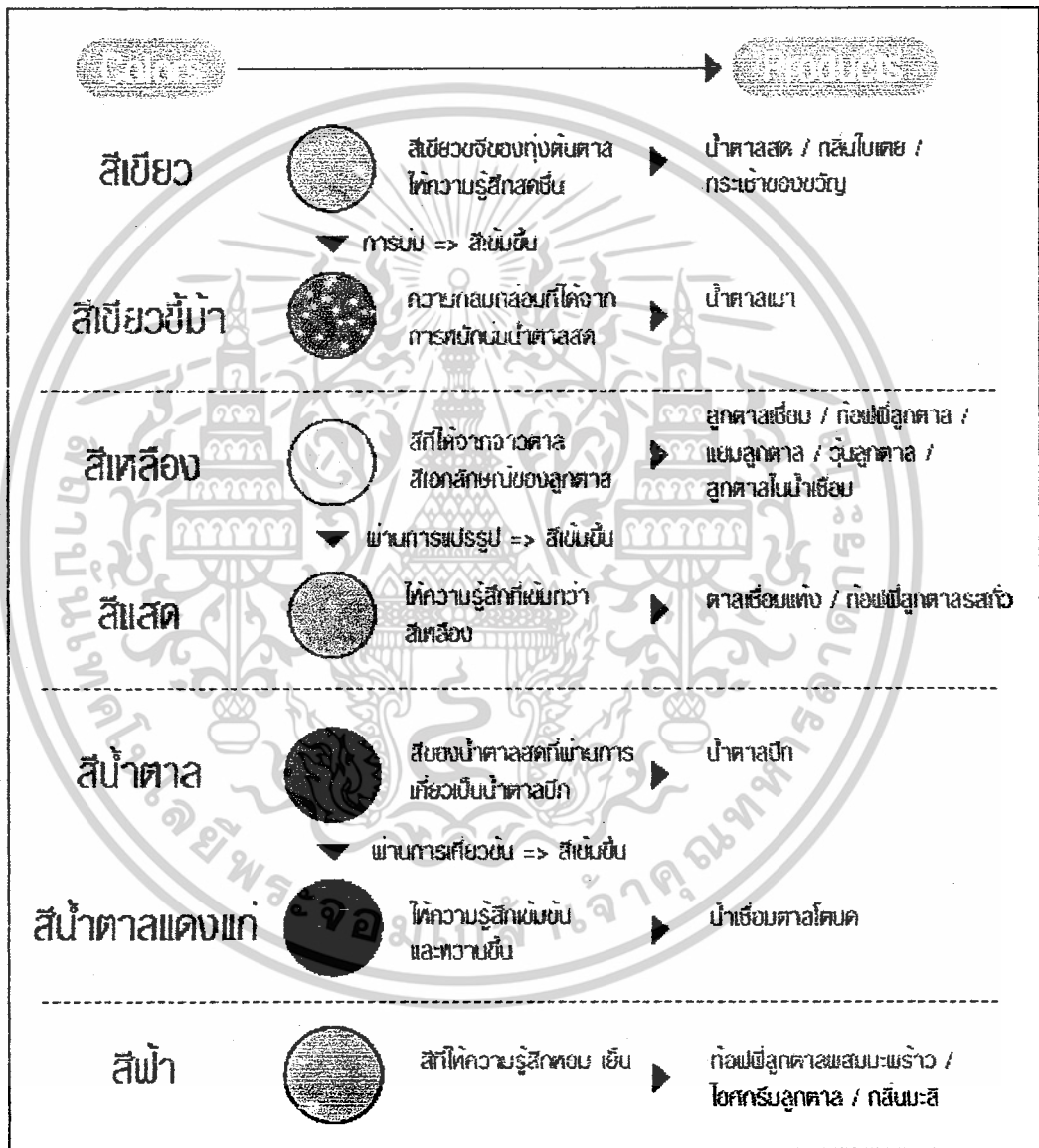


รูปที่ 3.2-29 ภาพแสดงที่มากการใช้เอกลักษณ์ของอาหารแปรรูปจากตาลโดนตั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแสวงหาสีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากเอกลักษณ์ทางโครงสร้างเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้เกิดความแตกต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน จึงทำการแสวงหาเอกลักษณ์อื่นที่จะชี้ให้เห็นถึงความต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งในกรณีนี้เลือกใช้สีเป็นตัวสื่อความหมายโดยมีการคิดวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



รูปที่ 3.2-30 ภาพแสดงการวิเคราะห์เพื่อแสวงหาสีเอกลักษณ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแสวงหากภาพฟีกเพื่อแสดงถึงต้นตาล

จาก Design Route 2 คือ Land of Palm จึงเกิดแนวความคิดที่จะให้เกิดภาพของทุ่งต้นตาลเมื่อวางบรรจุภัณฑ์เป็นหมู่รวมกัน จึงทำการคลี่คลายกราฟฟีกของใบตาลโดยการลดทอนลง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น และเพื่อความเรียบง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อนของกราฟฟีก นอกจากนี้ยังลดทอนด้วยการนำลักษณะของใบตาลมาเป็นสัญลักษณ์แทนพุ่มใบตาลบนยอดต้นเพื่อให้ดูง่ายยิ่งขึ้นอีกด้วย

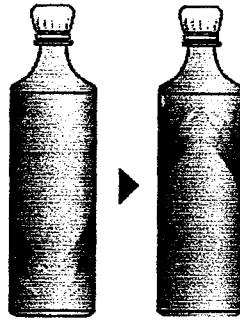


รูปที่ 3.2-31 ภาพแสดงการแสวงหากภาพฟีกเพื่อแสดงถึงต้นตาล

การแสวงหาวิธีการใช้บรรจุภัณฑ์และกราฟฟีกร่วมกัน

เพื่อให้สามารถใช้บรรจุภัณฑ์ร่วมกันระหว่างสองผลิตภัณฑ์ได้โดยยังคงความมีเอกลักษณ์ทางโครงสร้างที่แตกต่างกัน จึงจัดวางลายของวงตาลให้เฉียงโค้งบรรจบกันที่ด้านบนของขวดด้านหนึ่ง และบรรจบกันที่ด้านล่างของขวดอีกด้านหนึ่ง จากการวางโครงสร้างลดทอนแบบนี้ จะทำให้เกิดพื้นที่แปะฉลากเป็นรูปโค้งหงายและโค้งคว่ำ ซึ่งมีพื้นที่ฉลากเท่ากัน ดังนั้นในการทำฉลากจึงสามารถใช้ Die cut ร่วมกันได้ นอกจากนี้ ลดทอนกราฟฟีกที่เหมือนกันยังสามารถใช้แม่พิมพ์ร่วมกันได้ เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ขวดแก้วทรงปราศรัยหน้าและหลังแตกต่างกันโดยสามารถประยุกต์ใช้หลายรูปแบบได้



ใช้กราฟิกเดียวกัน โดยสลับองค์ประกอบเอกลักษณ์กับสีขาว บริษัท Die Cutter และบริษัทกราฟิก

รูปที่ 3.2-32 ภาพแสดงการแสวงหาวิธีการใช้บรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่ร่วมกัน

เมื่อทำการวิเคราะห์แสวงหาองค์ประกอบในการพัฒนาการออกแบบในขั้นต่อไปได้แล้ว จึงเกิดเป็นงานออกแบบดังต่อไปนี้

1. **แพคเกจจิ้ง**

2. **แพคเกจจิ้ง**

3. **แพคเกจจิ้ง**

4. **แพคเกจจิ้ง หรือ แพคเกจจิ้ง**

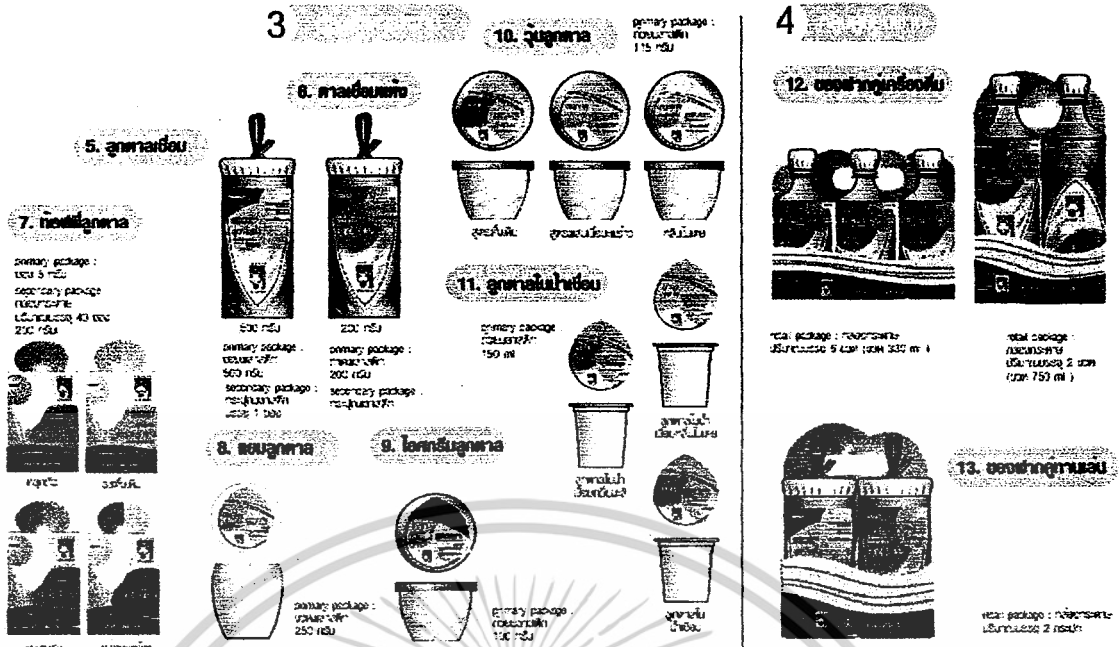
1. **แพคเกจจิ้ง**
secondary package : (รวมขนาด) 150 ml
primary package : (รวมขนาด)

2. **แพคเกจจิ้ง**
750 ml 330 ml

3. **แพคเกจจิ้ง**
primary package (รวมขนาด) 500 ml
primary package (รวมขนาด) 100 ml
display package : (รวมขนาด) 24 ลม

4. **แพคเกจจิ้ง หรือ แพคเกจจิ้ง**
primary package (รวมขนาด) 1,000 ml
secondary package (รวมขนาด) : (รวมขนาด) 100 ml
secondary package (รวมขนาด) : (รวมขนาด) 1,000 ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



จัดการออกแบบโดยยึดแนวทางจากเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นไปยังการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์



ถุงสินค้า



ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

รูปที่ 3.2-33 แบบโครงสร้าง กราฟฟิก และอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ที่ได้จากการพัฒนาแบบใน Stage 2

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียของผลงานในขั้นนี้ เพื่อสรุปหาแนวทางที่จะนำมาทำการพัฒนาเพื่อสรุปแบบในขั้นสุดท้าย โดยผลการวิเคราะห์ เป็นดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในด้านโครงสร้าง (Structure)

ข้อดี

- มี Corporate Identities ที่ชัดเจน และตรงตาม Concept ที่วางไว้

ข้อเสีย

- โครงสร้างของ Retail Pack ยังไม่แข็งแรงพอที่จะรับน้ำหนัก เนื่องจากจุดรับน้ำหนักไม่ได้ อยู่ในจุดที่สมดุล

แนวทางแก้ไขปรับปรุง

- ปรับโครงสร้างโดยคำนึงให้ตำแหน่งหูหิ้วสัมพันธ์กับตำแหน่งของจุดสมดุลมากขึ้น

ในด้านกราฟฟิก (Graphics)

ข้อดี

- กระดาษ Kraft ที่ใช้มีราคาถูก
- ภาพลักษณ์มีความเป็นพื้นบ้าน และสื่อถึงต้นตาสสูง

ข้อเสีย

- กระดาษ Kraft มีสีหม่น ดูไม่สดชื่นและไม่น่ารับประทาน
- ใบตาลมีลักษณะความเป็นกราฟฟิกมากเกินไป ขาดความเป็นธรรมชาติ ดีความหมาย

ของภาพยาก

- ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าไม่สามารถแสดงให้เห็นกราฟฟิกได้ชัดเจนหลังจากจัดวางของแล้ว รวมทั้งตราสัญลักษณ์ที่ถูกบดบัง ทำให้การตีความรูปภาพยากยิ่งขึ้น

แนวทางแก้ไขปรับปรุง

- เปลี่ยนชนิดของกระดาษเป็นกระดาษProof ซึ่งมีสีที่สว่างกว่า แต่ยังคงความดูเป็นธรรมชาติ ไม่ผ่านการสังเคราะห์ และมีราคาที่ไม่แตกต่างกันมาก
- ปรับภาพใบตาลให้มีลักษณะที่ใกล้เคียงของจริงมากขึ้น
- เปลี่ยนรูปและตำแหน่งของกราฟฟิกบนชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า ให้อยู่บริเวณด้านบนของชั้น เพื่อให้เห็นได้ง่าย ไม่ถูกบดบังจากสินค้า

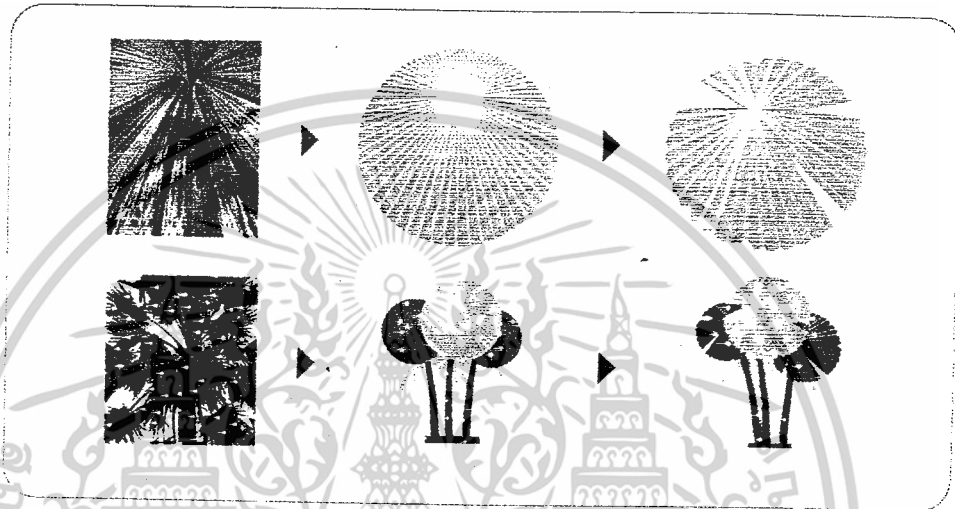
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้แนวทางในการแก้ไขปรับปรุงทั้งทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการออกแบบขั้นสุดท้ายต่อไป (Final Design Solution)

Final Design Solution

การแสวงหากราฟฟิกเพื่อแสดงถึงต้นตอ

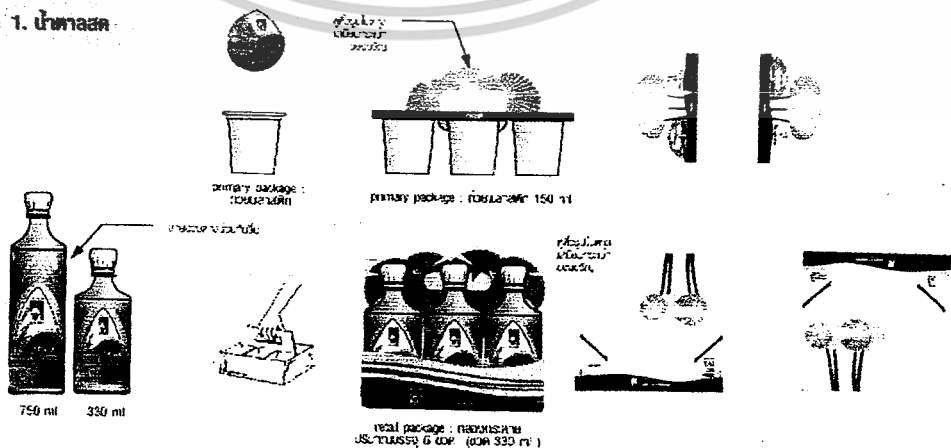
เนื่องจากแบบใบตาลเดิมมีลักษณะที่ลวดทอนมากเกินไป ทำให้สื่อความหมายได้ยาก จึงเพิ่มรายละเอียดเพื่อให้กราฟฟิกใบตาลดูสมจริงขึ้นในระดับหนึ่ง



รูปที่ 3.2-34 ภาพแสดงการพัฒนาแบบกราฟฟิกเพื่อแสดงถึงต้นตอ

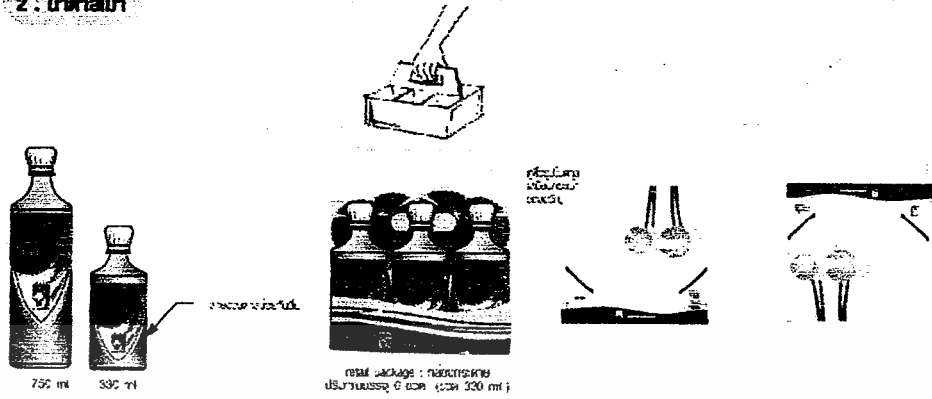
เมื่อทำการวิเคราะห์แสวงหาองค์ประกอบเพื่อที่จะพัฒนาการออกแบบในขั้นตอนสุดท้ายได้แล้ว จึงเกิดเป็นงานออกแบบดังต่อไปนี้

1. ใบตาลสด

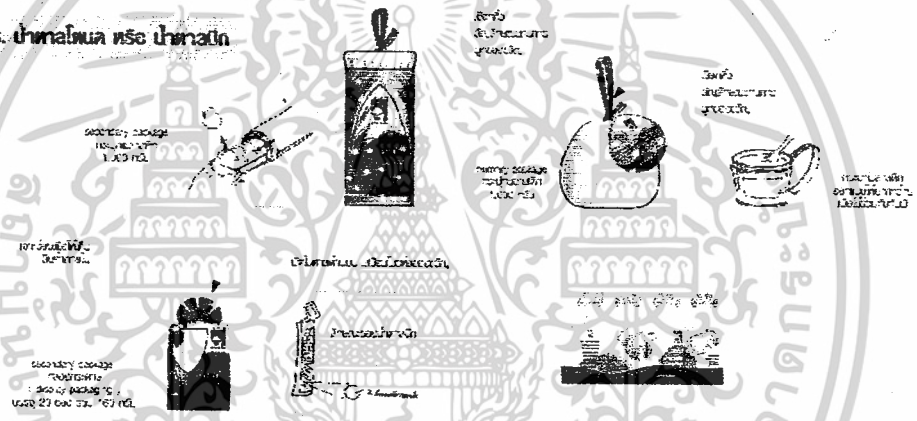


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

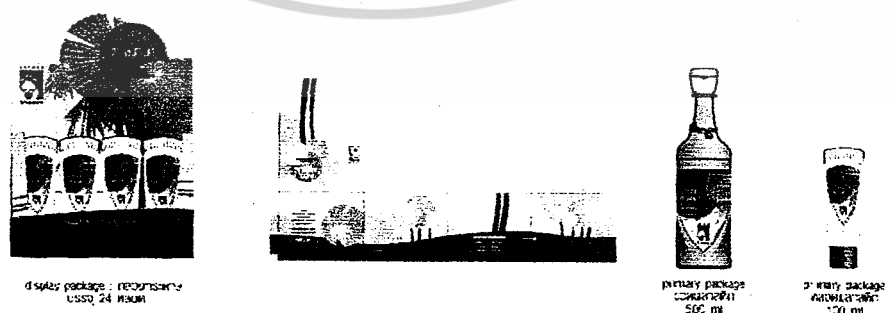
2. ป้าทาบก



3. ป้าทอลีน หรือ ป้าทอลีน



4. ซ้ำต่อทอลีน



สงวนลิขสิทธิ์ © 2015 บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, without the prior written permission of the publisher.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ถุงพลาสติก

กรณี: วัสดุพลาสติก
พลาสติก

primary package
ความจุ 500 กรัม
secondary package
ความจุ 1 กิโลกรัม



500 กรัม

6. ถุงพลาสติก



ลักษณะพิเศษ - 0.01
primary package
ความจุ 200 กรัม
secondary package
ความจุ 1 กิโลกรัม



200 กรัม



พลาสติก



พลาสติก



7. ถุงพลาสติก

กรณี: วัสดุพลาสติก
พลาสติก



ลักษณะพิเศษ

primary package
ความจุ 500 กรัม
secondary package
ความจุ 1 กิโลกรัม
ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 45 เซนติเมตร
200 กรัม



พลาสติก



ลักษณะพิเศษ วัสดุพลาสติก



พลาสติก



8. ถุงพลาสติก

primary package
ความจุ 500 กรัม



ลักษณะพิเศษ

ลักษณะพิเศษ - 0.01

9. ถุงพลาสติก



primary package
ความจุ 100 กรัม

10. ถุงพลาสติก



พลาสติก

พลาสติก

พลาสติก

secondary package
ความจุ 115 กรัม

ลักษณะพิเศษ
วัสดุพลาสติก



พลาสติก



พลาสติก



พลาสติก

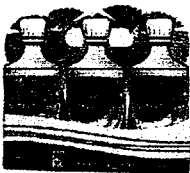
11. ถุงพลาสติก

primary package
ความจุ 100 กรัม

12. ซองพลาสติก

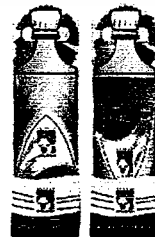


ลักษณะพิเศษ Real Package



ลักษณะพิเศษ

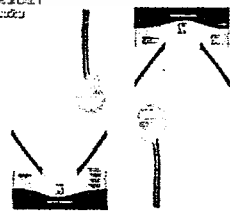
real package
ลักษณะพิเศษ
ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 เซนติเมตร 200 กรัม



13. ซองพลาสติก

real package
ลักษณะพิเศษ
ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2 เซนติเมตร 750 กรัม

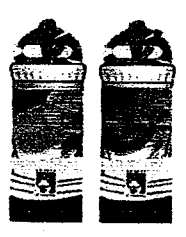
ลักษณะพิเศษ



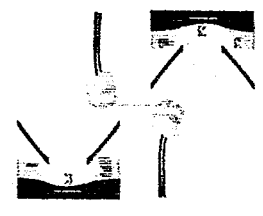
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ขอบฟ้าลูกแก้ว

For package presentation
with a touch of luxury



สิ่งใหม่
ใหม่แต่
เหมือนเดิม



จัดการออกแบบโดยยึดแนวทางจากเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นไปยังการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เป็นหลัก



ถุงสินค้า



เตาตาลบ้านหม้อ



ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

รูปที่ 3.2-35 แบบโครงสร้าง กราฟฟิก และอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ที่ได้จากการสรุปแบบในขั้นตอน Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์หรือออกแบบและการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)

จากขั้นตอนของการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบทั้งทางด้านกราฟฟิก และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านกราฟฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการใช้สีเอกลักษณ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ และเน้นขนาดตัวอักษรชื่อสามัญของสินค้าให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นได้ง่าย
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิตได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม ด้วยการเน้นที่โลโก้ของโครงการ และการใช้กราฟฟิกที่เรียบง่าย มีกลิ่นอายของความเป็นธรรมชาติ
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคในเรื่องของคุณค่าของผลิตภัณฑ์โดยการใช้คำขวัญของแต่ละผลิตภัณฑ์เป็นคำโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์
4. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสน ในขณะที่ยังมีเอกลักษณ์ร่วมกันอยู่ (Corporate Identity) ด้วยการใช้อองค์ประกอบของกราฟฟิกและอักษรที่มีเอกลักษณ์ร่วมกันแต่สามารถจำแนกได้ด้วยสีที่แตกต่างกัน
5. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นจากคู่แข่ง เนื่องจากออกแบบด้วยองค์ประกอบของแนวทางการออกแบบที่แตกต่างกันออกไป (Breaking Stereotype) โดยใช้ภาพที่เป็นลักษณะของภาพกราฟฟิกที่ลดทอนรายละเอียดลงแล้ว (Illustration)
6. บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีการใช้สีฉูดฉาด เมื่อนำสินค้ามาวางเรียงบนชั้นเป็นจำนวนมาก จึงเกิด Shelf Impact ที่ดี
7. ต้นทุนการทำกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีราคาต่ำ เนื่องจากใช้วัสดุดีบราคาถูกซึ่งให้ความรู้สึกที่เป็นพื้นบ้านและเป็นธรรมชาติ พิมพ์สีตายด้วยระบบ Flexography ซึ่งสามารถใช้แม่พิมพ์ร่วมกันได้ในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ Die cutter ร่วมกันได้ในการทำฉลากอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านโครงสร้าง

1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากได้ดัดแปลงมาจากองค์ประกอบแต่ละส่วนของต้นตาล ซึ่งสามารถสื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นสินค้าที่แปรรูปมาจากต้นตาลโดนดอีกด้วย

2. สามารถใช้โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ร่วมกันโดยที่ยังมีเอกลักษณ์ของโครงสร้างขวดแตกต่างกันในแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยใช้ลวดลายของบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่ด้านหน้าและด้านหลังของบรรจุภัณฑ์ต่างกัน เมื่อติดกราฟฟิกต่างด้านกัน จึงเสมือนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ต่างกัน 2 ชั้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประหยัด จึงออกแบบลวดลายที่ทำให้เกิดพื้นที่ติดฉลากเท่ากัน แต่ต่างกันคือลักษณะการติดฉลาก คือ ติดแบบคว่ำและแบบหงาย จึงใช้ฉลากที่ใช้ Die cutter ร่วมกันได้

3. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้สะดวก เหมาะแก่การรับประทาน ดังนั้นจึงใช้โครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน ในขณะที่ยังสามารถคุ้มครองรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

4. บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นเสมือนห่อของขวัญหรือกระเช้าของขวัญ เพื่อมอบให้เป็นของขวัญหรือของขวัญในเทศกาลต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

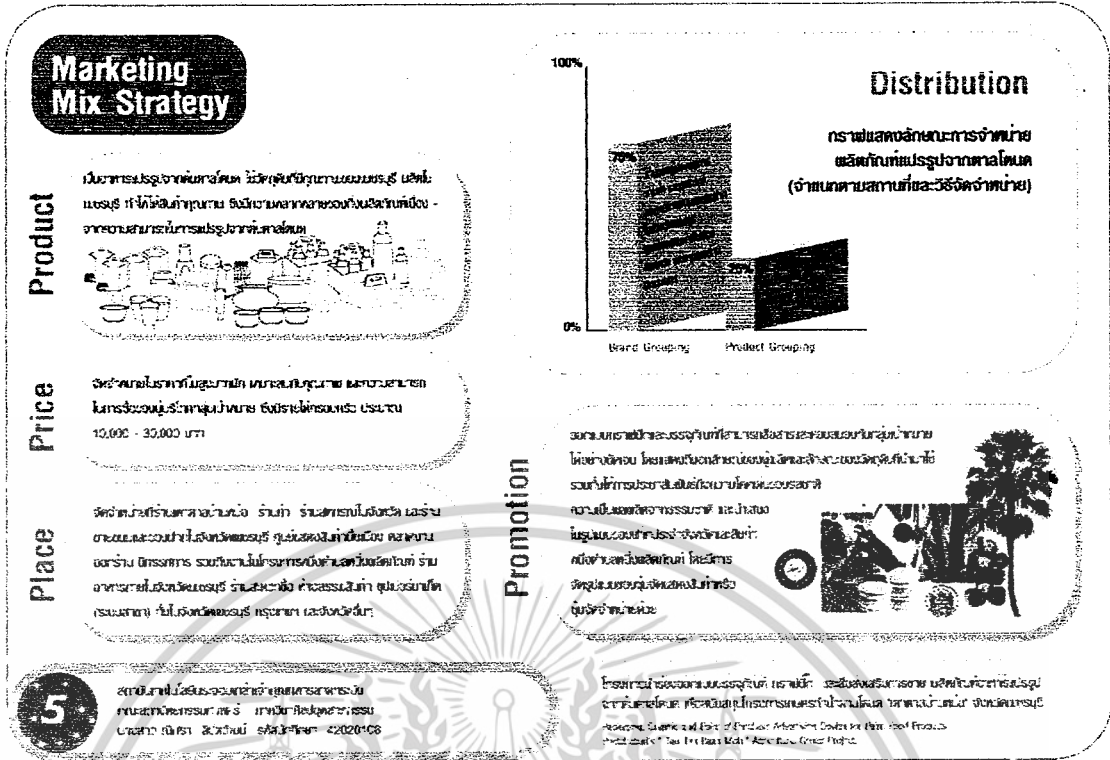




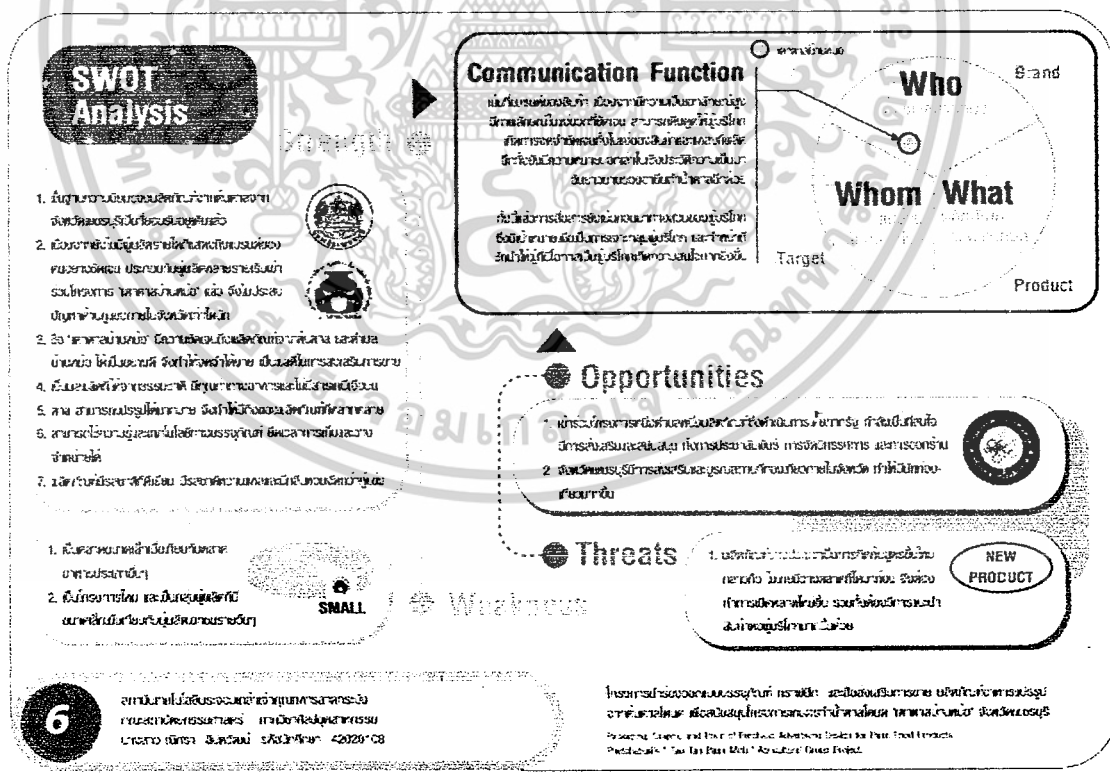
บทที่ 4

การเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้






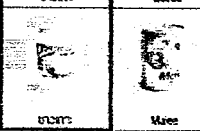
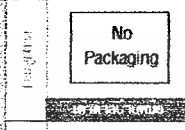

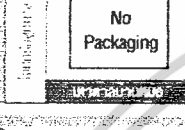
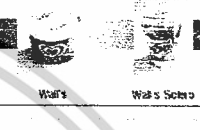
รูปที่ 4.1-5 แผนภาพบรรยายถึงส่วนผสมทางการตลาดของโครงการ



รูปที่ 4.1-6 แผนภาพอธิบายการทำ SWOT Analysis

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Competitors



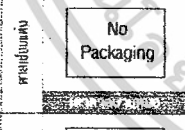
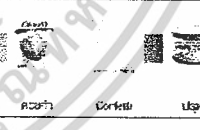
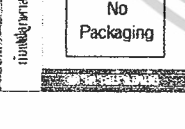

	คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม		
ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม		
ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม		
ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม		

8b ภาพนี้เป็นลิขสิทธิ์ของเจ้าของโครงการอาหารแช่แข็ง
 ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม
 บริษัท นิสสัน อี.ซี. จำกัด 4202/008

โครงการอาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม และไอศกรีมโรล
 ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งประเภทไอศกรีม
 บริษัท นิสสัน อี.ซี. จำกัด 4202/008

รูปที่ 4.1-9 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

Competitors

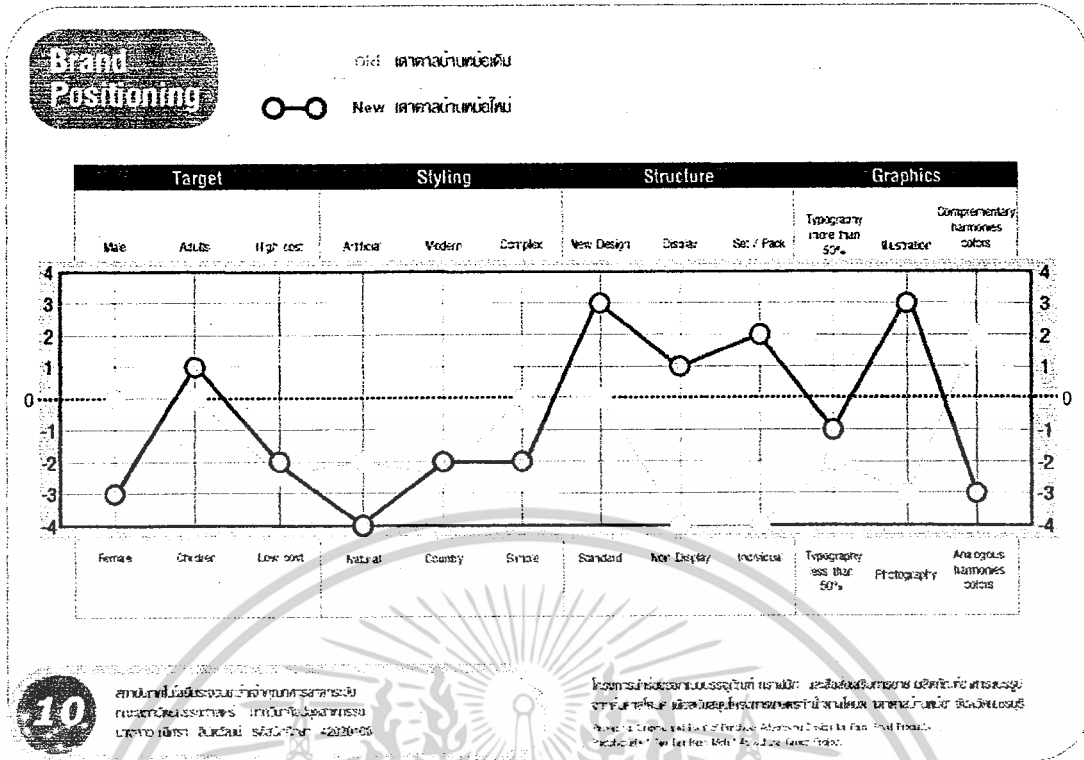
	คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม		
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม		
ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม		

8c ภาพนี้เป็นลิขสิทธิ์ของเจ้าของโครงการอาหารแช่แข็ง
 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม
 บริษัท นิสสัน อี.ซี. จำกัด 4202/008

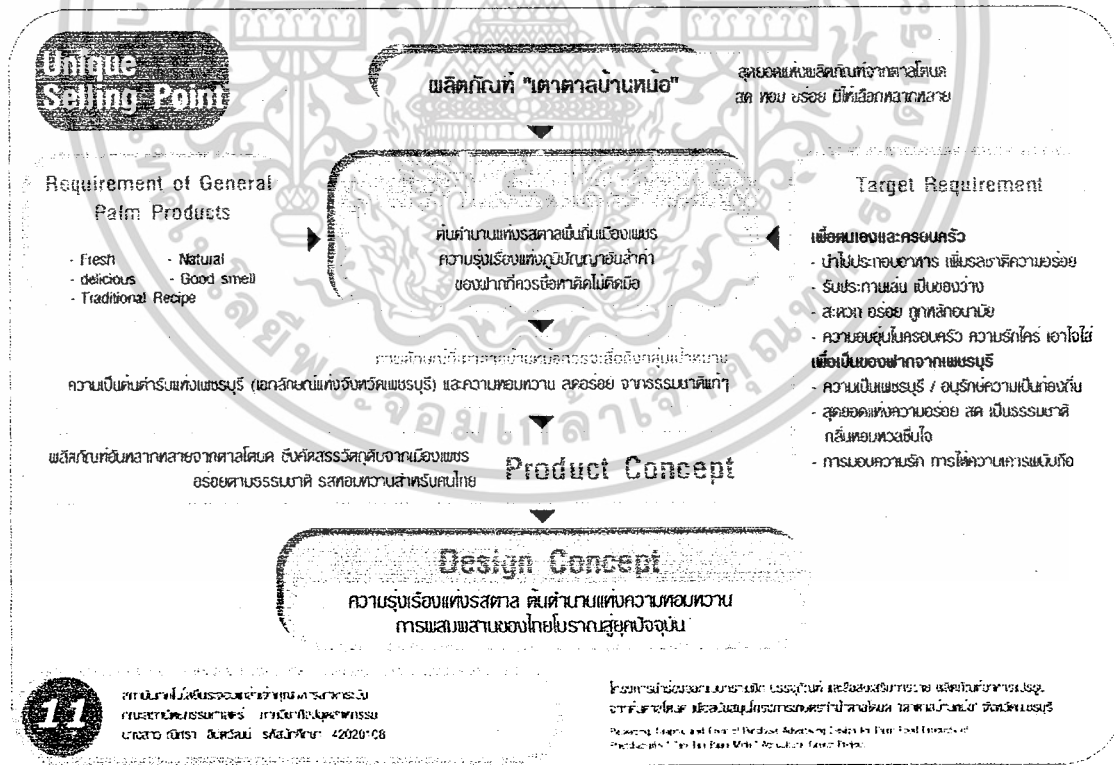
โครงการอาหารแช่แข็งประเภทน้ำอัดลม และไอศกรีมโรล
 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม
 บริษัท นิสสัน อี.ซี. จำกัด 4202/008

รูปที่ 4.1-10 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.1-13 แผนภาพแสดงกราฟลักษณะของโครงการเต้าทาลบ้านหน้อในปัจจุบันและในอนาคต




รูปที่ 4.1-14 แผนภาพแสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

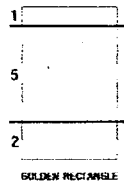
Logo Development

- Sketches




Proportion Adjustment



Golden Pentagon




GOLDEN RECTANGLE






บ้านหม้อ บ้านหม้อ บ้านหม้อ


Development Sketches




A1




A2




A3




B1





B2



C1



C2

Old Design  ▶  New Design

เกณฑ์ในการเลือกแบบ	แบบ A1	แบบ A2	แบบ A3	แบบ B1	แบบ B2	แบบ C1	แบบ C2
1. Proportion	2	2	2	3	4	3	4
2. Figure & Ground	2	1	3	3	4	3	4
3. Meaning Recognition	3	4	3	4	3	4	3
4. Aesthetic	2	2	2	3	4	3	4
5. Widely applicable	2	2	2	4	4	2	2
6. Impression	2	1	2	2	4	2	4
SUM TOTAL	13	12	14	19	23	12	21

14 ภาพนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานประกวดออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทขนมหวาน ภายใต้แนวคิด "บ้านหม้อ" (Baan Mee) สำหรับปี 2562-63

โครงการประกวดออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์อาหารประเภทขนมหวาน ภายใต้แนวคิด "บ้านหม้อ" (Baan Mee) ประจำปี 2562-63 โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (KMITD) ร่วมกับ บริษัท บ้านหม้อ จำกัด

รูปที่ 4.1-17 แผนภาพแสดงการพัฒนาแบบโลโก้

Inspiration Board

Folk Wisdom




- Traditional Thai Package

แรงบันดาลใจจากแพคเกจจิ้งขนมหวานแบบดั้งเดิมของไทย

- Traditional Thai Pattern


แรงบันดาลใจจากลวดลายแบบดั้งเดิมของไทย




STRUCTURE ◀ INSPIRATION ▶ GRAPHIC

KEYWORDS


Motif Choices




ลายตาราง




ลายเส้น




ลายเส้น



ลายเส้น



ลายเส้น



ลายเส้น

15 ภาพนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานประกวดออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทขนมหวาน ภายใต้แนวคิด "บ้านหม้อ" (Baan Mee) สำหรับปี 2562-63

โครงการประกวดออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์อาหารประเภทขนมหวาน ภายใต้แนวคิด "บ้านหม้อ" (Baan Mee) ประจำปี 2562-63 โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (KMITD) ร่วมกับ บริษัท บ้านหม้อ จำกัด

รูปที่ 4.1-18 แผนภาพแสดงต้นความคิดของแนวทางการออกแบบที่ 1 : Folk Wisdom

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Inspiration Board

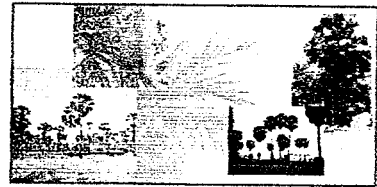
- Fresh From Palm

บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจธรรมชาติ
เพื่อป้องกันสิ่งสกปรกและอันตราย
จากภายนอกสู่สินค้า

- Fresh Green Field

ความเขียวขจีของธรรมชาติ
ที่ชวนให้นึกถึงกลิ่นอายของ
ธรรมชาติและวิถีชีวิต

Land of Palm



STRUCTURE ◀ INSPIRATION ▶ GRAPHIC

KEYWORDS

Motif Choices ▶



มือถือใบตอง มือถือใบตอง มือถือใบตอง ใบตอง ใบตอง มือถือใบตอง

16

สถาบันส่งเสริมและพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กรุงเทพฯ 10110 ส.ศ.บ.ค. 2020/08

โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เพื่อพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ
ระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ
ภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียน
ภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียน

รูปที่ 4.1-19 แผนภาพแสดงต้นความคิดของแนวทางการออกแบบที่ 2 : Land of Palm

Inspiration Board

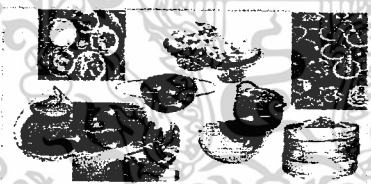
- Thai Dish

บรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจธรรมชาติ
เพื่อป้องกันสิ่งสกปรกและอันตราย
จากภายนอกสู่สินค้า

- Thai Delicacy

ความสวยงามของธรรมชาติ
ที่ชวนให้นึกถึงกลิ่นอายของ
ธรรมชาติและวิถีชีวิต

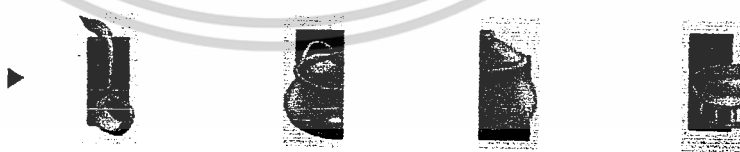
Culinary Arts



STRUCTURE ◀ INSPIRATION ▶ GRAPHIC

KEYWORDS

Motif Choices ▶



มือถือใบตอง มือถือใบตอง มือถือใบตอง มือถือใบตอง

17

สถาบันส่งเสริมและพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กรุงเทพฯ 10110 ส.ศ.บ.ค. 2020/08

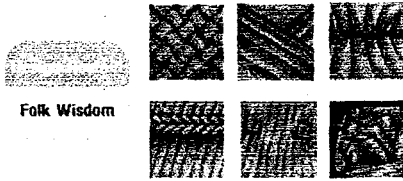
โครงการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
เพื่อพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ
ระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ
ภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียน
ภายใต้กรอบความร่วมมืออาเซียน

รูปที่ 4.1-20 แผนภาพแสดงต้นความคิดของแนวทางการออกแบบที่ 3 : Culinary Arts

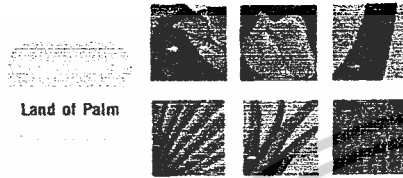
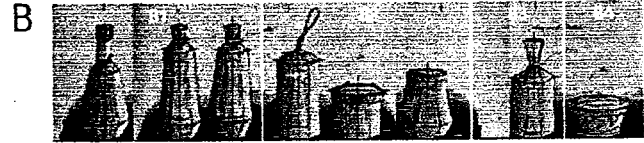
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 1 : Preliminary Design Sketches

• Structure



Folk Wisdom



Land of Palm



18

สถาบันได้มอบรางวัลแก่คุณภรพรภวดี
คุณวราภรณ์ประเสริฐพร จากวิทยาลัยการอาชีพ
นครพนม นครพนม ประจำปีการศึกษา 2562/63

โครงการพัฒนาคุณวุฒิ ครูผู้สอน ระดับชั้นประถมศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษา
ชั้นประถมศึกษา และมัธยมศึกษา ในโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพงานครู สังกัดโรงเรียน
สาธิตแห่งแรก and First of Teacher Education Center for Thai Food Products
Production "The Thai Food" Agriculture Food Project

รูปที่ 4.1-21 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketches ใน Stage 1

Stage 1 : Preliminary Design Sketches

• Structure



Culinary Arts



ชื่อโครงงาน	Design Point 1				Design Point 2				Design Point 3				Design Point 4								
	A1	A2	A3	A4	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	
1. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	2	1	1	2	1	2	1	2	4	2	2	1	3	4	1	3	4	1	2	2
2. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	3	2	2	1	4	2	2	1	1	4	2	4	1	4	4	1	4	2	1	4	2
3. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	2	1	1	4	2	1	1	2	4	1	1	1	4	4	2	2	1	1	2	1
4. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	3	2	1	1	3	1	1	1	2	4	4	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2
5. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	2	2	2	4	2	1	1	2	3	2	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2
6. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	4	1	3	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2	4	2	2	3	2	3	4
7. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	2	1	3	4	2	1	1	4	2	1	1	3	4	2	1	4	3	1	4	3
8. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	4	1	4	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	4	2	4	4	2	4	4
9. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	3	2	2	2	3	2	2	4	4	2	1	4	1	1	2	1	2	1	1	2
10. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	2	4	2	4	4	1	2	2	2	4	2	1	4	2	1	4	2	4	5	2	4
11. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	4	1	1	1	2	2	2	4	4	2	1	2	4	4	2	3	1	1	1	1
12. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	4	1	3	3	1	1	1	4	4	2	1	2	3	3	1	2	1	2	1	2
13. วิทยาลัยการอาชีพนครพนม	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	2	2	4	3	1	2	2	1	2	1	3
รวมเฉลี่ย	40	29	22	26	40	35	29	29	36	43	23	30	32	35	43	29	33	26	29		

– มุมบริการลูกค้า
In-Store Design Point

19

สถาบันได้มอบรางวัลแก่คุณภรพรภวดี
คุณวราภรณ์ประเสริฐพร จากวิทยาลัยการอาชีพ
นครพนม นครพนม ประจำปีการศึกษา 2562/63

โครงการพัฒนาคุณวุฒิ ครูผู้สอน ระดับชั้นประถมศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษา
ชั้นประถมศึกษา และมัธยมศึกษา ในโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพงานครู สังกัดโรงเรียน
สาธิตแห่งแรก and First of Teacher Education Center for Thai Food Products
Production "The Thai Food" Agriculture Food Project

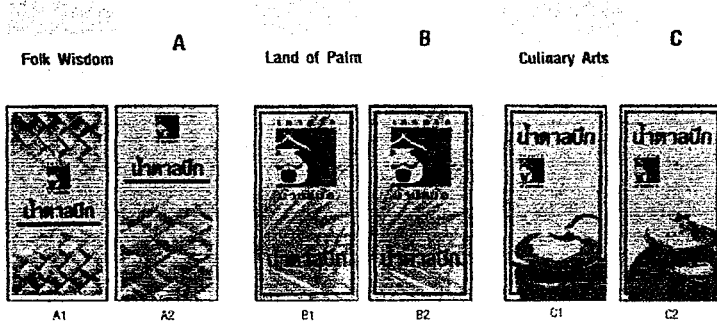
รูปที่ 4.1-22 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketches ใน Stage 1 และการวิเคราะห์เลือกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

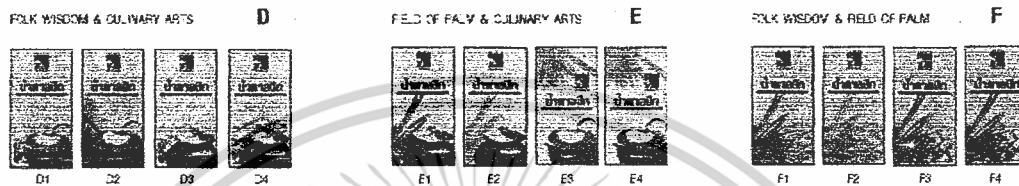
Stage 1 - Preliminary Design Sketches

• Graphic

Single Motif



Double Motifs



20

สถาบันส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมส่งเสริม
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
กระทรวงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร 10200-08

โครงการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมส่งเสริม
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
กระทรวงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร 10200-08

รูปที่ 4.1-23 ภาพแสดงการออกแบบกราฟฟิกัน Preliminary Design Sketches ใน Stage 1

Stage 1 - Preliminary Design Sketches

• Analysis



เงื่อนไขในการเลือกแบบ	Single Motif				Double Motifs													
	Folk(A)		Palm(B)		Culinary(C)		Folk(A) + Culinary(C)				Palm(B) + Culinary(C)				Folk(A) + Culinary(C)			
	A	B	C	D	E	F												
	A1	A2	B1	B2	C1	C2	D1	D2	D3	D4	E1	E2	E3	E4	F1	F2	F3	F4
1. ไม่ซ้ำกัน	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	1	1	1	1
2. สอดคล้อง	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	1	4
3. สวยงาม	2	3	3	2	4	2	3	4	2	2	3	3	4	4	1	1	*	*
4. มีความน่าสนใจ	3	4	3	3	4	3	4	4	2	2	2	2	3	2	1	1	*	*
5. สอดคล้องกับวัฒนธรรม	3	4	2	2	4	3	3	4	2	2	2	2	4	3	2	2	*	*
รวม	14	15	15	14	19	14	17	13	12	12	14	14	20	15	7	7	5	5

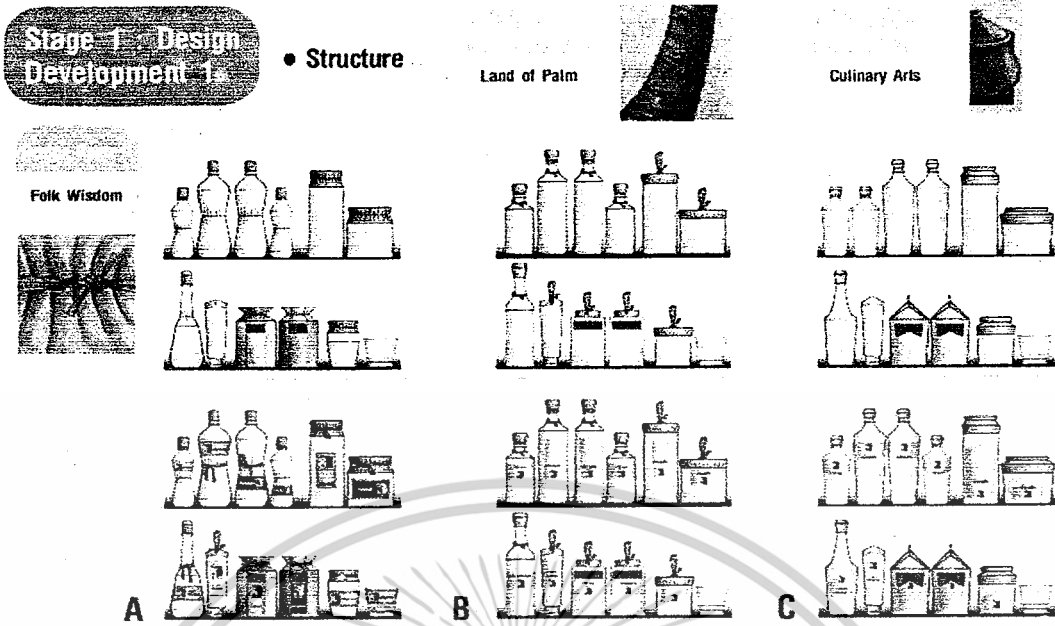
21

สถาบันส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมส่งเสริม
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
กระทรวงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร 10200-08

โครงการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมส่งเสริม
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
กระทรวงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร 10200-08

รูปที่ 4.1-24 ภาพแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบกราฟฟิกัน Preliminary Design Sketches ใน Stage 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

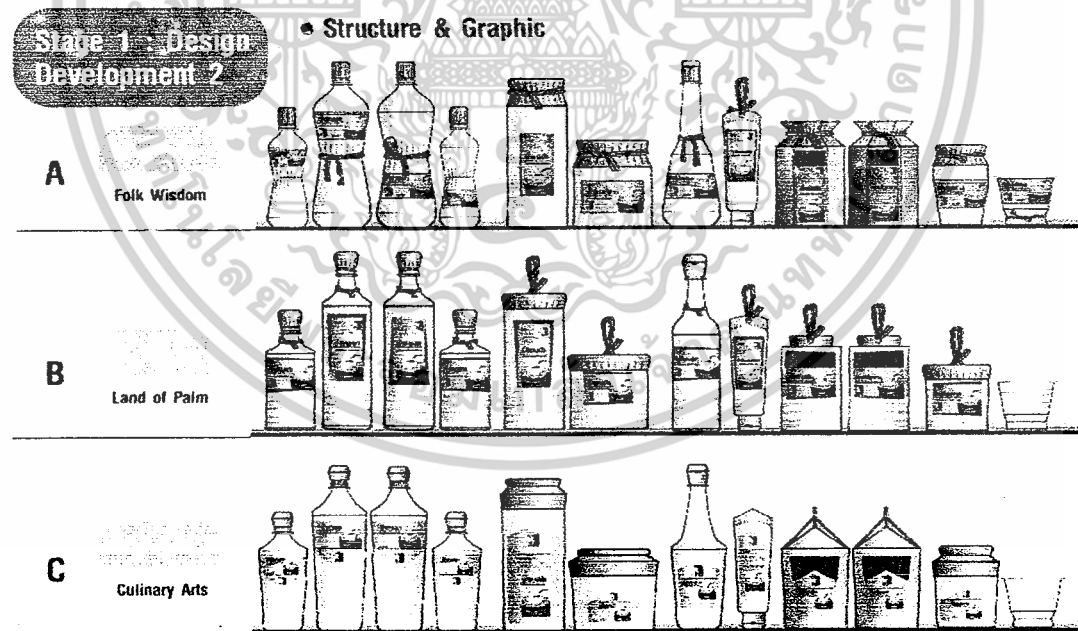


22

สำนักส่งเสริมการค้าขายสินค้าไทย
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์ กรุงเทพฯ 10200-08

โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารไทย
ภายใต้การสนับสนุนของกรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรุงเทพฯ 10200-08
Research, Design and Production of Food Packaging for Thai Food Products
The National Trade Promotion Authority, Bangkok, Thailand

รูปที่ 4.1-25 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างขั้น Design Development 1 ใน Stage 1



23

สำนักส่งเสริมการค้าขายสินค้าไทย
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์ กรุงเทพฯ 10200-08

โครงการพัฒนา บรรจุภัณฑ์อาหารไทย
ภายใต้การสนับสนุนของกรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรุงเทพฯ 10200-08
Research, Design and Production of Food Packaging for Thai Food Products
The National Trade Promotion Authority, Bangkok, Thailand

รูปที่ 4.1-26 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิกขั้น Design Development 2 ใน Stage 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 1 : Design Development 2

• Structure

เงื่อนไขในกรณีเลือกแบบ	A	B	C
1. มีลักษณะเป็นขวด	2	4	3
2. มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษ	2	4	3
3. สามารถบรรจุของได้พร้อมกันได้ในบรรจุภัณฑ์ชนิดเดียว	3	4	4
4. มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กในกรณีรวม	5	4	3
รวม	10	16	13



24

สำนักงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
อาคาร 10 ชั้น ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ 10140
โทรศัพท์ 0-2624-5434 โทรสาร 0-2624-5435

โครงการพัฒนาระบบมาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
จากประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรไทย ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก
Responsible Design and Labeling for Agricultural Products and Food Products
Project of the Thai Trade Mark Association, Bangkok, Thailand

รูปที่ 4.1-27 ภาพแสดงการวิเคราะห์ที่เลือกโครงสร้างและกราฟฟิคขั้น Design Development 2 ใน Stage 1

Stage-1 Design Refinement

1. นำขวด

primary package : 50 ml (ขวด)

display package : 50 ml (ขวด)

750 ml 330 ml

2. นำขวด

750 ml 330 ml

retail package : 500 ml (ขวด 330 ml)

2

3. นำซองพลาสติก

primary package : 50 ml (ซอง)

secondary package : 50 ml (ซอง)

display package : 24 ซอง

4. นำพลาสติก หรือ นำขวด

primary package : 500 ml (ซอง)

secondary package : 500 ml (ซอง)

secondary package : 500 ml (ซอง)

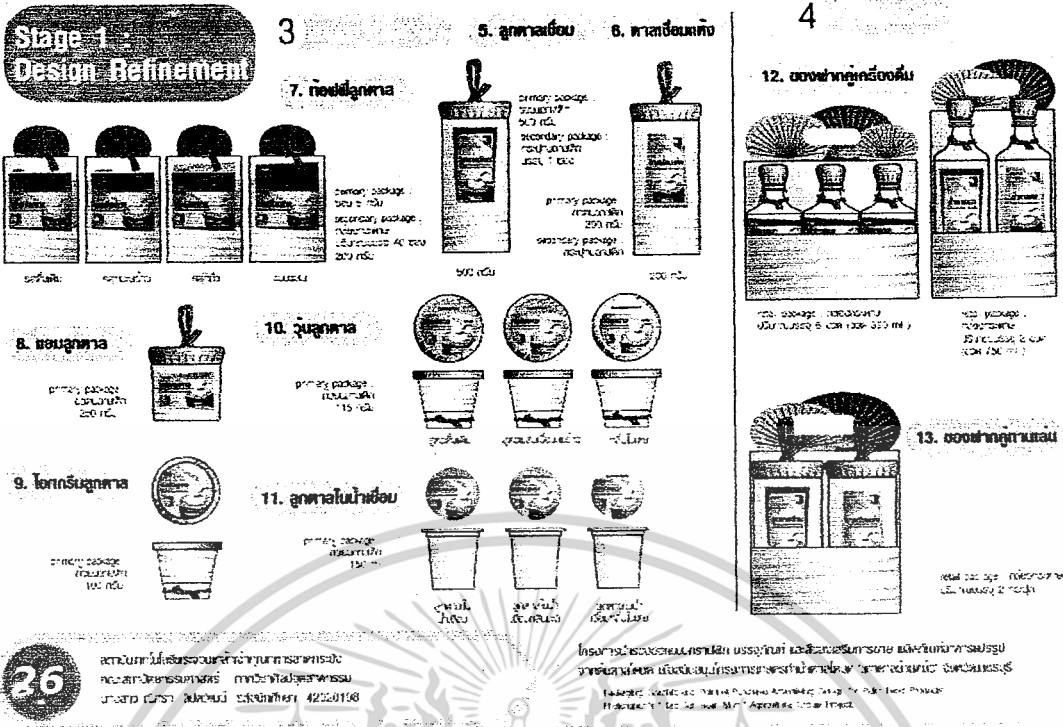
25

สำนักงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
อาคาร 10 ชั้น ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ 10140
โทรศัพท์ 0-2624-5434 โทรสาร 0-2624-5435

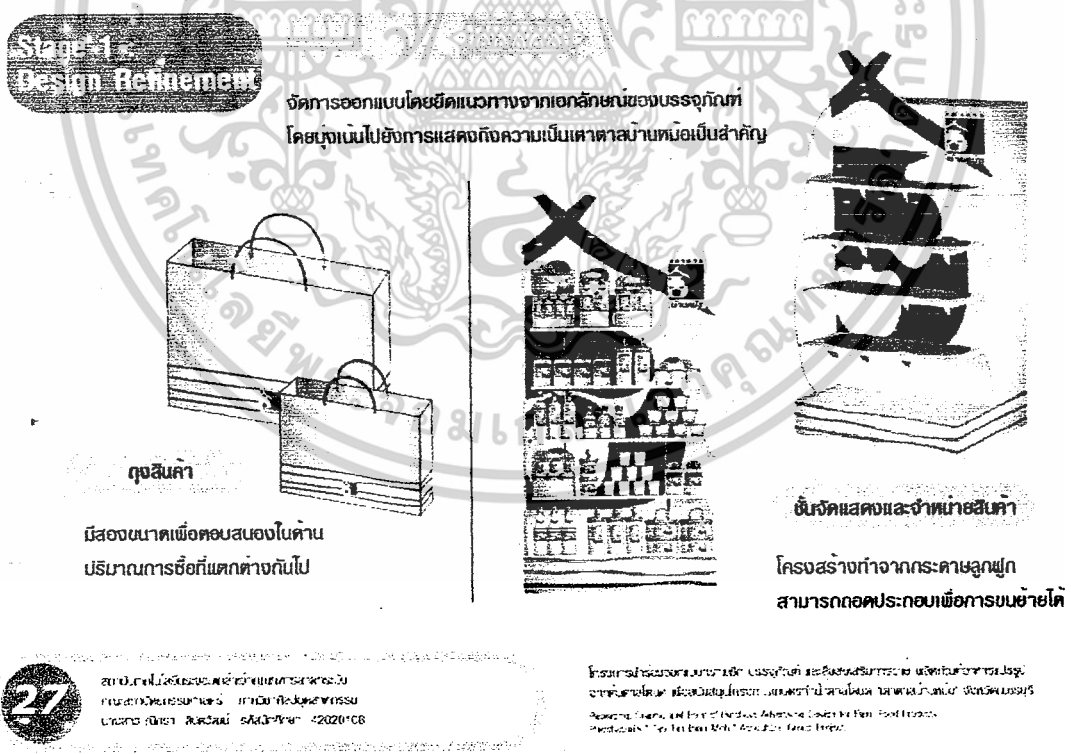
โครงการพัฒนาระบบมาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้าเกษตร ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
จากประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรไทย ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก
Responsible Design and Labeling for Agricultural Products and Food Products
Project of the Thai Trade Mark Association, Bangkok, Thailand

รูปที่ 4.1-28 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิคขั้น Design Refinement ใน Stage 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.1-29 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกขั้นสูง Design Refinement ใน Stage 1



รูปที่ 4.1-30 ภาพแสดงการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกขั้นสูง Design Refinement ใน Stage 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 2 Design Development

แสวงหากราฟฟิคเพื่อแสดงถึงต้นตอ

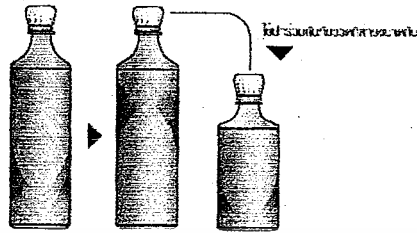


กราฟฟิคต้นตอ



กราฟฟิคต้นตอ

แสวงหาวิธีการใช้บรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคร่วมกัน



ขวดฟิวเจอร์วอร์มขนาด 750 มล. และขวดฟิวเจอร์วอร์มขนาด 330 มล. พร้อมใช้กับบรรจุภัณฑ์ฟิวเจอร์วอร์ม



โลโก้ฟิวเจอร์วอร์ม ใช้ร่วมกับโลโก้ฟิวเจอร์วอร์ม (Shield De Casa และโลโก้ฟิวเจอร์วอร์ม)

30

สอ.อ.ป.ไม่รับรองว่ารายการหรือรายละเอียด
การพิมพ์หรือรูปถ่ายที่ปรากฏในเอกสาร
นี้เป็นจริง และไม่มีผลผูกพัน 42020/08

โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฟิวเจอร์วอร์ม และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้อน
จากธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมการตลาดสินค้าฟิวเจอร์วอร์ม โดยความร่วมมือ
ของพันธมิตร
Project Development of Future Warm Beverages for Natural Products
Marketing with the Future Warm Beverages Team Project

รูปที่ 4.1-33 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้น Design Development ใน Stage 2

Stage 2 Design Development

1. ปาทาลอน

primary package : 150 ml (ถ้วยและขวด)

750 ml 330 ml

retail package : ฟิวเจอร์วอร์ม 330 มล. 6 ขวด (รวม 330 มล.)

2. ปาทาลอน

750 ml 330 ml

retail package : ฟิวเจอร์วอร์ม 330 มล. 6 ขวด (รวม 330 มล.)

3. ปาทาลอน

primary package : 500 ml 100 ml

retail package : ฟิวเจอร์วอร์ม 330 มล. 6 ขวด (รวม 330 มล.)

3. ปาทาลอน หรือ ปาทาลอน

primary package : 500 ml 100 ml

retail package : ฟิวเจอร์วอร์ม 330 มล. 6 ขวด (รวม 330 มล.)

31

สอ.อ.ป.ไม่รับรองว่ารายการหรือรายละเอียด
การพิมพ์หรือรูปถ่ายที่ปรากฏในเอกสาร
นี้เป็นจริง และไม่มีผลผูกพัน 42020/08

โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฟิวเจอร์วอร์ม และผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้อน
จากธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมการตลาดสินค้าฟิวเจอร์วอร์ม โดยความร่วมมือ
ของพันธมิตร
Project Development of Future Warm Beverages for Natural Products
Marketing with the Future Warm Beverages Team Project

รูปที่ 4.1-34 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development ใน Stage 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 2 Design Development

3

5. ถุงพลาสติก

7. ถุงพลาสติก

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม ปริมาณบรรจุ 40 ถุง 250 กรัม

ถุงดำ ถุงดำ

ถุงดำ ถุงดำ

6. ภาชนะแข็ง

500 กรัม 200 กรัม

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม ปริมาณบรรจุ 40 ถุง 250 กรัม

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม ปริมาณบรรจุ 40 ถุง 250 กรัม

8. ภาชนะพลาสติก **9. โถกรวยพลาสติก**

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม

10. ถุงพลาสติก

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม

ถุงดำ ถุงดำ ถุงดำ

11. ถุงพลาสติกใส

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม

ถุงดำ ถุงดำ ถุงดำ

4

12. ขวดพลาสติกแข็ง

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม ปริมาณบรรจุ 40 ถุง 250 กรัม

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม ปริมาณบรรจุ 40 ถุง 250 กรัม

13. ขวดพลาสติกอ่อน

primary package 500 กรัม secondary package 200 กรัม ปริมาณบรรจุ 40 ถุง 250 กรัม

32

สถาบันนโยบายและวิชาการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ ถนนพหลโยธิน กรุงเทพฯ 10130 โทร. 0-2554-1033

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์อาหารปรุงสุกจากพืชชนิดหนึ่ง เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้สดจากสวนชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

Faculty of Agricultural and Fisheries Extension and Extension Services for Food and Nutrition, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Sakon Nakhon Campus, Sakon Nakhon, Thailand

รูปที่ 4.1-35 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development ใน Stage 2

Stage 2 Design Development

จัดการออกแบบโดยยึดแนวทางจากเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นไปยังการแสดงถึงความเป็นสถาบันหมอบันตย์

ถุงสินค้า

มีสองขนาดเพื่อตอบสนองในร้านค้า ปริมาณการซื้อที่แตกต่างกันไป

ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

โครงสร้างทำจากกระดาษลูกฟูก สามารถถอดประกอบเพื่อขนย้ายได้

33

สถาบันนโยบายและวิชาการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ ถนนพหลโยธิน กรุงเทพฯ 10130 โทร. 0-2554-1033

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลิตภัณฑ์อาหารปรุงสุกจากพืชชนิดหนึ่ง เพื่อส่งเสริมการบริโภคผักและผลไม้สดจากสวนชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

Faculty of Agricultural and Fisheries Extension and Extension Services for Food and Nutrition, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Sakon Nakhon Campus, Sakon Nakhon, Thailand

รูปที่ 4.1-36 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Design Development ใน Stage 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

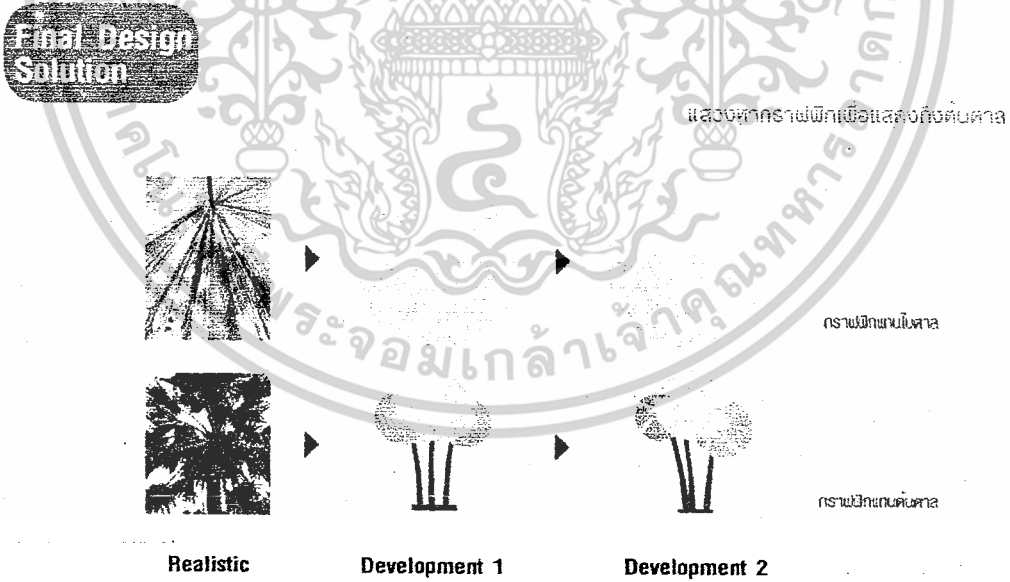
Analysis of Stage 2 Design Development		Final Design Solution		
● Analysis		Strong Points	Weak Points	Ideas
Stage 2 Design Development	Structure	<ul style="list-style-type: none"> มี CI ที่ชัดเจน และสวยงาม Concept ที่น่าสนใจ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการรวมอยู่ Retail pack ยังไม่มีการระบุเจาะลึกเกี่ยวกับ ความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอยในจุดต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ปรับโครงสร้างให้ชัดเจนให้ดูทันสมัยกับค่านิยมของคนรุ่นใหม่
	Graphics	<ul style="list-style-type: none"> มีภาพ Mock up สวยงาม ภาพที่เห็นมีรายละเอียดที่ชัดเจนและสวยงาม 	<ul style="list-style-type: none"> การเลือกใช้สี สีดำ สีเทา ใช้เพื่อเน้นความทันสมัย ใช้ภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น ใช้ภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น การนำภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้นมาใช้ การนำภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้นมาใช้ การนำภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้นมาใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> เปลี่ยนใช้สีที่ดูทันสมัยมากขึ้น ใช้ภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น เปลี่ยนรูปที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น ใช้ภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น ใช้ภาพที่ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น

34 ภาพนี้เป็นงานออกแบบสถาปัตย์ที่แสดงถึงแนวคิดการออกแบบที่ทันสมัยและมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น

โครงการมีจุดเด่นที่การเลือกใช้สีที่ดูทันสมัยและมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น

รูปที่ 4.1-37 แผนภาพแสดงการวิเคราะห์จุดดีและจุดด้อยจาก Design Development ใน Stage 2

แผนเสนองานการพัฒนาการออกแบบในขั้นตอนสุดท้าย



35 ภาพนี้เป็นงานออกแบบสถาปัตย์ที่แสดงถึงแนวคิดการออกแบบที่ทันสมัยและมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น

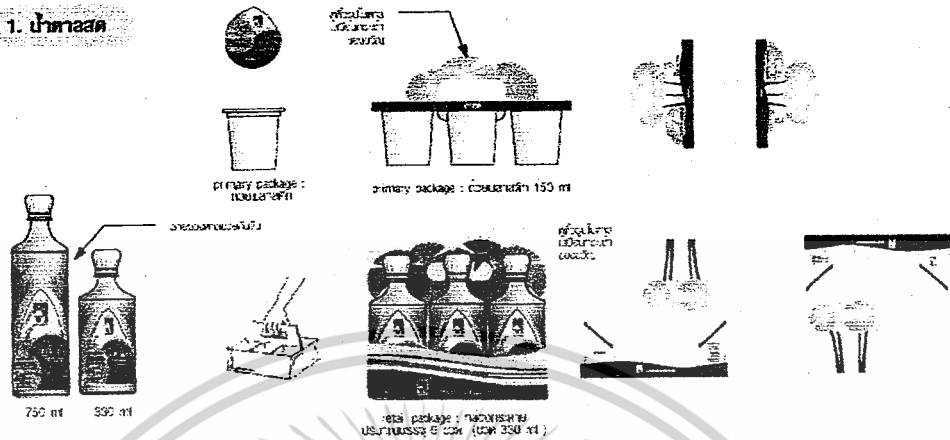
โครงการมีจุดเด่นที่การเลือกใช้สีที่ดูทันสมัยและมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น

รูปที่ 4.1-38 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Final Design Solution

1. เป้าหมาย



36

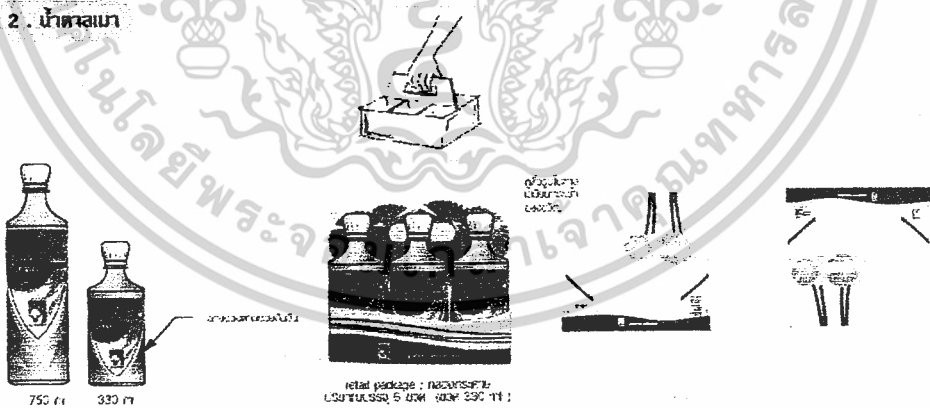
สถาปนิกได้เสนอแนวคิดการบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ ที่เน้นถึงความสะดวกสบายในการพกพา และสวยงาม สีสันสดใส สดชื่น

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้แนวคิด "Sustainable Packaging" สำหรับผลิตภัณฑ์ "Green Tea" ของแบรนด์ "Green Tea" โดยบริษัท "Green Tea" จำกัด

รูปที่ 4.1-39 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

Final Design Solution

2. เป้าหมาย



37

สถาปนิกได้เสนอแนวคิดการบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ ที่เน้นถึงความสะดวกสบายในการพกพา และสวยงาม สีสันสดใส สดชื่น

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ภายใต้แนวคิด "Sustainable Packaging" สำหรับผลิตภัณฑ์ "Green Tea" ของแบรนด์ "Green Tea" โดยบริษัท "Green Tea" จำกัด

รูปที่ 4.1-40 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Final Design Solution

5. ลูกตาเชื่อม

ถังรับ
ถังเก็บน้ำ
ถังกรองน้ำ

primary package
ขนาด 100 ลิตร
secondary package
ขนาด 40 ลิตร
ขนาด 100 ลิตร



100 ลิตร

6. สายเชื่อมแบบ



ถังเก็บน้ำ - 100 ลิตร

primary package
ขนาด 100 ลิตร
secondary package
ขนาด 100 ลิตร



100 ลิตร



100 ลิตร



7. กอปลูกตา



ถังเก็บน้ำ

ถังเก็บน้ำ
100 ลิตร

primary package
ขนาด 100 ลิตร
secondary package
ขนาด 40 ลิตร
ขนาด 100 ลิตร



100 ลิตร



ถังเก็บน้ำ 100 ลิตร



100 ลิตร



40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการส่งเสริมการเข้าถึง (Access) ของข้อมูลสารสนเทศ เพื่อพัฒนาการศึกษา
ภายใต้การสนับสนุนของมูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน (ศษค.) กรุงเทพมหานคร
โครงการส่งเสริมการเข้าถึง (Access) ของข้อมูลสารสนเทศ เพื่อพัฒนาการศึกษา
ภายใต้การสนับสนุนของมูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน (ศษค.) กรุงเทพมหานคร

รูปที่ 4.1-43 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

Final Design Solution

8. แขนงูกทา



ถังเก็บน้ำ
ขนาด 100 ลิตร

ถังเก็บน้ำ
ขนาด 100 ลิตร

ถังเก็บน้ำ - 100 ลิตร

9. โถกรับลูกตา



primary package
ขนาด 100 ลิตร

10. จุกลูกตา



ถังเก็บน้ำ
ขนาด 100 ลิตร

ถังเก็บน้ำ
ขนาด 100 ลิตร

11. ลูกตาไม่เชื่อมต่อ

primary package
ขนาด 100 ลิตร



41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

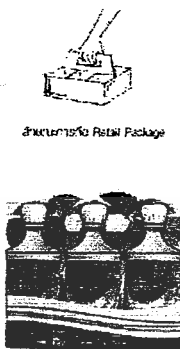
โครงการส่งเสริมการเข้าถึง (Access) ของข้อมูลสารสนเทศ เพื่อพัฒนาการศึกษา
ภายใต้การสนับสนุนของมูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน (ศษค.) กรุงเทพมหานคร
โครงการส่งเสริมการเข้าถึง (Access) ของข้อมูลสารสนเทศ เพื่อพัฒนาการศึกษา
ภายใต้การสนับสนุนของมูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน (ศษค.) กรุงเทพมหานคร

รูปที่ 4.1-44 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

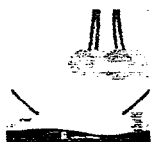
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Final Design Solution

12. ขวดฟากทรงเรือหัว



ชุดบรรจุภัณฑ์ Retail Package



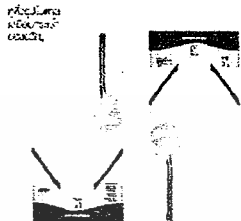
สีน้ำตาล
สีฟ้า
สีเงิน

สีน้ำตาล : 1000 มล.
สีฟ้า : 500 มล.
สีเงิน : 250 มล.



13. ขวดฟากกลมแบน

สีน้ำตาล
สีฟ้า
สีเงิน



42

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาสถาปัตย์
เลขที่ขอ ปรึกษา 01-031-5623-71 โทร 02020108

โครงการพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารรสเปรี้ยว
จากผลไม้สด ชนิดน้ำดื่ม โครงการเพื่อรับรางวัล "รางวัลนวัตกรรม"
Business and Final of Product Awards Contest for Final Product
Development "Innovation Award" Award Case Project

รูปที่ 4.1-45 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

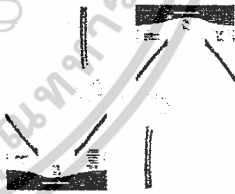
Final Design Solution

13. ขวดฟากกลมแบน

สีน้ำตาล
สีฟ้า
สีเงิน



สีน้ำตาล
สีฟ้า
สีเงิน



43

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาสถาปัตย์
เลขที่ขอ ปรึกษา 01-031-5623-71 โทร 02020108

โครงการพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารรสเปรี้ยว
จากผลไม้สด ชนิดน้ำดื่ม โครงการเพื่อรับรางวัล "รางวัลนวัตกรรม"
Business and Final of Product Awards Contest for Final Product
Development "Innovation Award" Award Case Project

รูปที่ 4.1-46 ภาพแสดงการพัฒนาแบบขั้น Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

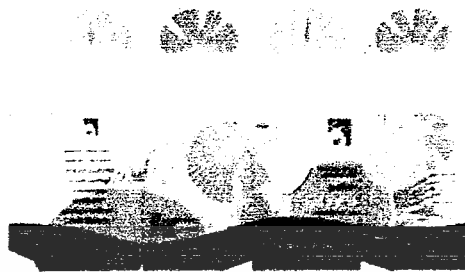
Art Work



รูปที่ 4.1-51 ภาพแสดง Art Work ของโลโก้ "เตาตาลบ้านหม้อ"

รูปที่ 4.1-52. ภาพแสดง Art Work ของฉลากขวดน้ำตาลสด ขนาด 750 ml

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

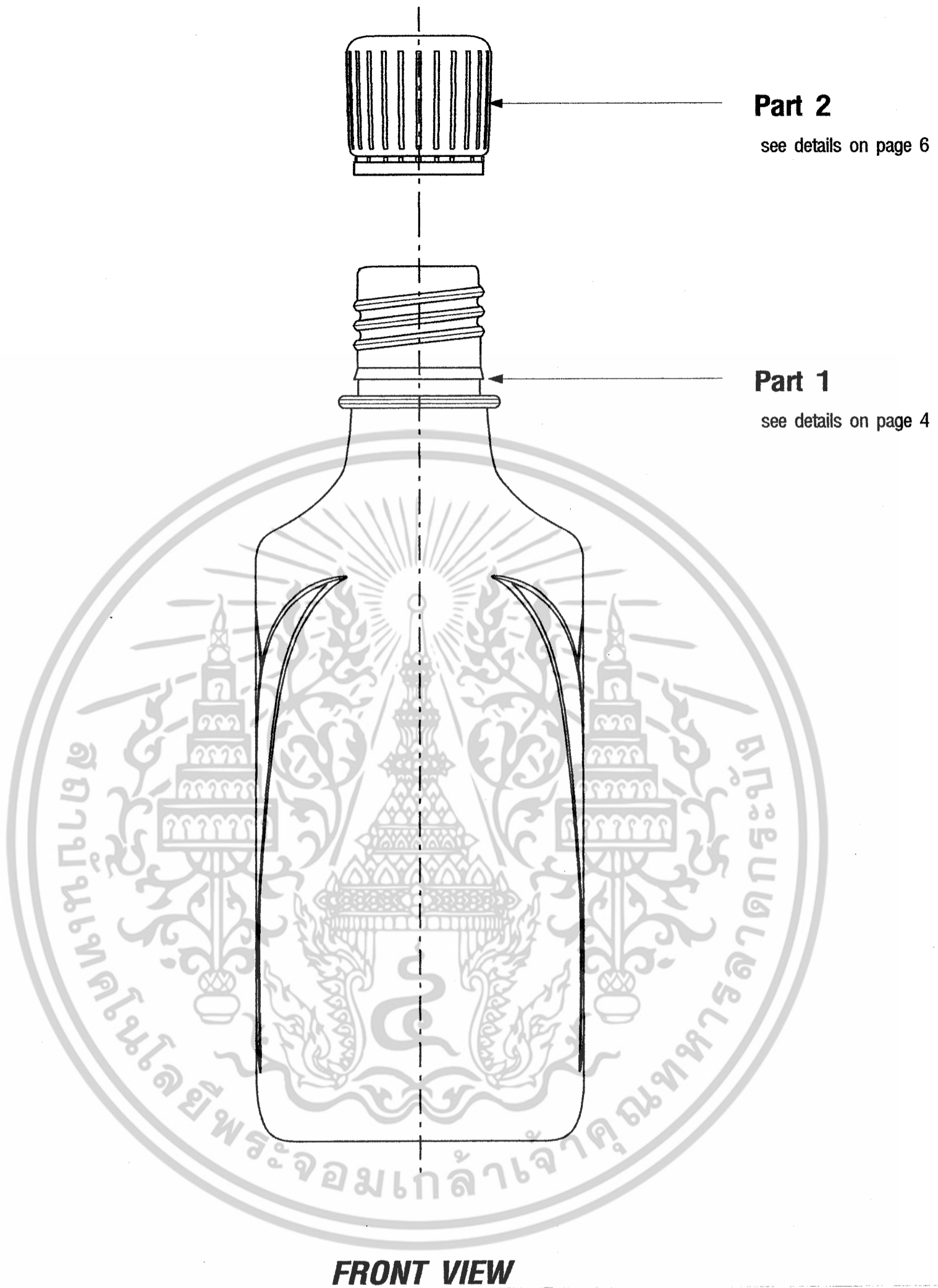


รูปที่ 4.1-53 ภาพแสดง Art Work ของกล่องห่อฟลูกลดาล (รดตงเดิม)

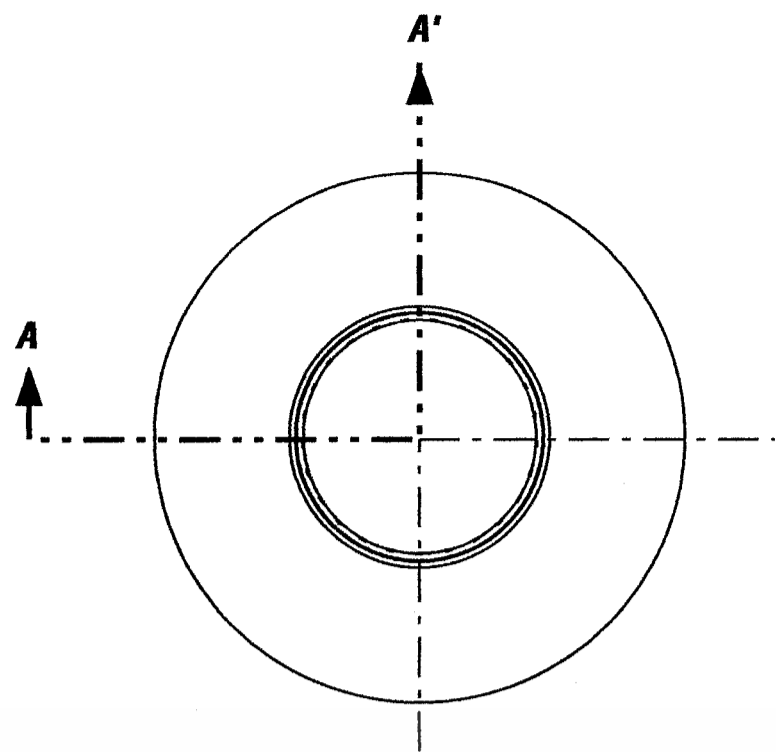


รูปที่ 4.1-52 ภาพแสดง Art Work ของป้ายห้อยของกระปุกน้ำตาลปึก (แบบตักใช้)

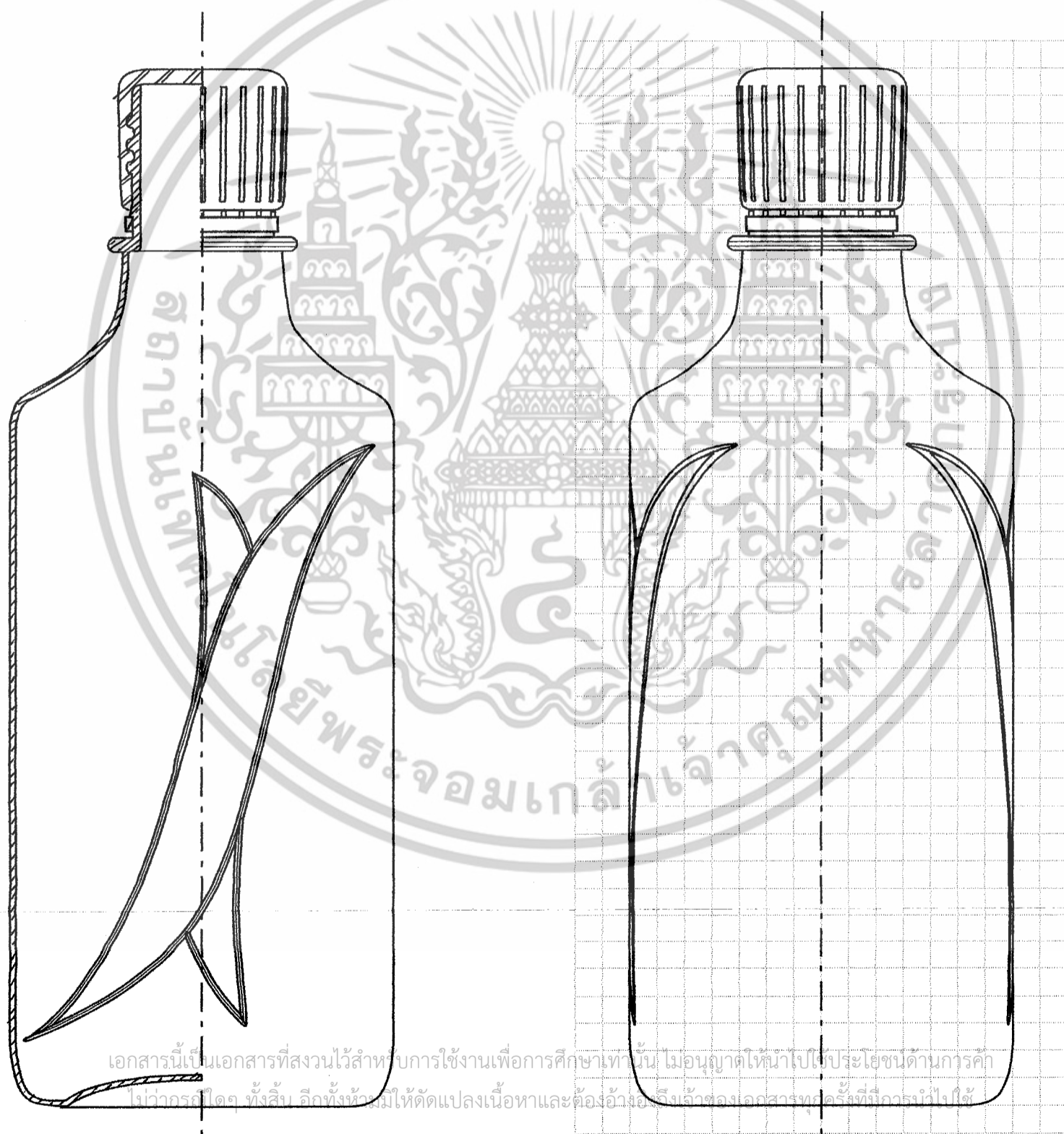
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Part	Name	Qua.	Colour	Material	Process	Remark
1	ตัวขวด	1	Ivory	PP	Injection	-
2	ฝาขวด	1	สีขาว	PET	Injection-Blow mold	-



TOP VIEW

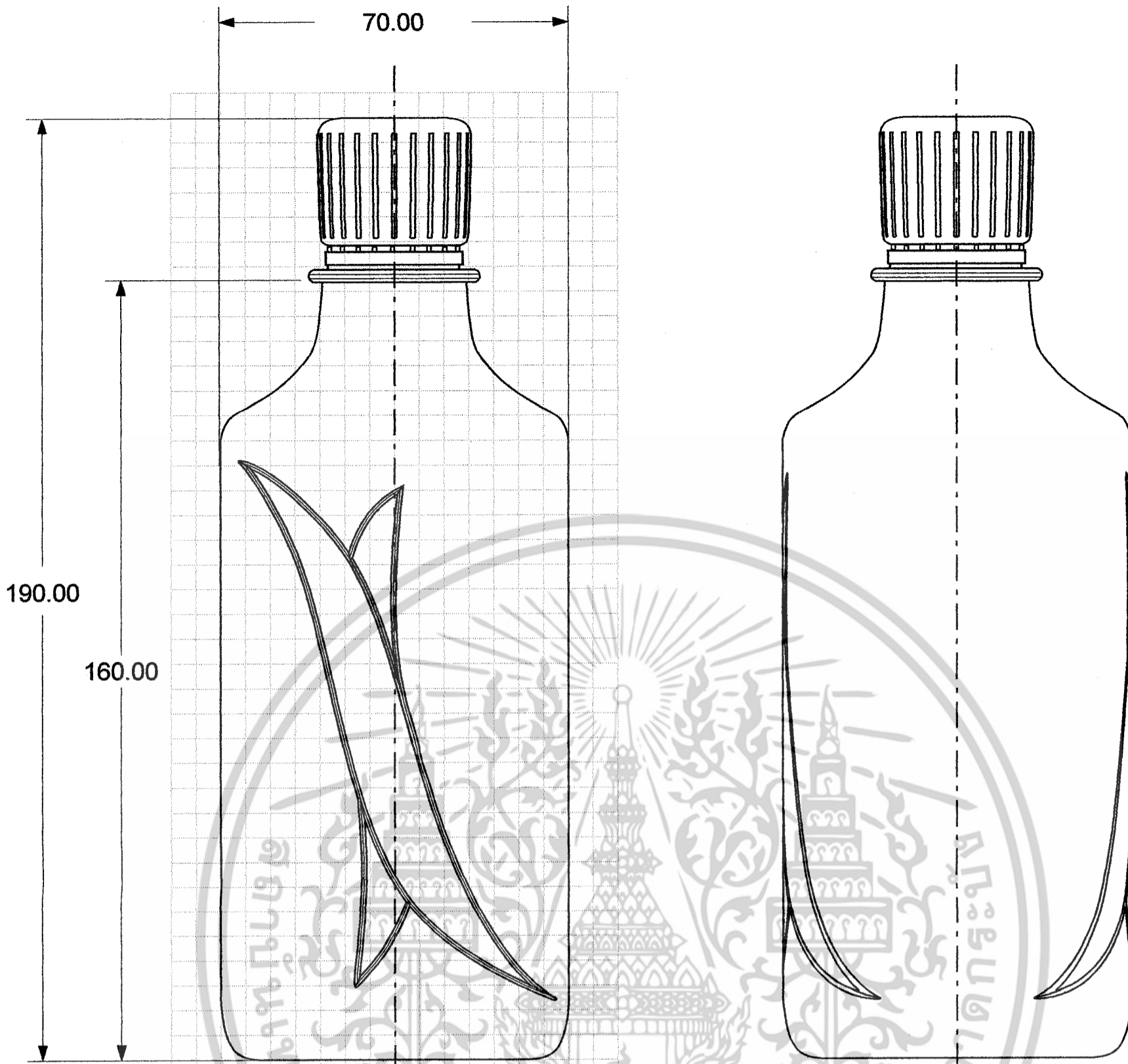


SECTION A-A'

FRONT VIEW

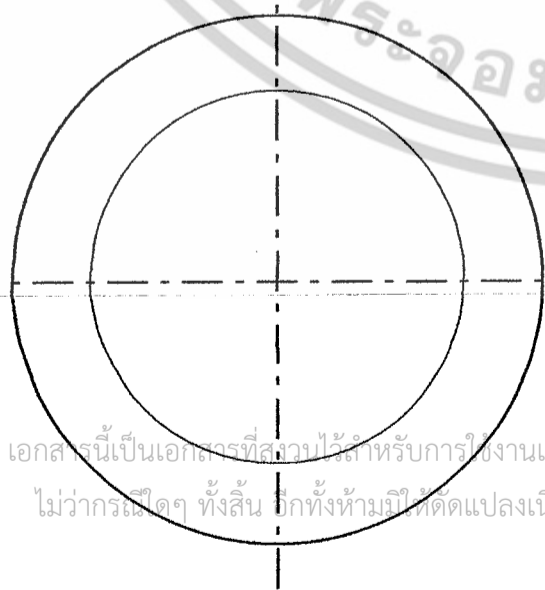
5.00
5.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



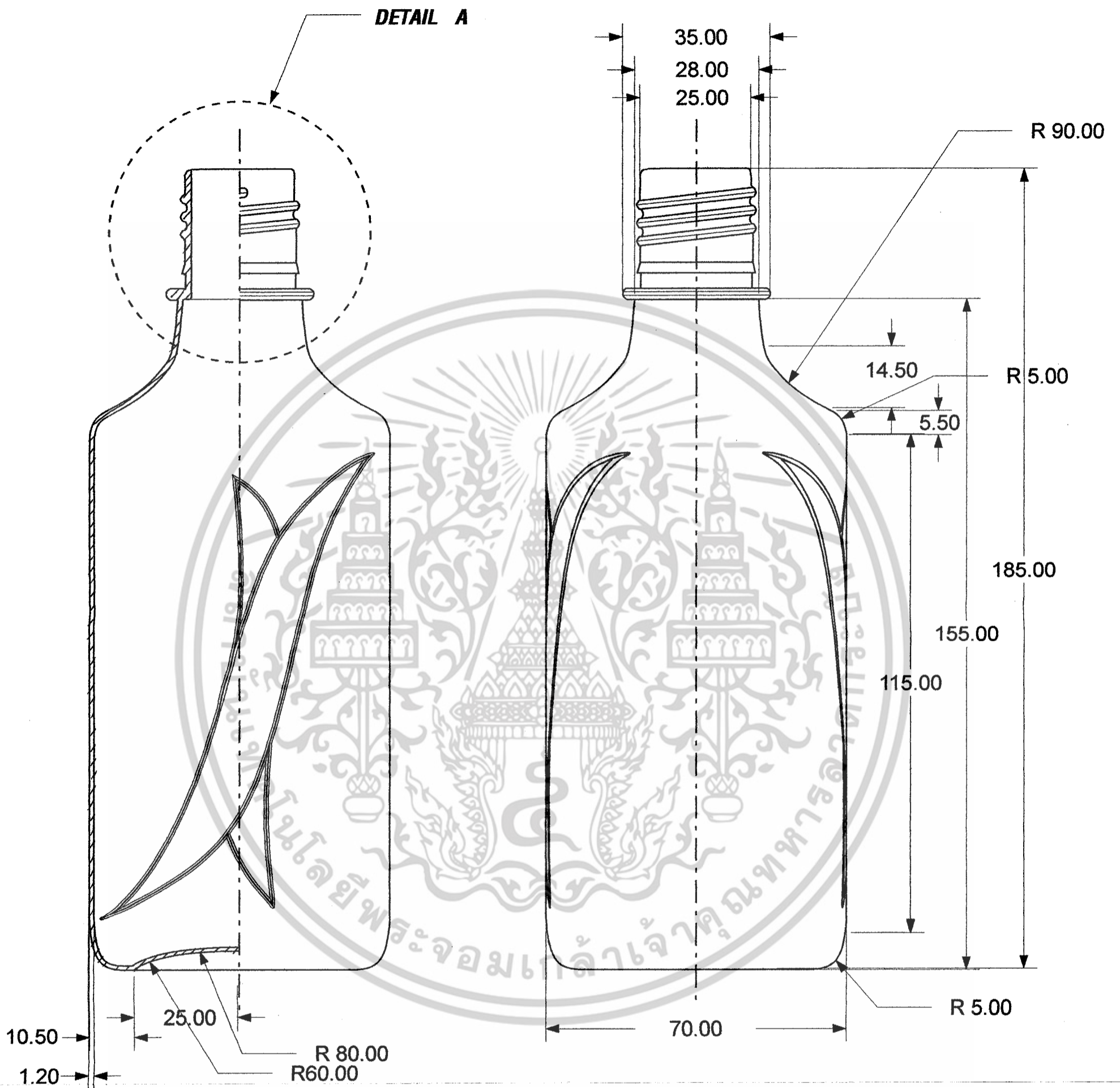
RIGHT SIDE VIEW

BACK VIEW

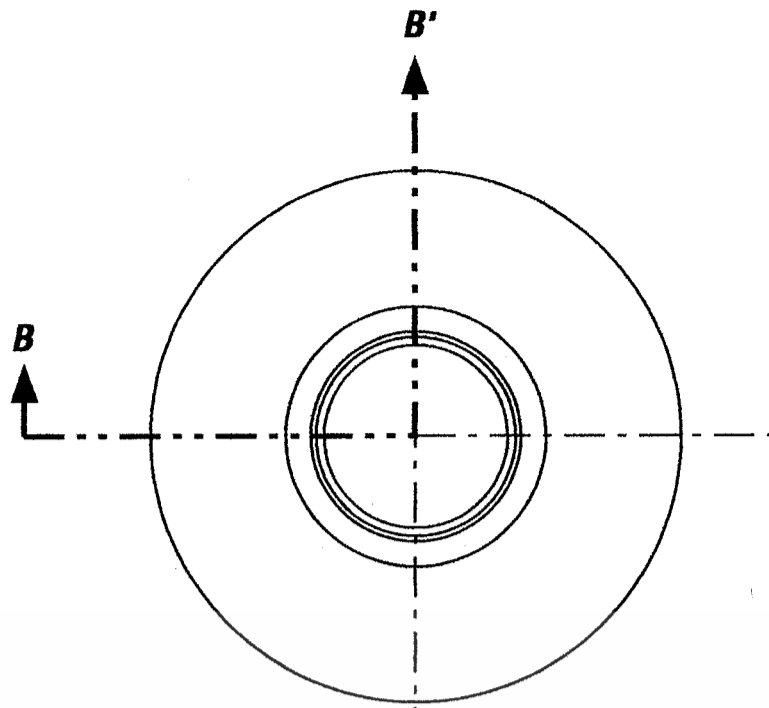


BOTTOM VIEW

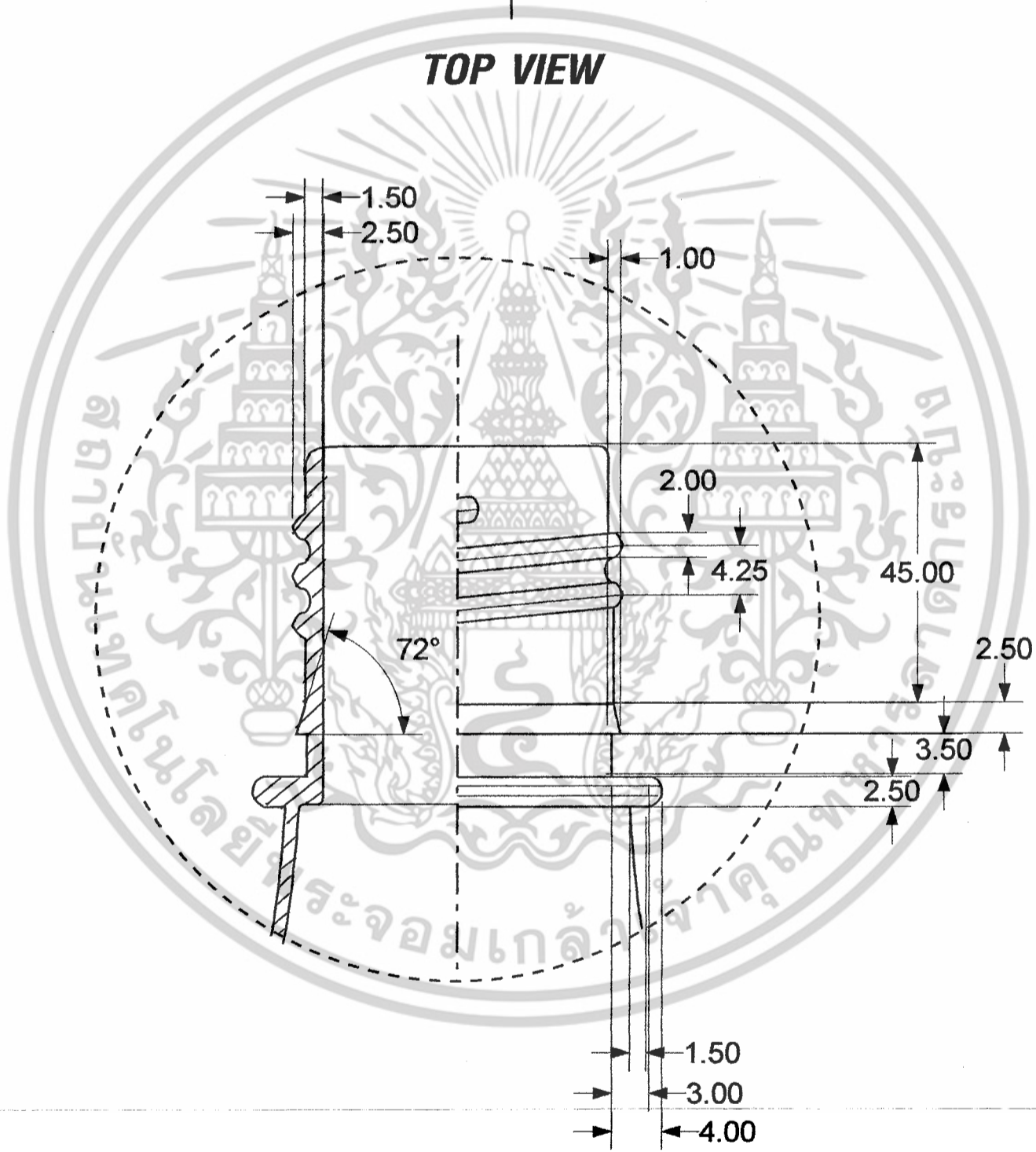
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SECTION B-B' ส่วนนี้สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุ **FRONT VIEW** านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

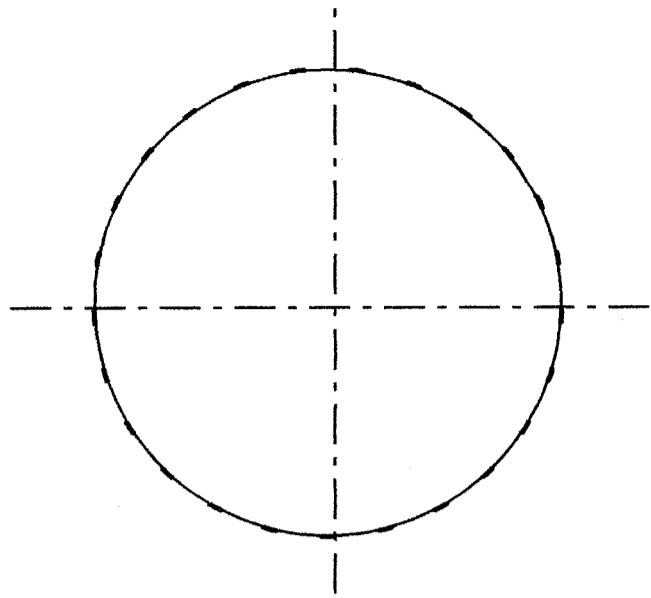


TOP VIEW

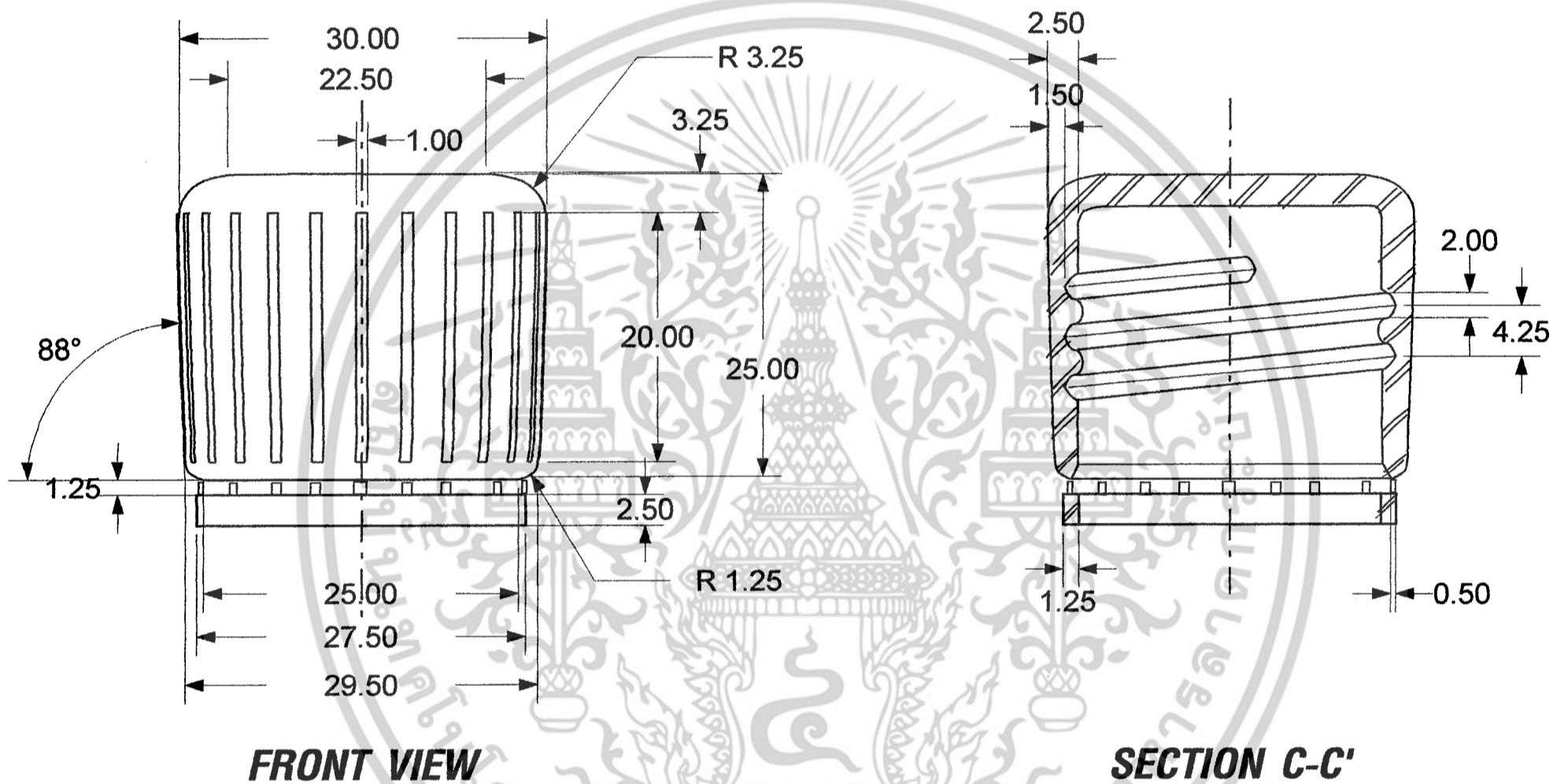


DETAIL A (scale 2:1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

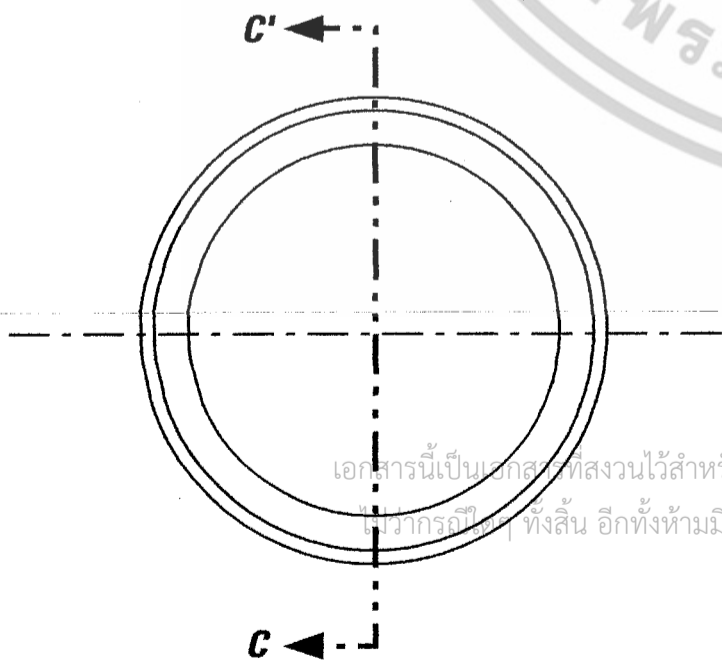


TOP VIEW



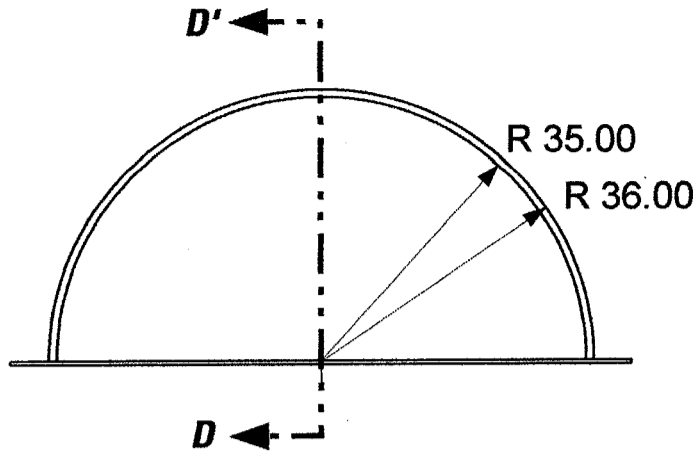
FRONT VIEW

SECTION C-C'

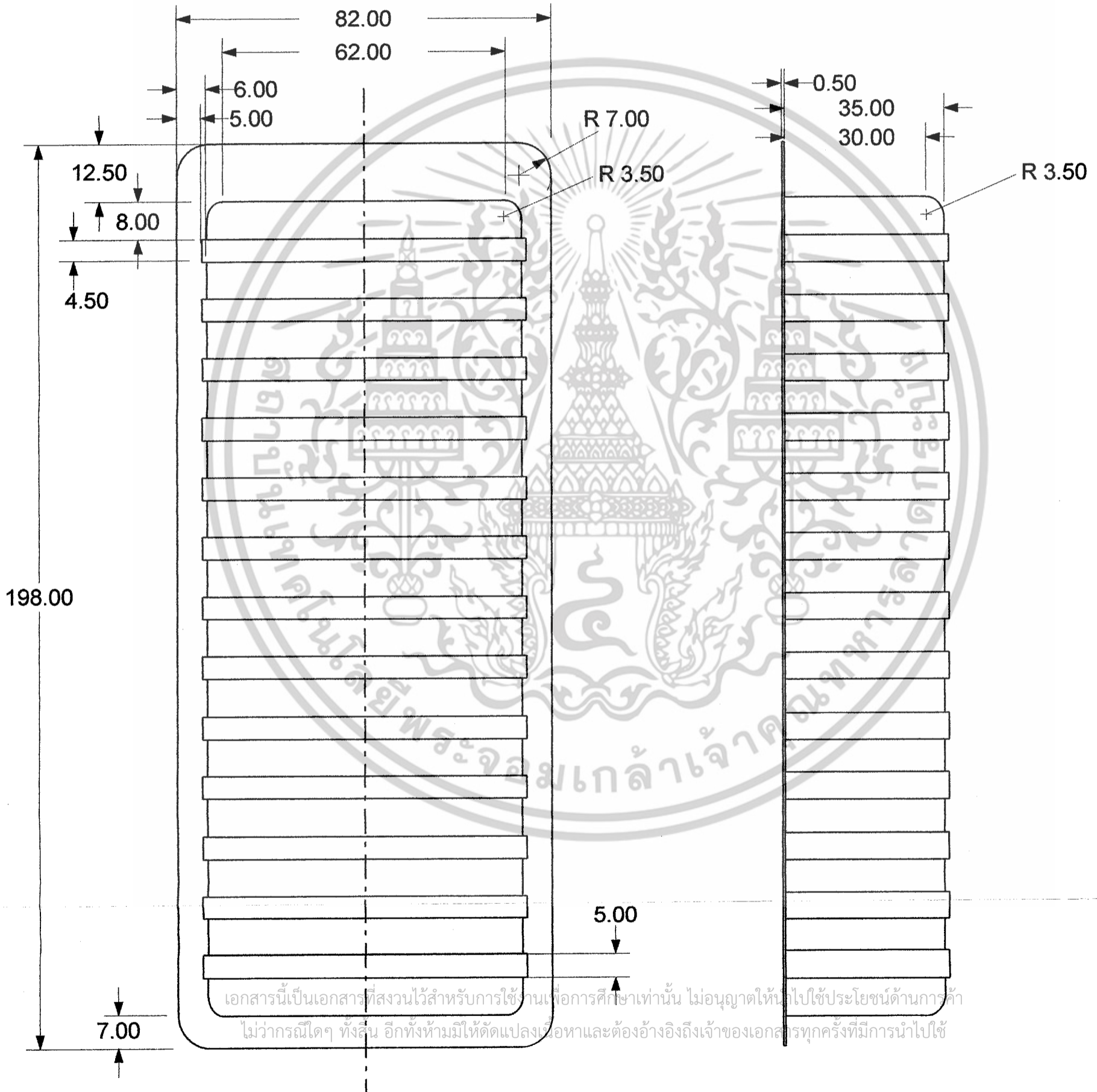


BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



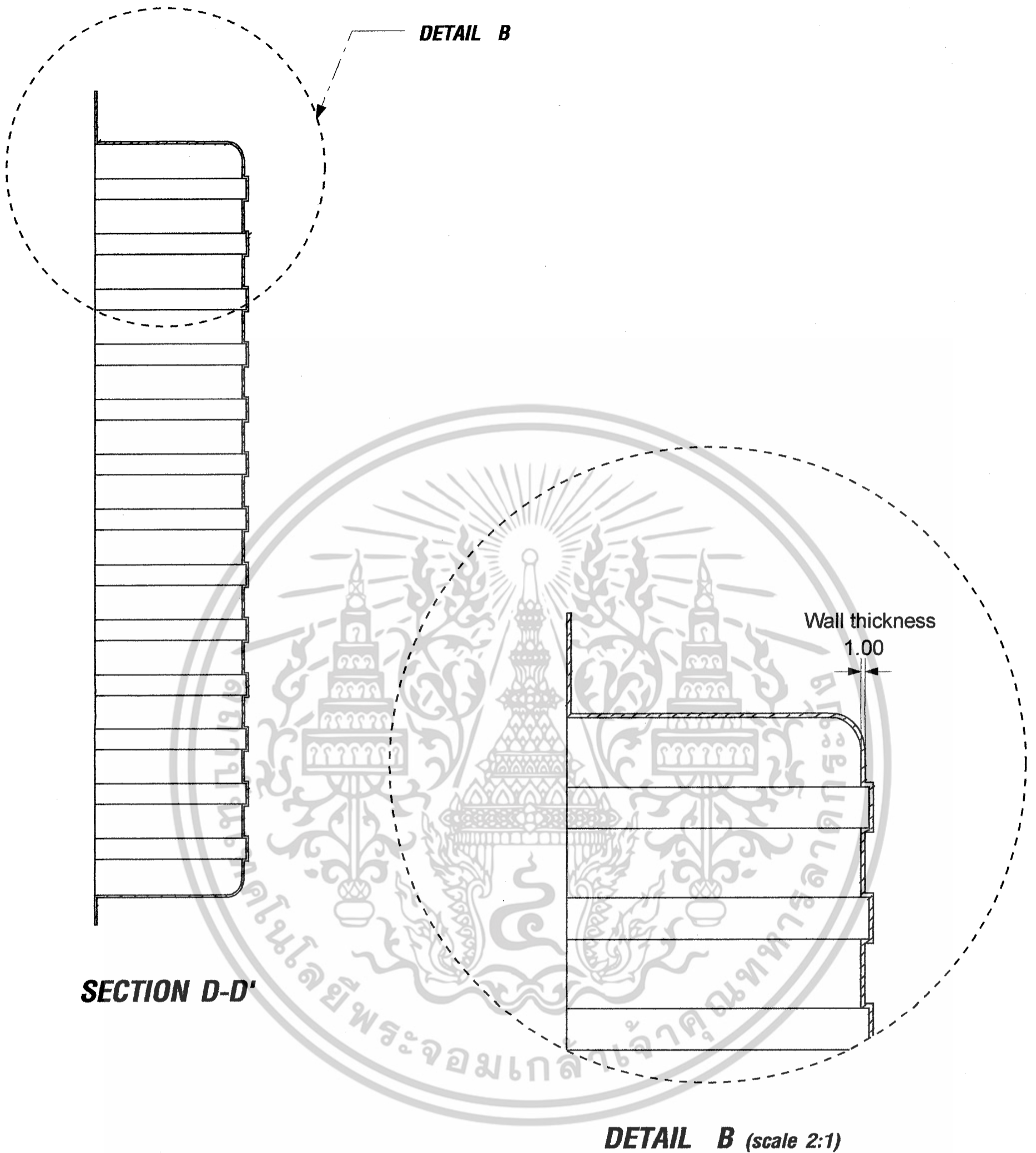
TOP VIEW



FRONT VIEW

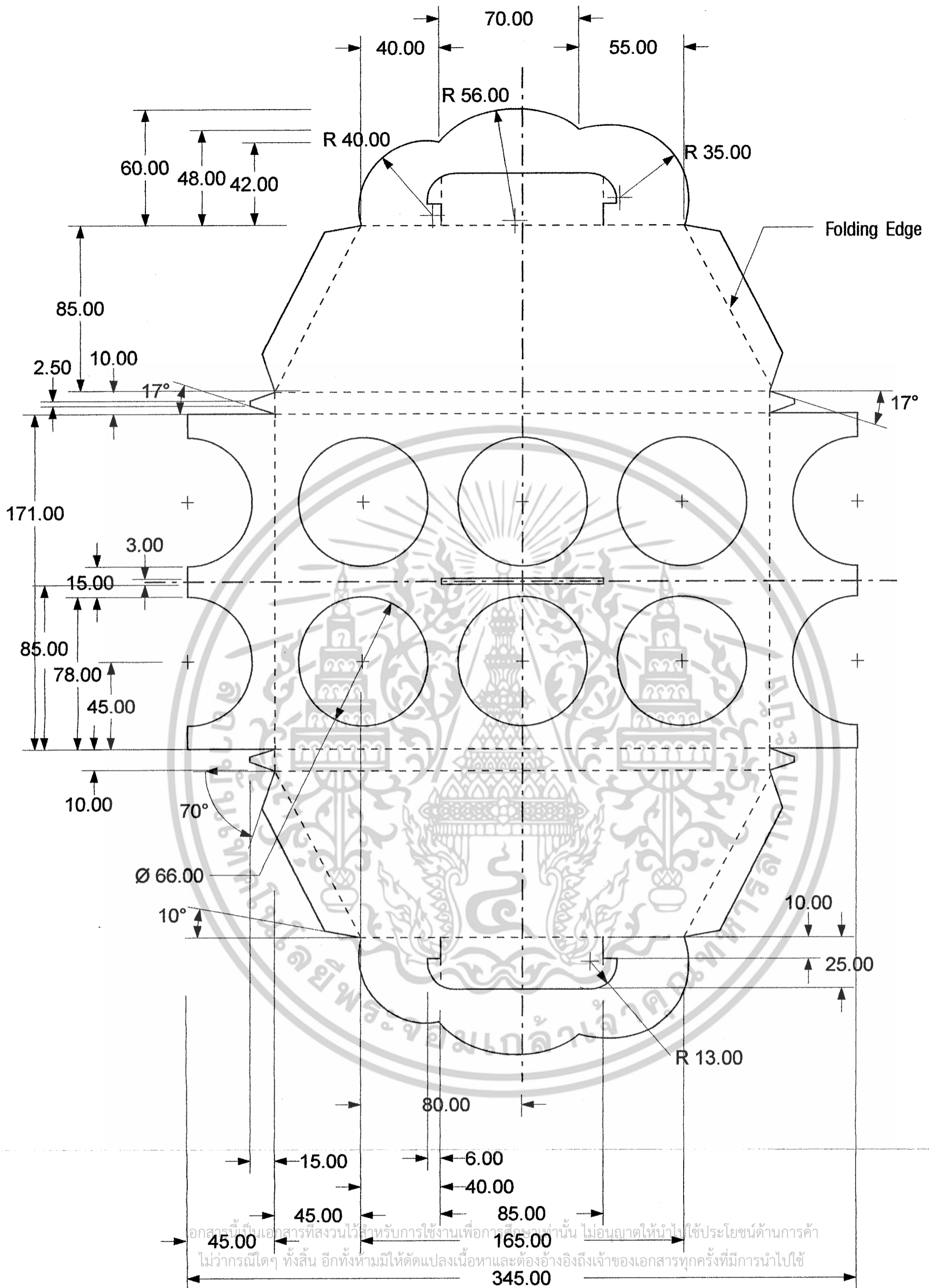
RIGHT SIDE VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

Part	Name	Qua.	Colour	Material	Process	Remark
1	ภาต	1	Clear	PVC	Thermoforming	-



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Part	Name	Qua.	Material	Process	Remark
1	Retail Package 6 ก้อน	1	Proof Paper	Die cut	-

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดมีดังนี้ คือ



รูปที่ 4.2-1 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

รูปที่ 4.2-2 เครื่องดื่มน้ำตาลสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-3 เครื่องดื่มน้ำตาลสด (330 ml 6 ขวด)

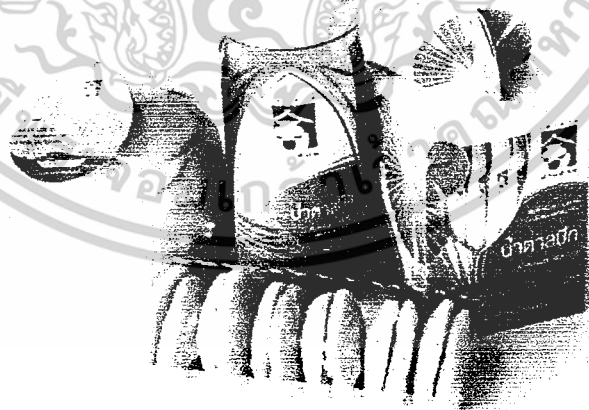


รูปที่ 4.2-4 เครื่องดื่มน้ำตาลเมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

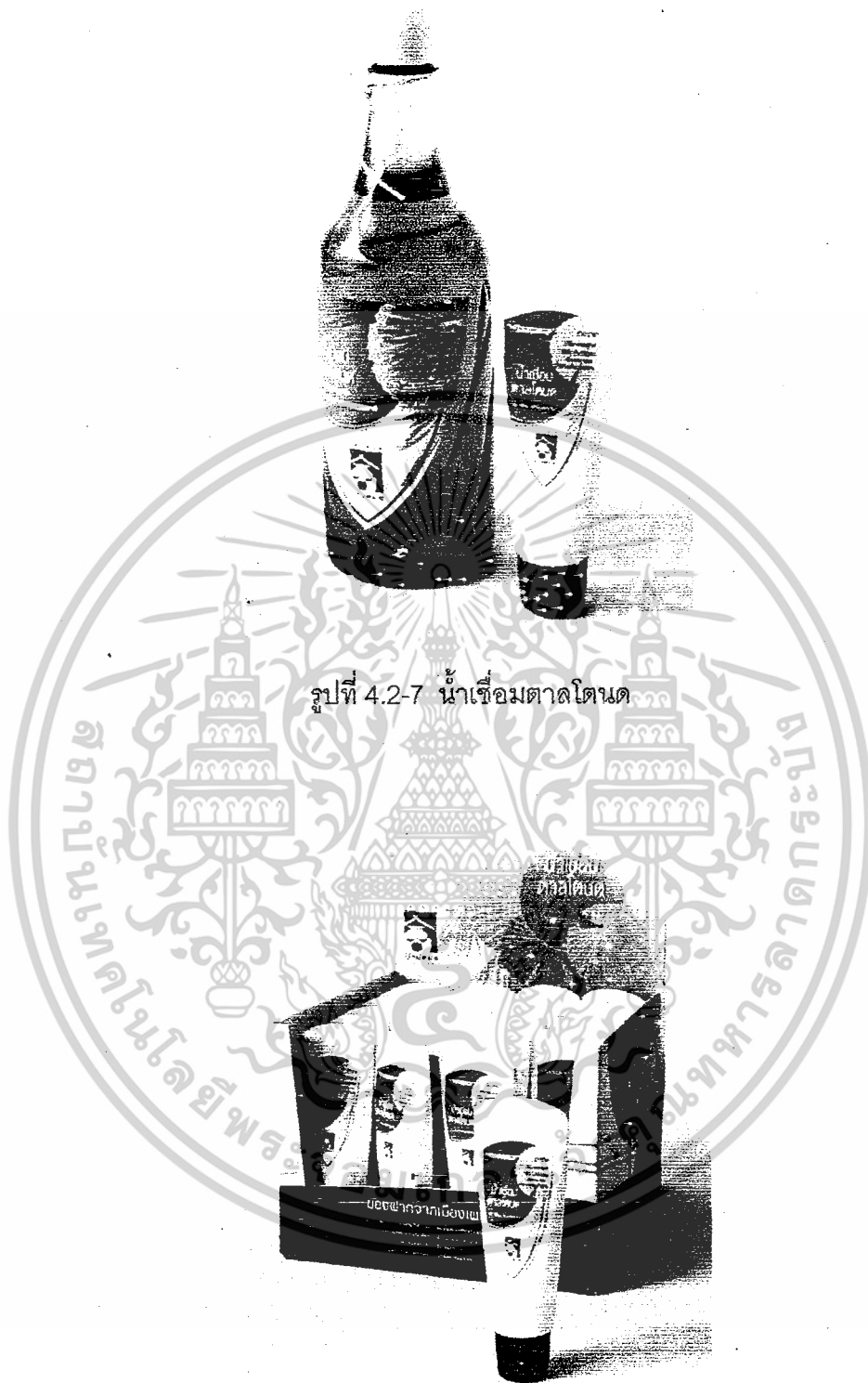


รูปที่ 4.2-5 เครื่องดื่มน้ำตาลเมา (330 ml .6 ขวด)



รูปที่ 4.2-6 น้ำตาลโตนด หรือน้ำตาลปึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-7 น้ำเชื่อมตาลโตนด

รูปที่ 4.2-8 น้ำเชื่อมตาลโตนด (Retail Packaging)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-9 ลูกตาลเชื่อม

รูปที่ 4.2-10 ตาลเชื่อมแห้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-11 ท่อฟลูกตาล

รูปที่ 4.2-12 แยมลูกตาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-13 ฝุ่นลูกตาด

รูปที่ 4.2-14 ลูกตาดในน้ำเชื่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-15 ของฝากคู่เครื่องดื่ม



รูปที่ 4.2-16 ของฝากคู่กินเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2-17 ชั้นจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า

รูปที่ 4.2-18 ถุงสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. บรรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของโครงการเกษตรทำน้ำตาล “เตาตาลบ้านหม้อ” ได้ อย่างชัดเจนและเหมาะสม
2. บรรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อยู่ภายใต้พื้นฐานของ Corporate Identity เดียวกัน
3. บรรรจุภัณฑ์สามารถแสดงจุดขายของสินค้า ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน
4. การออกแบบบรรรจุภัณฑ์มีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง รวมถึงความเหมาะสมในด้านต้นทุนการผลิต และการประหยัดวัสดุ
5. บรรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้าที่ผลิตขึ้นเองโดยภูมิปัญญาชาวบ้าน ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
6. ขั้นตอนการออกแบบทั้งหมด ได้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบ ตามแนวทางการศึกษาข้อมูล การวิเคราะห์ และกระบวนการคิดจนได้ผลงานขั้นสุดท้ายในที่สุด

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์เป็นการฝึกฝนให้นักศึกษารู้จักคิด ค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ สรุปหาเหตุผล และรู้จักการทำงานอย่างมีระบบ จะเห็นได้ว่าก่อนที่จะลงมือสำเร็จถึงผลงานขั้นสุดท้ายนั้น ต้องผ่านอุปสรรคในขั้นตอนต่างๆมากมาย ดังนั้นสิ่งที่สำคัญคือการเรียนรู้ที่จะจัดการบริหารเวลาให้เหมาะสม มีการวางแผนการล่วงหน้าอย่างเป็นระบบระเบียบ ซึ่งจะเป็นผลทำให้นักศึกษาได้ผลงานในขั้นสุดท้ายที่ออกมา มีความสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจในที่สุด

5.1 สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของอาจารย์

สรุปผลการออกแบบ

1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็น Corporate Identity นั้น มีการจัดวางที่เหมือนกันจนเกินไป ดังนั้นจึงทำให้งานดูซ้ำกันเกินไป ควรเพิ่มลูกเล่นให้เกิดความแตกต่างกันมากกว่านี้
2. การใช้เชือกผูกที่บรรจุภัณฑ์นั้น แม้จะทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่มีความเป็นพื้นบ้าน และความ เป็นของขวัญ ของฝากก็ตาม แต่ในความเป็นจริงแล้ว อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นมาก ทั้งในด้านค่า วัสดุดิบ ค่าแรงงาน รวมถึงการเสียเวลาที่ต้องใช้ในการผูกอีกด้วย
3. โครงสร้างมีถึงสองเอกลักษณ์ในหนึ่งโครงสร้าง จึงเป็นผลดีต่อการประหยัดต้นทุนในการ ผลิตบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากสามารถใช้บรรจุภัณฑ์ร่วมกันได้แม้ว่าจะต่างชนิดกัน

ข้อเสนอแนะของอาจารย์

นักศึกษาคนค้นหาแนวทางการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตนเอง ทั้งนี้เพื่อ เสริมสร้างให้ผลงานมีความโดดเด่น และแตกต่างจากงานอื่นทั่วไป ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญแก่ ความเป็นไปได้ในทุกๆด้าน เพื่อให้งานออกแบบอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง รวมทั้งผู้ออกแบบ ควรมีความมุ่งมั่น มีความตั้งใจ และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างทำงาน

บรรณานุกรม

สัจใจ พูนทรัพย์. อาหาร ทรัพย์สินและสินแผ่นดินไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), 2544

สำนักพิมพ์สารคดี. "นายรอบรู้" นักเดินทาง : เพชรบุรี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์กรุงเทพฯ, 2546

ผศ.โกสุม สายใจ. สีและการใช้สี. กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), 2540

วิรุณ ตั้งเจริญ. ออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ วิมล อาร์ต, 2531

ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานการสัมมนาเรื่อง ภาชนะพลาสติกเพื่อการบรรจุภัณฑ์, วันที่ 17-18 กรกฎาคม 2529.

กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานการสัมมนาเรื่องกลยุทธ์ของการใช้ฉลากเพื่อการตลาด, วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2530.

กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

Anne and Henry Emblem. Packaging Prototype 2. Switzerland : Roto Vision SA, 2000

E P Danger. Selecting Color for Packaging : Gower Technical Press, 1987



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวกประเภทอาหาร

อาหารควบคุมเฉพาะมี 39 ชนิด ได้แก่

1. น้ำแร่
2. สีสผสมอาหาร
3. น้ำมันและไขมัน
4. น้ำมันถั่วลิสง
5. น้ำมันปาล์ม
6. น้ำมันมะพร้าว
7. นมโค
8. เนย
9. อาหารสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก
10. เนยแข็ง
11. กี้
12. ไอศกรีม
13. นมปรุงแต่ง
14. ผลิตภัณฑ์ของนม
15. นมเปรี้ยว
16. น้ำมันเนย
17. ครีม
18. นมดัดแปลงสำหรับทารก
19. เนยเทียม
20. วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร
21. อาหารกึ่งสำเร็จรูป
22. ซอสบางชนิด
23. น้ำส้มสายชู
24. น้ำปลา
25. วัตถุเจือปนอาหาร
26. แยม เยลลี่ และมาร์กมาเลด
27. ชา
28. น้ำบริโภค
29. เครื่องดื่ม
30. เครื่องดื่มเกลือแร่
31. น้ำนมถั่วเหลือง
32. กาแฟ
33. น้ำแข็ง
34. อาหารทารก
35. อาหารเสริมสำหรับเด็ก
36. อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
37. รอยัลเยลลี่ และผลิตภัณฑ์รอยัลเยลลี่
38. โซเดียมซัลเฟตและอาหารที่มีโซเดียมซัลเฟต (เฉพาะส่งออก)
39. น้ำผึ้ง

หมายถึงว่าประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องอาหารดังกล่าว ไม่ใช่บังคับกับอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่ายโดยสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าลักษณะที่เป็นโรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน มี 9 ชนิด ได้แก่

1. น้ำที่เหลือจากการผลิตโมโนโซเดียมกลูตาเมต
2. อาหารที่มีสารพิษตกค้าง
3. อาหารที่มีสารปนเปื้อน
4. อาหารที่มีกัมมันตรังสี
5. ซ็อกโกแลต
6. ไข่เยี่ยวม้า
7. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการย่อยโปรตีนจากถั่งเหลือง
8. ข้าวเติมวิตามิน
9. เกลือบริโภค

หมายเหตุ : ประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องอาหารดังกล่าวไม่ใช่บังคับกับเกลือบริโภค ที่มีวัตถุประสงค์ผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายนอกราชอาณาจักร และเคลือบบริโภคที่มีวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้ในทางอุตสาหกรรมอาหาร ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเกลือบริโภคไม่ต้องส่งมอบฉลากให้สำนักงานฯพิจารณา แต่ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะต้องผลิตหรือนำเข้าเกลือบริโภคให้มีคุณภาพหรือมาตรฐาน และแสดงฉลากตามที่กำหนดไว้ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 153 (พ.ศ. 2537) เรื่อง เกลือบริโภค

อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก มี 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพิจารณาอนุญาตก่อนนำไปใช้ มี 12 ชนิด ได้แก่

- 1.1 แป้งข้างกลิ้ง
- 1.2 ซอสในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 1.3 อาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ
- 1.4 วนลำเร็จรูปและขนมเยลลี่
- 1.5 น้ำเกลือบปรุงอาหาร
- 1.6 ขนมปัง
- 1.7 หมากฝรั่งและลูกอม
- 1.8 อาหารฉายรังสี
- 1.9 อาหารที่มีวัตถุกันขึ้นรวมอยู่ในภาชนะบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.10 ผลิตภัณฑ์กระเทียม
- 1.11 วัตถุแต่งกลิ่นรส
- 1.12 อาหารที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้
2. กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพิจารณา มี 1 ชนิด ได้แก่
 - 2.1 ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ (ได้แก่ ลูกชิ้น ไส้กรอก แหนม หมูยอ กุนเชียง)
3. กลุ่มอาหารที่ต้องจดแจ้ง มี 3 ชนิด ได้แก่
 - 3.1 อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที
 - 3.2 อาหารพร้อมปรุง
 - 3.3 พืชผัก ผลไม้สดที่อยู่ในสภาพแช่เย็นหรือแช่แข็ง ที่นำเข้ามาเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ (กลุ่มนี้จัดแจ้งโดยไม่ต้องแสดงเลข อย.)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้