

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for " Bai Sri ", Chantaburi 's
Agricultural Products)



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 86589
วัน,เดือน,ปี..... 25 S.ค. 2551

b. 1201 53 10
i.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2546-2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุมัติผล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตร์
บัณฑิต



.....
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

กรรมการตรวจวิทยานิพนธ์.....ประธานกรรมการ

[Signature]
.....กรรมการ

.....กรรมการ

.....กรรมการ

.....กรรมการ

.....กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา.....

[Signature]

(อาจารย์ สมชัย ฉันทรัฐจิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for " Bai Sri ", Chantaburi 's
Agricultural Products)

ชื่อนักศึกษา นาย ทศธร สุวรรณยอด
รหัส 42020111
ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา 2546

บทคัดย่อ

ประเทศไทย เป็นประเทศที่เรียกได้ว่าเป็นเมืองแห่งกสิกรรม พลเมืองส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับการเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการทำงานเพื่อหาเลี้ยงชีพแล้ว ผลผลิตที่ได้ยังส่งออกทำรายได้ให้กับประเทศ และสร้างชื่อเสียงให้ชาวต่างชาติรู้จักประเทศไทยดียิ่งขึ้น โดยในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศก็จะมีสินค้าที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งในปัจจุบันมีการสนับสนุน ส่งเสริม จากภาครัฐตามโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการให้ทุกตำบลต่างมีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ซึ่งทำให้ประชาชนเกิดความตื่นตัว และพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้กลายเป็นสินค้าประจำตำบลที่ช่วยเพิ่มรายได้ สร้างงานให้ชาวบ้าน เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

จังหวัดจันทบุรี เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีการส่งเสริม และสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ สินค้าเกษตรแปรรูปจากผลไม้ และเครื่องเทศ โดยผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นลักษณะการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านภายในชุมชน ตำบลเดียวกัน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรีก็เป็นหนึ่งในการรวมตัวกันของชาวบ้านภายในตำบลเขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ โดยมีสินค้าประเภทเกษตรแปรรูปที่ใช้วัตถุดิบที่หาได้ในจันทบุรี ได้แก่ ผลไม้ และเครื่องเทศ โดยทางกลุ่มเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่แพง มีความหลากหลาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเด่นที่ทำให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ในโครงการแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป ได้แก่

1.1 ผลไม้กวน มี 4 ชนิด คือ

- ทูเรียนกวน
- ชมพู่กวน
- เงาะกวน
- มังคุดกวน

1.2 ผลไม้ทอด/อบกรอบ มี 4 ชนิด คือ

- ทูเรียนทอดกรอบ
- ทูเรียนทอดกรอบอบเนย
- เผือกอบเนย
- มันอบเนย

โดยมี 2 ลักษณะ คือ แบบแผ่น กับ แบบแท่ง

1.3 แยมผลไม้ มี 3 ชนิด คือ

- แยมมังคุด
- แยมเงาะ
- แยมชมพู่

1.4 เครื่องดื่มผลไม้ มี 3 ชนิด คือ

- น้ำชมพู่
- น้ำเงาะ
- น้ำมังคุด

1.5 ผลไม้ในน้ำเชื่อม มี 3 ชนิด คือ

- ชมพู่ในน้ำเชื่อม
- เงาะในน้ำเชื่อม
- มังคุดในน้ำเชื่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ไศศกรีมผลไม้ มี 4 ชนิด คือ

- ไศศกรีมทุเรียน
- ไศศกรีมชมพู
- ไศศกรีมเงาะ
- ไศศกรีมมังคุด

2. ผลิตภัณฑ์ขนม อาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่

2.1 ทอฟฟี่ มี 3 ชนิด คือ

- ทอฟฟี่กะทิ
- ทอฟฟี่ถั่ว
- ทอฟฟี่ทุเรียน

2.2 ทองม้วน มี 3 ชนิด คือ

- ทองม้วนหมูหยอง
- ทองม้วนงาดำ
- ทองม้วนทุเรียน

2.3 ข้าวพองธัญพืช มี 3 ชนิด คือ

- ข้าวพองหน้าหมูหยอง
- ข้าวพองหน้างาดำ
- ข้าวพองหน้าทุเรียน

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องเทศ ได้แก่

3.1 พริกไทยชนิดผง

3.2 พริกไทยชนิดเม็ด

3.3 พริกไทยชนิดแคปซูล

4. ซุดของฝาก ได้แก่

4.1 ซุดของฝากแยมผลไม้

4.2 ซุดของฝากน้ำผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยทางกลุ่มทำการศึกษาช่องทางจำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น และยกระดับสินค้าให้สูงขึ้น ดังนี้

1. การเปลี่ยนแหล่งจำหน่ายสินค้า จากเดิมลักษณะการจำหน่ายเป็นการวางขาย ณ. ที่แหล่งผลิตที่เดียว ซึ่งทำให้มีปริมาณการขายไม่สูง มาเป็นการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า แหล่งศูนย์รวมผู้คน เช่น Market Place , Golden Place , Lemon Farm , Lotus รวมทั้งในแผนก Supermarket ในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ
2. ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยศึกษาในด้านรสนิยม ความชอบ พฤติกรรมในการบริโภค ลักษณะการดำเนินชีวิต รวมทั้งลักษณะทางด้านกายภาพ ได้แก่อายุ เพศ การศึกษา ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจะเน้นที่กลุ่มครอบครัว 25-50 ปี อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ใช้กิจกรรมในวันหยุดร่วมกัน
3. ข้อมูลคู่แข่ง ลักษณะคู่แข่งหลักเป็นกลุ่มเกษตรกรชาวบ้าน มีผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูก แต่คุณภาพไม่ดี และมีคู่แข่งรองเป็นกลุ่มที่มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีราคาสูง และผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากข้อมูลคู่แข่งสามารถนำมาวางตำแหน่งสินค้าได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูง แต่มีคุณภาพ
4. การวางตำแหน่งสินค้า อาศัยข้อมูลคู่แข่ง ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค และจุดเด่นของตัวผู้ผลิต โดยวางตำแหน่งที่แสดงออกถึงลักษณะผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ภูมิความเป็นไทยพื้นบ้าน
5. แนวความคิดในการออกแบบ จากกรวางตำแหน่งสินค้ามากำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบได้ โดยแบ่งเป็น 2 อย่าง คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟฟิก ในการออกแบบโครงสร้างจะเน้นที่การแสดงผลแหล่งที่มาผู้ผลิตเป็นหลัก เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักตัวผู้ผลิต ในส่วนการออกแบบกราฟฟิกจะเน้นการเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และความเป็นไทยพื้นบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดที่มีการส่งเสริม และสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ สินค้าเกษตรแปรรูปจากผลไม้ และเครื่องเทศ ซึ่งจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในการปลูกผลไม้ มีรสชาติที่อร่อย ถูกใจคนทั่วไป เนื่องจากสภาพอากาศ และภูมิประเทศที่เหมาะสมในการเจริญเติบโตของผลไม้ ทำให้มีผลไม้เป็นจำนวนมาก เกิดปัญหาผลไม้ล้นตลาด บริโภคไม่ทัน เน่าเสียไม่สามารถบริโภคได้

เพื่อแก้ปัญหาสินค้าล้นตลาด เกษตรกรจึงทำการแปรรูปผลไม้ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งผลไม้แปรรูปก็ได้รับความนิยมไม่น้อยไปกว่าผลไม้สดเลย กลายเป็นสินค้าประจำจังหวัดอีกอย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด

ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นลักษณะการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านภายในชุมชน ตำบลเดียวกัน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรีก็เป็นหนึ่งในการรวมตัวกันของชาวบ้านภายในตำบลเขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ โดยมีสินค้าประเภทเกษตรแปรรูปที่ไว้วัตถุดิบที่หาได้ในจันทบุรี ได้แก่ผลไม้ และเครื่องเทศ โดยผลไม้สามารถนำมาแปรรูปได้หลายวิธี ทำให้สินค้ามีความแตกต่างกันครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค ทางกลุ่มเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่แพง ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเด่นที่ทำให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

เนื่องจากลักษณะการจำหน่ายของทางกลุ่มเป็นการขายที่แหล่งผลิต และร้านของฝาก อันเป็นลักษณะการขายที่ผู้บริโภค ได้แก่กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ถึง วัยกลางคน (อายุ 25-40 ปี) ที่มักจะเดินทางท่องเที่ยว และแวะซื้อเป็นของฝากกลับบ้าน ทำให้ปริมาณการขายมีไม่มาก เพราะมีแหล่งจำหน่ายน้อย และจากสภาพในปัจจุบันที่มีคู่แข่งเกิดขึ้นมามากกว่าเมื่อก่อน จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนวิธีการขายจากที่ผู้บริโภคต้องเข้าหาผู้ผลิต กลายเป็นผู้ผลิตต้องเข้าหาผู้บริโภคแทน ซึ่งจะทำให้มีปริมาณการขายมากขึ้น ได้กำไรมากขึ้น เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น และเป็นการระบายสินค้าที่มีอยู่ โดยเปลี่ยนมาเป็นลักษณะการขายในห้างสรรพสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การบริโภคในปัจจุบันที่ห้างสรรพสินค้าเป็นศูนย์กลาง และจากการเปลี่ยนแหล่งจำหน่ายนี้เองทำให้เกิดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่มีการดำเนินชีวิต พฤติกรรมในการบริโภคที่สอดคล้องกับตลาดการจำหน่ายใหม่

เนื่องจากมีการวางตำแหน่งสถานที่จำหน่ายใหม่ และการวางกลุ่มเป้าหมายใหม่ ส่งผลให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ยังคงคุณสมบัติครบถ้วนทั้งในด้านการปกป้อง คุ้มครองสินค้าภายใน การอำนวยความสะดวกของผู้บริโภค มีรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมในการบรรจุ และช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ที่ดีของผู้ผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิจกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ไม่อาจผ่านพ้น ลุล่วง ไปด้วยดี หากขาดแรงสนับสนุนจากพวกท่านทั้งหลายเหล่านี้...

คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นที่กำลังใจตลอดเวลาตั้งแต่เริ่มทำงาน ไม่มีครั้งไหนเลยที่ท่านทั้งสองทำให้ผมรู้สึกหดหู่ หมดอาลัยตายอยาก เมื่อกลับบ้าน และเงินทุนจำนวนมหาศาลที่ทั้งสองให้ผมตลอดการทำงานนี้

อาจารย์ สมชัย จันทรรัฐพัฒน์ ที่เป็นที่ปรึกษาในการวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ มีหลายครั้งที่ผมคิดอะไรไม่ออกเลย พอได้อาจารย์ที่ทางสว่าง การทำงานก็ลุล่วงไปได้ด้วยดี ...ขอบคุณเป็นอย่างสูงครับ

อาจารย์กลุ่ม Packaging Design ทุกท่านที่มอบความรู้อันมีค่ายิ่ง ทั้งใน และนอกตำราขอบคุณอีกครั้งกับอาจารย์ ญาดา กับคำแนะนำในการตัดสินใจเลือกเรียน Package ตอนปี 4 ผมคิดไม่ผิดจริง ๆ

พี่ป๊อ พี่บ๊อง พี่ใหม่ ที่ช่วยกันตะลุยไปจนถึงจันทบุรี น้องชายซาบซึ่งในความช่วยเหลือจากพี่สาวทั้งสาม

เพื่อน ๆ ปี 5 ทุกคน ที่อยู่ด้วยกันตลอดปี

เพื่อนเบ๊ค(ใหญ่) สำหรับคำแนะนำต่าง ๆ นานา โมเดลตอนแบบร่างครั้งแรก และแะบ๊ป ๆ ในครั้งต่อ ๆ มา

เพื่อนอู่ สำหรับยานพาหนะที่ช่วยพาไปชนโมเดล ไม่ว่าจะกี่รอบก็ตาม

เพื่อนเซต เพื่อนเฮ้ เพื่อนบ๊อ สำหรับโมเดลต่าง ๆ ที่ช่วยกันแะเวเวียนมาดู

เพื่อนเบ๊ก(เล็ก) สำหรับ 3 มิติดี ๆ ตอนแบบร่าง

เพื่อนอู่ย สำหรับที่พัก และระเบียบหลังห้อง ทุก ๆ คืน

น้องเบนซ์ สำหรับสีโมเดลที่สวยงาม และความบันเทิงที่แถมมาระหว่างการทำงาน

แก๊งเสือน้อยทุกคนที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาดูใจ ...เราเจอกันอีกนาน

น้องโอม น้องโบ ไม่ได้เรา 2 คน พี่คงตายไปตั้งแต่ปี 3 แล้ว

น้องแอน(โอม) น้องฟิ่ง น้องง (เมย์) น้องหอย น้องฝ่าย น้องใหม่ ที่โทรมาถามไถ่ สารทุกสุขดิบ และการช่วยงานอย่างไม่มีเสียบ่น

น้องรหัสสิบทุกคน

จ้หลิ้ม สำหรับความช่วยเหลือที่มีให้อย่างสม่ำเสมอ โดยพี่ไม่ต้องขอ ...จำไว้เราเป็นน้องคนแรกของพี่

จ้หนิน สำหรับการคุย ปรับทุกข์ ปรับสุขกันทุก ๆ เรื่อง ขอให้เราโชคดี ...ชักคนนะ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมธ สำหรับการถามข่าวคราวอยู่ตลอดเวลา

C สำหรับ 3 มิติ โมเดล ...เรียกว่าทุกอย่างเลยแล้วกันกับงานนี้ ขอขอบคุณสำหรับการช่วยที่ไม่ต้องเรียก ...มีคนบอกว่าเรา 2 คน เหมือนกัน!!!

หนู สำหรับ โมเดล และการแวะเวียนมาตลอดไม่ขาดสาย ...ลด ๆ ลงบ้างนุหรืนะ

เล็ก ... หัดพูดชะบ้างนะ อย่างเอาแต่เงียบ

แก่น และทีมสำหรับชุดโมเดลที่เสกให้ในหนึ่งคืน งานเร็วขึ้นจมเลย และช่วยแปะ Plate ยักษ์ด้วย

J ขอขอบคุณสำหรับการช่วยเหลือ การถามข่าวคราวทุกครั้งที่ส่งงานไปแล้ว ถึงแม้บางที่มันเข้าไปหน่อย แต่ก็ช้ำอย่างนี้ทุกที ...รับน้อง สด. สนุกไหม

น้ำตาล สำหรับโมเดลกระดาษที่หนูมาตัดให้พี่ทุกครั้ง ถึงแม้บางที่กว่าหนูจะ निकออกมา มีพี่อยู่ก็ใกล้ส่งงานเต็มที

แนน สำหรับการคุยที่ไร้สาระที่ทำให้เวลา 1 ปี ในการทำงานผ่านไปอย่างรวดเร็ว และไม่น่าเบื่อ หนูทำให้ความเครียดในการทำงานของพี่ลดหายไปจมเลย

สุดท้ายไม่ว่าใครก็ตามที่มีส่วนกับงานนี้ แล้วผมไม่ได้เอ่ยถึง ไม่ต้องน้อยใจ ไม่ใช่ว่าจำไม่ได้ แต่คนที่เกี่ยวข้องกับงานนี้มีมากจนผมยังจำไม่ได้ว่ามีใครแวะเวียนมาบ้าง

...ขอบคุณจากใจจริง

ทัศธร สุวรรณยอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

อนุมัติผล
บทคัดย่อ
จดหมายรับรองโครงการ
คำนำ
กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1	บทนำ	1
	ความเป็นไปได้ของโครงการ	4
	ขอบเขตของโครงการ	5
	ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา	18
	แนวทางการศึกษาวิจัย	56
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	57
บทที่ 2	การค้นคว้า และสรุปผลข้อมูล	
2.1	ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผู้ผลิต	58
2.1.1	ประวัติความเป็นมาของโครงการเกษตรแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี	58
2.1.2	นโยบายทางการตลาดของโครงการเกษตรแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี	59
2.1.3	รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของโครงการ ที่นำออกจำหน่ายในปัจจุบัน	60
2.1.4	ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย	65
2.1.5	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต ที่มีผลต่อการออกแบบ	67
2.2	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	69
2.2.1	ลักษณะทางกายภาพและการนำมาใช้บริโภคของผลิตภัณฑ์ ในโครงการ	69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3	ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	72
2.3.1	อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด	72
2.3.2	ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า	73
2.3.3	วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครอง ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ	74
2.4	ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	77
2.4.1	ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด	77
2.4.2	ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	78
2.4.3	ท้องถิ่นที่จำหน่าย ฤดูกาลและระยะเวลาในการจำหน่าย	78
2.4.4	ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเดิม	78
2.4.5	วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผล ต่อการออกแบบ	80
2.5	ข้อมูลด้านคู่แข่ง	81
2.5.1	ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาดจำแนก ตามรายผลิตภัณฑ์	81
2.5.2	การวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	89
2.5.3	วิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียของผลิตภัณฑ์คู่แข่งด้านบรรจุภัณฑ์	95
2.5.4	วิเคราะห์และสรุปจุดขายของผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง	102
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	105
2.6.1	ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	105
2.6.2	การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์	106
2.6.3	พฤติกรรมผู้บริโภค และลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์ หลังการซื้อ	107
2.6.4	ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ เกษตรแปรรูป	110
2.6.5	พฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเดิมกับพฤติกรรม ของผู้บริโภคกลุ่มใหม่	113
2.6.6	พฤติกรรมผู้บริโภคใหม่กับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ ที่มีผลกับการออกแบบ	114
2.6.7	วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีผล	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	
2.7.1	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	120
2.7.2	สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	132
2.8	ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ	133
2.9	ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้ ในการออกแบบ	139
2.9.1	ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดจันทบุรี	139
2.9.2	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของวัตถุศิลปะทางการเกษตร ที่มีในโครงการ	143
บทที่ 3	การพัฒนาการออกแบบ	
3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)	148
3.2	การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)	163
3.3	การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)	179
บทที่ 4	การเสนอผลงานการออกแบบ	183
4.1	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนอผลงาน และแบบแสดงรายละเอียด	183
4.2	ภาพถ่ายย่อแผ่นนำเสนอผลงาน Art Work	194
4.3	ภาพแสดงการเขียนแบบ Working Drawing	196
4.4	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	224
บทที่ 5	บทสรุป	
5.1	สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอของนักศึกษา	231
	บรรณานุกรม	232
	ประวัติการศึกษา	233

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ขอบเขตของโครงการ

ปัญหา เงื่อนไข ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

จันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีนโยบายส่งเสริมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น หนึ่งในสินค้าที่มีคือผลไม้แปรรูป และเครื่องเทศ ซึ่งเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับจันทบุรีเป็นอย่างดี

ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการสนใจเริ่มให้ความสำคัญกับการเลือกบริโภคอาหารที่ประโยชน์กับร่างกายมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากธรรมชาติ ไม่มีสารพิษเจือปนกำลังเป็นที่นิยม ได้รับการส่งเสริมและมีการพัฒนาเป็นอย่างมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะผ่านกระบวนการแปรรูปในหลาย ๆ วิธีทำให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี เป็นกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์ประเภท ผลไม้แปรรูป และเครื่องเทศ โดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในจังหวัดจันทบุรี มองเห็นช่องทางในการเจริญเติบโตของสินค้า โดยการเพิ่มแหล่งจำหน่ายสินค้า จากเดิมที่มีการขายเฉพาะที่แหล่งผลิตขยายมาเป็นการขายในห้างสรรพสินค้าที่ผู้บริโภคสะดวกในการเดินทาง มาได้บ่อย ทางกลุ่มมีนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะ ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่เกิดขึ้นเนื่องจากเปลี่ยนตลาดการจำหน่าย

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดให้มากขึ้น โดยในการออกแบบนั้นต้องคำนึงถึงคุณสมบัติ รวมถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อทำการผลิตและออกแบบได้อย่างเหมาะสม

ประเภทของผลิตภัณฑ์

1.ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป ได้แก่

1.1 ผลไม้กวน มี 4 ชนิด คือ

- ทูเรียนกวน
- ชมพู่กวน
- เงาะกวน
- มังคุดกวน

1.2 ผลไม้ทอดกรอบ มี 4 ชนิด คือ

- ทูเรียนทอดกรอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้สำหรับการทำงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เผือกอบเนย
- มันอบเนย

โดยมี 2 ลักษณะ คือ แบบแผ่น กับ แบบแท่ง

1.3 แยมผลไม้ มี 3 ชนิด คือ

- แยมมังคุด
- แยมเงาะ
- แยมชมพู

1.4 เครื่องดื่มผลไม้ มี 4 ชนิด คือ

- น้ำทุเรียน
- น้ำชมพู
- น้ำเงาะ
- น้ำมังคุด

1.5 ไอศกรีมผลไม้ มี 4 ชนิด คือ

- ไอศกรีมทุเรียน
- ไอศกรีมชมพู
- ไอศกรีมเงาะ
- ไอศกรีมมังคุด

2. ผลิตภัณฑ์ขนม อาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่

2.1 ทอฟฟี่ มี 3 ชนิด คือ

- ทอฟฟี่กะทิ
- ทอฟฟี่ถั่ว
- ทอฟฟี่ทุเรียน

2.2 ทองม้วน มี 3 ชนิด คือ

- ทองม้วนหมูหยอง
- ทองม้วนงาดำ
- ทองม้วนทุเรียน

2.3 ข้าวพองธัญพืช มี 3 ชนิด คือ

- ข้าวพองหน้าหมูหยอง
- ข้าวพองหน้างาดำ
- ข้าวพองหน้าทุเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผลิตภัณฑ์เครื่องเทศ ได้แก่

3.1 พริกไทยชนิดผง

3.2 พริกไทยชนิดเม็ด

4. ชุดของฝาก ได้แก่

4.1 ชุดของฝากแยมผลไม้

4.2 ชุดของฝากน้ำผลไม้

โดยมี วัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

1. เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่เกิดจากการวางตลาดในการจำหน่ายใหม่ เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย
2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปของ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี เพื่อความแตกต่างกับผู้ผลิตแหล่งอื่น สร้างเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้าเกษตรให้ต่างกับสินค้าใกล้เคียงประเภทอื่น
3. เพื่อเป็นการขยายตลาดการจำหน่ายให้กว้างขึ้น ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มากกว่าเดิม ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
4. การหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูป เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับการคุ้มครอง มีอายุการรักษาสภาพที่นาน ไม่เสียก่อนเวลา
5. บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้บริโภคในด้านการใช้งานที่สะดวก และผู้ผลิตในด้านการบรรจุสินค้าที่ง่าย การขนส่งได้ครั้งละมาก ๆ ไม่เกิดความเสียหายมาก
6. บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ยกกระดับสินค้า ช่วยเพิ่มมูลค่า มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ
7. บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีความสวยงาม คำนึงถึงวัตถุประสงค์ ต้นทุนในการผลิต และข้อจำกัดต่าง ๆ ในการผลิต

และคำนึงถึง ความสำคัญของโครงการ ดังนี้

1. เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานมากที่สุด ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยเสริมรายได้ให้กับเกษตรกร ชาวบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เป็นการขยายตลาดการจำหน่ายให้มากขึ้น เพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมมากขึ้น เพิ่มยอดขายและปริมาณในการจำหน่าย
3. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากขึ้น เป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัด ส่งเสริมการค้า ทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดด้วย
4. เป็นการช่วยเหลือชุมชนให้มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถยกระดับตลาดให้สู้กับผลิตภัณฑ์อื่นในระดับตลาดที่สูงกว่าตลาดชาวบ้านได้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา ทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีคุณภาพ แต่ยังมีขาดบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมและเป็นเอกลักษณ์ที่จะทำให้นักภายนอกทั่วไปจดจำและเกิดความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ จึงเห็นว่าเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับนโยบายของกลุ่มในการเปลี่ยนตลาดจำหน่าย และเป็นประโยชน์ในอนาคตในการขยายตลาดการจำหน่ายให้มีขนาดกว้างขึ้น

2. ด้านเศรษฐกิจ

เนื่องจากผู้ผลิตเป็นกลุ่มชาวบ้านในจังหวัด จันทบุรี ที่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร และมีรายได้เสริมจากการรวมกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร โดยโครงการนี้ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ดูมีมูลค่ามากขึ้น อันเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดไปพร้อม ๆ กัน ทำให้มีรายได้หมุนเวียนภายในจังหวัดมากขึ้น

3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติกันมากขึ้น อันแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคหันมาเอาใจใส่กับสุขภาพของตัวเองกันมากขึ้น และเป็นการช่วยอุดหนุน ส่งเสริมสินค้าชาวบ้าน อันสอดคล้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นการส่งเสริมให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาคนไทย ทั้งยังเป็นการสร้างงานให้กับชาวบ้านไม่ต้องอพยพย้ายที่อยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านการศึกษา

โครงการนี้เป็นโครงการที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่มีหลักเกณฑ์ ผ่านการคิดวิเคราะห์ การหาปัญหาและแนวทางการในการออกแบบที่เหมาะสม การเลือกใช้วัสดุ กรรมวิธีในการผลิต รวมทั้งการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านการตลาด การสร้างเอกลักษณ์และการสร้าง Corporate Identity

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

ดังนั้น โครงการนี้มีความเป็นไปได้ เนื่องจากมีความเป็นไปได้ในทุก ๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เขาวายศรียังขาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง และได้รับความร่วมมือให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอบเขตโครงการด้านคุณภาพ

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทผลไม้แปรรูป

- ผลไม้กวน ขนาดบรรจุ
150 กรัม ราคา 20 บาท
- ผลไม้ทอด/อบกรอบกรอบ
แบบแผ่น ขนาดบรรจุ 100 กรัม ราคา 65 บาท
แบบแท่ง ขนาดบรรจุ 190 กรัม ราคา 65 บาท
- แยมผลไม้ ขนาดบรรจุ
280 กรัม ราคา 36 บาท
- เครื่องดื่มผลไม้
แบบขวด ขนาดบรรจุ 750 ml ราคา 20 บาท
ขนาดบรรจุ 300 ml ราคา 12 บาท
- ไอศกรีมผลไม้
แบบกล่อง ขนาดบรรจุ 500 กรัม ราคา 50 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทขนม อาหารเพื่อสุขภาพ

- ทอฟฟี่ ขนาดบรรจุ
250 กรัม ราคา 25 บาท
- ทองม้วน ขนาดบรรจุ
100 กรัม ราคา 60 บาท
- ข้าวพองธัญพืช ขนาดบรรจุ
100 กรัม ราคา 60 บาท

1.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องเทศ

- พริกไทยชนิดผง ขนาดบรรจุ
100 กรัม ราคา 60 บาท
- พริกไทยชนิดเม็ด ขนาดบรรจุ
100 กรัม ราคา 60 บาท

1.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมของฝาก

- ชุดของฝากแยมผลไม้
ประกอบด้วย แยมมังคุด แยมเงาะ และแยมชมพู รวม 3 กระปุก
- ชุดของฝากน้ำผลไม้
ประกอบด้วย น้ำเงาะ น้ำมังคุด และน้ำชมพู รวม 3 ขวด

โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้อง

1. คำนึงถึงการบรรจุ (Containment) การปกป้องสินค้า(Protection) การอำนวยความสะดวก (Convenience) และ การส่งเสริมการขาย(promotion)
 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสอดคล้อง เหมาะสมกับลักษณะของแหล่งจำหน่ายใหม่ที่วางไว้ (ห้างสรรพสินค้า)
 3. การแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา (Brand Identity) เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สามารถจดจำได้ และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้บริโภค
 4. การมี Corporate Identity ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อแสดงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่า เป็นสินค้าภายใต้ Brand เดียวกัน แต่ยังคงมีความแตกต่างในแต่ละสินค้า เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค
 5. ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงวัสดุ และกรรมวิธีในการผลิตที่สามารถทำได้ภายใต้ระบบ
- เอกสารที่กรมภายในประเทศ หรือการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งเสริมสินค้าไทย โดยเป็นการสนับสนุนให้คนไทยหันมาบริโภค สินค้าไทยที่สามารถผลิตได้ในประเทศ

2. ออกแบบกราฟฟิกและการสื่อความหมาย

- 2.1 ออกแบบกราฟฟิกที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะการวางแหล่งจำหน่าย ใหม่ ที่มีผลทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายใหม่
- 2.2 ออกแบบกราฟฟิกที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา (Brand Identity) เพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สามารถจดจำได้ และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้บริโภค
- 2.3 ออกแบบกราฟฟิกที่แสดง Corporate Identity ในกลุ่มสินค้าเดียวกัน เพื่อแสดง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้ว่าเป็นสินค้าภายใต้ Brand เดียวกัน แต่ยังคงมีความแตกต่างในแต่ละสินค้า เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค
- 2.4 แสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบ ได้แก่ วันที่ผลิต ,วันหมดอายุ ,น้ำหนักสุทธิ ,ชื่อสามัญของสินค้า ,ค่าแสดงประโยชน์ ,ฉลากโภชนาการ (ถ้ามี) ,อย. , สถานที่ผลิต ,ข้อมูลผู้ผลิต
- 2.5 ออกแบบกราฟฟิกโดยคำนึงถึงเทคนิค ข้อจำกัดในการพิมพ์

3. ออกแบบโลโก้

เนื่องจากเดิมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรีไม่มีการทำโลโก้ที่สามารถแสดงถึงตัวผู้ผลิตที่เด่นชัด ซึ่งการออกแบบโลโก้ใหม่สามารถช่วยสร้างให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ อันจะช่วยให้ผู้บริโภครู้ว่าเป็นสินค้าภายใต้ Brand เดียวกัน แสดงตัวผู้ผลิตได้อย่างเด่นชัด และเป็นการวางระบบในการนำไปใช้กับงานออกแบบต่าง ๆ เพื่อแสดงความเป็น Corporate Identity

สรุปขอบเขตโครงการด้านปริมาณ

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
บรรจุภัณฑ์ กลุ่มผลไม้แปรรูป 1.ผลไม้กวน	- ทุเรียนกวน - ชมพู่กวน - เงาะกวน - มังคุดกวน	150 g	Primary Package	ห่อพลาสติก	✓ Containment	โครงสร้าง	✓ มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					✓ Protection		ออกแบบ	1 ขนาด
					✓ Convenience		กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ
			Secondary Package	กล่องกระดาษ	✓ Promotion	โครงสร้าง	✓ มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
					✓ Containment		✓ออกแบบ	1 ขนาด
					✓ Protection		กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ
✓ Convenience	✓ออกแบบร่วม	4 เอกลักษณ์ร่วม						
✓ Promotion								

			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
2. ผลไม้ทอด/อบ กรอบ	แบบแผ่น - ทูเรียนทอด กรอบ - ทูเรียนทอด กรอบอบเนย - เนื้อกรอบเนย - มันอบเนย	100 g	Primary Package	ซองพลาสติก	✓ Containment	โครงสร้าง ✓ มาตรฐาน ออกแบบ	1 โครงสร้าง	
					✓ Protection		1 ขนาด	
					✓ Convenience		กราฟฟิก ออกแบบอิสระ	-
					✓ Promotion		ออกแบบร่วม	-
	แบบแท่ง - ทูเรียนทอด กรอบ - ทูเรียนทอด กรอบอบเนย - เนื้อกรอบเนย - มันอบเนย	190 g	Secondary Package	กล่องกระดาษ กระป๋อง กระดาษ	✓ Containment	โครงสร้าง มาตรฐาน ✓ ออกแบบ	1 โครงสร้าง	
					✓ Protection		1 ขนาด	
					✓ Convenience		กราฟฟิก ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
					✓ Promotion		✓ ออกแบบร่วม	4 เวกลักษณะร่วม
แบบแท่ง - ทูเรียนทอด กรอบ - ทูเรียนทอด กรอบอบเนย - เนื้อกรอบเนย - มันอบเนย	190 g	Primary Package	กระป๋อง กระดาษ	✓ Containment	โครงสร้าง ✓ มาตรฐาน ออกแบบ	1 โครงสร้าง		
				✓ Protection		1 ขนาด		
				✓ Convenience		กราฟฟิก ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก	
				✓ Promotion		✓ ออกแบบร่วม	4 เวกลักษณะร่วม	

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน					
3. แยมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - แยมมังคุด - แยมเงาะ - แยมชมพู 	280 g	Primary Package	กระปุก พลาสติก	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion 	โครงสร้าง	มาตรฐาน	1 โครงสร้าง		
							✓ ออกแบบ	1 ขนาด		
						กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก		
						✓ ออกแบบร่วม	3 เอกลักษณ์ร่วม			
4. เครื่องดื่มผลไม้	แบบขวด <ul style="list-style-type: none"> - น้ำชมพู - น้ำเงาะ - น้ำมังคุด 	750 ml	Primary Package	ขวดพลาสติก	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion 	โครงสร้าง	มาตรฐาน	1 โครงสร้าง		
							✓ ออกแบบ	2 ขนาด		
								กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
								✓ ออกแบบร่วม	3 เอกลักษณ์ร่วม	
						กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก		
						✓ ออกแบบร่วม	4 เอกลักษณ์ร่วม			

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
5. ไอศกรีมผลไม้	แบบกล่อง - ไอศกรีม ทูเรียน - ไอศกรีมชมพู - ไอศกรีมเงาะ - ไอศกรีม มังคุด	500 g	Primary Package	กล่องพลาสติก	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 4 เอกลักษณ์ร่วม



รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
บรรจุภัณฑ์ กลุ่มขนม อาหารเพื่อสุขภาพ 6. ทอฟฟี่	<ul style="list-style-type: none"> - รสกะทิ - รสถั่ว - รสทุเรียน 	250 g	Primary Package	ซองพลาสติก	<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 ออกแบบ	1 โครงสร้าง
						กราฟฟิก ออกแบบอิสระ ออกแบบร่วม	1 ขนาด
						กราฟฟิก ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบร่วม	-
			Secondary Package	กระป๋อง	<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 ออกแบบ	1 โครงสร้าง
				กระดาษ	<input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	ออกแบบ ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบร่วม	1 ขนาด
						กราฟฟิก ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 3 เวกลักษณะร่วม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
7. ทONGม้วน	<ul style="list-style-type: none"> - ทONGม้วนหมูหยอง - ทONGม้วนงาดำ - ทONGม้วนทุเรียน 	100 g	Primary Package	<ul style="list-style-type: none"> กระปุก พลาสติก 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion 	โครงสร้าง	มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
							✓ ออกแบบ	1 ขนาด
						กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
							✓ ออกแบบร่วม	3 เอกลักษณะร่วม
8. ข้าวพองธัญพืช	<ul style="list-style-type: none"> - ข้าวพองหน้าหมูหยอง - ข้าวพองหน้างาดำ - ข้าวพองหน้าทุเรียน 	100 g	Primary Package	<ul style="list-style-type: none"> กระปุก พลาสติก 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Containment ✓ Protection ✓ Convenience ✓ Promotion 	โครงสร้าง	มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
							✓ ออกแบบ	1 ขนาด
						กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
							✓ ออกแบบร่วม	3 เอกลักษณะร่วม

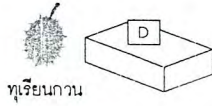
รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน		
บรรจุภัณฑ์ กลุ่มเครื่องเทศ 9. พริกไทยผง	- พริกไทยดำ - พริกไทยขาว	100 g	Primary Package	ขวดพลาสติก	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	โครงสร้าง มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
						✓ ออกแบบ	1 ขนาด
10. พริกไทยเม็ด	- พริกไทยดำ - พริกไทยขาว	100 g	Primary Package	ขวดพลาสติก	<input checked="" type="checkbox"/> Containment <input checked="" type="checkbox"/> Protection <input checked="" type="checkbox"/> Convenience <input checked="" type="checkbox"/> Promotion	กราฟฟิก ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
						✓ ออกแบบร่วม	2 เอกลักษณะร่วม
						โครงสร้าง มาตรฐาน	1 โครงสร้าง
						✓ ออกแบบ	1 ขนาด
						กราฟฟิก ออกแบบอิสระ	1 กราฟฟิกหลัก
						✓ ออกแบบร่วม	2 เอกลักษณะร่วม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
บรรจุภัณฑ์ กลุ่มชุดของ ฝา 11. ชุดของฝา แยมผลไม้	- แยมมังคุด	1 กระปุก +	Retail	กล่องกระดาษ	✓ Containment	โครงสร้าง	มาตรฐาน ✓ออกแบบ	1 โครงสร้าง
	- แยมเงาะ	1 กระปุก +	Package		✓ Protection			
	- แยมชมพู	1 กระปุก = 3 กระปุก			✓ Convenience ✓ Promotion	กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ ✓ออกแบบร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม
12. ชุดของฝา น้ำผลไม้	- น้ำเงาะ	ชนิดละขวด	Retail	กล่องกระดาษ	✓ Containment	โครงสร้าง	มาตรฐาน ✓ออกแบบ	1 โครงสร้าง
	- น้ำมังคุด	รวม 3 ขวด	Package		✓ Protection			
	- น้ำชมพู				✓ Convenience ✓ Promotion	กราฟฟิก	ออกแบบอิสระ ✓ออกแบบร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

1. กลุ่มผลไม้แปรรูป

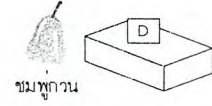
1. ผลไม้กวน

Primary Package : กล่องกระดาษ
ขนาด 100 g ราคา 50 บาท

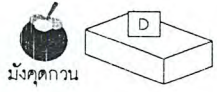


ทุเรียนกวน

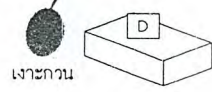
1 โครงสร้าง (ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม



ชมพู่กวน



มังคุดกวน

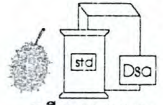


เงาะกวน

2. ผลไม้ทอดกรอบ

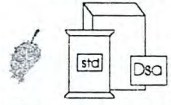
แบบแผ่น

Primary Package : ถุงพลาสติก
ขนาด 100 g ราคา 50 บาท
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน) x 1 ขนาด

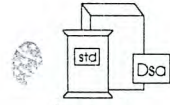


ทุเรียนทอดกรอบ

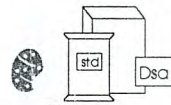
Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง(ออกแบบซ้ำ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม



ทุเรียนทอดกรอบอบเนย



เผือกอบเนย



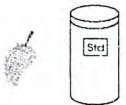
มันอบเนย

แบบแท่ง

Primary Package : กระปุกพลาสติก
ขนาด 190 g ราคา 100 บาท
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม



ทุเรียนทอดกรอบ



ทุเรียนทอดกรอบอบเนย



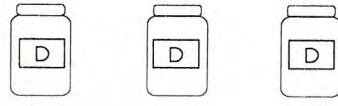
เผือกอบเนย



มันอบเนย

3. แยมผลไม้

Primary Package : กระปุกพลาสติก
ขนาด 280 g ราคา 36 บาท
1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม



มังคุด

เงาะ

ชมพู่



4. เครื่องดื่มผลไม้

Primary Package : ขวดพลาสติก
ขนาด 750 ml ราคา 20 บาท
ขนาด 300 ml ราคา 12 บาท
1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 2 ขนาด



น้ำทุเรียน

น้ำเงาะ

น้ำมังคุด

น้ำชมพู่



5. ผลไม้ในน้ำเชื่อม



เงาะ

มังคุด

ชมพู่



Primary Package : กระป๋อง
ขนาด 565 g ราคา 40 บาท
1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม

6. ไอศกรีมผลไม้

Primary Package : กล่องพลาสติก
ขนาด 500 g ราคา 50 บาท
1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 4 เอกลักษณ์ร่วม



ทุเรียน

ชมพู่

เงาะ

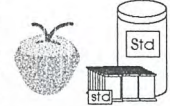
มังคุด



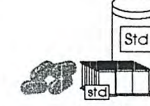
2. กลุ่มขนม อาหารเพื่อสุขภาพ

7. ทอฟฟี่

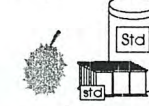
Primary Package : ซองพลาสติก Secondary Package : กระปุกพลาสติก
1 โครงสร้าง (มาตรฐาน) x 1 ขนาด ขนาด 250 g ราคา 25 บาท
บรรจุ 1 ซอง ต่อ 1 ชิ้น 1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม



ทอฟฟี่รสกะทิ



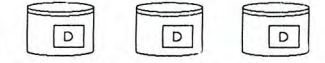
ทอฟฟี่รสถั่ว



ทอฟฟี่รสทุเรียน

8. ทองม้วน

Primary Package : กระปุกพลาสติก
ขนาด 100 g
1 โครงสร้าง (ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม



ทองม้วนหนุ่ยทอง

ทองม้วนเงาะดำ

ทองม้วนทุเรียน



9. ข้าวพองธัญพืช

Primary Package : กระปุกพลาสติก
ขนาด 100 g
1 โครงสร้าง(ออกแบบซ้ำ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม



ข้าวพองหนั้หนุ่ยทอง



ข้าวพองหนั้เงาะดำ



ข้าวพองหนั้ทุเรียน

แผนภาพแสดงขอบเขตของโครงการด้านปริมาณงาน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์
เกษตรแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี

3. กลุ่มเครื่องเทศ

10. พริกไทยชนิดผง

Primary Package : ขวดพลาสติก
ขนาดบรรจุ 100 g ราคา 60 บาท
1 โครงสร้าง (ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม



86589

11. พริกไทยชนิดเม็ด

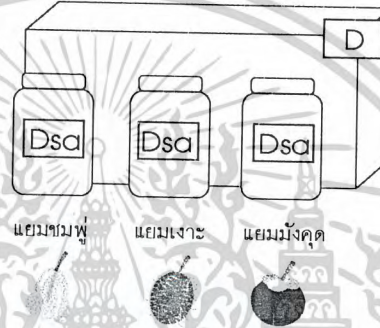
Primary Package : ขวดพลาสติก
ขนาดบรรจุ 100 g ราคา 60 บาท
1 โครงสร้าง (ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 2 เอกลักษณ์ร่วม



4. กลุ่มผลไม้แห้ง

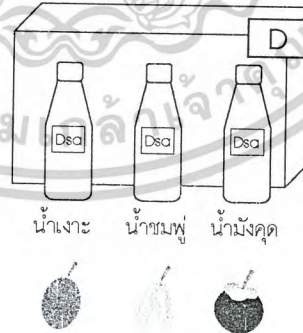
12. ชุดของฝากแยมผลไม้

ประกอบด้วย แยมชมพู แยมเงาะ และแยมมังคุด
บรรจุแยกกระปุกพลาสติก ในกล่องรวม
Primary Package : กระปุกพลาสติก
1 โครงสร้าง(ออกแบบซ้ำ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม
Package รวม : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



13. ชุดของฝากน้ำผลไม้

ประกอบด้วย น้ำเงาะ น้ำชมพู และน้ำมังคุด
บรรจุแยกขวดพลาสติก ในกล่องรวม
Primary Package : ขวดพลาสติก
1 โครงสร้าง(ออกแบบซ้ำ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 3 เอกลักษณ์ร่วม
Package รวม : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง(ออกแบบ) x 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก x 1 เอกลักษณ์ร่วม



แผนภาพแสดงขอบเขตของโครงการดูงานปริมาณงาน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก
สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป กลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี

5. โลโก้ส่งเสริมการขาย
1 กราฟฟิกหลัก

6. สรุป

สรุป	สรุปในส่วนที่ออกแบบ
โครงสร้างออกแบบ 11 โครงสร้าง	กล่องออกแบบ 4 กล่อง
โครงสร้างมาตรฐาน 5 โครงสร้าง	กระปุกออกแบบ 2 กระปุก
ออกแบบกราฟฟิกหลัก 15 กราฟฟิก	ขวดออกแบบ 2 ขวด
จำนวนชิ้นงานรวม 49 ชิ้นงาน	กระป๋องออกแบบ 1 กระป๋อง

หมายเหตุ

- D หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบใหม่ (Design)
- Dsa หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการปรับขนาดจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ (Design size adjustment)
- std หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มีการผลิตจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน (standard)

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครจันทบุรี

เงื่อนไข ความต้องการ ปัญหาและแนวทางในการออกแบบ


1. บรรจุภัณฑ์ประเภทผลไม้แปรรูป

1.1 ผลไม้กวน

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของหนืด มีความเหนียว</p>	<p>1.ด้านการบรรจุ(Containment)</p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primary Package เป็นถาดพลาสติกเพื่อใช้ในการบรรจุ  <p>ลักษณะถาดพลาสติก</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primary Package เป็นห่อพลาสติกเพื่อใช้ในการบรรจุ - Secondary Package ที่เป็นกล่องกระดาษช่วยเพิ่มความแข็งแรงการบรรจุที่มีประสิทธิภาพ
<p>1.2 มีการบรรจุแยกชิ้นขนาดชิ้นบริโภคพอดีคำ</p>	<p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบถาดพลาสติกให้เป็นหลุมที่พอดีในการบรรจุแต่ละชิ้น  <p>ลักษณะการแบ่งช่องย่อย ๆ บนถาดพลาสติก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ห่อพลาสติกเป็นตัวบรรจุห่อแยกชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า


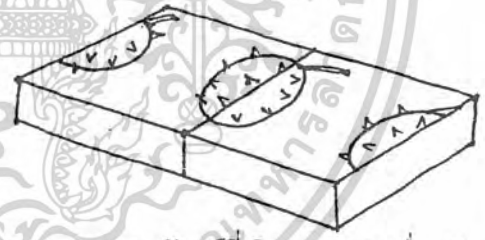
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.3 มีการขายในปริมาณ 150 กรัม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันหมด แผลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพไม่ให้เสียก่อนอายุ</p>	<p>1.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดที่บรรจุผลิตภัณฑ์ได้พอดี 150 กรัม โดยมีสัดส่วนที่เหมาะสม ไม่ใหญ่ เล็กจนเกินไป</p> <p>2. <u>ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 กล่องกระดาษภายนอก (Secondary Package) ออกแบบให้มีการปิดที่สนิท ทั้งก่อนการเปิดบริโภค และการเก็บรักษาหลังจากเปิดแล้ว</p>  <p>ออกแบบเป็นลักษณะฝาปิด 2 ชั้น</p>
<p>2.3 บรรจุภัณฑ์เดิมมีลักษณะเป็นห่อพลาสติก ไม่ช่วยในการคุ้มครอง ป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน</p>	<p>2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาชนะพลาสติกที่มีความแข็งแรง มีรูปร่างที่ตายตัว ซึ่งสามารถช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นของหนืด - ห่อพลาสติกใช้บรรจุแยกชั้น และมีกล่องภายนอกที่ช่วยคุ้มครองห่อภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการหยิบรับประทาน</p> <p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุ สินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการ รักษาสินค้า</p> <p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	<p>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>3.1 ออกแบบกล่องบรรจุภายนอก (Secondary Package) ให้มีลักษณะขัดกันเพื่อให้เปิด ได้ง่าย และสะดวก</p> <p>3.2 ออกแบบกล่องภายนอกให้สามารถผลิต ได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิต อุตสาหกรรมโดยสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย และรวดเร็ว</p> <p>3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถ สื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการ ใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำ อธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจ ได้ ง่าย</p>
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</p> <p>4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และ แหล่งที่มา</p>	<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของ จังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

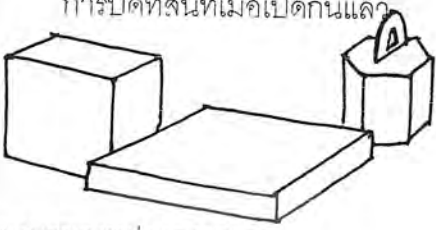
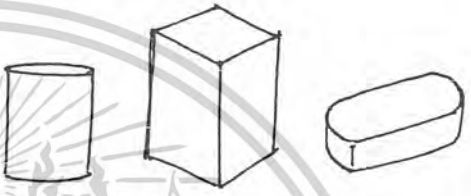
เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>4.2 การแยกประเภทของผลไม้กวนอย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน</p>	<p>4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ของผลไม้กวนเหมือนกัน (Corporate Identity)</p> 
<p>4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้</p>	<p>4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า</p>  <p>ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เกิดความต่อเนื่องกัน ลักษณะของผลไม้แต่ละชนิด</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ผลไม้ทอด/อบกรอบ

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง กรอบ มี 2 ลักษณะ ได้แก่แบบแผ่น และแบบแท่ง</p> <p>1.2 แบบแผ่นขายในปริมาณ 100 กรัม และแบบแท่งขายในปริมาณ 190 กรัม</p> <p>1.3 บรรจุภัณฑ์เดิมเมื่อเปิดแล้วต้องกินให้หมดภายในครั้งเดียว ไม่สามารถเก็บไว้ทานได้</p>	<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1-1.2 สำหรับชนิดแผ่นออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดย Primary Package เป็นถุงพลาสติกที่สามารถบรรจุได้ 100 กรัม และมี Secondary Package ที่เป็นกล่องกระดาษ</p> <p>สำหรับชนิดแท่งออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋องกระดาษเพื่อให้สามารถเก็บได้ในปริมาณมากโดยไม่เสื่อมสภาพ</p> <p>1.3 สำหรับชนิดแผ่นออกแบบกล่องนอกโดยเป็นฝาปิดทับกัน 2 ชั้นเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บรักษา</p> <div style="text-align: center;"> <p>กล่องลักษณะฝาเปิดตลอดด้าน กล่องที่มีลิ้นตรงกลาง</p> </div> <p>ลักษณะของฝาปิดกล่องในส่วนของคุณิดแท่งที่เป็นลักษณะกระป๋องมีฝาปิดด้านบนที่ปิดได้แน่นหนา สนิทมากกว่าเดิมเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บรักษา</p>

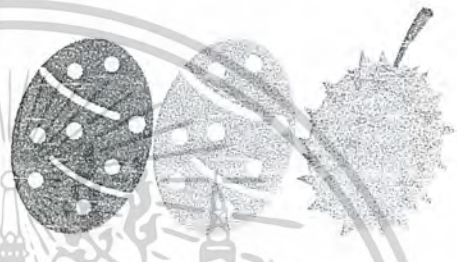
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันมด แมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพความกรอบไว้ได้นาน</p>	<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่มีการปิดที่สนิทเมื่อเปิดกินแล้ว</p>  <p>ลักษณะของกล่องกระดาษ</p>  <p>ลักษณะของกระป๋อง</p>
<p>2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในแตกหัก เสียหาย</p>	<p>2.3 สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดแผ่นออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายนอกเป็นกล่องกระดาษเนื่องจากมีลักษณะที่แข็ง สามารถปกป้องสินค้าภายในได้</p> <p>สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดแท่งออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋องเนื่องจากใส่สินค้าได้มากโดยไม่เปลืองพื้นที่ และกระป๋องมีลักษณะโครงสร้างที่แข็ง ช่วยป้องกันความเสียหาย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการหยิบจับประทาน</p> <p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุ สินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการ รักษาสินค้า</p> <p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดแผ่นออกแบบกล่อง บรรจุภายนอก (Secondary Package) ให้มีลักษณะขัดกันเพื่อให้เปิด ได้ง่าย และสะดวก</p> <p>สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดแท่งออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ให้ฝาสามารถเปิดได้ง่าย ถนัดขึ้น</p> <p>3.2 ออกแบบกล่องภายนอกให้สามารถผลิต ได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิต อุตสาหกรรมโดยสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย และรวดเร็ว</p> <p>3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถ สื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการ ใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำ อธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ ง่าย</p>
<p><u>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และ แหล่งที่มา</p>	<p><u>4 ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของ จันทบุรีมาเป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
4.2 การแยกประเภทของผลไม้ทอดกรอบอย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	<p>4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกับของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวเหมือนกัน (Corporate Identity)</p>  <p>ลักษณะที่แตกต่างกันของผลไม้</p>
4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้	<p>4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื้องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า</p>  <p>ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เกิดความต่อเนื้องกันสร้างจุดสนใจบนชั้นวางขาย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 แยมผลไม้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของหนืด เหนียว</p> <p>1.2 มีการขายในปริมาณ 280 กรัม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันมด แมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพตลอดอายุการใช้</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ(Containment)</u></p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติก เพราะสามารถเก็บของหนืดได้โดยไม่เกิดผลเสียกับผลิตภัณฑ์</p> <p><u>2. ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบฝาโดยมีลักษณะเกลียวเพื่อให้สามารถปิดได้สนิท</p>  <p>ลักษณะฝาเกลียว</p>
<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการดัก</p>	<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 ฝามีการออกแบบมีช่วยในการเปิดสามารถทำได้ง่ายขึ้น โดยมี texture ที่ช่วยการเปิดได้ถนัดขึ้น</p>  <p>ลักษณะของฝา</p> <p>ในส่วนตัวกระปุกมีการออกแบบที่ทำให้การจับถนัดขึ้น สามารถวางซ้อนกันได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุกฎบัตรสามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า	3.2 ออกแบบกล่องภายนอกให้สามารถผลิตได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรมโดยให้สอดคล้องกับวิธีการบรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุกฎบัตร
3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุกฎบัตรสามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย	3.3 ออกแบบบรรจุกฎบัตรให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)	4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)
4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา	4.1 ออกแบบบรรจุกฎบัตรโดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด
4.2 การแยกประเภทของแยมอย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.2 ออกแบบบรรจุกฎบัตรให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดี่ยวเหมือนกัน (Corporate Identity) ภาพอยู่ในหน้าถัดไป

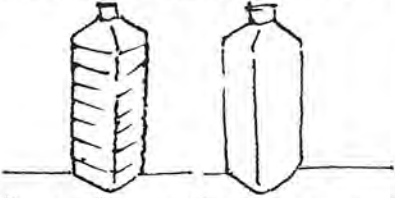
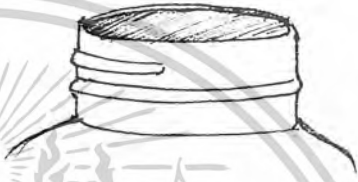
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้</p>	<div data-bbox="768 316 1135 502" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="771 546 1135 600">ลักษณะที่แตกต่างกันของผลไม้</p> <p data-bbox="682 666 1213 884">4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า</p> <div data-bbox="806 928 1106 1102" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="671 1146 1206 1244">ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เกิดความต่อเนื่องกันสร้างจุดสนใจบนชั้นวางขาย</p>


1.4 เครื่องดื่มผลไม้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของเหลว</p>	<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีคุณสมบัติที่สามารถเก็บของเหลวได้ดี ได้แก่ ขวดพลาสติก กระป๋อง หรือกล่อง</p> <div data-bbox="714 1736 1206 1911" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="749 1911 1106 1954">ลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบต่าง ๆ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
1.2 มี 2 ขนาดบรรจุคือ ปริมาตรบรรจุ 350 ml และปริมาตรบรรจุ 700 ml	1.2 ออกแบบโดยเป็นขวดพลาสติก 
<u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u>	<u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u>
2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท กันการรั่วซึม	2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะฝาเกลียวที่ปิดได้แน่น 
2.2 บรรจุภัณฑ์สามารถทนต่อความเย็น	2.2-2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ขวดพลาสติกเนื่องจากมีคุณสมบัติที่ช่วยลดแรงกระแทกที่จะสร้างความเสียหายให้กับผลิตภัณฑ์ มีโครงสร้างที่แข็งแรง <p style="text-align: center;">ลักษณะฝาเกลียว</p>
<u>3.ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u>	<u>3.ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u>
3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการเท ดื่ม	3.1 ออกแบบโดยใช้ฝาเกลียวเพื่อให้เปิดง่าย ปิดสนิท
3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า	3.2 ออกแบบขวด และกระป๋องให้สามารถผลิตได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรมโดยให้สอดคล้องกับวิธีการบรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุกฎภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย	3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)	4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)
4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา	4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด
4.2 การแยกประเภทของน้ำผลไม้อย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกันเหมือนกัน (Corporate Identity)
4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้	 <p>ลักษณะที่แตกต่างกันของผลไม้</p> 4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ผลไม้ในน้ำเชื่อม


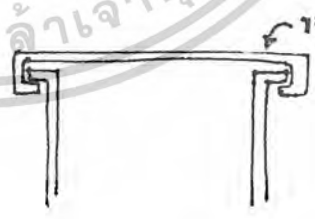
เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของของเหลวปนเนื้อ</p> <p>1.2 มีการบรรจุในปริมาณ 565 กรัม</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ(Containment)</u></p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีคุณสมบัติที่สามารถเก็บของเหลวที่มีเนื้อปนได้ดี ได้แก่ ครอบป้องกัน หรือกล่อง</p> <p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้บรรจุได้ตามปริมาณที่กำหนด โดยมีรูปทรงที่เหมาะสมกับการบรรจุ</p>
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท กันการรั่วซึม</p> <p>2.2 บรรจุภัณฑ์สามารถทนต่อความเย็น</p> <p>2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย กระแทกกระเทือนระหว่างกระบวนการขนส่ง</p>	<p><u>2. ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 มีส่วนฝาปิดกับตัวบรรจุภัณฑ์ที่ปิดสนิท มิดชิด มีการปิด 2 ชั้น</p> <p>2.2-2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ครอบป้องกัน เนื่องจากมีคุณสมบัติที่ช่วยลดแรงกระแทกที่จะสร้างความเสียหายให้กับผลิตภัณฑ์ มีโครงสร้างที่แข็งแรง</p>
<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวกในการเท ตัก</p> <p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p>	<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 ออกแบบโดยใช้ฝาเปิดแบบห้วง ปากของบรรจุภัณฑ์มีความกว้าง</p> <p>3.2 ออกแบบครอบป้องกันให้สามารถผลิตได้ง่าย และสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรม โดยให้สอดคล้องกับวิธีการบรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

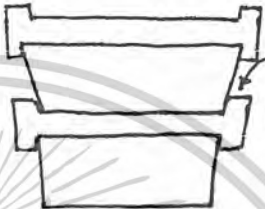
เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย	3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)	4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)
4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา	4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด
4.2 การแยกประเภทของน้ำผลไม้อย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์รวมเดียวเหมือนกัน (Corporate Identity)
	 <p>ลักษณะที่แตกต่างกันของผลไม้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ไอศกรีมผลไม้


เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นครีม มีความเย็น</p> <p>1.2 มีการขายในปริมาณ 500 กรัม</p> <p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันมด</p> <p>2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ต้องเก็บในที่เย็น เพื่อไม่ให้ละลาย และคงสภาพตลอดอายุ ตัวบรรจุภัณฑ์สามารถทนความเย็นได้</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ(Containment)</u></p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีคุณสมบัติที่สามารถเก็บของความเย็นได้ดี ได้แก่ ของพลาสติก และกล่อง</p>  <p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงการบรรจุได้ตามปริมาณที่กำหนด ขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม ไม่ใหญ่ เล็กจนเกินไป</p> <p><u>2. ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการปิดผนึกที่แน่นหนา</p> <p>ลักษณะกล่องบริเวณฝากับกล่องมีการปิดที่สนิทแน่นกว่าเดิม</p>  <p>วงเล็บมีลักษณะที่เกี่ยวกัน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 สำหรับผู้ผลิต บรรจุกภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p> <p>3.2 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุกภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 ออกแบบกล่องให้สามารถผลิตได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรมโดยให้สอดคล้องกับวิธีการบรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุกภัณฑ์ สามารถวางซ้อนกันได้</p>  <p>3.2 ออกแบบบรรจุกภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย</p>
<p><u>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา</p> <p>4.2 การแยกประเภทของไอศกรีมอย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน</p>	<p><u>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุกภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด <p>4.2 ออกแบบบรรจุกภัณฑ์ให้มีกราฟฟิคที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดี่ยวเหมือนกัน</p> <p>(Corporate Identity)</p>



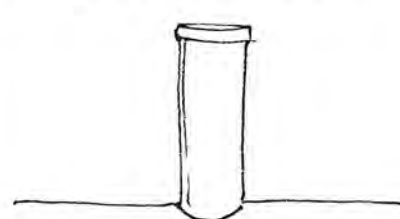
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>ลักษณะที่แตกต่างกันของผลไม้</p> 
--	---

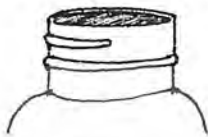

2. บรรจุภัณฑ์ประเภทขนม อาหารเพื่อสุขภาพ

2.1 ทอฟฟี่

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1ผลิตภัณฑ์เป็นของหนืด ลักษณะเป็นเม็ด เล็กขนาดพอดีกินครั้งละเม็ด</p>	<p>1.ด้านการบรรจุ(Containment)</p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ บรรจุแยกชิ้นเพื่อไม่ให้ทอฟฟี่ติดกัน ได้แก่ ใช้กระดาษห่อ</p>  <p>ใส่ในซองพลาสติก</p> 
<p>1.2 บรรจุแยกเม็ดต่อ 1 ห่อเล็ก และบรรจุรวมในบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ ขนาดบรรจุ 250 กรัม</p>	<p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายนอก (Secondary Package) เพื่อใส่รวมห่อทอฟฟี่</p>  <p>กระป๋องกระดาษ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันแมด แมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพไม่ให้หมดอายุก่อนเวลา</p>	<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ฝ่ามีลักษณะการปิดที่แน่นหนา</p> <p>ลักษณะฝ่า</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;"> ฝาเกลียว ฝา Snap </p>
<p>2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับเสียหาย</p>	<p>2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์กระปุกเนื่องจากกระปุกมีโครงสร้างที่แข็งแรง ทนแรงกระแทกได้ดี</p>
<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวกในการหยิบรับประทาน</p>	<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 ออกแบบโดยใช้ฝา Snap เนื่องจากเปิดได้ง่ายกว่าฝาเกลียว และผลิตภัณฑ์ภายในมีการปกป้องอีกชั้นด้วยซองพลาสติก ฝ่าภายนอกจึงไม่ต้องทำหน้าที่การคุ้มครองอย่างเต็มที่ เน้นที่การใช้งานที่สะดวกแทน</p>
<p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p>	<p>3.2 ออกแบบกระป๋องให้สามารถผลิตได้ง่าย และสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรม โดยให้สอดคล้องกับวิธีการ บรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุกฎเกณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย	3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)	4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)
4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา	4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด
4.2 การแยกประเภทของทอฟฟี่อย่างเด่นชัด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลไม้ได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของผลไม้แต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกันเหมือนกัน (Corporate Identity)
4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้	4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ทองม้วน

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง มีความกรอบ เปราะแตกหักง่าย แผ่นม้วนเป็นแท่ง</p> <p>1.2 มีการขายในปริมาณ 100 กรัม</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ(Containment)</u></p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเป็นกระปุกพลาสติก ที่มีฝาปิดมิดชิด สามารถรักษาสภาพ ความกรอบของผลิตภัณฑ์ได้</p>  <p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุได้ตามปริมาณ โดยมีรูปร่างที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์</p>  <p>ลักษณะบรรจุภัณฑ์</p>
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันเมด แมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพความกรอบตลอดอายุการบริโภค</p>	<p><u>2. ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีฝาปิดสนิท ลักษณะฝาเกลียว</p>  <p>ลักษณะฝา Snap</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับเสียหาย	2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติกที่มีความแข็งแรงซึ่งสามารถช่วยรับแรง ป้องกันการกระแทก
3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)	3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)
3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวกในการหยิบรับประทาน	3.1 ออกแบบโดยใช้ฝา Snap เพื่อให้เปิดง่าย ปิดสนิทกว่าฝาเกลียว
3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า	3.2 ออกแบบกระปุกให้สามารถผลิตได้ง่าย และสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรม โดยให้สอดคล้องกับวิธีการ บรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์
3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย	3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการให้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)	4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)
4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา	4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทาง ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

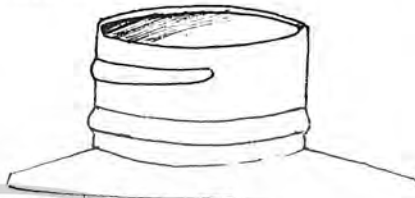
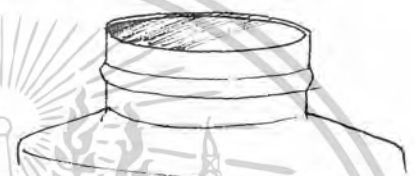
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
4.2 การแยกประเภทของทองม้วนได้อย่างเด่นชัดเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของทองม้วนได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของแต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวเหมือนกัน (Corporate Identity)
4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้	4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า  ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เกิดความต่อเนื่องกัน

2.3 ข้าวพองธัญพืช


เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
1.ด้านการบรรจุ (Containment) 1.1 ผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นแผ่น ของแข็ง มีความกรอบ 1.2 มีการบรรจุในปริมาณ 100 กรัม	1.ด้านการบรรจุ (Containment) 1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงคุณสมบัติสภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นแผ่น ใช้ของพลาสติกในการบรรจุแยกชั้น 1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมเป็นกระปุกเพื่อช่วยในการเพิ่มความแข็งแรง สามารถใส่ได้ปริมาณมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันมด แมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพความกรอบตลอดอายุการบริโภค</p> <p>2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับเสียหาย</p>	<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยมีฝาปิดสนิท ลักษณะฝาเกลียว</p>  <p>ลักษณะฝา Snap</p>  <p>2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติกมีความแข็งแรงซึ่งสามารถช่วยรับแรง ป้องกันการกระแทก</p>
<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการหยิบรับประทาน</p> <p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p> <p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	<p><u>3.ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p> <p>3.1 ออกแบบโดยใช้ฝา Snap เพื่อให้เปิดง่าย ปิดสนิทกว่าฝาเกลียว</p> <p>3.2 ออกแบบกระปุกให้สามารถผลิตได้ง่าย และสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรม โดยให้สอดคล้องกับวิธีการ บรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุภัณฑ์</p> <p>3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการ ใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>4. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา</p> <p>4.2 การแยกประเภทของข้าวพองได้อย่างเด่นชัดเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน</p> <p>4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้</p>	<p>4. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของฉันทบุรีมาเป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด <p>4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของข้าวพองได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของแต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกันเหมือนกัน (Corporate Identity)</p> <p>4.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถวางต่อเนื่องกันได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเมื่อวางต่อกันบนชั้นวางสินค้า</p>  <p>ภาพตัวฉันทบุรี ค้อฮ ๆ กลายเป็นข้าวพอง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เกิดความต่อเนื่องกัน สร้างจุดสนใจบนชั้นวางขาย</p>

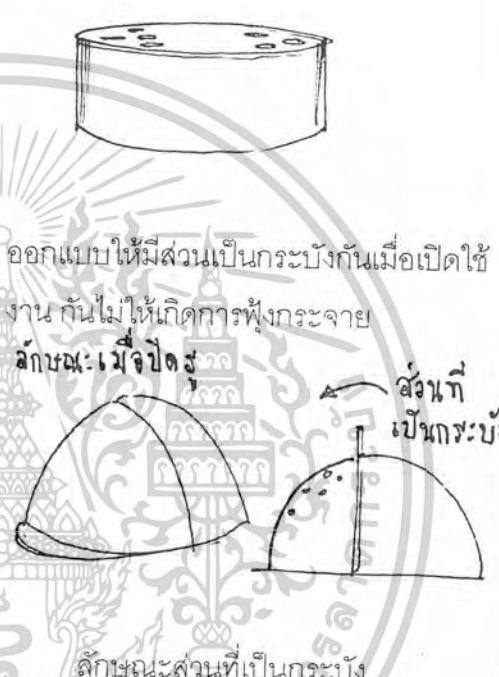
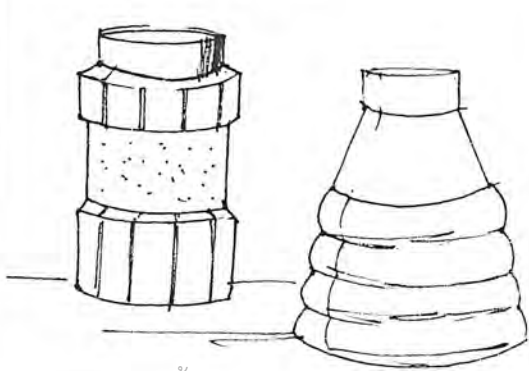
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. บรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องเทศ



3.1 พริกไทยชนิดผง

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นผง ใช้บนโต๊ะอาหาร</p> <p>1.2 มีการขายในปริมาณ 100 กรัม</p>	<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการใช้งาน โดยออกแบบเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระปุกพลาสติก - ขวดพลาสติก <p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรง ขนาดสัดส่วนที่สอดคล้องกับขนาดบรรจุ โดยออกแบบเป็นขวดพลาสติก</p>  <p>ลักษณะของขวดพลาสติก</p>
<p>2.ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันแมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพตลอดอายุการใช้งาน</p>	<p>2. ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะฝาเกลียว และมีฝาเปิด-ปิดเพื่อใช้งานอีกชั้น</p>  <p>ลักษณะฝา</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

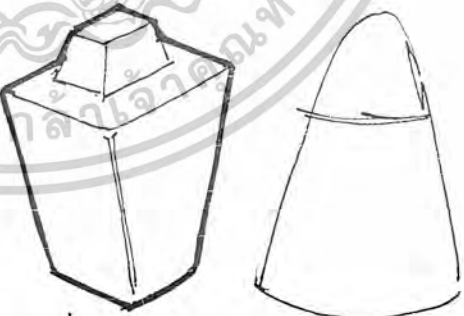
เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในเสียหาย ป้องกันการฟุ้งกระจาย</p>	<p>2.3 ออกแบบฝาให้มีลักษณะเป็นรูเล็กๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความชื้น หรือน้ำลงไปภายในได้</p>  <p>ออกแบบให้มีส่วนเป็นกระบังกันเมื่อเปิดใช้งาน กันไม่ให้เกิดการฟุ้งกระจาย ลักษณะเมื่อปิดรู ส่วนที่เป็นกระบัง</p>
<p>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>3.1 บรรจุก้อนที่ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการหยิบใช้</p>	<p>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p> <p>3.1 ออกแบบให้มีขนาด สัดส่วนที่จับได้ถนัดมือ โดย ออกแบบให้มี texture ที่ขูด</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุก้อนที่สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p> <p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุก้อนที่สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p> <p>3.4 ผู้บริโภคมีความต้องการใส่พริกไทยในปริมาณที่ไม่เท่ากัน</p> <p>3.5 เมื่อใช้ไปนาน ๆ จะมีผงพริกไทยมาอุดตันที่บริเวณรู ทำให้พริกไทยออกมาได้ไม่สะดวก</p>	<p>ออกแบบให้มีส่วนเว้า ส่วนโค้ง</p>  <p>3.2 ออกแบบกระปุกให้สามารถผลิตได้ง่าย และสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรม โดยให้สอดคล้องกับวิธีการ บรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุก้อน</p> <p>3.3 ออกแบบบรรจุก้อนให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้อุปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย</p> <p>3.4 ออกแบบให้มีรูหลายขนาดเพื่อการใช้งานในปริมาณที่ไม่เท่ากัน</p> <p>3.5 ออกแบบบริเวณฝาด้านบนให้มีแท่งที่สามารถเสียบกับช่องพริกไทยได้เวลาไม่ใช้งานจะได้ไม่มีพริกไทยมาอุดตันที่บริเวณรู</p> 



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




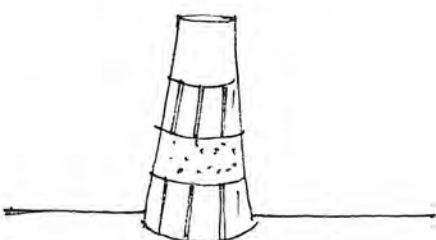
เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>4. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา</p> <p>4.2 การแยกประเภทของพริกไทยผงได้อย่างเด่นชัดเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน</p> <p>4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้</p>	<p>4. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจันทบุรีมาเป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด <p>4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของพริกไทยผงได้ โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของแต่ละชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกันเหมือนกัน (Corporate Identity)</p> <p>4.3 ออกแบบให้มีความต่างกับของคู่แข่ง เช่น Proportion ที่แตกต่างกัน สีที่ใช้ ลักษณะของกราฟฟิกที่มีส่วนช่วยให้เกิดความ Impact</p> <div style="text-align: center;">  <p>การที่รูปทรงแปลกกว่าคู่แข่ง</p> </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.2 พริกไทยชนิดเม็ด

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p><u>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง เป็นเม็ด</p> <p>1.2 มีการขายในปริมาณ 100 กรัม</p>	<p><u>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</u></p> <p>1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการใช้งาน โดยออกแบบเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระจุกพลาสติก - ขวดพลาสติก <p>1.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปทรง ขนาดสัดส่วนที่สอดคล้องกับขนาดบรรจุ โดยออกแบบเป็นขวดพลาสติกที่มีทรงสูง บรรจุผลิตภัณฑ์ได้มาก</p>  <p>ลักษณะขวดพลาสติก</p>
<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องปิดสนิท ป้องกันแมลง</p> <p>2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องป้องกันความชื้น เพื่อไม่ให้ขึ้นรา และคงสภาพตลอดอายุการใช้งาน</p>	<p><u>ด้านการคุ้มครองรักษา (Protection)</u></p> <p>2.1-2.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นลักษณะฝาเกลียว และมีฝาเปิด-ปิดเพื่อใช้งานอีก</p>  <p>ลักษณะฝา</p> <p>ฝาปิดตัวบน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
2.3 มีส่วนที่ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ภายในเสียหาย	2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ขวดพลาสติก เนื่องจากมีโครงสร้างที่แข็งแรง ช่วยป้องกันสินค้าภายในได้ดี
3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)	3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)
3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการหยิบใช้	3.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีการเปิดที่ง่ายโดย - ออกแบบโดยใช้การกดเปิดฝา
	 <p>กดลงทำให้ฝาเปิดออก</p> <p>- ออกแบบเป็นฝาหมุนเปิด</p>  <p>- ออกแบบฝาแบบบานพับ</p> 
	<p>ออกแบบให้มีขนาด สัดส่วนที่จับได้ถนัดมือ โดย</p> <p>- ออกแบบให้มี texture ที่ขูด</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุก้อนที่สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p> <p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุก้อนที่สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	<p>- ออกแบบให้มีส่วนเว้า ส่วนโค้ง</p>  <p>3.2 ออกแบบขวดให้สามารถผลิตได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรมโดยให้สอดคล้องกับวิธีการ บรรจุ ทั้งขนาด ความกว้าง และความลึกของบรรจุก้อน</p> <p>3.3 ออกแบบบรรจุก้อนให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการใช้อุปกรณ์ในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย</p>
<p>3.4 บรรจุก้อนเดิมไม่สามารถควบคุมปริมาณเม็ดพริกไทยที่ออกมาได้ ซึ่งบางครั้งพริกไทยจะออกมาปริมาณมากเกินที่ต้องการ</p>	<p>3.4 ออกแบบช่องเปิดให้มีความกว้างใหญ่กว่าเม็ดพริกไทยเล็กน้อย เพื่อเป็นการบังคับการไหลออกมาของเม็ดพริกไทย</p>  <p>ขนาดของเม็ดพริกไทย</p>
<p>4. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต และแหล่งที่มา</p>	<p>4. <u>ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</u></p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุก้อน โดยนำเอกลักษณ์ของจันทบุรีมาเป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

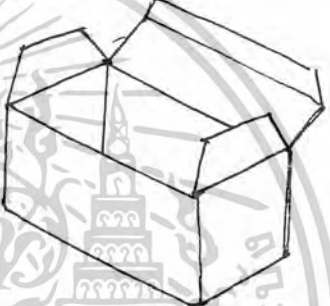
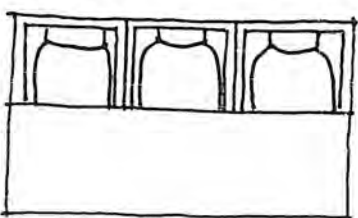
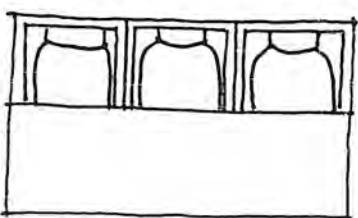
เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
4.2 การแยกประเภทของพริกไทยเม็ดได้อย่าง เด่นชัดเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย ไม่สับสน	4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่ สามารถแบ่งแยกประเภทของพริกไทยเม็ด ได้โดยการนำจุดเด่นที่แตกต่างกันของแต่ละ ชนิดมาใช้เป็นแนวทาง แต่ยังคงมี เอกลักษณ์ร่วมเดียวเหมือนกัน (Corporate Identity)
4.3 เมื่อวางบนชั้นวางขายสามารถดึงดูดความ สนใจของผู้บริโภคได้	4.3 ออกแบบให้มีความต่างกับคู่แข่ง เช่น Proportion ที่แตกต่างกัน สีที่ใช้ ลักษณะ ของกราฟฟิกที่มีส่วนช่วยให้เกิดความ Impact

4. บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญ ของฝาก

4.1 ชุดของขวัญแยมผลไม้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
1.ด้านการบรรจุ (Containment) 1.1 ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยแยมชมพู แยมเงาะ และ แยมมังคุด บรรจุได้ 3 กระปุก ในขนาด 280 g 1.2 ลักษณะการบรรจุแยกตามประเภทของ ผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด และบรรจุรวมในบรรจุ ภัณฑ์เดียวกัน	1.ด้านการบรรจุ (Containment) 1.1-1.2 ออกแบบโดยแบ่งบรรจุเป็นกระปุก พลาสติกแยกรสชาติที่ต่างกัน และ บรรจุอยู่ในกล่องรวมเดียวกัน โดยกล่องรวมสามารถบรรจุได้ตาม ปริมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p>	<p><u>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</u></p>
<p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องกันการกระแทกระหว่างสินค้าภายใน และจากภายนอก</p>	<p>2.1 ออกแบบกล่องให้เป็นสัดส่วน สามารถขังสินค้าให้อยู่กับที่ได้ มีโครงสร้างที่แข็งแรง</p>
<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p>	<p><u>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</u></p>
<p>3.1 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการเลือกหยิบใช้งาน</p>	<p>3.1 ออกแบบให้มีส่วนกันแบ่งประเภทสินค้า อย่างเป็นระเบียบ</p>
<p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการรักษาสินค้า</p>	<p>ออกแบบฝาเปิดกล่องให้เปิดได้ง่าย และเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ทั่วถึง</p>
<p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	
<p>3.4 มีการแบ่งส่วนภายในกล่องที่เป็นระเบียบตามประเภทสินค้า</p>	<p>3.2 ออกแบบกล่องบรรจุรวมให้สามารถผลิตได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิตอุตสาหกรรมโดยสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย และรวดเร็ว</p>
<p>3.4 มีการแบ่งส่วนภายในกล่องที่เป็นระเบียบตามประเภทสินค้า</p>	<p>3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่สามารถสื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการให้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำอธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย</p>
<p>3.4 มีการแบ่งส่วนภายในกล่องที่เป็นระเบียบตามประเภทสินค้า</p>	<p>3.4 ออกแบบกล่องให้มีส่วนกันที่พอดีกับกระปุกที่ใช้บรรจุแยกประเภท</p>
	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</p> <p>4.1 โครงสร้างมีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ มีภาพลักษณ์ที่เป็นของฝาก มีคุณค่า</p> <p>4.2 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์และลักษณะร่วมของผลิตภัณฑ์ภายในทั้ง 3 ชนิดรวมอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์</p>	<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจันทบุรีมาเป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง <p>สัญลักษณ์ประจำจังหวัด</p> <p>4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกัน (Corporate Identity) ของแยมผลไม้</p>

4.2 ชุดของฝากน้ำผลไม้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1 ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย น้ำเงาะ น้ำชมพู น้ำมังคุด บรรจุได้ 3 ขวด ขนาด 750 ml</p> <p>1.2 ลักษณะการบรรจุแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด และบรรจุรวมในบรรจุภัณฑ์เดียวกัน</p> <p>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</p> <p>2.1 บรรจุภัณฑ์ต้องกันการกระแทกระหว่างสินค้าภายใน และจากภายนอก</p>	<p>1.ด้านการบรรจุ (Containment)</p> <p>1.1-1.2 ออกแบบโดยแบ่งบรรจุเป็นขวดพลาสติกแยกรสชาติที่ต่างกัน และบรรจุรวมภายในกล่องกระดาษที่สามารถบรรจุได้ตามจำนวนที่ต้องการบรรจุได้ง่าย และรวดเร็ว</p> <p>2.ด้านการคุ้มครองรักษา(Protection)</p> <p>2.1 ออกแบบกล่องให้เป็นสัดส่วน สามารถหิ้วสินค้าให้อยู่กับที่ได้ มีโครงสร้างที่แข็งแรง มีส่วนที่สามารถยึดขวดให้อยู่กับที่ได้(รูปอยู่นี้หน้าถัดไป)</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	 <p>ส่วนที่สามารถยึดขดให้อยู่กับที่</p>
<p>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p>	<p>3. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)</p>
<p>3.1 บรรจุก้อนที่ ต้องสามารถเปิด ได้ง่าย สะดวก ในการเลือกหยิบ</p>	<p>3.1 ออกแบบให้มีขนาดที่สามารถถือได้ง่าย มีหูหิ้ว</p>
<p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุก้อนที่สามารถบรรจุ สินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการ รักษาสินค้า</p>	 <p>ออกแบบฝาเปิดกล่องให้เปิดได้ง่าย</p>
<p>3.2 สำหรับผู้ผลิต บรรจุก้อนที่สามารถบรรจุ สินค้าได้ง่าย สะดวกในขนส่ง และการ รักษาสินค้า</p>	<p>3.2 ออกแบบกล่องบรรจุรวมให้สามารถผลิต ได้ง่ายและสะดวกในระบบการผลิต อุตสาหกรรมโดยสามารถพับขึ้นรูปได้ง่าย และรวดเร็ว</p>
<p>3.3 ด้านการสื่อความหมายต่อผู้บริโภค บรรจุก้อนที่สามารถแสดงลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจตัวสินค้าได้ง่าย</p>	<p>3.3 ออกแบบบรรจุก้อนให้มีลักษณะที่สามารถ สื่อความหมาย ลักษณะของสินค้า โดยการ ใช้รูปภาพในการสื่อความหมาย และมีคำ อธิบายประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ ง่าย</p>
<p>3.4 มีการแบ่งส่วนภายในกล่องที่เป็นระเบียบ ตามประเภทสินค้า</p>	<p>3.4 ออกแบบกล่องให้มีส่วนกันที่พอดีกับ ขวดที่ใช้บรรจุแยกประเภท</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</p> <p>4.1 โครงสร้างมีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ มีภาพลักษณ์ที่เป็นของฝาก มีคุณค่า</p> <p>4.2 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์และลักษณะร่วมของผลิตภัณฑ์ภายในทั้ง 4 ชนิดรวมอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์</p>	<p>4. ด้านการส่งเสริมการขาย(promotion)</p> <p>4.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์ของจันทบุรีมาเป็นแนวทาง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประวัติศาสตร์ - ลักษณะภูมิประเทศ - สินค้าพื้นเมือง - สัญลักษณ์ประจำจังหวัด <p>4.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีกราฟฟิกที่สามารถแบ่งแยกประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกัน (Corporate Identity) ของน้ำผลไม้</p>

5. ด้านกราฟฟิก

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>1 ออกแบบ logo โดย</p> <p>1.1 สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 สื่อถึงผู้ผลิต และแหล่งที่มา เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่าย</p>	<p>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</p> <p>1.1 ออกแบบที่สื่อถึงสินค้าเกษตร ได้แก่</p> <p>ลักษณะร่วมของผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สีที่ออกธรรมชาติ <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 15px; margin: 5px auto;"></div> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ภาพที่สื่อได้ถึงความเป็นธรรมชาติ - ใบไม้ - ผล <p>1.2 ออกแบบโดยนำลักษณะเด่นของจังหวัดจันทบุรีมาใช้ ได้แก่</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>เกิดมุมมองที่ดีต่อสินค้า</p> <p>1.3 มีความทันสมัย มีความเป็นมิตรที่ เหมาะกับ ของที่สามารถรับประทานได้</p> <p>1.4 เป็นชื่อฟังง่าย จดจำได้เร็ว และเรียกง่าย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ตราประจำจังหวัด  <ul style="list-style-type: none"> - สีประจำจังหวัด คือ น้ำเงิน และแดง  <ul style="list-style-type: none"> - สถานที่ที่มีชื่อเสียง เช่นหาดเจ้า หลาว-หาดแหลมเสด็จ - อัญมณี  <p>เรื่องราวในประวัติศาสตร์ การกู้ชาติ ในสมัยพระเจ้าตากสิน</p> <p>1.3 ออกแบบโดยใช้ลักษณะลายเส้น ภาพวาด ซึ่งเป็นภาพที่ดูไม่จริงจังมาก ดูเป็นมิตร</p> <p>1.4 ตั้งชื่อที่ไม่ยาวเกินไป เป็นคำที่ได้ยินบ่อย ๆ</p>
--	---

เงื่อนไข ความต้องการ/ปัญหา	แนวทางในการออกแบบ
<p>2. ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย หลายกลุ่ม ทางด้านวิธีการแปรรูป วัตถุประสงค์ที่หลากหลาย จึงควรมีการจัดแบ่งกลุ่มพวกเดียวกันได้ด้วย กันเพื่อการสื่อความหมายที่เข้าใจง่าย</p>	<p>2. ออกแบบกราฟฟิกให้มีเอกลักษณ์ร่วมภายใต้ Brand เดียวกัน และสามารถแบ่งแยกความ แตกต่างของแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ได้ โดย มีแนวทางออกแบบดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบการจัดวาง Lay Out ที่ สามารถแสดงลักษณะของผลิต ภัณฑ์ - ออกแบบ typography ที่มีเอก ลักษณะของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ - ใช้กราฟฟิกที่มีการลดทอน เป็นภาพ วาด เพื่อแสดงความเป็นมิตรต่อผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะภาพของจริงเพื่อให้แยกประเภทของวัตถุได้ง่าย - ใช้สีเส้นที่สดใส มีชีวิตชีวา เพื่อแสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีประโยชน์ และเป็นการดึงดูดผู้บริโภค
--	--

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาประวัติ ความเป็นมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี และข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประวัติ ลักษณะเด่นของจังหวัดจันทบุรี
2. ศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ขนาดสัดส่วน ลักษณะทางกายภาพ และวิธีการบรรจุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
3. ศึกษาปริมาณที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต่อการบรรจุหนึ่งหน่วยที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ไม่มากเกินไป
4. ศึกษาข้อมูลคู่แข่ง ผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงที่มีอยู่ในท้องตลาด ในทุกๆด้านที่มีผลต่อการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นในด้านบรรจุภัณฑ์, กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์, กลยุทธ์ทางการตลาด
5. ศึกษาลักษณะของวัตถุดิบที่นำมาแปรรูป เพื่อเป็นข้อมูลในการนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ
6. ศึกษาถึงเงินทุนของเกษตรกร และขีดจำกัดของเงินทุนอันเป็นเครื่องกำหนดลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง
7. ศึกษาช่องว่างทางการตลาดที่สามารถสร้างโอกาสในการสร้างบรรจุภัณฑ์ใหม่
8. ศึกษาแหล่งที่จำหน่าย และลักษณะการจำหน่ายตามแหล่งต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่
9. ศึกษาลักษณะพฤติกรรมและจิตวิทยาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
10. ศึกษาลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีในตลาด แนวโน้มของบรรจุภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
11. ศึกษาเทคนิคในการผลิต วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ ข้อจำกัดในการผลิต เพื่อหาชนิดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด
12. ศึกษาลักษณะโครงสร้างต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ต่างประเภทกัน
13. ศึกษาเทคนิคในการพิมพ์ วิธีการพิมพ์ ข้อจำกัดของวิธีการพิมพ์แต่ละประเภทให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการ ลักษณะการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย
2. บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในการส่งเสริมการขาย ช่วยยกระดับ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
3. บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ของผู้ผลิต ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำ
4. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องและรักษาผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย
5. บรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่ง การเก็บรักษา
6. บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าชาวบ้านให้เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป สร้างทัศนคติที่ดี และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาวบ้าน
7. บรรจุภัณฑ์ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ ไม่เกิดความสับสน
8. เป็นการสนับสนุนนโยบาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการผู้ผลิต

2.1.1 ประวัติ ความเป็นมาของโครงการเกษตรแปรรูป แม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ทางภาครัฐได้หันมาให้ความสนใจความเป็นอยู่ของเกษตรกรมากขึ้น มีการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันขึ้นเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อใช้เวลาว่างจากการทำการเกษตรมาหารายได้เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่สินค้ามักจะเป็นพวกสินค้าแปรรูปการเกษตรทำให้ผลผลิตทางการเกษตรมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยในเรื่องปัญหาสินค้าราคาตกต่ำ ดังนั้นจึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกลุ่มแม่บ้านเขาบายศรี คือ กลุ่มแม่บ้านทุ่งเบญจาหน่วยที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 4/3 หมู่ 8 บ้านหนองบัว ต.เขาบายศรี อ.ท่าใหม่ จ.จันทบุรี

ปรากฏว่าชื่อของกลุ่มไม่สอดคล้องกับสถานที่ตั้งจริง จึงทำการเปลี่ยนชื่อกลุ่มให้สอดคล้องกับที่ตั้งจริง ประกอบกับ ต.เขาบายศรี ยังไม่มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จึงเปลี่ยนชื่อเป็น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จัดตั้งเมื่อ 23 ก.พ. 43 มีสมาชิกทั้งหมด 25 คน



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

จันทบุรี

วัตถุประสงค์ของโครงการเกษตรแปรรูป แม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

1. เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในพื้นที่ ต.เขาบายศรี อ.ท่าใหม่ จ.จันทบุรี ให้มีรายได้พิเศษนอกเหนือจากรายได้ประจำจากการทำเกษตรกรรม
2. เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่เกิดจากการวางตลาดในการจำหน่ายใหม่ เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิก เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปของ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี เพื่อความแตกต่างกับผู้ผลิตแหล่งอื่น สร้างเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้าเกษตรให้ต่างกับสินค้าใกล้เคียงประเภทอื่น
4. เพื่อเป็นการขยายตลาดการจำหน่ายให้กว้างขึ้น ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มากกว่าเดิม ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย
5. การหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูป เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ภายในได้รับการคุ้มครอง มีอายุการรักษาสภาพที่นาน ไม่เสียก่อนเวลา ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. บรรจุกฎบัตรสามารถอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้บริโภคในด้านการใช้งานที่สะดวก และผู้ผลิตในด้านการบรรจุสินค้าที่ง่าย การขนส่งได้ครั้งละมาก ๆ ไม่เกิดความเสียหายมาก
7. บรรจุกฎบัตรช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ยกกระดับสินค้า ช่วยเพิ่มมูลค่า มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ
8. บรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีความสวยงาม คำนึงถึงวัตถุดิบ ต้นทุนในการผลิต และข้อจำกัดต่าง ๆ ในการผลิต

2.1.2 นโยบายทางการตลาดของโครงการเกษตรแปรรูป แม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี ด้านคุณภาพสินค้า

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรีมีวิธีการผลิตที่มีคุณภาพ สะอาด วัตถุดิบที่ใช้ผ่านกระบวนการคัดเพื่อให้ได้ส่วนประกอบที่มีคุณภาพ โดยทางกลุ่มเป็นผู้ปลูก และดูแลเอง ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพ สวนผสมต่าง ๆ ทำมาจากธรรมชาติ ไร้สารเจือปน เป็นสิ่งที่จะช่วยยกระดับสินค้าให้สามารถสู้กับผู้ผลิตรายอื่น ๆ ได้

การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและลักษณะการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

ลักษณะการจำหน่ายของทางกลุ่มในปัจจุบันเป็นการขายที่แหล่งผลิต และร้านของฝาก อันเป็นลักษณะการขายที่กลุ่มผู้บริโภค(ช่วงอายุ 25-40 ปี) เข้าหาผู้ผลิต ทำให้ปริมาณการขายมีไม่มาก เพราะมีแหล่งจำหน่ายน้อย



ลักษณะผู้บริโภคที่มาซื้อที่แหล่งผลิตโดยตรง

จากสภาพในปัจจุบันที่มีคู่แข่งเกิดขึ้นมามากกว่าเมื่อก่อน จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนวิธีการขาย จากที่ผู้บริโภคต้องเข้าหาผู้ผลิต กลายเป็นผู้ผลิตต้องเข้าหาผู้บริโภคแทน ซึ่งจะทำให้มีปริมาณการขายมากขึ้น ได้กำไรมากขึ้น เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น และเป็นการระบายสินค้าที่มีอยู่ โดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายมาเป็นลักษณะการขายในห้างสรรพสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การบริโภคในปัจจุบันที่ห้างสรรพสินค้าเป็นศูนย์กลาง และจากการเปลี่ยนแหล่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่ายนี้เองทำให้เกิดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่มีการดำเนินชีวิต พฤติกรรมในการบริโภคที่สอดคล้องกับตลาดการจำหน่ายใหม่

การเพิ่มปริมาณสินค้าที่นำออกจำหน่าย

เนื่องจากการเปลี่ยนสถานที่จำหน่ายเป็นห้างสรรพสินค้า ที่มีหลายแห่งอยู่กระจายกันทั่วไปไปตามแหล่งที่อยู่อาศัย และแหล่งศูนย์รวมผู้คน ทำให้มีการเพิ่มปริมาณสินค้ามากขึ้นเพื่อให้สามารถหมุนเวียนสินค้าได้ทันกับความต้องการและมีปริมาณที่มากพอในวางสินค้าได้ทั่วถึงทุกแห่ง โดยแต่ละแห่งอาจจะมีปริมาณ ชนิดของสินค้าที่ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากการเพิ่มปริมาณแล้ว ยังสามารถเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค โดยประเภทผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเข้ามานั้นต้องดูจากพฤติกรรมการบริโภค ความต้องการ และกระแสด้านความนิยมในขณะนั้นว่ากำลังนิยมอะไร แล้วนำมาปรับ สร้างข้อแตกต่างเพื่อดึงดูดผู้บริโภค

2.1.3 รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของโครงการที่นำออกจำหน่ายในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เขาบายศรี ใช้วัตถุดิบในพื้นที่มาทำการแปรรูป ในหลายรูปแบบ โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในปัจจุบัน ได้แก่

1. ทุเรียนทอด - มี 2 ลักษณะได้แก่ ทุเรียนทอดแบบแผ่น และ ทุเรียนทอดแบบแท่ง



ลักษณะทุเรียนทอดแบบแผ่น และ ทุเรียนทอดแบบแท่ง

ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นซองพลาสติก โดยแบ่งเกรดทุเรียนเป็น 2 เกรด คือแผ่นใหญ่เกรด A และแผ่นเล็กเกรด B ซึ่งเกรด B ก็คือเศษเหลือของเกรด A โดยคัดแผ่นใหญ่ใส่ถุงให้ได้ตามขนาดก่อนแล้วจึงคัดแผ่นเล็ก seal ปิดถุงด้วยความร้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เกรด A แผ่นใหญ่

เกรด B แผ่นเล็ก



เครื่อง seal ปิดถุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มันต่อเปลือก – มี 2 ลักษณะได้แก่ แบบแผ่น และ แบบแท่ง
3. ฝือกทอด – มี 2 ลักษณะได้แก่ แบบแผ่น และ แบบแท่ง
4. มันทอด – มี 2 ลักษณะได้แก่ แบบแผ่น และ แบบแท่ง



ลักษณะมันต่อเปลือก ฝือกทอด และมันทอด แบบแผ่น

ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นซองพลาสติก โดยแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วย สติกเกอร์ Seal ปิดถุงด้วยความร้อน โดยใช้เครื่อง seal ความร้อน (ภาพด้านบน)

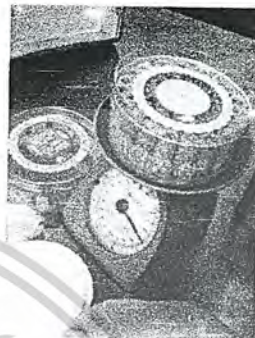
5. ทองม้วน – ปัจจุบันที่มีได้แก่ทองม้วนหมูหยอง มีทั้งแบบหวาน และแบบเค็ม



ลักษณะของทองม้วน

ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องพลาสติก โดย 1 กล่องจะมีทองม้วนประมาณ 41-44 ตัว โดยดูตามขนาดตัวทองม้วน และน้ำหนัก ใช้มือในการบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ลักษณะการบรรจุ และตาชั่งที่ใช้วัดน้ำหนัก

6. ผลไม้กวน - มี 3 ชนิด ได้แก่ ทุเรียนกวน มังคุดกวน และเงาะกวน

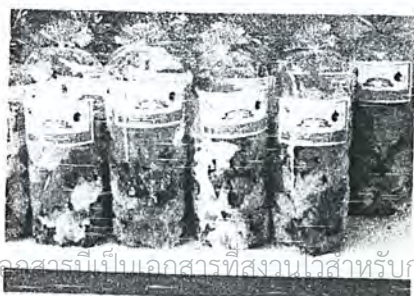


ลักษณะผลไม้กวน รูปซ้าย ได้แก่ทุเรียนกวน

รูปขวา ทุงสี่สี่มคือเงาะกวน ส่วนสี่มวงคือ มังคุดกวน

ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นห่อพลาสติกมัดหัวท้าย และแบบห่อชิ้นเล็ก ๆ ใส่รวมในถุงพลาสติกใหญ่

7. ทอफीโบราณ - มี 3 ชนิด ได้แก่ ทอफीกะทิ ทอफीถั่ว และทอफीทุเรียน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นของพลาสติก มีแบ่งห่อเล็กที่แกะกินได้พอดีคำ ใส่รวมในห่อใหญ่ แล้ว seal ปิดปากถุง ผูกมัดสีทอง กันหลุด

8. ข้าวพองธัญพืช



ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นของพลาสติก จัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้สวยงามดูน่ากิน แล้ว seal ปิดปากถุง ผูกมัดสีทอง กันหลุด

9. พริกไทย – มี 2 ประเภท ได้แก่ชนิดเม็ด ผง



ลักษณะการทำงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เขาบายศรี

วัตถุประสงค์ – ในส่วนของพืช ผลไม้ทางกลุ่มแม่บ้านเป็นผู้ปลูกที่เอง ได้แก่ ทุเรียน เงาะ มังคุด ชมพู่ และพริกไทย โดยเป็นลักษณะของเกษตรกรในตำบล เขาบายศรี ปลูกเองแล้วส่งมาให้ทางกลุ่มทำการแปรรูป ทางกลุ่มก็ต้องทำการคัดเอาแต่ผลผลิตที่ได้มาตรฐานของกลุ่มที่ตั้งไว้ ได้แก่ ขนาดของผล ความสมบูรณ์ น้ำหนัก

ในส่วนของทอพี เป็นการเอาน้ำตาลปึกมาเคี้ยวแล้วปรุงรสเอง ตามสูตรที่มี ได้แก่ ใส่กะทิ ถั่ว และ ทุเรียน แล้วจึงโรยงาที่หลังสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ลักษณะการทำงาน – เป็นลักษณะการทำงานโรงงาน เพื่อให้ได้คุณภาพงานที่เท่ากัน



ลักษณะการทำงานของกลุ่มมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม โดยมีมาตรฐานที่กำหนดไว้ การแต่งกายของคนงาน มีการใส่หมวก ผ้ากันเปื้อนเพื่อป้องกันการเปื้อน และรักษาคุณภาพของสินค้า ภาชนะที่ใช้มีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มีแบ่งส่วนล้าง ส่วนตากภาชนะที่เป็นระเบียบ

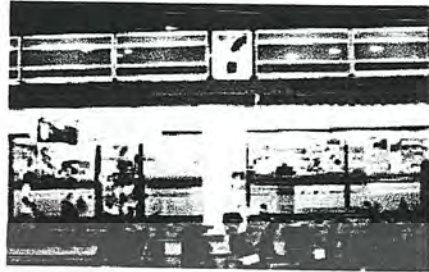
2.1.4 ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายใหม่

ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่เกิดขึ้นนั้น เกิดมาจากการเปลี่ยนสถานที่จำหน่ายจากการวางขายที่แหล่งผลิต ซึ่งเป็นการขายที่ผู้บริโภคต้องเข้ามาหาผู้ผลิต ต่างกับการตลาดสมัยนี้มีอัตราการแข่งขันสูงขึ้นมา ทำให้ผู้ผลิตต้องเข้าหาผู้บริโภคแทน สถานที่จำหน่ายจึงต้องเป็นแหล่งศูนย์รวมคน ได้แก่ห้างสรรพสินค้า ซึ่งห้างสรรพสินค้ายังแบ่งระดับออกไปอีกดังนี้

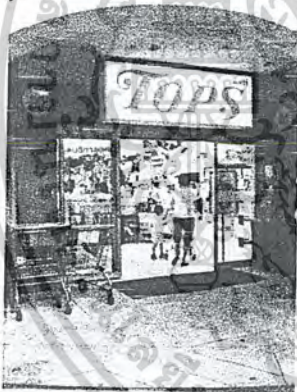
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Convenience Store ได้แก่ เซเว่น-อีเลเว่น, AM-PM ,Family Mart โดยร้านจำพวกนี้จะขายสินค้าจำพวกของใช้จำเป็น



ลักษณะ Convenience Store

- Supermarket ได้แก่ Top , Food Lion , Foodland , Market Place, Golden Place โดยร้านจำพวกนี้จะขายสินค้าที่ใช้ในการบริโภคเป็นหลัก



- Department Store ได้แก่ The Mall , Emporium , Central โดยร้านพวกนี้จะขายสินค้าหลากหลาย แบ่งเป็นแผนกต่าง ๆ รวมทั้ง Supermarket ด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นขึ้นงานเพื่อการนำเสนอไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Hypemart ได้แก่ Lotus , Carefour , Mackro โดยร้านพวกนี้จะขายสินค้าหลากหลาย เน้นที่ราคาถูกเป็นหลัก



ลักษณะ Hypemart

โดยการวางแหล่งจำหน่ายจะวางจำหน่ายห้างสรรพสินค้าในระดับ Supermarket และ Department Store เป็นหลัก เนื่องจากทั้ง 2 แหล่งนี้มีลักษณะการวางขายที่ใกล้เคียงกัน คือเป็นของมีคุณภาพ มีหลายยี่ห้อให้เลือก ผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่เลือกซื้อของที่คุณภาพ มากกว่าราคาถูกแต่เป็นของไม่ดี และเป็นแหล่งที่มีคนมาจับจ่าย ซื้อของมาก ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่สอดคล้องกับสถานที่จำหน่ายที่เปลี่ยนไป คือ

- มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 50 ปี แบ่งเป็น
 - กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ในช่วงอายุ 30-45 ปี
 - กลุ่มเป้าหมายรองอยู่ในช่วงอายุ 25-29 และ 46-50 ปี
- อาศัยอยู่ในเมืองที่มีความเจริญ
- ชอบการจับจ่ายซื้อของตามห้างสรรพสินค้า
- เอาใจใส่สุขภาพร่างกาย
- ชอบความทันสมัย ตอบรับสื่อต่าง ๆ ได้ดี

2.1.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เขาบาศรี เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปโดยมีวัตถุประสงค์เป็นของตัวเอง ทำให้มั่นใจได้ว่าวัตถุประสงค์เป็นของที่มีคุณภาพ อีกทั้งมีประเภทยี่ห้อที่หลากหลาย เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ มีความต้องการไม่เหมือนกัน

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เริ่มมีคู่แข่งมากขึ้น ลักษณะการจำหน่ายแบบเดิมจึงไม่เหมาะสม เพราะมีแหล่งจำหน่ายน้อยจึงต้องเปลี่ยนแหล่งจำหน่ายใหม่เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายของโครงการเกษตรแปรรูป แม่บ้านเกษตรกรกรเขาบายศรี

1. มีปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น
2. เปลี่ยนตำแหน่งการจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย ขยายกลุ่มเป้าหมาย
3. ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้าเกษตรแปรรูปของชาวบ้านมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.2.1 ลักษณะทางกายภาพและการนำมาใช้บริโภคของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

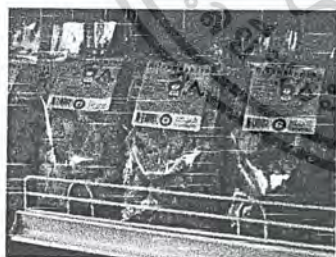
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เขายายศรีเป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป ซึ่งทางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์อยู่หลากหลาย ใช้วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ แบ่งเป็นประเภทได้ ดังต่อไปนี้

1. ประเภทผลไม้กวน - มีลักษณะเป็นของเหนียว มีความเหนียว สีสน้ำตาล เข้ม-อ่อน แล้วแต่ว่าทำจากผลไม้อะไร ผลิตโดยการเคี่ยวกับความร้อน มีรสชาติหวาน บริโภคเป็นของกินเล่น



ตัวอย่างผลไม้กวน

2. ประเภทผลไม้ทอดกรอบ - มีลักษณะเป็นของแข็ง กรอบ แตกหักง่าย มีรสชาติ หวานหรือ เค็มแล้วแต่การปรุงแต่ง ใช้น้ำมันทอดให้สุก แล้วอบไล่น้ำมันออกเพื่อไม่ให้มันมาก บริโภคเป็นของกินเล่นคู่กับชา กาแฟ



ตัวอย่างผลไม้ทอดกรอบ

3. ประเภทแยมผลไม้ - มีความหนืด และมีเนื้อปน มีความหวานสูง ใช้บริโภคกับขนมปังร่วมกับชา กาแฟ เป็นอาหารว่าง

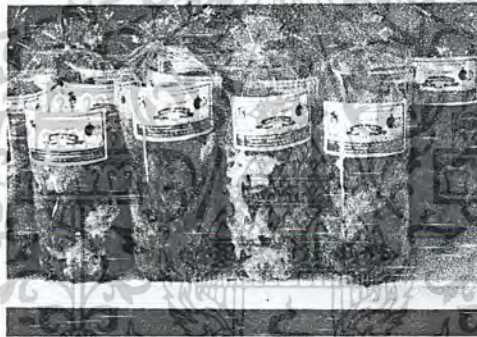
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ประเภทเครื่องดื่มผลไม้ – เป็นของเหลว มีประโยชน์กับร่างกาย ช่วยดับกระหาย ทำให้ร่างกายสดชื่น

5. ประเภทไอศกรีมผลไม้ - มีลักษณะเป็นครีม มีความเย็น กินเป็นของหวาน ช่วยดับความร้อน เพิ่มความสดชื่นได้ หากไว้ในที่ร้อนจะละลายได้

6. ประเภทผลไม้ในน้ำเชื่อม – เป็นเนื้อผลไม้ป่นอยู่ในน้ำเชื่อม มีความหวาน กินเป็นของหวานหลังอาหาร ใส่น้ำแข็งเพิ่มความเย็นจะมีรสชาติที่อร่อยมากขึ้น

7. ประเภททอฟฟี่ – เป็นเม็ด มีความแข็ง ผลิตโดยใช้น้ำตาลปึกเคี้ยว ใสกะทิ เพื่อให้มีกลิ่นหอม มีรสหวาน เหมาะกับเด็ก ๆ สามารถกินได้ทั้งวัน



ตัวอย่างทอฟฟี่

6. ประเภททองม้วน – เป็นของแข็ง มีความกรอบ เปราะแตกหักง่าย มีการทำได้ต่าง ๆ เพิ่มความน่ากิน แต่งหน้าด้วยงา บริโภคเป็นของกินเล่นคู่กับชา กาแฟ



ตัวอย่างทองม้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. **ประเภทข้าวพองธัญพืช** - เป็นของแข็ง มีความกรอบ เพราะแตกหักง่าย มีการทำหนต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ และเพิ่มความน่ากิน บริโภคเป็นของกินเล่นคู่กับชา กาแฟ



ตัวอย่างข้าวพองธัญพืช

8. **ประเภทพริกไทย** - เป็นเครื่องเทศ ใช้ในการปรุงอาหาร และโรยหน้าให้อาหารมีรสชาติ น่ากินขึ้น มีทั้งแบบเม็ด และแบบผง



ตัวอย่างพริกไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.3.1 อายุการเก็บ และลักษณะการเสื่อมของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุการเก็บ	ลักษณะการเสื่อม
ผลไม้กวน	3 เดือน - 1 ปี	สีเปลี่ยนมีกลิ่นที่ไม่ใช่กลิ่นหอมของเนื้อผลไม้ เป็นจุด ๆ ของราขึ้น
ผลไม้ทอดกรอบ	ประมาณ 1 ปี	มีกลิ่นเหม็นหืน ไม่มีความกรอบ อาจมีจุด ๆ ของราขึ้น
แยมผลไม้	หากเก็บไว้ในที่เย็นจะมีอายุประมาณ 2 ปี	แบ่งชั้นมีน้ำออกมาให้เห็น มีรสชาติออกเปรี้ยว
เครื่องดื่มผลไม้	หากเก็บไว้ในที่เย็นจะมีอายุประมาณ 2 ปี	มีรสชาติออกเปรี้ยว มีกลิ่นเหม็น มีตะกอน มีฟอง
ผลไม้ในน้ำเชื่อม	หากเก็บไว้ในที่เย็นจะมีอายุประมาณ 2 ปี	มีรสชาติออกเปรี้ยว มีกลิ่นเหม็น กระป๋องมีลักษณะบวม
ไอศกรีมผลไม้	ต้องเก็บรักษาในที่มิดชิดแห้งมีอายุประมาณ 2 ปี	มีรสชาติออกเปรี้ยว เป็นน้ำ มีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำแข็ง
ทอฟฟี่	3 เดือน - 1 ปี	สีเปลี่ยน เหม็นหืน เป็นจุด ๆ ของรา
ทองม้วน	ประมาณ 1 ปี	มีกลิ่นเหม็นหืน ไม่มีความกรอบ เหนียว อาจมีจุด ๆ ของราขึ้น
ข้าวพองธัญพืช	ประมาณ 1 ปี	มีกลิ่นเหม็นหืน ไม่มีความกรอบ เหนียว อาจมีจุด ๆ ของราขึ้น
พริกไทย	ประมาณ 1 ปี	มีกลิ่นเหม็นหืน มีลักษณะจับกันเป็นก้อนเนื่องจากความชื้น อาจมีจุด ๆ ของราขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า

ผลไม้กวน

การเก็บในที่ที่สภาวะไม่เหมาะสม ในที่มีความชื้นมาก ๆ ซึ่งเชื้อราสามารถเกิดได้ง่าย หรือในที่ที่เสี่ยงกับที่มดขึ้นได้ง่าย

ผลไม้ทอดกรอบ

การเก็บไม่มีมิดชิด อากาศสามารถเข้าไปได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมก่อนอายุ

แยมผลไม้

การเก็บในที่ที่สภาวะไม่เหมาะสม ในที่มีความชื้นมาก ๆ ซึ่งเชื้อราสามารถเกิดได้ง่าย หรือในที่ที่เสี่ยงกับที่มดขึ้นได้ง่าย

เครื่องดื่มผลไม้

การเก็บในที่ที่อุณหภูมิไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การเปิดบรรจุภัณฑ์ทิ้งไว้เป็นเวลานาน ๆ

ผลไม้ในน้ำเชื่อม

การเก็บในที่ที่อุณหภูมิไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การเปิดบรรจุภัณฑ์ทิ้งไว้เป็นเวลานาน ๆ

ไอศกรีมผลไม้

การเก็บในที่ที่อุณหภูมิไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ทอฟฟี่

การเก็บในที่ที่สภาวะไม่เหมาะสม ในที่มีความชื้นมาก ๆ ซึ่งเชื้อราสามารถเกิดได้ง่าย หรือในที่ที่เสี่ยงกับที่มดขึ้นได้ง่าย

ทองม้วน

การเก็บไม่มีมิดชิด อากาศสามารถเข้าไปได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมก่อนอายุ

ข้าวพองธัญพืช

การเก็บไม่มีมิดชิด อากาศสามารถเข้าไปได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมก่อนอายุ

พริกไทย

การเก็บไม่มีมิดชิด อยู่ในที่ชื้น เสี่ยงกับการเกิดเชื้อรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3 วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เขาบายศรีมีความหลากหลาย ซึ่งแต่ละชนิดต่างก็มีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ดังนี้

ชนิดผลิตภัณฑ์	ความต้องการ		
	จุดขายของผลิตภัณฑ์	ด้านโครงสร้าง	ด้านกราฟฟิก
ผลไม้กวน	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - เป็นของที่กินได้ทุกเพศ ทุกวัย - มีกลิ่นหอม เป็นตัวดึงดูดผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน - มีความสอดคล้องกับลักษณะผลไม้กวน - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของผลไม้กวนได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
ผลไม้ทอดกรอบ	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - เป็นของกินเล่นที่มีลักษณะคล้ายกับมันฝรั่งทอด ซึ่งสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้บริโภคได้ - กินเป็นของว่าง หรือระหว่างการพักผ่อน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน - มีความสอดคล้องกับลักษณะผลไม้ทอด - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ ดูมีชีวิตชีวา - แสดงลักษณะเด่นของผลไม้ทอดได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
แยมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้คู่กับของอย่างอื่น - มีความใกล้เคียงกับผลไม้สดมาก เพราะยังคงมีเนื้อผลไม้อยู่ 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน - มีความสอดคล้องกับลักษณะของแยมผลไม้ - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของแยมผลไม้ได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>เครื่องดื่มผลไม้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - ให้ประโยชน์กับร่างกายอย่างมาก ช่วยดับกระหาย 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในทั้งการรั่วซึม หก การแปรสภาพก่อนอายุ - มีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของเครื่องดื่มผลไม้ - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของเครื่องดื่มได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
<p>ผลไม้ในน้ำเชื่อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - มีรสชาติที่เหมือนกับผลไม้สด แต่มีการปรุงแต่งเพื่อให้ได้รสชาติที่ดีขึ้น - กินได้ทุกเพศ ทุกวัย 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในทั้งการแปรสภาพก่อนอายุ ความเสียหายจากภายนอก - มีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของผลไม้ในน้ำเชื่อม - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของผลไม้ในน้ำเชื่อมได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
<p>ไอศกรีมผลไม้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - สามารถดึงดูดเด็ก ๆ ได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในทั้งการแปรสภาพก่อนอายุ การละลาย - มีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของไอศกรีมผลไม้ - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของไอศกรีมผลไม้ได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ทอफी</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - สามารถดึงดูดเด็ก ๆ ได้ดี อีกทั้งผู้ใหญ่ก็สามารถอมได้ตลอดไม่ว่าเวลาไหน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน - มีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของทอफी - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของทอफीได้เป็นอย่างดี - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
<p>ทองม้วน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - เป็นของกินเล่น ซึ่งสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้บริโภคได้ดี - มีไส้ที่มีประโยชน์ เช่น หมูหยอง - กินเป็นของว่าง หรือ ระหว่างการพักผ่อน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการคงสภาพความกรอบ รสชาติ ตัวแปรสภาพแวดล้อมภายนอก - มีความสอดคล้องกับลักษณะทองม้วน - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของทองม้วนได้เป็นอย่างดี เน้นความเป็นขนม - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
<p>ข้าวพองธัญพืช</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - เป็นของกินเล่น ซึ่งสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้บริโภคได้ดี - มีหน้าที่มีประโยชน์กับร่างกาย เช่น หมูหยอง ธัญพืชต่าง ๆ - กินเป็นของว่าง หรือ ระหว่างการพักผ่อน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน - การคงสภาพความกรอบ รสชาติ สภาพแวดล้อมภายนอก - มีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะที่มีเอกลักษณ์ของ ข้าวพองธัญพืช - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของข้าวพองธัญพืชได้เป็นอย่างดี เน้นความเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้ ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พริกไทย	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ - เป็นเครื่องปรุงอาหารที่มีสรรพคุณทางยา 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน การคงสภาพแวดล้อมภายนอก - มีความสอดคล้องกับลักษณะพริกไทย - มีรูปทรงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ - บรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยการให้งานง่ายขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกราฟฟิกที่เน้นความเป็นธรรมชาติ - แสดงลักษณะเด่นของพริกไทยได้เป็นอย่างดี เน้นความเป็นสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณทางยา - บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
---------	---	--	---

2.4 ข้อมูลทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

2.4.1 ขนาดตลาด และแนวโน้มของตลาด

ปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปกำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากกระแสตื่นตัวของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จึงเริ่มเป็นที่สนใจและได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งมีผู้ผลิต คู่แข่งอยู่มากเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภค ขนาดตลาดจึงมีขนาดค่อนข้างใหญ่ ผู้ผลิตจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ ให้ประโยชน์กับร่างกาย ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ และบริโภคเพิ่มมากขึ้น

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกระแสการบริโภคอาหารจากธรรมชาติ มีประโยชน์กับร่างกายกำลังเป็นที่ตื่นตัว มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังเป็นการช่วยเหลือส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านด้วย ทำให้มีแนวโน้มของการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมีความเป็นไปได้ที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในลักษณะการวางจำหน่ายนั้นเดิม เป็นการวางจำหน่ายที่ร้านตัวเอง ณ.ที่ผลิตเลย ผู้บริโภค เป็นฝ่ายเข้าไปหาผู้ผลิต ภายในร้านมีเฉพาะสินค้าของตัวเองเท่านั้น

แต่ในปัจจุบันเริ่มมีคู่แข่งมากขึ้น การจำหน่ายแบบเดิมไม่สามารถสู้กับคู่แข่งได้ จึงต้องมีการ เปลี่ยนแหล่งการวางจำหน่าย โดยเป็นการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ใน Supermarket หรือ ส่วนที่วางขายสินค้าเพื่อสุขภาพ

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสถานที่จำหน่ายที่มีการแข่งขันกันมากจำเป็นต้อง ดึงดูดผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้รวดเร็ว เด่น สะดุดตา เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจใน ผลิตภัณฑ์ สร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อให้มากยิ่งขึ้น

2.4.3 ท้องถิ่น ฤดูกาล และระยะเวลาในการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายในกรุงเทพ เป็นการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ได้แก่ Central, Zen, The Emporium, The Mall โดยจะวางขายอยู่ในส่วนแผนก Supermarket รวมไปถึง Top, Home Fresh Mart, The Golden Place และ Lemon Farm โดยเป็นการวางจำหน่ายรวมกันภายใต้ Brand เดียวกัน ซึ่งสามารถสร้างความเป็น Brand Image ได้ชัดเจน ทั้งยังดึงดูดผู้บริโภคได้ ง่าย

การจัดจำหน่ายในต่างจังหวัด จะเน้นขายจังหวัดที่เป็นศูนย์กลาง มีความเจริญ ของภูมิภาคต่าง ๆ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ภูเก็ต สงขลา โดยวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าที่มีขนาดใหญ่ของจังหวัดนั้น ๆ

ลักษณะการจำหน่ายแบบเดิม ที่ขาย ณ.แหล่งผลิตก็ยังคงมีอยู่ เพื่อรักษากลุ่มเป้าหมาย เดิมไว้ โดยที่การขายมีลักษณะเป็นร้านของตัวเองอยู่หน้าสถานที่ผลิต ภายในร้านจะขายแต่ผลิตภัณฑ์ของตัวเองเท่านั้น

2.4.4 ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเดิม

ลักษณะกลุ่มเป้าหมายเดิมของผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแบ่งได้หลายลักษณะ เช่น การแบ่งตาม อายุ การแบ่งตามเพศ รายได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปนั้นอาจแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. แบ่งตามช่วงอายุ คือการพิจารณาแบ่งจากช่วงอายุ โดยกลุ่มเป้าหมายเดิมจะอยู่ในช่วงอายุ 25-40 ปี
2. แบ่งตามลักษณะการนำไปใช้ คือการซื้อไปบริโภคเอง หรือการเลือกซื้อเพื่อใช้เป็นของกำนัล ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มผู้บริโภคที่แบ่งตามลักษณะช่วงอายุ

ในการกำหนดช่วงอายุกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่อยู่ในช่วง 25-40 ปีนั้น ยังสามารถแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก อยู่ในกลุ่มผู้ใหญ่ต้นวัยทำงาน มีลักษณะดังนี้

- กำลังเริ่มสร้างฐานะ เพื่อความมั่นคงของครอบครัว
- มีปริมาณประชากรมาก
- มีความสนใจ สรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาใช้อยู่เสมอ
- ชอบความทันสมัย ตอบรับสื่อต่าง ๆ ได้ดี
- มีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว
- ชอบการเดินทางท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ

2. กลุ่มเป้าหมายรอง สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม

2.1 กลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานที่มีครอบครัวแล้ว มีลักษณะดังนี้

- มีฐานะที่มั่นคง
- มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสูง
- มีปริมาณประชากรน้อย
- มีความเชื่อถือและซื่อสัตย์ต่อยี่ห้อที่เคยใช้
- มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นสำคัญ
- สนใจเรื่องสุขภาพร่างกาย
- ชอบการเดินทางท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ ไปทั้งครอบครัว

2.2 กลุ่มวัยรุ่น มีลักษณะดังนี้

- มีความตื่นตัวกับสินใหม่ ๆ
- มีกำลังทรัพย์ในการซื้อระดับปานกลาง
- มีปริมาณประชากรน้อย
- ชอบทดลองของใหม่ ๆ ไม่ชอบความจำเจ
- นิยมความทันสมัย ตามแฟชั่นอยู่เสมอ
- มีความตื่นตัวให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม
- คำนึงถึงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อน้อย โดยส่วนใหญ่จะยึดตามความชอบของตนเองเป็นใหญ่
- ชอบการเดินทางท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มผู้บริโภคที่แบ่งตามลักษณะการนำไปใช้แบ่งได้ 2 กลุ่ม

1. การซื้อเพื่อนำไปใช้เอง หรือใช้ร่วมกับบุคคลอื่น โดยเป็นกลุ่มที่ดำเนินชีวิตในระดับมาตรฐานที่ดีมีการศึกษาดี ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ ดูทันสมัย น่าเชื่อถือ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับสุขภาพร่างกาย คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ใช้เวลาในการเลือกซื้อไม่มาก
2. การซื้อเพื่อใช้เป็นของกำนัล ของขวัญในโอกาสต่าง ๆ เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์ดี มีคุณภาพ แสดงรสนิยมของผู้ที่มอบให้ บรรจุกฎที่ดี มีราคา มีคุณค่า แสดงความตั้งใจในการเลือกซื้อ และสะดวกในการใช้

2.4.5 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ

1. การที่ตลาดผลิตภัณฑ์เดิมมีขนาดค่อนข้างเล็ก ผู้บริโภคกลุ่มเดิมเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้าจากแหล่งผลิต ทำให้มีปริมาณการขายมีไม่มาก ในปัจจุบันมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม วิธีการขายแบบผู้บริโภคเข้าหาผู้ผลิตจึงไม่เหมาะสม เพราะผู้บริโภคมีทางเลือกมากกว่าเดิม จึงสมควรเปลี่ยนวิธีการขายเป็นการวางขายในแหล่งที่ผู้บริโภคใช้ชีวิตอยู่ อันได้แก่ห้างสรรพสินค้า และเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มเดิมที่เป็นกลุ่มที่เดินทางเป็นประจำ กับกลุ่มใหม่ที่อาศัยในเมือง

ในปัจจุบันกระแสความนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติกำลังเป็นที่นิยมสอดคล้องกับลักษณะ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ทำให้ความสนใจกับสุขภาพ การกินอาหารที่มีประโยชน์ แต่มีการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ มีเวลาน้อย

2. ดังที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าเป็นการเริ่มตลาดใหม่กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีลักษณะการใช้ชีวิตที่ต่างกับกลุ่มเป้าหมายเดิม โดยกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นกลุ่มที่เอาใจใส่กับสุขภาพร่างกาย แต่มีการใช้เวลาที่เร่งรีบ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงควรเน้นความเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีประโยชน์กับร่างกาย ไม่มีพิษภัย

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงการวางจำหน่าย โดยมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในห้างสรรพสินค้า (Department Store และ Supermarket) โดยวางขายภายใต้ Brand เดียวกัน ไม่แบ่งแยกตามผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเป็น Brand Image ที่มีต่อสินค้า โดยมีพลังในการดึงดูดผู้บริโภคเมื่ออยู่บนชั้นวางขาย อีกทั้งต้องออกแบบให้ง่ายต่อการบรรจุ และการขนส่งเพื่อนำไปวางจำหน่าย

4. เนื่องจากผู้บริโภคเป้าหมายมีฐานะอยู่ในระดับปานกลาง - ดี มีการศึกษาดี ทันสมัย ติดตามข่าวสารต่าง ๆ การออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงจิตวิทยาและรสนิยม เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม สามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจและหันมาเลือกใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ในการออกแบบควรคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บรรจุภัณฑ์ เพื่อศึกษาและออกแบบให้ใช้ได้สะดวก อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับราคาผลิตภัณฑ์

2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง


2.5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด จำแนกตามรายผลิตภัณฑ์

คู่แข่งในท้องตลาดสามารถแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี ออกเป็นกลุ่มตามลักษณะทางกายภาพได้ ดังนี้

1. กลุ่มที่เป็นของเหน็ด มีความเหนียว
2. กลุ่มที่เป็นของแข็ง มีความกรอบ
3. กลุ่มที่เป็นของเหลว และของเหลวที่มีเนื้อปนอยู่ด้วย
4. กลุ่มที่เป็นผง เม็ด

โดยแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

1. กลุ่มที่เป็นของเหน็ด มีความเหนียว

คู่แข่ง	ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
1.1 ทูเรียนกวนแม่ฟุ้ง 	ทูเรียนกวน	ครอบงโหลหะ ซ้อดี - ครอบงมีการปิดที่มิดชิด สัตว์ มด ทำอันตรายรายผลิตภัณฑ์ ภายในยาก ง่ายต่อ การกิน และเก็บรักษา ซ้อเสีย - ไม่เห็นสิน ค้าภายในทำให้ไม่รู้ ปริมาณที่แน่นอนและ	ใช้สีเหลืองของทูเรียน เป็นสีหลัก และภาพวาด ซ้อดี - สีที่ตรงกับ ภาพลักษณะของผลิต ภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภค เข้าใจได้ง่าย ซ้อเสีย - ใช้สีอ่อนซึ่ง ไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานที่ไม่รู้ค่าเสียหรือยัง ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>1.2 Home Fresh Mart</p> 	<p>แยมผลไม้</p>	<p>กระปุกแก้ว มีฝาปิด แบบเกลียว ข้อดี - กระปุกช่วยกัน กลิ่นที่เป็นสิ่งที่ล่อมด เป็นกระปุกใสทำให้ เห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน อันเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ บริโภค ข้อเสีย - มีน้ำหนัก มาก</p>	<p>ใช้รูปสับปะรดจริง Background ด้าน หลังเป็นสีเหลืองและ เขียวสื่อถึงความเป็น ธรรมชาติ ข้อดี - สื่อถึงลักษณะ ผลิตภัณฑ์ได้เต็มที่ ข้อเสีย - สีที่ใช้มี ความใกล้เคียงกับสี ผลิตภัณฑ์</p>
<p>1.3 ดอยคำ</p> 	<p>แยมผลไม้</p>	<p>กระปุกแก้ว มีฝาปิด แบบเกลียว ข้อดี - กระปุกช่วยกัน กลิ่นที่เป็นสิ่งที่ล่อมด เป็นกระปุกใสทำให้ เห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน อันเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ บริโภค ข้อเสีย - มีน้ำหนัก มาก</p>	<p>ใช้ภาพวาดเพื่อให้ดู สดใส สร้างความแตก ต่างกับยี่ห้ออื่น ข้อดี - ทำให้บรรจุ ภัณฑ์ดูมีความสดใส อ่อนโยน น่ากิน ข้อเสีย - ผู้บริโภค บางกลุ่มอาจจะไม่เชื่อ ถือในคุณภาพ</p>
<p>1.4 สวนไทย</p> 	<p>ทุเรียนกวน</p>	<p>ทำเป็นแท่ง แล้วย่อ ด้วยพลาสติก มัดหัว ท้าย ข้อดี - บรรจุภัณฑ์ทำ ได้ง่าย มองเห็นผลิต ภัณฑ์ภายใน ข้อเสีย - ไม่สามารถ กันอันตรายจากการ กระแทก และ จาก สัตว์ มด แมลง</p>	<p>ใช้ภาพทุเรียนจริง ฉลากสีเหลืองเข้ม ไล่ โทนมาอ่อน ข้อดี - มีความใกล้ เคียงกับผลิตภัณฑ์ ข้อเสีย - เมื่อแกะ พลาสติกออก ฉลาก จะออกมาด้วย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>1.5 Sailom Market</p> 	<p>ผลไม้กวน</p>	<p>ใช้ใบตองในการห่อ บรรจุรวมในถุง พลาสติก ข้อดี - สื่อความเป็น ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ได้อย่างชัดเจน ข้อเสีย - การป้องกัน ผลิตภัณฑ์ภายในไม่ สามารถทำได้เต็มที่</p>	<p>ใช้สติ๊กเกอร์สีทองปะ ฉูดพลาสติก ข้อดี - ทำให้ผลิต ภัณฑ์ดูมีมูลค่ามาก ขึ้น ข้อเสีย - สีของตัว อักษร กับสีฉลากมี ความใกล้เคียงกันทำ ให้อ่านไม่ออก</p>
<p>1.6 Bud's Ice cream</p> 	<p>ไอศกรีม</p>	<p>ถ้วยพลาสติก มีฝาปิด ข้อดี - ผลิตได้ง่าย เปิดกินสะดวก ข้อเสีย - เป็นขยะที่ ย่อยสลายไม่ได้</p>	<p>ใช้ตัวอักษรที่มีความ อ่อนช้อย สีน้ำเงิน ช่วยให้เกิดความรู้สึ เย็น ข้อดี - ตรงกับ ลักษณะของผลิต ภัณฑ์ ข้อเสีย - เป็นเพียงตัว อักษรทำให้แสดง ประเภทของผลิต ภัณฑ์ได้ไม่เต็มที่</p>
<p>1.7 กลุ่มอาชีพสตรีหมู่ ที่ 8 ต.คบบาง</p>	<p>ผลไม้แปรรูป ได้แก่ ผลไม้กวน</p> 	<p>บรรจุแยกชิ้นใน กระดาษแก้ว บรรจุ รวมในถุงใหญ่ ข้อดี - หยิบกิน แกะ ห่อได้ง่าย ข้อเสีย - เป็นห่อใส แยกประเภทของผลไม้ ไม่ได้</p>	<p>สติ๊กเกอร์ พิมพ์ต่างสี กันเพื่อแยกประเภท ข้อดี - ผลิตได้ง่าย ข้อเสีย - แยกประ เภทของผลไม้ไม่ได้ เกิดความสับสนได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ทอพีพี 	บรรจุแยกชิ้นใน กระดาษสี บรรจรวม ในถุงใหญ่ ข้อดี - หยิบกิน แคะ ห่อได้ง่าย ข้อเสีย - เป็นห่อ เหมือนกันแยกทำให้ ประเภทไม่ได้	สติกเกอร์ พิมพ์ต่างสี กันเพื่อแยกประเภท ข้อดี - หยิบกิน แคะ ห่อได้ง่าย ข้อเสีย - เป็นห่อ เหมือนกันแยกทำให้ ประเภทไม่ได้
--	---	--	---

2. กลุ่มที่เป็นของแข็ง มีความกรอบ

คู่แข่ง	ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
2.1 ไทยพัฒนา 	ขนมไทยต่าง ๆ เช่น ทองท้าว ขนมฝักรูป 	กล่องพลาสติกใส ทรง กลม มีฝาครอบปิด ข้อดี - เก็บกลิ่นได้ดี ช่วยกันมด กันแมลง ข้อเสีย - หากทำตก สามารถแตกได้ง่าย	ฉลากสติกเกอร์ปิด ด้านข้าง ใช้สีต่างกัน ในการแยกประเภทสินค้า ข้อดี - ลักษณะกราฟ ฟิกที่ดูเป็นไทยสอด คล้องกับขนมและชื่อ ข้อเสีย - มีความใกล้เคียง มากเกินไป ทำให้ เกิดความเข้าใจผิดได้ ง่าย
2.2 บ้านหินอ่อน 	ขนมขบเคี้ยวที่ทำ จากธัญพืชต่าง ๆ	ซองพลาสติกใส ข้อดี - ผลิตง่าย ใส ผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เห็น ตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน ได้ชัดเจน ข้อเสีย - คู้มครอง ผลิตภัณฑ์ได้ไม่ดี	สติกเกอร์แปะแยก ประเภทผลิตภัณฑ์ ตก แต่งด้วยโบว์ ข้อดี - การใช้โบว์ตก แต่งทำให้บรรจุภัณฑ์ ดูมีคุณค่าเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต



ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

			ข้อเสีย - สติกเกอร์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ลด คุณค่าไป
2.3 Petcharat House 	ผลิตภัณฑ์ขนมอบ เคี้ยวต่าง ๆ	ของพลาสติกใส ข้อดี - ผลิตง่าย ใส ผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เห็น ตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน ได้ชัดเจน ข้อเสีย - คู้มครอง ผลิตภัณฑ์ได้ไม่ดี	ฉลากด้านบนจัดวาง เหมือนกัน ใช้ภาพตัว การ์ตูน ต่างกันที่ชื่อ ผลิตภัณฑ์ ข้อดี - ดูเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกัน สี สัน รูป แบบแสดงกลุ่มเป้า หมายได้ชัดเจน ข้อเสีย - ฉลากมี ความเหมือนกันเกิน ไป ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจ ผิดได้ง่าย
2.4 กลุ่มอาชีพสตรีหมู่ ที่ 8 ต.คมบาง	ทุเรียนทอด บรรจุในถุง  กล่องพลาสติก 	ถุงพลาสติกใส ข้อดี - สามารถเห็น ตัวผลิตภัณฑ์ภายใน ได้ง่าย ข้อเสีย - ไม่สามารถ กันอันตรายจากการ กระแทก และ จาก สัตว์ มด แมลงได้ กล่องพลาสติกใส มี ฝาปิดด้านบน ข้อดี - สามารถเห็น ตัวผลิตภัณฑ์ภายใน ได้ง่าย กันกลิ่นไม่ให้ ออกไปด้านนอกได้ และกันกระแทกได้	ใช้สติกเกอร์แปะถุง ข้อดี - ผลิตง่าย ใช้ ร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ของกลุ่มได้ โดย เปลี่ยนสีเพื่อให้เข้ากับ ผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน ข้อเสีย - หลุดลอก ง่าย ใช้สติกเกอร์แปะ บริเวณฝากล่อง ข้อดี - ผลิตง่าย ข้อเสีย - หลุดลอก ง่าย ไม่มีส่วนช่วยให้ บรรจุภัณฑ์ดูมีคุณค่า ดึงดูดผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		ข้อเสีย - หากทำตก สามารถแตกได้ง่าย	
--	--	---------------------------------------	--

3. กลุ่มที่เป็นของเหลว และของเหลวที่มีเนื้อปนอยู่ด้วย

คู่แข่ง	ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
3.1 กลุ่มอาหาร กระป๋องลุงจัน 	ผลไม้ในน้ำเชื่อม	กระจบองโลหะ ข้อดี - กระจบองมีการ ปิดที่มิดชิด สัตว์ มด ทำอันตรายผลิตภัณฑ์ ภายในยาก ง่ายต่อ การกิน และเก็บรักษา ข้อเสีย - ไม่เห็นสิน ค้าภายในทำให้ไม่รู้ว่ ามีปริมาณมาก น้อย เพียงใดและไม่รู้ว่เสีย หรือยัง	ใช้ภาพผลไม้จริง ๆ ข้อดี - สื่อสารกับผู้ บริโภคได้ง่าย ข้อเสีย - สีฉลากอ่อน ไป ทำให้ขาดการตั้ง ดูผู้บริโภค
3.2 เอร่าวันฟู้ดส์	ผลไม้ในน้ำเชื่อม 	กระจบองโลหะ ข้อดี - กระจบองมีการ ปิดที่มิดชิด สัตว์ มด ทำอันตรายผลิตภัณฑ์ ภายในยาก ง่ายต่อ การกิน และเก็บรักษา ข้อเสีย - ไม่เห็นสิน ค้าภายในทำให้ไม่รู้ว่ ามีปริมาณมาก น้อย เพียงใดและไม่รู้ว่เสีย หรือยัง	ใช้รูปผลไม้จริงทั้งที่ เต็มผล กับที่เป็นผลไม้ ที่พร้อมรับประทาน แล้ว Background สี สดใส ข้อดี - สื่อถึงลักษณะ ผลิตภัณฑ์ได้เต็มที่ และ Background เป็นสีที่ดูสดใสเหมาะ กับของกิน ข้อเสีย - ชื่อที่แบ่ง ประเภทผลไม้มีขนาด เล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>3.3 Dole</p>	<p>ผลไม้ในน้ำเชื่อม</p>  <p>น้ำผลไม้</p> 	<p>ถ้วยพลาสติก มีฝาปิด</p> <p>ข้อดี - เปิดบริโภค ง่าย น้ำหนักเบา</p> <p>ข้อเสีย - ถ้วยมีความ แข็งแรงไม่มาก โดนบีบ แรง ๆ จะทำให้ผลิต ภัณฑ์ภายในเป็น อันตราย ทะลักออก มาได้</p> <p>กระป๋องโลหะ</p> <p>ข้อดี - กระป๋องมีการ ปิดที่มิดชิด สัตว์ มด ทำอันตรายผลิตภัณฑ์ ภายในยาก ง่ายต่อ การกิน และเก็บรักษา</p> <p>ข้อเสีย - ไม่เห็นสิน ค้าภายในทำให้ไม่รู้ว่ามี ปริมาณมาก น้อย เพียงใดและไม่รู้ว่าเสีย หรือยัง</p>	<p>ใช้เป็นลักษณะกราฟ ฟิก สีสดใส</p> <p>ข้อดี - ทำให้บรรจุ ภัณฑ์ดูมีความสดใส อ่อนโยน น่ากิน</p> <p>ข้อเสีย - ผู้บริโภค บางกลุ่มอาจจะไม่เชื่อ ถือในคุณภาพ</p> <p>ใช้เป็นลักษณะกราฟ ฟิกผสมกับรูปจริง</p> <p>ข้อดี - ทำให้บรรจุ ภัณฑ์ดูมีความสดใส อ่อนโยน น่ากิน</p> <p>ข้อเสีย - ผู้บริโภค บางกลุ่มอาจจะไม่เชื่อ ถือในคุณภาพ</p>
<p>6.4 Malee</p> 	<p>ผลไม้ในน้ำเชื่อม</p>	<p>กระป๋องโลหะ</p> <p>ข้อดี - กระป๋องมีการ ปิดที่มิดชิด สัตว์ มด ทำอันตรายผลิตภัณฑ์ ภายในยาก ง่ายต่อ การกิน และเก็บรักษา</p> <p>ข้อเสีย - ไม่เห็นสิน ค้าภายในทำให้ไม่รู้ว่ามี ปริมาณมาก น้อย เพียงใดและไม่รู้ว่าเสีย หรือยัง</p>	<p>ใช้ภาพผลไม้จริง มีสี สดใส</p> <p>ข้อดี - ดึงดูดผู้บริโภค แสดงลักษณะผลิต ภัณฑ์ได้ชัดเจน</p> <p>ข้อเสีย - รูปผลไม้แต่ ละชนิดมีการจัดวางที่ คล้ายกัน หากดูผ่าน ๆ อาจเกิดความเข้าใจผิด ได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>3.5 UFC</p> 	<p>ผลไม้ในน้ำเชื่อม</p>	<p>กระป๋องโลหะ ข้อดี - กระป๋องมีการปิดที่มิดชิด สัตว์ มด ทำอันตรายผลิตภัณฑ์ภายในยาก ง่ายต่อการกิน และเก็บรักษา ข้อเสีย - ไม่เห็นสินค้าภายในทำให้ไม่รู้ว่า มีปริมาณมาก น้อย เพียงใดและไม่รู้ว่าเสียหรือยัง</p>	<p>ใช้ภาพจริงเพื่อแสดง ความสดชื่น มี Background เป็นภาพท้องฟ้าสื่อถึงความ เป็นธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ข้อดี - ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีมูลค่ามากขึ้น แสดงจุดยืนในการเอาใจใส่กับสิ่งแวดล้อม ข้อเสีย - การใช้ภาพท้องฟ้าไม่เหมาะกับผลิตภัณฑ์</p>
<p>3.6 Chabaa</p> 	<p>น้ำผลไม้ กลอง</p>	<p>กลองแบ่งดื่ม และพร้อมดื่ม ข้อดี - สามารถทำให้แบนราบเพื่อประหยัดพื้นที่ขย่ะได้ ข้อเสีย - เกิดความเสียหายจากการกระแทกได้ง่าย</p>	<p>ใช้ภาพผลไม้จริงที่ผ่านการ Retouch ให้ดูมีชีวิตชีวา สื่อถึงธรรมชาติ ข้อดี - ตรงกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่มีประโยชน์ ช่วยเสริมสุขภาพ ข้อเสีย - มีสีที่ใกล้เคียงกัน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กลุ่มที่เป็นผง เม็ด

คู่แข่ง	ผลิตภัณฑ์	ลักษณะบรรจุภัณฑ์	ลักษณะกราฟฟิก
4.1 กลุ่มแปรรูป พริกไทย	พริกไทย 	ถุงพลาสติก ข้อดี - บรรจุง่าย ข้อเสีย - โดนเจาะทะลุ ทำให้พริกไทยออกมาได้ง่าย	ไม่มี ทำให้ขาดการประชาสัมพันธ์ สร้างความประทับใจต่อผู้บริโภค
4.2 กลุ่มสาริต เศรษฐกิจชุมชน	พริกไทยป่น 	ขวดแก้ว ข้อดี - มีการปิดที่มิดชิด สัตว์ แมลง ทำอันตรายผลิตภัณฑ์ภายในยาก ง่ายต่อการเก็บรักษา ข้อเสีย - ขวดมีน้ำหนักมาก ตกแล้วแตกได้ทำให้ผลิตภัณฑ์ภายในฟุ้งกระจาย	เป็นข้อความอย่างเดียว บนฉลากสี ข้อดี - บ่งบอกที่มาแหล่งผลิตได้ชัดเจน ข้อเสีย - ขาดการดึงดูดผู้บริโภค

2.5.2 การวางตำแหน่งสินค้าของผลิตภัณฑ์ในโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การศึกษาลักษณะการวางจำหน่าย ลักษณะบุคลิกภาพของคู่แข่งแต่ละราย เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่จะทำให้เกิดความแตกต่างกับคู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาด ซึ่งจะเป็นการเพิ่มปริมาณการขาย โดยจะเห็นได้จากตารางเปรียบเทียบคู่แข่ง ในเรื่อง บุคลิกภาพ ลักษณะการจำหน่าย การกำหนดจุดขาย โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กลุ่มที่เป็นของหนีด มีความเหนียว

ผู้ผลิต	ลักษณะบุคลากร	ลักษณะการจำหน่าย	การกำหนดจุดขาย
ทุเรียนกวน ตราแม่พูน - ทุเรียนกวน	เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวมกลุ่มกันภายใน ต.มะขาม จ.จันทบุรี ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่	- มีร้านที่แหล่งผลิตเอง	- เน้นความสะอาด ถูกหลักอนามัย - เน้นที่ผู้ผลิต - บรรจุก้อนที่ช่วยให้การกินง่ายขึ้น - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-40 ปี
Home Freshmart - แยมผลไม้	เป็นของ Home Fresh Mart ในห้าง The Mall เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนที่ไปห้าง The Mall	- วางขายใน The Mall และ Emporium ห้างสรรพสินค้าในเครือของ The Mall	- เน้นผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ - บรรจุก้อนที่มีความเป็นสากล - เน้นสีที่เป็นธรรมชาติ - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย30% หญิง 70% - อายุ 30-45 ปี
ดอยคำ - แยมผลไม้	เป็นของหลวง ที่ต้องการขายสินค้าที่มีประโยชน์ให้กับผู้บริโภค	- วางขายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป - วางขายร้าน Golden Place	- เน้นผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ - เน้นสีสดใส - บรรจุก้อนที่มีความทันสมัยไม่เป็นทางการมากเกินไป - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย30% หญิง 70% - อายุ 20-35 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนวนไทย - ทุเรียนกวน	ผลิตทุเรียนกวนวางขาย ใน Supermarket ทั่วไป ในห้างสรรพสินค้า	- วางขายใน ห้างสรรพสินค้า เช่น Top ,The Mall	- เน้นที่เป็นของมีคุณภาพ - บรรจุกฎภัณฑ์ง่าย ๆ หาได้ทั่ว ไป - มีความเป็นทางการเพื่อให้เกิด ความน่าเชื่อถือ - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย45% หญิง 55% - อายุ 30-40 ปี
Sailom Market - ผลไม้กวน - ทอफी	ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป ประเภทผลไม้	- วางขายใน ห้างสรรพสินค้า ทั่วไป เช่น Top ,The Mall	- เน้นความเป็นธรรมชาติ - เน้นที่ผู้ผลิต - กราฟฟิกแสดงความหรูหรา - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย30% หญิง 70% - อายุ 30-50 ปี
Bud's ice cream - ไอศกรีม	เป็นของต่างประเทศ และ มีการคิดค้นไอศกรีมที่ สอดคล้องกับผู้บริโภค เช่น มะม่วง ทุเรียน เป็นที่ รู้จัก มีชื่อเสียงด้วยผลิต ภัณฑ์มีคุณภาพ	- มีร้านขายเป็น ของตัวเอง - วางขายใน ห้างสรรพสินค้า	- เน้นความหรูหรามีมานาน - มีความเป็นสากล - บรรจุกฎภัณฑ์มีความดึงดูด - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย20% หญิง 80% - อายุ 20-40 ปี
กลุ่มอาชีพสตรี หมู่ที่ 8 ต.คมบาง - เงาะกวน - มังคุดกวน - ทอफी	เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวม กลุ่มกันภายใน ต.คมบาง จ.จันทบุรี ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่ หาได้ในพื้นที่	- มีร้านที่แหล่ง ผลิตเอง	- ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ - ผลิตโดยชาวบ้าน - บรรจุกฎภัณฑ์ง่าย ๆ หาได้ทั่ว ไป - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-40 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กลุ่มที่เป็นของแข็ง มีความกรอบ

ผู้ผลิต	ลักษณะกลุ่ม	ลักษณะการจำหน่าย	การกำหนดจุดขาย
ไทยพัฒนา - ทองม้วน - ขนมไทยต่าง ๆ	เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทขนม และอาหารเพื่อสุขภาพ	- มีร้านที่แหล่งผลิตเอง - วางขายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น Top ,The Mall	- เน้นความเป็นไทย - รูปแบบบรรจุภัณฑ์เรียบง่าย เน้นแสดงผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้สีเป็นตัวช่วย - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย40% หญิง 60% - อายุ 25-50 ปี
บ้านหินอ่อน - ข้าวฉุยพีช - ทองม้วน	เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ	- วางขายในห้างสรรพสินค้า เช่น Top ,The Mall และ ใน Golden Place	- เน้นความมีคุณค่าทางอาหาร - ผลิตภัณฑ์มีระดับ - บรรจุภัณฑ์มีการตกแต่งเพิ่มมูลค่า - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย40% หญิง 60% - อายุ 30-45 ปี
Petcharat House - ทองม้วน - ก้อยฉาบ - เผือกเส้น - ข้าวฉุยพีช	เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทขนม และอาหารเพื่อสุขภาพ	- มีร้านที่แหล่งผลิตเอง - วางขายในห้างสรรพสินค้า เช่น Top ,The Mall และ ใน Golden Place	- เน้นผู้ผลิต มีสีสัน - แสดงความเป็นของกินเล่น - บรรจุภัณฑ์มีสีสันที่ให้ความดึงดูด มีความสดใส - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย40% หญิง 60% - อายุ 25-35 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มอาชีพสตรี หมู่ที่ 8 ต.คมบาง - ทุเรียนทอด	เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวม กลุ่มกันภายใน ต.คมบาง จ.จันทบุรี ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่ หาได้ในพื้นที่	- มีร้านที่แหล่ง ผลิตเอง	- ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ - ผลิตโดยชาวบ้าน - บรรจุก้นทั้งง่าย ๆ หาได้ทั่วไป - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-40 ปี
---	---	-----------------------------	--

3. กลุ่มที่เป็นของเหลว และของเหลวที่มีเนื้อปนอยู่ด้วย

ผู้ผลิต	ลักษณะกลุ่ม	ลักษณะการ จำหน่าย	การกำหนดจุดขาย
กลุ่มอาหาร กระป๋องลูกจันทน์ - เงาะกระป๋อง	เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวม กลุ่มกันภายใน ต.มะขาม จ.จันทบุรี ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่ หาได้ในพื้นที่	- มีร้านที่แหล่ง ผลิตเอง	- เน้นที่ผู้ผลิต วัตถุดิบมี คุณภาพ เป็นของตัวเอง - บรรจุก้นที่ชาวบ้าน สามารถหาใช้ได้ทั่วไป - ดูเป็นของที่ชาวบ้านทำเอง ราคาประหยัด - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-40 ปี
เอร่าวันฟู้ดส์ - ผลไม้ในน้ำ เชื่อม	เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้า บรรจุกะป๋องจากผัก ผลไม้ ผลิตในประเทศ เป็นที่รู้จักในท้องตลาด มี ผลิตภัณฑ์หลายชนิด	- วางขายใน ห้างสรรพสินค้า ทั่วไป เช่น Top ,The Mall	- เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ - บรรจุก้นที่มีสีสันสดใส - มีความทันสมัย - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย40% หญิง 60% - อายุ 25-40 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>Dole</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลไม้ในน้ำเชื่อม - น้ำผลไม้ 	<p>เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าจากผลไม้หลายชนิด ผลิตภายในประเทศ ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในท้องตลาด</p>	<p>- วางขายในห้างสรรพสินค้า เช่น Top ,The Mall และ ร้าน Golden Place</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นความสดใ - ทำให้สุขภาพดี - บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย - เน้นกลุ่มคนทันสมัย - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย40% หญิง 60% - อายุ 20-40 ปี
<p>Malee</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลไม้ในน้ำเชื่อม 	<p>เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าจากผลไม้หลายชนิด มีชื่อเสียงมานาน ผลิตภัณ์ที่มีคุณภาพ</p>	<p>- วางขายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น Top ,The Mall และ Golden Place</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นความสด - บรรจุภัณฑ์มีสีที่สดใส - ดูเป็นมิตรกับผู้บริโภค - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-45 ปี
<p>UFC</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลไม้ในน้ำเชื่อม 	<p>เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าจากผลไม้หลายชนิด เป็นที่รู้จักกันดี ผลิตภัณ์ที่มีคุณภาพ หาซื้อได้ง่าย</p>	<p>- วางขายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น Top ,The Mall</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นความเป็นธรรมชาติ - สนใจต่อสิ่งแวดล้อม - รับผิดชอบต่อสังคม - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-35 ปี
<p>Chabaa</p> <ul style="list-style-type: none"> - น้ำผลไม้ 	<p>เป็นกลุ่มที่ผลิตสินค้าจากผลไม้หลายชนิด ผลิตโดยคนไทย เป็นยี่ห้อใหม่ที่น่าสนใจ มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว</p>	<p>- วางขายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น Top ,The Mall</p> <p>- วางขายร้าน Golden Place</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นของที่มาจากรธรรมชาติ ดีต่อสุขภาพ - ความเป็นไทยร่วมสมัย - บรรจุภัณฑ์มีสีที่สดใส - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย30% หญิง 70% - อายุ 25-50 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. กลุ่มที่เป็นผง เม็ด

ผู้ผลิต	ลักษณะกลุ่ม	ลักษณะการจำหน่าย	การกำหนดจุดขาย
กลุ่มแปรรูป พริกไทย - พริกไทยปน - พริกไทยเม็ด	เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวม กลุ่มกันภายใน ต.สองพี่น้อง จ.จันทบุรี ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่ หาได้ในพื้นที่	- มีร้านที่แหล่ง ผลิตเอง	- ชาวบ้านทำ ช่วยเหลือกัน เองภายในชุมชน - เป็นของธรรมชาติ - บรรจุก้นหยาได้ง่าย ราคา ไม่แพง - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-50 ปี
กลุ่มสาธิต เศรษฐกิจชุมชน - พริกไทยปน	เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวม กลุ่มกันภายใน ต.รำพัน จ.จันทบุรี ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่ หาได้ในพื้นที่	- มีร้านที่แหล่ง ผลิตเอง - วางขายใน ห้างสรรพสินค้า ทั่วไป เช่น Top The Mall	- เน้นการช่วยเหลือตนเอง ของชุมชน - ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพส่งออก - บรรจุก้นหยาได้ง่าย - กลุ่มเป้าหมายเป็นชาย50% หญิง 50% - อายุ 25-45 ปี

2.5.3 วิเคราะห์ข้อดี ข้อเสียของผลิตภัณฑ์คู่แข่งด้านบรรจุก้นหยา

1. ทูเรียนกวนแม่พืง

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. มีบรรจุก้นหยาที่แตกต่างกับผู้ผลิตกลุ่มอื่นที่มีสินค้าเหมือนกัน	1. มีแหล่งจำหน่ายน้อย คือที่แหล่งผลิตเพียงแห่งเดียว
2. ราคาถูก	2. เป็นสินค้าชาวบ้านที่มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ
3. สินค้ามีคุณภาพ เป็นที่รู้จักกัน	3. มีปริมาณการผลิตน้อย
4. เน้นความสะดวก ถูกหลักอนามัย	4. ลักษณะกราฟฟิก ไม่มีความดึงดูดผู้บริโภค เนื่องจากใช้สีอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Home Fresh Mart

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	1. ไม่สามารถวางจำหน่ายในห้างอื่นได้
2. มีร้านเฉพาะของตัวเอง คือ Home Fresh Mart อยู่ภายในห้าง The Mall	2. บรรรจภัณฑ์มีลักษณะที่เหมือนกับของยี่ห้ออื่น
3. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ	3. บรรรจภัณฑ์ไม่แสดงถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร
4. มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสูง เนื่องจากมีสาขามาก	4. ขายได้กับคนเฉพาะกลุ่มที่ติดกับ Brand ของ Home Fresh Mart เท่านั้น
5. มีสินค้าให้เลือกมาก	

3. ดอยคำ

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. ใช้ชื่อของหลวงเป็นจุดขาย	1. ลักษณะกราฟฟิกที่เป็นภาพวาดทำให้เกิดความรู้สึกไม่น่าเชื่อถือ
2. มีลักษณะกราฟฟิกที่แตกต่างกับคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคจำได้ง่าย	2. บรรรจภัณฑ์มีความเหมือนกันกับของคู่แข่งทั่วไป
3. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว	3. ลักษณะการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทำให้มีคู่แข่งมาก
4. นำผลไม้ไทย ๆ หลายอย่างมาแปรรูป	4. เป็นยี่ห้อที่เพิ่งเริ่มเป็นที่รู้จัก
5. มีจุดยืนเป็นของคนไทยผลิต	
6. ผลิตภัณฑ์มีหลายชนิด	

4. สวนไทย

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. บรรรจภัณฑ์แกะได้ง่าย สะดวกในการบริโภค	1. บรรรจภัณฑ์เหมือนกับของที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบัน
2. ลักษณะกราฟฟิกอ่านง่าย บอกรายละเอียดได้ครบ	2. ลักษณะกราฟฟิกที่เรียบง่าย ไม่ช่วยดึงดูดผู้บริโภค และมีความใกล้เคียงกับของคู่แข่ง
3. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว	3. บรรรจภัณฑ์ไม่ช่วยในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในจากการกระแทกกระเทือน และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	4. การเก็บรักษาทำได้ยาก มีกลิ่นฉุนหากเก็บไม่ดี 5. ลักษณะการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทำให้มีคู่แข่งมาก 6. ไม่มีโลโก้
--	--

5. Sailom Market

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. บรรจุกฎบัตรที่มีความเป็นธรรมชาติ สื่อให้เห็นลักษณะของผู้ผลิตได้ชัดเจน 2. มีจุดยืนที่แน่นอน คือ เน้นความเป็นธรรมชาติ 3. กราฟฟิกมีความหรูหรา 4. เป็นของมีคุณภาพมีราคา 5. ดึงดูดผู้ที่ให้ความสนใจบรรจุกฎบัตรที่ทำจากธรรมชาติได้ดี 6. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว	1. มีราคาที่ค่อนข้างแพง 2. ปริมาณการขายมีค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น 3. กราฟฟิก กับตัวอักษรมีสีที่ใกล้เคียงกัน ทำให้อ่านยาก 4. โลโก้สื่อความหมายได้ไม่ชัดเจน

6. Bud's Ice cream

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. เป็นของต่างประเทศ 2. เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีมานาน 3. มีร้านเป็นของตัวเอง 4. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีการปรับให้เข้ากับผู้บริโภค โดยคิดรสชาติใหม่ ๆ อยู่เสมอ 5. บรรจุกฎบัตรที่มีความเป็นสากล เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป	1. ในปัจจุบันมีคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มาก 2. บรรจุกฎบัตรไม่มีความดึงดูดผู้บริโภคเท่าที่ควร เนื่องจากเลือกใช้สีที่ไม่สะดุดตา 3. บรรจุกฎบัตรมีความเหมือนกันทำให้แยกรสชาติได้ลำบาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. กลุ่มอาชีพสตรีหมู่ที่ 8 ต.คมบาง

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นตัวเอง 2. ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาวบ้านที่มีกำลังผลิตน้อย 2. อาศัยเฉพาะวัตถุดิบในพื้นที่ซึ่งอาจเกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ 3. มีแหล่งจำหน่ายอยู่เฉพาะที่ แหล่งผลิตเท่านั้น 4. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่หาได้ในท้องตลาด ทำให้ไม่มีความต่างกับผู้อื่น

8. ไทยพัฒนา

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน แสดงความเป็นไทย 2. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 3. มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย 4. บรรจุภัณฑ์ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ฝาปิดกล่องใช้การปิดครอบ ทำให้ปิดได้ไม่แน่นเท่าที่ควร 2. กราฟฟิกของแต่ละชนิดมีความใกล้เคียงกันเกินไป ทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภคได้ง่าย 3. ลักษณะการวางขายในห้างสรรพสินค้ามีคู่แข่งมาก

9. บ้านหินอ่อน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยม 2. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้เต็มที่ 2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ไม่ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<ol style="list-style-type: none"> 3. บรรจุกฎเกณฑ์ที่มีความใส ทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ง่ายต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ 4. ผลิตภัณฑ์ความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั่วถึง 5. มีการตกแต่งบรรจุกฎเกณฑ์ แสดงจุดยืนของผู้ผลิตได้ชัดเจนขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 3. กราฟฟิกมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน ต่างกันเพียงชนิดของผลิตภัณฑ์ ไม่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคในการเลือกซื้อ 4. ในปัจจุบันมีคู่แข่งผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่มาก ทำให้ยากที่จะสอดแทรกในตลาดได้
--	---

10. Petcharat House

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยม 2. มีจุดยืนของผู้ผลิตที่ชัดเจน 3. กราฟฟิกมีสีสันสดใส ช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ 4. ผลิตภัณฑ์ความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั่วถึง 5. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ฉลากมีความเหมือนกันทุกอัน มีข้อแตกต่างเพียงชื่อชนิดของสินค้า 2. ในปัจจุบันมีคู่แข่งผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่มาก ทำให้ยากที่จะสอดแทรกในตลาดได้ 3. บรรจุกฎเกณฑ์ไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้เต็มที่ 4. ลักษณะบรรจุกฎเกณฑ์ไม่ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

11. กลุ่มอาหารกระป๋องลุงจัน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีราคาถูก 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เน้นความสะดวก ฉุกเฉินหลักอนามัย 3. มีวัตถุดิบเป็นของตัวเอง 4. ใช้สูตรในการผลิตเป็นของตัวเอง 5. มีกราฟฟิกที่ช่วยสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตโดยกลุ่มชาวบ้าน มีปริมาณน้อย 2. ไม่สามารถสู้กับคู่แข่งที่กำลังพลังผลิตและเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3. บรรจุกฎเกณฑ์ไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้มาสนใจได้ 4. ขาดโลโก้ที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย 5. มีแหล่งจำหน่ายน้อย คือที่แหล่งผลิตเพียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. เอรารัตนฟูตส์

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีมานาน 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความหลากหลาย 3. กราฟฟีกมีสีสันที่สดใส ช่วยดึงดูดผู้บริโภค 4. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรจุกัณฑ์เปิดยาก 2. การเก็บรักษาหลังการเปิดกระป๋องทำได้ยาก 3. กระป๋องเป็นขยะที่ย่อยสลายยาก 4. มีคู่แข่งในตลาดมาก

13. Dole

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีมานาน 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความหลากหลาย 3. กราฟฟีกแสดงภาพผลไม้ทำให้ผู้บริโภคเห็นภาพของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน 4. บรรจุกัณฑ์ที่ความแข็งแรง ทนทาน 5. เน้นจุดยืนว่าเป็นของจากธรรมชาติ 6. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรจุกัณฑ์เปิดลำบาก 2. การเก็บรักษาหลังการเปิดกระป๋องทำได้ยาก 3. กระป๋องเป็นขยะที่ย่อยสลายยาก 4. ข้อมูลสำคัญ มีขนาดเล็กสังเกตได้ยาก 5. มีคู่แข่งในตลาดมาก

14. Malee

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีมานาน 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค 3. ส่งออกต่างประเทศ 4. กราฟฟีกเน้นความสดของผลไม้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ 5. บรรจุกัณฑ์ที่ความแข็งแรง ทนทาน 6. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเก็บรักษาหลังการเปิดกระป๋องทำได้ยาก 2. กระป๋องเป็นขยะที่ย่อยสลายยาก 3. มีคู่แข่งในตลาดมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. UFC

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย มีมานาน 2. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค 3. มีจุดยืนที่แสดงออกว่าอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4. บรรลุเกณฑ์ที่ความแข็งแรง ทนทาน 5. กราฟฟิคที่เน้นผลิตภัณฑ์ช่วยให้ง่ายกับผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง 6. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเก็บรักษาหลังการเปิดกระป๋องทำได้ยาก 2. กระป๋องเป็นขยะที่ย่อยสลายยาก 3. มีคู่แข่งในตลาดมาก

16. Chabaa

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความหลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค 2. มีจุดยืนที่แสดงให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ และมาจากธรรมชาติ มีความเป็นไทย 3. ใช้ผลไม้ไทยมาแปรรูป 4. โลโก้รูปดอกไม้ไม่แสดงลักษณะความเป็นธรรมชาติ 5. มีแหล่งจำหน่ายหลายแห่ง ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่ว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นยี่ห้อใหม่ที่ออกวางตลาด ยากที่จะสอดแทรกกับยี่ห้อเก่าที่มีในท้องตลาด 2. มีคู่แข่งในตลาดมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

17. กลุ่มแปรรูปพริกไทย

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพริกไทยหลายประเภท	1. เป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาวบ้านที่มีกำลังผลิตน้อย 2. คุณภาพผู้ผลิตภัณฑ์ที่มีห้อยไม่ได้ 3. บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ 4. ไม่มีกราฟฟิคที่บอกรายละเอียดผลิตภัณฑ์

18. กลุ่มสาธิตเศรษฐกิจชุมชน

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพริกไทยหลายประเภท มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ 2. ฉลากบอกรายละเอียดผู้ผลิตได้อย่างครบถ้วน 3. ส่งออกนอก ได้แก่ ญี่ปุ่น อเมริกา ได้ทุกวัน	1. บรรจุภัณฑ์มีความเหมือนกับคู่แข่งรายอื่นที่มีผลิตภัณฑ์เหมือนกัน 2. ไม่มีกราฟฟิคที่ช่วยดึงดูดผู้บริโภค

2.5.4 วิเคราะห์และสรุปจุดขายของผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ตามหลักการตลาดนั้น การที่จะผลิตสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ใด ๆ สิ่งที่สำคัญ และมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งคือการวิเคราะห์จุดขายเด่น และการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์คู่แข่งในตลาด รวมทั้งความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาทำการออกแบบได้อย่างเหมาะสม ดังจะแสดงในตารางต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางแสดงคู่แข่ง อายุ และเพศของกลุ่มผู้บริโภค

คู่แข่ง	กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายใหม่	
	อายุ (ปี)	เพศ (%)
1. ซูเรียนกวนแม่ฟุ้ง	25-40 ปี	ชาย :หญิง 50 :50
2. Home Fresh Mart	30-45 ปี	ชาย :หญิง 30 :70
3. ดอยคำ	20-35 ปี	ชาย :หญิง 30 :70
4. สวนไทย	30-40 ปี	ชาย :หญิง 45 :55
5. Sailom Market	30-50 ปี	ชาย :หญิง 30 :70
6. Bud's Ice cream	20-40 ปี	ชาย :หญิง 20 :80
7. กลุ่มอาชีพสตรีหมู่ที่ 8 ต.คมบาง	25-40 ปี	ชาย :หญิง 50 :50
8. ไทยพัฒนา	25-50 ปี	ชาย :หญิง 40 :60
9. บ้านหินอ่อน	30-45 ปี	ชาย :หญิง 40 :60
10. Petcharat House	25-35 ปี	ชาย :หญิง 40 :60
11. กลุ่มอาหารกระป๋อง ลุงจัน	25-40 ปี	ชาย :หญิง 50 :50
12. เฮอร์คิวลีส	25-40 ปี	ชาย :หญิง 40 :60
13. Dole	20-40 ปี	ชาย :หญิง 40 :60
14. Malee	25-45 ปี	ชาย :หญิง 50 :50
15. UFC	25-35 ปี	ชาย :หญิง 50 :50
16. Chabaa	25-50 ปี	ชาย :หญิง 30 :70
17. กลุ่มแปรรูป พริกไทย	25-50 ปี	ชาย :หญิง 50 :50
18. กลุ่มสาธิต เศรษฐกิจชุมชน	25-45 ปี	ชาย :หญิง 50 :50

จากตารางจะเห็นได้ว่าช่วงอายุ และเพศของกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะที่เกาะกลุ่มกัน และมีขนาดกลุ่มใหญ่ การวาง Position ในลักษณะนี้การจะวางให้แตกต่างกับคู่แข่งเป็นไปได้ยาก จึงเลือกการวางตำแหน่งแบบตามตลาด (Follow Stereotype) โดยเลือกช่วงอายุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มี ได้แก่ช่วงอายุ 25-50 ปี ในอัตราส่วนผู้ชาย 40 % ผู้หญิง 60 % อยู่ในช่วงวัยที่เริ่มทำงาน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สร้างฐานะ จนถึงวัยที่มีฐานะที่มั่นคง และเป็นกลุ่มที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่ชอบเดินซื้อของ จากห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ

Product Style – ในการกำหนด styling ของบรรจุภัณฑ์โดยกำหนดจุดยืนในตลาด ดังจะ เห็นได้จาก Chart การวางตำแหน่งของคู่แข่ง ดังนี้



จาก Chart ข้างต้น จะเห็นว่าคู่แข่งส่วนใหญ่จะอยู่ในครึ่งสากล กับความทันสมัย และความ เป็นไทย กับอนุรักษ์นิยมในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนในช่วงความเป็นไทย + ความทันสมัย เป็นช่วงที่มีช่องว่างทางการตลาดอยู่ ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นจุดขายที่แตกต่างกับคู่แข่งได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ในการศึกษาเงื่อนไขด้านผู้บริโภครวมเป้าหมายนั้น เป็นการศึกษาและทำการค้นคว้าข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการศึกษา สอบถามในเรื่องรสนิยม ความชอบ ความต้องการ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

2.6.1 ลักษณะของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ข้อมูลด้านจิตวิทยาของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ในการศึกษาลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญในการนำมากำหนดจุดขาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นั้น ตรงกับความต้องการ ลักษณะพฤติกรรม การดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดให้มีมากขึ้น โดยการศึกษาจะแบ่งออกเป็น

เพศ จากการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งในตลาด เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายในอัตราส่วน 60:40 เป็นกลุ่มคนที่จับจ่าย ซื้อของในห้างสรรพสินค้าเป็นประจำ

อายุ อยู่ในช่วงอายุประมาณ 25-50 ปี เป็นลักษณะของการอยู่เป็นครอบครัว สนใจเรื่องสุขภาพ สนใจติดตามข่าวสาร ทันเหตุการณ์

อาชีพ พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน

ฐานะ กลุ่มที่มีฐานะปานกลาง ค่อนข้างดี (C+ - B)

การศึกษา เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาที่ดี ระดับปริญญาตรี

ลักษณะการใช้ชีวิต (Life Style)

ที่อยู่อาศัย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ กลุ่มที่อยู่ในช่วงที่เริ่มทำงาน ช่วงอายุประมาณ 25-35 ปี เริ่มสร้างครอบครัว ยังมีสมาชิกในครอบครัวน้อย ลักษณะที่อยู่จะเป็นคอนโดมิเนียม บ้านพักที่มีห้องส่วนตัว ซึ่งเป็นบ้านที่มีขนาดเล็ก

อีกกลุ่มคือกลุ่มที่มีฐานะที่มั่นคง มีจำนวนสมาชิกมาก อยู่กันเป็นครอบครัว โดยในกลุ่มนี้จะมีลักษณะของกลุ่มแรก (อายุ 25-35 ปี) เข้าไปด้วย และอาจจะรวมกับวัยเด็กที่อาศัยอยู่ด้วยก็ได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยของกลุ่มนี้จะเป็นบ้านที่มีขนาดใหญ่ มีพื้นที่มาก

การใช้เวลา โดยส่วนใหญ่กลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มที่ทำงานแล้ว ในตอนเช้าก่อนไปทำงาน จะมีความเร่งรีบมาก ทั้งการส่งลูกไปโรงเรียน เร่งรีบไปทำงาน แล้วทำงานอย่างหนักตลอดทั้งวัน จะมีเวลาพักผ่อนก็คือตอนเย็นหลังการทำงาน และในวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมักจะไปกันทั้งครอบครัว จับจ่ายซื้อของตามห้างสรรพสินค้า อันเป็นแหล่งรวมสินค้าต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิจกรรมบันเทิง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะเป็นครอบครัว กิจกรรมจึงเป็นการเดินทางท่องเที่ยว การพักผ่อน กินอาหารร่วมกัน หรือพักผ่อนอยู่กับบ้านในวันหยุด

2.6.2 การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความหลากหลาย ทำให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคไม่เหมือนกัน อันจะเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสมกับลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแยกได้ดังนี้

1. กลุ่มผลไม้แปรรูป

- 1.1 ผลไม้กวน มีลักษณะเหนียว รสชาติหวาน ใช้บริโภคเป็นของกินเล่น โดยตัดกินพอดีคำ หรือมีลักษณะเป็นชิ้นเล็ก ๆ พอดีคำ
- 1.2 ผลไม้ทอดกรอบ เป็นของแข็ง กรอบ มีทั้งแบบแผ่น และแบบแท่ง บริโภคเป็นของว่างคู่กับชา กาแฟ
- 1.3 แยมผลไม้ มีลักษณะเหนียว มีรสหวาน ใช้บริโภคคู่กับขนมปัง โดยทาบนขนมปัง กินคู่กับเครื่องดื่มเป็นอาหารว่าง
- 1.4 เครื่องดื่มผลไม้ เป็นของเหลว ดื่มเพื่อสุขภาพ ทำให้ร่างกายสดชื่น ส่วนใหญ่จะใส่น้ำแข็ง หรือแช่ตู้เย็นเพื่อให้รับประทานมีความเย็น ช่วยเพิ่มความอร่อยได้
- 1.5 ผลไม้ในน้ำเชื่อม เป็นเนื้อผลไม้ผสมน้ำเชื่อม กินเป็นของหวาน เพื่อความชื่นใจ ตักแบ่งกินตามที่ต้องการ
- 1.6 ไอศกรีมผลไม้ เป็นของเหนียว เย็น ส่วนใหญ่เด็กจะชอบกินมากกว่าผู้ใหญ่ บริโภคเป็นของหวานหลังอาหาร มีรสชาติที่ใกล้เคียงกับผลไม้ ใสถ้วยกิน

2. กลุ่มขนม อาหารเพื่อสุขภาพ

- 2.1 ทอฟฟี่ เป็นขนมที่มีความหวาน เม็ดขนาดเล็ก อมให้ค่อย ๆ ละลาย หรือเคี้ยว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก กินเป็นขนมได้ทั้งวัน
- 2.2 ทองม้วน เป็นของกินเล่น คู่กับชา กาแฟใช้เป็นอาหารว่าง ต้อนรับแขก เป็นของแข็ง มีหน้าตาต่าง ๆ ที่เป็นของเพื่อสุขภาพ เช่น งาดำ หมูหยอง ทูเรียน
- 2.3 ข้าวพองธัญพืช บริโภคเป็นของกินเล่น คู่กับชา กาแฟใช้เป็นอาหารว่าง ต้อนรับแขก มีความกรอบ แข็ง มีหน้าตาต่าง ๆ ที่เป็นของเพื่อสุขภาพ เช่น งาดำ หมูหยอง ทูเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เครื่องเทศ

3.1 พริกไทยป่น ใช้ใส่โรยหน้ากับข้าว ใช้ผสมกับเครื่องเทศอื่น ๆ เพื่อเพิ่มรสชาติให้อาหาร ใช้วางบนโต๊ะอาหาร

3.2 พริกไทยเม็ด ใช้เป็นเครื่องปรุงในอาหารต่าง ๆ ทั้งการต้ม ผัด

จากลักษณะพฤติกรรมเหล่านี้นำมาวิเคราะห์ถึงลักษณะบรรจุภัณฑ์ และพฤติกรรมการใช้งานได้ ดังนี้

2.6.3 พฤติกรรมผู้บริโภค และลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์หลังการซื้อ

1. ผลไม้กวน

- เปิดกล่อง Secondary Package
- หยิบผลไม้กวนที่จะกิน โดยเป็นลักษณะชิ้นเล็กพอดีคำ
- แกะเปลือกห่อภายใน
- ปิดกล่อง

2. ผลไม้ทอดกรอบ

2.1 แบบแผ่น

- เปิดกล่อง Secondary Package
- หยิบถุงผลไม้ทอดกรอบ
- เปิดถุงผลไม้
- หยิบกินเท่าที่ต้องการ
- ปิดถุง
- เก็บถุงใส่ในกล่อง
- ปิดกล่อง

2.2 แบบแท่ง

- เปิดกระปุก
- หยิบกินเท่าที่ต้องการ
- ปิดกระปุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แยมผลไม้

- เปิดกระปุก
- ตักแยมออกมาเท่าที่ต้องการจะทาขนมปัง
- ปิดกระปุก

4. เครื่องดื่มผลไม้

- เปิดฝาขวด
- เทแบ่งใส่แก้ว หรือ ดื่มจากขวด
- ปิดฝาขวดในกรณีที่ดื่มไม่หมด

5. ผลไม้ในน้ำเชื่อม

- เปิดฝากระป๋อง
- ตักแบ่งใส่ถ้วยเพื่อรับประทาน

6. ไอศกรีมผลไม้

- เปิดฝากล่อง
- ตักแบ่งใส่ถ้วย หรือ กินในถ้วย
- ปิดฝากล่องเพื่อกันไม่ให้ละลาย แล้วเก็บเข้าตู้เย็น

7. ทอฟฟี่

- เปิดกระปุก
- หยิบซองทอฟฟี่
- เปิดซองทอฟฟี่
- ปิดกระปุก

8. ทองม้วน

- เปิดกระปุก
- ทองม้วนเพื่อใช้กิน
- ปิดกระปุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ข้าวธัญพืช

- เปิดกระปุก
- หยิบของข้าวธัญพืช
- เปิดซองข้าวธัญพืช
- ปิดกระปุก

10. พริกไทยป่น

- เปิดฝาขวดเพื่อให้มีช่อง
- โรยพริกไทยบนอาหาร
- ปิดฝาขวด

11. พริกไทยเม็ด

- เปิดฝาขวดเพื่อให้มีช่อง
- โรยพริกไทยบนอาหาร
- ปิดฝาขวด

12. ชูดของฝักแยมผลไม้

- เปิดกล่อง
- เลือกลูกตามรสที่ต้องการบริโภคออกมา
- ปิดกล่อง

13. ชูดของฝักน้ำผลไม้

- เปิดกล่อง
- เลือกลูกตามรสที่ต้องการบริโภคออกมา
- ปิดกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป

ประเภทผลิตภัณฑ์	ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์	ความต้องการด้านการจัดจำหน่าย	ความต้องการทางด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์
ผลไม้กวน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดหยิบได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนหมดอายุได้ - ป้องกันมด แมลง และเชื้อราได้ - ไม่เหนียวติดกับบรรจุภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ดึงดูดยุ่บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม ไม่กินเนื้อที่ - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และยังคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องพับขึ้นรูปได้ง่าย พิมพ์ด้วยระบบ Offset
ผลไม้ทอดกรอบแบบแผ่นแบบแท่ง	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดหยิบได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันมด แมลง และเชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดยุ่บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม ไม่กินเนื้อที่ - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องพับขึ้นรูปได้ง่าย พิมพ์ด้วยระบบ Offset - กระจกกระดาศผลิตด้วยวิธี Spiral Winding พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset
แยมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย สามารถดึงใช้ได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันมด แมลง และเชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดยุ่บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม ไม่กินเนื้อที่ - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - กระจกพลาสติกผลิตได้โดยวิธี Injection - พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset
เครื่องดื่มผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย ดื่ม, เทจากบรรจุภัณฑ์ได้สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดยุ่บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม 	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติกผลิตได้ด้วยวิธี Blow Mould

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงพาณิชย์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<ul style="list-style-type: none"> - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันนมด - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ได้ดี 	<p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<p>พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset</p>
ผลไม้ในน้ำเชื่อม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย สามารถตัดเทออกได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันนมด แมลง และเชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม <p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ครอบงมใช้วิธีปั๊มขึ้นรูป <p>พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset</p>
ไอศกรีมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย สามารถตัดกินได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันนมด - ป้องกันการละลาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม <p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค คงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องพลาสติกผลิตด้วยวิธี Thermoform <p>พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset</p>
ทอฟฟี่	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดฝาได้ง่าย และฉีกของทอฟฟี่ออกได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันนมด และเชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม <p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ครอบงมกระดาดผลิตด้วยวิธี Spiral Winding <p>พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset</p>
ทองม้วน	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดฝาได้ง่าย และหยิบออกได้สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม 	<ul style="list-style-type: none"> - กระจุกพลาสติกผลิตด้วยวิธี Injection พิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去เพื่อประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<ul style="list-style-type: none"> - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันมด และ เชื้อราได้ 	<p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	ฉลากด้วยระบบ Offset
ข้าวฉัญพืช	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดฝาได้ง่าย และหยิบออกได้สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันมด และ เชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม <p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - กระจุกพลาสติกผลิตด้วยวิธี Injection พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset - ช่องพิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset
พริกไทยปน	<ul style="list-style-type: none"> - ควบคุมปริมาณพริกไทยได้ตามที่ต้องการจะใช้ - ช่วยคุ้มครองไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันแมลง และ เชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม <p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค คงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติกผลิตด้วยวิธี Blow Mould พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset
พริกไทยเม็ด	<ul style="list-style-type: none"> - ควบคุมปริมาณพริกไทยได้ตามที่ต้องการจะใช้ - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันแมลง และ เชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูดผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม <p>ไม่กินเนื้อที่</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติกผลิตด้วยวิธี Blow Mould พิมพ์ฉลากด้วยระบบ Offset

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ชุดของฝาแยม ผลไม้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดกล่องได้ง่าย หยิบแยกประเภทได้ สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันมด และเชื้อราได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม ไม่กินเนื้อที่ - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค - จัดแบ่งด้านในเป็นระเบียบ เป็นสัดส่วน 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องพับขึ้นรูปได้ง่าย พิมพ์ด้วยระบบ Offset
<p>ชุดของฝาน้ำ ผลไม้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดกล่องได้ง่าย หยิบแยกประเภทได้ สะดวก - ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันมด และเชื้อราได้ - ป้องกันการรั่วซึมของผลิตภัณฑ์ได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องดึงดูผู้บริโภคได้ - จัดวางบนชั้นได้ ไม่ล้ม ไม่กินเนื้อที่ - บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันการกระแทกก่อนถึงมือผู้บริโภค และคงสภาพได้หลังจากอยู่ในมือผู้บริโภค - จัดแบ่งด้านในเป็นระเบียบ เป็นสัดส่วน 	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องพับขึ้นรูปได้ง่าย พิมพ์ด้วยระบบ Offset

2.6.5 ตารางเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเดิมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มใหม่

พฤติกรรมของผู้บริโภคเก่า	พฤติกรรมของผู้บริโภคใหม่
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 25-40 ปี - ติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ - มีความสนใจ หาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาใช้ออยู่เสมอ -ฐานะปานกลาง - ต่ำ - มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสูง - รู้จักเลือกซื้อของที่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 25-50 ปี - มีความทันสมัย คล่องแคล่ว ติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ - อาศัยอยู่ในเมือง แหล่งชุมชน - มีความสนใจในเรื่องสุขภาพของตัวเอง - มีการทำงานที่เร่งรีบทำให้มีเวลาเอาใจใส่ดูแลตัวเองน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<ul style="list-style-type: none"> - มีการทำงานที่ต้องเดินทางอยู่เสมอ - ชอบการเดินทางท่องเที่ยว - ชื้อบริโภคในระหว่างการเดินทาง - มักจะซื้อของติดไม้ติดมือกลับบ้านเสมอ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีความสนใจ หาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาใช้อยู่เสมอ - สุภาพปานกลาง - ดี - มีกำลังทรัพย์ในการซื้อสูง - มีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อของ
<p>ลักษณะบรรจุกัญท์ ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเดิม</p>	<p>ลักษณะบรรจุกัญท์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่</p>
<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการบรรจุที่สะดวกต่อการบริโภค และการพกพา ดังจะเห็นได้ว่าจะมีเป็นลักษณะของเป็นส่วนใหญ่ - บรรจุกัญท์ง่ายต่อการบรรจุ ชาวบ้านหาได้ง่าย ทำการบรรจุได้เอง โดยไม่ต้องพึ่งโรงงาน การบรรจุจะบรรจุและขาย ณ.แหล่งที่ผลิต ไม่มีการขนส่ง - ลักษณะ หน้าตาของบรรจุกัญท์จะขึ้นอยู่กับลักษณะผลิตภัณฑ์ ตามวิธีการผลิตของชาวบ้าน ไม่ว่าจะ เป็นลักษณะแผ่น แท่ง ของเหลว ของแข็ง 	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการสร้างภาพลักษณ์ จุดเด่นของผู้ผลิต เนื่องจากมีการแข่งขันกันมาก - บรรจุกัญท์แสดงลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหาร ขนม ที่ผลิตจากธรรมชาติ มีประโยชน์ต่อร่างกาย - ลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์มีหน้าตาที่เหมาะสมกับวิธีบริโภคของกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่มีเวลาน้อย - บรรจุกัญท์ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริโภคของผู้บริโภค
<p>วัตถุประสงค์ในการซื้อของกลุ่มผู้บริโภคเก่า</p>	<p>วัตถุประสงค์ในการซื้อของกลุ่มผู้บริโภคใหม่</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ซื้อกินระหว่างการเดินทาง - ซื้อเป็นของฝากให้คนที่บ้านหลังจากเดินทาง เที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - ซื้อกินเอง เก็บเป็นของกินเล่นเอาไว้ติดบ้านเอาไว้รับแขก - ซื้อเป็นของขวัญเพื่อแสดงความห่วงใย ความรักใคร่

2.6.6 พฤติกรรมการบริโภคใหม่กับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ที่มีผลกับการออกแบบ

จากตารางเปรียบเทียบจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการบริโภคจะเปลี่ยนตามการเปลี่ยนสถานที่จำหน่าย จากการขายที่แหล่งผลิตเป็นการขายในแหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้า ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่นี้จะเป็นกลุ่มที่ติดตามข่าวสาร มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

ในปัจจุบันกระแสของการบริโภคอาหารจากธรรมชาติกำลังเป็นที่ตื่นตัว เป็นที่สนใจ ดังจะเห็นว่ามีการขยายตัวของธุรกิจ และสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้มีผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างไปจากเดิม ซึ่งเน้นเพื่อสุขภาพเป็นหลัก ทำให้ผู้บริโภคหันมาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ความสำคัญกันมากขึ้น แต่จากลักษณะการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ เนื่องจากการทำงาน ทำให้มีเวลาในการดูแลตัวเองน้อย การกินอาหารเป็นมื้อใหญ่ ๆ ก็อาจจะไม่สะดวก อาหารเพื่อสุขภาพที่เป็นลักษณะของว่าง น้ำผลไม้จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยเสริมให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจเรื่องสุขภาพบริโภคของจากธรรมชาติ แต่ไม่มีเวลา ได้มีโอกาสได้บริโภคอาหารที่มีประโยชน์

จากพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ส่งผลถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนไปเพื่อความสอดคล้องกับพฤติกรรมในการบริโภคที่ต้องการความรวดเร็ว สะดวก ง่ายในการบริโภค และส่งผลถึงลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนไป

โดยลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่นั้นต้อง

1. แสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิต (แหล่งผลิต) ที่เด่นชัด ใครเป็นผู้ผลิต จุดยืนของผู้ผลิต เช่น ทำจากธรรมชาติ ไร้สารปลอมปน
2. เน้นให้ผู้บริโภคเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติ มีประโยชน์ต่อร่างกาย
3. บรรจุภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่แสดงความเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
4. เป็นส่วนที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิต
5. ง่ายต่อการใช้งาน (เปิด-ปิด) เก็บรักษา และยังคงป้องกันรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ภายในได้
6. มีความเหมาะสมกับสถานที่วางจำหน่ายทั้งทางด้านภาพลักษณ์ และการใช้พื้นที่ในการวางสินค้า

จากลักษณะที่กล่าวมาสามารถนำมาสร้างเป็นแนวทางในการออกแบบได้คือ เป็นผลิตภัณฑ์ชาวบ้านจากธรรมชาติ ให้ประโยชน์กับสุขภาพ (Health & Natural) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตัวผู้ผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภค

2.6.7 วิเคราะห์ และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ได้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์	เงื่อนไข ความต้องการ
ผลไม้กวน	<ul style="list-style-type: none"> - กล่อง Secondary Package มีรายละเอียดของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ครบถ้วน - กล่องช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ - มีห่อเล็กภายในใช้บรรจุผลไม้กวนแยกเป็นชิ้น ๆ เพื่อหยิบกินได้สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันการติดกันของผลไม้กวนแต่ละอัน - เก็บ รักษาสภาพผลไม้กวนได้ดี
สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ห่อแบ่งผลไม้กวนเป็นชิ้นเล็ก ๆ ที่กินพอดีคำ - secondary Package กล่องที่ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ และบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
ผลไม้ทอดกรอบ	<ul style="list-style-type: none"> - กล่อง Secondary Package มีรายละเอียดของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ครบถ้วน - กล่องช่วยคุ้มครองของ และผลิตภัณฑ์ภายในได้ - ป้องกัน คงสภาพความกรอบได้นาน - บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อการวางบนชั้นวางที่ไม่เปลืองพื้นที่
สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - มีได้ 2 ลักษณะคือ เป็นกล่อง และมีช่องอยู่ภายใน หรือ เป็นกระป๋องกระดาษ - secondary Package กล่องที่ช่วยคุ้มครองของภายใน และบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
แยมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - ที่บรรจุภัณฑ์มีการบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน - ฝาเปิดได้ง่าย ดักแยมได้ง่าย - บริเวณขอบปากมีส่วนที่ป้องกันไม่ให้แยมเลอะ เพราะจะเป็นส่วนมีมดตอมได้ - บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดไม่ใหญ่เกินไปจนจับไม่ได้ - ป้องกันมด และเชื้อราได้ - สามารถวางตั้งได้อย่างมั่นคง
สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กระปุกพลาสติก มีฝาที่ปิดสนิท - มีฉลากบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
น้ำผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน - เปิดเทได้ง่าย ดื่มได้สะดวก - เก็บในตู้เย็นได้ - มีฝาปิดที่สนิท ป้องกันมดมาตอมบริเวณปากขวด - ไม่มีการไหล รั่วซึมของผลิตภัณฑ์ - สามารถวางได้มั่นคง ไม่หก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในห้องเรียนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบเบรจจันท์	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติก ผลิตได้ง่าย - มีกราฟฟิคที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
ผลไม้ในน้ำเชื่อม	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย เทได้สะดวก - ป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ตั้งวางได้อย่างมั่นคง - มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน
สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบเบรจจันท์	<ul style="list-style-type: none"> - กระจ่างโลหะ เนื่องจากมีความทนทาน เก็บไว้ได้นาน - มีกราฟฟิคที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
ไอศกรีมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน - มีขนาดปากที่กว้างเพื่อให้เปิดตักได้ง่าย - ช่วยชะลอการละลายให้ช้าลง - เบรจจันท์มีขนาดไม่ใหญ่เกินไปจนจับไม่ได้ - ตั้งวางได้อย่างมั่นคง
สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบเบรจจันท์	<ul style="list-style-type: none"> - กลองพลาสติก - มีกราฟฟิคที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
ทอฟฟี่	<ul style="list-style-type: none"> - เบรจจันท์ Secondary Package มีรายละเอียดของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ครบถ้วน - เบรจจันท์ช่วยคุ้มครองซอง และผลิตภัณฑ์ภายในได้ - มีช่องเล็กใช้ห่อแบ่งทอฟฟี่แต่ละเม็ด เพื่อไม่ให้ทอฟฟี่ติดกันและง่ายต่อการบริโภค - ป้องกัน คงสภาพของทอฟฟี่ได้นาน - เบรจจันท์มีขนาดที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อการวางบนชั้นวางที่ไม่เปลืองพื้นที่
สรุปแนวทางการความน่าจะเป็นแบบเบรจจันท์	<ul style="list-style-type: none"> - กระจ่างกระดาดและมือของทอฟฟี่อยู่ข้างใน - secondary Package กระจ่างที่ช่วยคุ้มครองซองภายใน และบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน
ทองม้วน	<ul style="list-style-type: none"> - เบรจจันท์ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ - ป้องกัน คงสภาพความกรอบของทองม้วนไว้ได้นาน - เบรจจันท์มีขนาดที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อการวางบนชั้นวางที่ไม่เปลืองพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปรูปแนวทางการความน่าจะเป็น แบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กระปุกพลาสติก - มีกราฟฟีกที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
ข้าวพองรัญพีช	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์ช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ - ป้องกัน คงสภาพความกรอบของข้าวพองรัญพีชไว้ได้นาน - บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อการวางบนชั้นวางที่ไม่เปลืองพื้นที่
สรุปรูปแนวทางการความน่าจะเป็น แบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กระปุกพลาสติก - มีกราฟฟีกที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
พริกไทยผง	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย เทได้สะดวก - ควบคุมปริมาณของพริกไทยที่ออกมาไม่ให้มากเกินไป - ป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันความชื้นซึ่งจะทำให้พริกไทยติดกันเป็นก้อน และเป็นเชื้อรา - ป้องกันการติดกันบริเวณช่องที่ออกของพริกไทย - ตั้งวางได้อย่างมั่นคง - มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน
สรุปรูปแนวทางการความน่าจะเป็น แบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติก มีช่องให้พริกไทยออกหลายขนาด - มีกราฟฟีกที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน
พริกไทยเม็ด	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดง่าย เทได้สะดวก - ควบคุมปริมาณของพริกไทยที่ออกมาไม่ให้มากเกินไป - ป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เสื่อมสภาพก่อนอายุ - ป้องกันความชื้นซึ่งจะทำให้พริกไทยเกิดเชื้อรา - ตั้งวางได้อย่างมั่นคง - มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน
สรุปรูปแนวทางการความน่าจะเป็น แบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ขวดพลาสติก มีช่องออกขนาดใหญ่ - มีกราฟฟีกที่บ่งบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดของฝักแยมผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณะที่เป็นของมีค่า - เปิดหยิบได้ง่ายไม่ก่อให้เกิดความสับสน - กล่องบรรจุรวมมีรายละเอียดของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ครบถ้วน มีภาพลักษณะที่สวยงามเหมาะสมกับเป็นของฝาก - กล่องช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ - บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อการวางบนชั้นวางที่ไม่เปลืองพื้นที่
สรุปแนวทางความน่าจะเป็นแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องที่ช่วยคุ้มครองขวดแยมภายใน และบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน มีภาพลักษณะที่สวยงาม เหมาะกับการเป็นของฝาก สร้างความประทับใจแก่ผู้รับได้
ชุดของฝักน้ำผลไม้	<ul style="list-style-type: none"> - มีการแบ่งการวางด้านในเป็นสัดส่วนตามประเภทของผลิตภัณฑ์ - มีภาพลักษณะที่เป็นของมีค่า - เปิดหยิบได้ง่ายไม่ก่อให้เกิดความสับสน - กล่องบรรจุรวมมีรายละเอียดของผู้ผลิต และผลิตภัณฑ์ครบถ้วน มีภาพลักษณะที่สวยงามเหมาะสมกับเป็นของฝาก - กล่องช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ - บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่ไม่ใหญ่เกินไป เพื่อการวางบนชั้นวางที่ไม่เปลืองพื้นที่
สรุปแนวทางความน่าจะเป็นแบบบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - กล่องที่ช่วยคุ้มครองขวดน้ำผลไม้ภายใน และบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน มีภาพลักษณะที่สวยงาม เหมาะกับการเป็นของฝาก สร้างความประทับใจแก่ผู้รับได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการมีความหลากหลายในด้านลักษณะทางกายภาพ บรรจุภัณฑ์จึงมีความแตกต่างกันตามความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

ในการออกแบบจึงควรคำนึงถึงลักษณะที่สัมพันธ์กันระหว่างผลิตภัณฑ์กับบรรจุภัณฑ์ เพื่อที่จะสามารถเลือกวัสดุ และกรรมวิธีในการผลิต ให้เกิดความเหมาะสม เกิดความสะดวก ประหยัด ง่ายต่อการขนส่ง การบรรจุที่สะดวก สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมไทย คุ้มครองผลิตภัณฑ์ ได้ตลอดอายุการใช้งาน ซึ่งปัจจัยทั้งหมดจะเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดส่วนแบ่งตลาดให้มีมากขึ้น โดยบรรจุภัณฑ์ในโครงการแบ่งออกได้

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง Secondary
2. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก
3. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋อง
4. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวด
5. บรรจุภัณฑ์ประเภทซอง
6. บรรจุภัณฑ์เพื่อการ Display

เงื่อนไขในการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง Secondary

บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องแบ่งได้เป็น

1. บรรจุภัณฑ์กล่องประเภท Secondary Package ของบรรจุภัณฑ์ผลไม้กวน
2. บรรจุภัณฑ์กล่องประเภท Secondary Package ของบรรจุภัณฑ์ผลไม้ทอดกรอบ
3. บรรจุภัณฑ์กล่องไอศกรีม และฝาปิด

แบ่งการพิจารณากรรมวิธีการผลิตและวัสดุได้เป็น

1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
2. กรรมวิธีการพิมพ์กราฟฟิคลงบนบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

วัสดุที่นำมาพิจารณาในการผลิตกล่อง ควรมีความแข็งแรง คงทน และพิมพ์ได้สวยงาม ออกแบบให้เป็นกล่อง Folding Carton เพื่อความสะดวกในการขนส่ง และการบรรจุ กระดาษที่มีความเหมาะสม นิยมใช้มี 2 ประเภท คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กระดาษกล่อง มี 2 ชนิด ได้แก่

- กระดาษแข็งไม่เคลือบ ไม่มีการเคลือบสารสีขาวหรือวัสดุใดเป็นพิเศษ ด้านหน้าขาว พิมพ์รูปสกดสีไม่สวยความแข็งปานกลาง ราคาถูก หาซื้อไม่ยาก การซื้อขายคิดเป็นน้ำหนัก (กรัม) นิยมทำกล่องหลอดไฟ กล่องเข็มหมุด

- กระดาษแข็งเคลือบ เป็นการนำเอากระดาษกล่องขาวไม่เคลือบมาฉาบด้วยสารสีขาวหรือวัสดุพิเศษ แล้วผ่านการขัดมันโดยใช้ลูกกลิ้งโครเมียมสองลูกเพื่อให้ผิวเรียบ พิมพ์สกดสีได้สวย นิยมทำกล่องสบู่ กล่องผ้าอนามัย

2. กระดาษการ์ด มี 3 ชนิด ได้แก่

- กระดาษการ์ดมานิลา เป็นกระดาษการ์ดหลายชั้น ใช้พิมพ์ได้ทั้ง 2 หน้า และมีความแข็งแรง ทำให้สามารถทรงตัวอยู่ได้ดีเป็นพิเศษในแนวตั้ง

- กระดาษการ์ดไอวอรี เป็นกระดาษการ์ดชั้นเดียว หรือหลายชั้น มีคุณสมบัติทุก ๆ ชั้นเหมือนกัน

- กระดาษอาร์ตการ์ด มีด้านหน้าและด้านหลังสีขาว มีความมัน ใช้เยื่อบริสุทธิ์ล้วน ๆ และมีการเคลือบผิวหน้าด้วย มีราคาแพง นิยมใช้ทำกล่องยา กล่องบุหรี่ยุคใหม่ กล่องเครื่องสำอาง

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่จะนำมาใช้ผลิตกล่อง Secondary Package

1. มีความแข็งแรง ทนต่อแรงกระแทกได้ดี ยังสามารถทรงรูปอยู่ได้
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย
3. คุณสมบัติในการพิมพ์สีได้ดี (Offset)
4. สวยงาม ดูดี สมราคา
5. ราคาไม่สูง

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์กล่อง Secondary Package

เงื่อนไขในการพิจารณา	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
1. ความละเอียดของเนื้อกระดาษ	4	5
2. แข็งแรงทนทาน	4	4
3. พิมพ์ได้สวยงาม ดูมีคุณค่า เหมาะสมกับราคา	4	5
4. ราคาไม่สูง	5	3
5. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	3	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. มีความเหมาะสมกับประเภทสินค้า	5	3
สรุป	25	24

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป วัสดุที่มีความเหมาะสมในการนำมาผลิตกล่อง Secondary Package ของผลไม้กวน และผลไม้ทอดกรอบ คือ กระดาษแข็งเคลือบ

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์กล่อง Secondary Package

เงื่อนไขในการพิจารณา	Gravure	Offset	Silk Screen
1. จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ (ชิ้น)	10,000	2,000	10-1,000
2. ความสวยงาม	5	5	4
3. พิมพ์ได้หลายสี	5	5	3
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	3
5. ง่ายต่อการผลิต	4	5	5
สรุป	17	19	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์กล่อง Secondary Package คือ ระบบการพิมพ์แบบ Offset

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่จะนำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์กล่องไอศกรีมผลไม้

1. สามารถป้องกันการซึมผ่านเข้า-ออกของไอน้ำและอากาศได้เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์
2. มีความแข็งแรงพอเหมาะ คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุของผลิตภัณฑ์
3. ต้นทุนการผลิตต่ำ
4. ความทนที่อุณหภูมิต่ำ

วัสดุที่เลือกมาพิจารณาได้แก่

1. พลาสติก PP
2. พลาสติก HDPE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์กล่องโพลีเอทิลีนผลไม้มะม่วง

เงื่อนไขในการพิจารณา	PP	HDPE
1. ด้านการซึมผ่านน้ำ	4	4
2. ด้านการซึมผ่านก๊าซ	1	1
3. ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่าง ๆ	3	4
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	3
5. ความทนทานที่อุณหภูมิห้อง	2	3
สรุป	12	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป วัสดุที่มีความเหมาะสมในการนำมาผลิตกล่องโพลีเอทิลีนผลไม้มะม่วง

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตฝากระป๋องของผลิตภัณฑ์โพลีเอทิลีนผลไม้มะม่วง

1. แข็งแรง ทนทาน
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ
3. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม
4. ทึบแสง
5. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์

วัสดุที่เลือกมาพิจารณาได้แก่

1. พลาสติก HDPE
2. พลาสติก PP

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ผลิตฝากระป๋องของผลิตภัณฑ์โพลีเอทิลีนผลไม้มะม่วง

เงื่อนไขในการพิจารณา	HDPE	PP
1. แข็งแรงทนทาน	4	2
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	2
3. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	4	4
4. ทึบแสง	4	3
5. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	4	4
สรุป	20	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป เนื่องจากฝาปิดต้องมีคุณสมบัติที่สามารถคุ้มครอง และป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในจากสิ่งแวดล้อมที่จพเข้าไปทำปฏิกิริยากับตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงควรใช้ HDPE ซึ่งปิดได้แน่น และมีความยืดหยุ่น ช่วยยืดระหว่างฝาปิดและปากของบรรจุภัณฑ์ให้เกิดผลึกที่แน่นหนายิ่งขึ้น

เงื่อนไขในการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก

บรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุกแบ่งได้เป็น

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก ของบรรจุภัณฑ์แยมผลไม้
2. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก ของบรรจุภัณฑ์ทองม้วน
3. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก ของบรรจุภัณฑ์ข้าวพองธัญพืช
4. ฝากระปุกของผลิตภัณฑ์แยมผลไม้

แบ่งการพิจารณากรรมวิธีการผลิตและวัสดุได้เป็น

1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก
2. กรรมวิธีการพิมพ์กราฟฟิกลงบนบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก

วัสดุที่นำมาพิจารณาในการผลิตกระปุก ควรมีความแข็งแรง คงทน ป้องกันการผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี โดยวัสดุที่เลือกใช้ได้แก่พลาสติกที่มีความใสเพื่อแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก

1. แข็งแรง ทนทาน
2. ต้นทุนการผลิต
3. ผลิตได้ง่าย
4. ราคาไม่สูง
5. สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้

วัสดุที่เลือกมาพิจารณาได้แก่

1. พลาสติก PET
2. พลาสติก PVC
3. พลาสติก PS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระปุก

เงื่อนไขในการพิจารณา	PET	PVC	PS
1. แข็งแรงทนทาน	5	4	5
2. ต้นทุนการผลิต	3	3	3
3. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	5	4	4
4. ราคาไม่สูง	3	4	4
5. สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้	5	5	5
6. มีความเหมาะสมกับประเภทสินค้า	3	3	5
สรุป	24	23	26

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นของกิน หากเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในจะเป็นตัวที่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ในการออกแบบจึงควรมีลักษณะที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้านในอย่างชัดเจน วัสดุที่เลือกใช้จึงควรมีความใส และมีความคงทน คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ซึ่งได้แก่ พลาสติก PS

ส่วนกรรมวิธีการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ใช้เป็นลักษณะการพิมพ์บนสติ๊กเกอร์ แล้วแปะบนบรรจุภัณฑ์

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ฉลากบนบรรจุภัณฑ์กระปุก

เงื่อนไขในการพิจารณา	Gravure	Offset	Silk Screen
1. จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ (ชิ้น)	10,000	2,000	10-1,000
2. ความสวยงาม	5	5	4
3. พิมพ์ได้หลายสี	5	5	3
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	3
5. ง่ายต่อการผลิต	4	5	5
สรุป	17	19	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์กระปุกคือ ระบบการพิมพ์แบบ Offset

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตฝากระปุกของผลิตภัณฑ์แยมผลไม้

1. แข็งแรง ทนทาน
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ
3. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม
4. ทึบแสง
5. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์

วัสดุที่เลือกมาพิจารณาได้แก่

1. พลาสติก HDPE
2. พลาสติก PP

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ผลิตฝากระปุกของผลิตภัณฑ์แยมผลไม้

เงื่อนไขในการพิจารณา	HDPE	PP
1. แข็งแรงทนทาน	4	2
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ	4	2
3. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	4	4
4. ทึบแสง	4	3
5. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	4	4
สรุป	20	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป เนื่องจากฝาปิดต้องมีคุณสมบัติที่สามารถคุ้มครอง และป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในจากสิ่งแวดล้อมที่จุพเข้าไปทำปฏิกิริยากับตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงควรใช้ HDPE ซึ่งปิดได้แน่น และมีความยืดหยุ่น ช่วยยืดระหว่างฝาปิดและปากของบรรจุภัณฑ์ให้เกิดผลึกที่แน่นหนายิ่งขึ้น

เงื่อนไขในการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋อง

บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องแบ่งได้เป็น

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ ใช้บรรจุผลไม้ในน้ำเชื่อม
2. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องกระดาษ ใช้บรรจุผลไม้ทอดกรอบแบบแห้ง และทอพีพี โดยกระป๋องแต่ละประเภทมีความเหมาะสมกับการใช้งานที่ต่างกัน ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ ใช้บรรจุผลไม้ในน้ำเชื่อม

ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักมาก เป็นของเหลว วัสดุที่นำมาพิจารณาในการผลิต

กระป๋องโลหะมี 2 ประเภท คือ Tin Plate กับ Tin Free
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบ่งการพิจารณากรรมวิธีการผลิตและวัสดุได้เป็น

1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ
2. กรรมวิธีการพิมพ์กราฟฟิคลงบนบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ

เงื่อนไขในการพิจารณา	Tin Plate	Tin Free
1. แข็งแรงทนทาน	5	5
2. ต้นทุนการผลิต	3	4
3. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	5	5
4. ราคาไม่สูง	4	5
5. ป้องกันสนิม	4	4
สรุป	21	23

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่มีของเหลวปน กระป๋องควรที่จะป้องกันสนิมได้ดี ซึ่งกระป๋องแบบ Tin Free มีความเหมาะสมสามารถกันสนิมได้ และมีราคาถูกกว่าโลหะแบบ Tin Plate จึงเลือกโลหะแบบ Tin Free ในการผลิตกระป๋องโลหะ

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ

เงื่อนไขในการพิจารณา	Gravure	Offset	Silk Screen
1. จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ (ชิ้น)	10,000	2,000	10-1,000
2. ความสวยงาม	5	5	4
3. พิมพ์ได้หลายสี	5	5	3
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	3
5. ง่ายต่อการผลิต	4	5	5
สรุป	17	19	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ประเภทกระป๋องโลหะ คือ ระบบการพิมพ์แบบ Offset

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้เรื่องการพิมพ์บนแผ่นโลหะ

การพิมพ์บนแผ่นโลหะมักใช้ระบบ Offset ซึ่งเครื่องพิมพ์มีลักษณะการทำงานเหมือนเครื่องพิมพ์แผ่นกระดาษ ต่างกันที่โครงสร้างของเครื่องและชิ้นส่วนที่แข็งแรงกว่า เนื่องจากแผ่นโลหะไม่สามารถดูดความชื้นของหมึกพิมพ์ได้ เมื่อแผ่นโลหะผ่านการพิมพ์แล้วจึงต้องเข้าเตาอบเพื่ออบสีให้แห้งในการพิมพ์แต่ละเที่ยว หลังจากพิมพ์ครบทุกสีแล้ว จะอบด้วยน้ำมันวานิช (Vanish) เพื่อป้องกันการถลอก ชูดช้วนตอนขึ้นรูปหรือเวลาใช้สอย (จาก หนังสือ อนุสรณ์ครบรอบ 42 ปี สมาคมการพิมพ์ไทย)

2. บรรจุกฎบัตรประเภทกระป๋องกระดาษ ให้บรรลุผลไม่ทอดกรอบแบบแห้ง และทอพีพี

ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา มีราคาถูกกว่ากระป๋องโลหะ

แบ่งการพิจารณากฎบัตรวิธีการผลิตและวัสดุได้เป็น

1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุกฎบัตรประเภทกระป๋องกระดาษ
2. กรรมวิธีการพิมพ์กราฟฟิคลงบนบรรจุกฎบัตรประเภทกระป๋องกระดาษ

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุกฎบัตรประเภทกระป๋องกระดาษ

เงื่อนไขในการพิจารณา	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
1. ความละเอียดของเนื้อกระดาษ	4	5
2. แข็งแรงทนทาน	4	4
3. พิมพ์ได้สวยงาม คุณมีคุณค่า เหมาะสมกับราคา	4	5
4. ราคาไม่สูง	5	3
5. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	3	4
6. มีความเหมาะสมกับประเภทสินค้า	5	3
สรุป	25	24

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักเบา จึงไม่จำเป็นที่จะต้องใช้กระป๋องโลหะ ใช้เพียงกระป๋องกระดาษ ซึ่งมีน้ำหนักเบา แล้วเสริมคุณสมบัติตามการคุ้มครองสินค้าที่ต้องการ ได้แก่ การกันไขมันโดย การใช้กระดาษ Glassine หรือ แผ่นอลูมิเนียมบุด้านในกระป๋อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ

เงื่อนไขในการพิจารณา	Gravure	Offset	Silk Screen
1. จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ (ชิ้น)	10,000	2,000	10-1,000
2. ความสวยงาม	5	5	4
3. พิมพ์ได้หลายสี	5	5	3
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	3
5. ง่ายต่อการผลิต	4	5	5
สรุป	17	19	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ คือ ระบบการพิมพ์แบบ Offset

เงื่อนไขในการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดแบ่งได้เป็น

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดน้ำผลไม้
2. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพริกไทย

แบ่งการพิจารณากรมวิธีการผลิตและวัสดุได้เป็น

1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด
2. กรรมวิธีการพิมพ์กราฟฟิคลงบนบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

วัสดุที่นำมาพิจารณาในการผลิตขวด ควรมีความแข็งแรง คงทน ป้องกันการผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี โดยวัสดุที่เลือกใช้ได้แก่พลาสติกที่มีความใสเพื่อแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

1. แข็งแรง ทนทาน
2. ต้นทุนการผลิต
3. ผลิตได้ง่าย
4. ราคาไม่สูง
5. สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้
6. ป้องกันการซึม รั่วได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุที่เลือกมาพิจารณาได้แก่

1. พลาสติก PET
2. พลาสติก PVC
3. พลาสติก PP

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด

เงื่อนไขในการพิจารณา	PET	PVC	PP
4. แข็งแรงทนทาน	5	4	5
5. ต้นทุนการผลิต	4	3	4
6. ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม	5	4	4
7. ราคาไม่สูง	3	4	4
8. สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้	5	5	4
9. ป้องกันการซึม รั่วได้ดี	5	5	4
สรุป	27	25	25

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นของกิน หากเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในจะเป็นตัวที่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ในการออกแบบจึงควรมีลักษณะที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้านในอย่างชัดเจน วัสดุที่เลือกใช้จึงควรมีความใส และมีความคงทน คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวซึ่งวัสดุที่เหมาะสม ได้แก่ พลาสติก PET

ส่วนกรรมวิธีการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ใช้เป็นลักษณะการพิมพ์บนสติ๊กเกอร์ แล้วแปะบนบรรจุภัณฑ์

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์ฉลากบนบรรจุภัณฑ์ขวด

เงื่อนไขในการพิจารณา	Gravure	Offset	Silk Screen
1. จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ (ชิ้น)	10,000	2,000	10-1,000
2. ความสวยงาม	5	5	4
3. พิมพ์ได้หลายสี	5	5	3
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	3
5. ง่ายต่อการผลิต	4	5	5
สรุป	17	19	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ขวดคือ ระบบการพิมพ์แบบ Offset เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขในการพิจารณาทางด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ
บรรจุภัณฑ์ประเภทของแบ่งได้เป็น

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทของผลไม้ห่อกรอบ

วัสดุที่นำมาพิจารณาในการผลิตของ ควรป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างดี โดยวัสดุที่
 เลือกใช้ได้แก่พลาสติกที่มีความใสเพื่อแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน
เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ

1. ป้องกันมด
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ
3. ผลิตได้ง่าย
4. ความใส
5. ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น

วัสดุที่เลือกมาพิจารณาได้แก่

1. พลาสติก LDPE
2. พลาสติก HDPE

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทของ

เงื่อนไขในการพิจารณา	LDPE	HDPE
1. ป้องกันมด	4	4
2. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	3
3. ผลิตได้ง่าย	5	5
4. ความใส	4	1
5. ป้องกันการซึมผ่านของความชื้น	5	5
สรุป	21	18

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นของกิน หากเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในจะเป็นตัวที่ช่วยดึงดูดความ
 สนใจของผู้บริโภค ในการออกแบบจึงควรมีลักษณะที่เห็นผลิตภัณฑ์ด้านในอย่างชัดเจน วัสดุที่
 เลือกใช้จึงควรมีความใส และมีความคงทน คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ มีความเหมาะสม
 กับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวซึ่งวัสดุที่เหมาะสม ได้แก่ พลาสติก
 LDPE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขความต้องการของวัสดุที่จะนำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อการ Display

1. มีความแข็งแรง ทนต่อแรงกระแทกได้ดี สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในตลอดอายุการใช้งาน
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย
3. คุณสมบัติในการพิมพ์สีได้ดี
4. สวยงาม ดูดี สมราคา เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตารางวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อการ Display

เงื่อนไขในการพิจารณา	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
1. คุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการใช้งาน	4	5
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย	4	4
3. คุณสมบัติในการพิมพ์สีได้ดี	4	5
4. เสริมภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า	3	5
5. ราคาไม่สูง	5	3
สรุป	20	22

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป วัสดุที่มีความเหมาะสมในการนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อการ Display คือ กระดาษอาร์ตการ์ด

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อการ Display

เงื่อนไขในการพิจารณา	Gravure	Offset	Silk Screen
1. จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ (ชิ้น)	10,000	2,000	10-1,000
2. ความสวยงาม	5	5	4
3. พิมพ์ได้หลายสี	5	5	3
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	3
5. ง่ายต่อการผลิต	4	5	5
สรุป	17	19	15

คะแนน 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = พอใช้, 1 = ไม่เหมาะสม

สรุป ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์เพื่อการ Display คือ ระบบการพิมพ์แบบ

Offset

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 ขอบบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ

ตามกฎหมาย กำหนดประเภทอาหารที่ต้องแสดงฉลากไว้ 3 ประเภท

1. อาหารควบคุมเฉพาะมี 39 ชนิด ได้แก่

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน มี 9 ชนิด ได้แก่

1. น้ำที่เหลือจากการผลิตโมโนโซเดียมกลูตาเมต
2. อาหารที่มีสารพิษตกค้าง
3. อาหารที่มีสารปนเปื้อน
4. อาหารที่มีกัมมันตรังสี
5. ซีอิ๊วโกแลต
6. ไข่เยี่ยวม้า
7. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการย่อยโปรตีนจากถั่วเหลือง
8. ข้าวเติมวิตามิน
9. เกลีสบรีโกล

3. อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก มี 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพิจารณาอนุญาตก่อนนำไปใช้ มี 12 ชนิด ได้แก่

- 1.1 แบ่งข้างกลิ้ง
- 1.2 ซอสในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
- 1.3 อาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ
- 1.4 คุกกี้สำเร็จรูปและขนมเยลลี่
- 1.5 น้ำเกลือปรุงรสอาหาร
- 1.6 ขนมปัง
- 1.7 หมากฝรั่งและลูกอม
- 1.8 อาหารฉายรังสี
- 1.9 อาหารที่มีวัตถุกันขึ้นรวมอยู่ในภาชนะบรรจุ
- 1.10 ผลิตภัณฑ์กระเทียม
- 1.11 วัตถุแต่งกลิ่นรส
- 1.12 อาหารที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้

2. กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาพิจารณามี 1 ชนิด ได้แก่

- 2.1 ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ (ได้แก่ ลูกชิ้น ไส้กรอก แหนม หมูยอ กุนเชียง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มอาหารที่ต้องจัดแจ้ง มี 3 ชนิดได้แก่

3.1 อาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคทันที

3.2 อาหารพร้อมปรุง

3.3 พืชผัก ผลไม้สดที่อยู่ในสภาพแช่เย็นหรือแช่แข็ง ที่นำเข้ามาเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ (กลุ่มนี้จัดแจ้งโดยไม่ต้องแสดงเลข อย.)

รายละเอียดบนฉลากอาหาร

1. การแสดงฉลากอาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค ต้องแสดงข้อความเป็นภาษาไทยจะมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ และต้องแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้ เว้นแต่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจะยกเว้นให้ไม่ต้องระบุข้อความหนึ่งข้อความใดในฉลากของอาหารแต่ละชนิด

1.1 ชื่ออาหาร ชื่ออาหารภาษาไทยต้องมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวอนันต์ ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกัน สีเดียวกัน ถ้าแสดงบรรทัดเดียวได้ไม่หมดก็แยกเป็นหลายบรรทัดก็ได้ และชื่ออาหารภาษาไทยจะต้องมีขนาดไม่เล็กกว่าชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

1.2 เลขทะเบียนตำรับอาหาร แสดงตามแบบที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดดังนี้

ให้แสดงเลขทะเบียนอาหารด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรในกรอบตั้งรูป โดยที่สีของกรอบติดกับสีพื้นของฉลาก และสีพื้นภายในกรอบเป็นสีขาว ยกเว้นอาหารที่ผลิตเพื่อส่งออก, เครื่องดื่ม, น้ำมันถั่วเหลือง ที่แสดงฉลากโดยวิธีพิมพ์ ฟัน ประทับ หรือโดยวิธีอื่นใดในทำนองเดียวกันที่ภาชนะบรรจุที่เป็นแก้วเท่านั้น

1.3 ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หรือผู้แบ่งบรรจุเพื่อจำหน่าย แล้วแต่กรณี โดยมีคำว่า "ผลิตโดย" หรือ "ผลิต-แบ่งบรรจุโดย"กำกับ สำหรับอาหารที่ผลิตภายในประเทศอาจแสดงสำนักงานแห่งใหญ่ของผู้ผลิตหรือของผู้แบ่งบรรจุก็ได้ ในกรณีที่เป็นการนำเข้าให้แสดงประเทศผู้ผลิตด้วย

1.4 ปริมาณสุทธิของอาหารเป็นระบบเมตริก

1.4.1 แสดงเป็น "น้ำหนักสุทธิ" ในกรณีที่ เป็นของแข็ง ผงแห้ง ก้อน หรือครึ่งแข็งครึ่งเหลว

1.4.2 แสดงเป็น "ปริมาตรสุทธิ" ในกรณีที่ เป็นของเหลวหรือครึ่งแข็งครึ่งเหลว

1.4.3 ในกรณีเป็นอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทและสามารถแยกเนื้อ

อาหารออกจากน้ำได้ ต้องแสดงน้ำหนักเนื้อ (Drained weight) ด้วย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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 หรือ ควรบริโภคก่อน

ข. อาหารที่เก็บได้เกิน 90 วัน ให้แสดงเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุ หรือวันเดือนปีที่ควรบริโภคก่อน

ค. อาหารที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประกาศกำหนดให้แสดงวัน เดือนปีที่หมดอายุ เช่น นมเปรี้ยว นมพาสเจอร์ไรส์ ขนมปัง ผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ นมดัด แปลงสำหรับทารก อาหารเสริมสำหรับเด็ก อาหารทารก นมผงธรรมดาที่มีวัตถุประสงค์จะใช้เลี้ยง ทารก

1.7 คำแนะนำในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

1.8 วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

1.9 ข้อความว่า "ใช้วัตถุกันเสีย" ถ้ามีการใช้

1.10 ข้อความว่า "เจือสีธรรมชาติ" หรือ "เจือสีสังเคราะห์" แล้วแต่กรณีที่มีการใช้

1.11 ข้อความว่า "แต่งกลิ่นธรรมชาติ" "แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ" "แต่งกลิ่น สังเคราะห์" "แต่งรสธรรมชาติ" หรือ "แต่งรสเลียนธรรมชาติ" แล้วแต่กรณีถ้ามีการใช้

1.12 ข้อความว่า "ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร..." (ความที่เว้นไว้ให้ระบุชื่อของวัตถุปรุง แต่งที่ใช้) ในกรณีที่เป็นโมโนโซเดียมกลูตาเมตให้แสดงข้อความว่า "ใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร (ผงชู รส)

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

2. การแสดงฉลากที่มีได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่จำหน่ายให้กับผู้ปรุงหรือผู้ จำหน่ายอาหารให้แสดงเหมือนกับฉลากที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภค เว้นแต่กรณีมีคู่มือหรือ เอกสารประกอบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร คำแนะนำในการเก็บรักษา วิธีปรุงเพื่อรับประทาน การใช้วัตถุกันเสีย เจือสีแต่งกลิ่น การใช้วัตถุปรุงแต่งรสอาหาร อยู่แล้ว จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงฉลากเพียงชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปปริมาณสุทธิ เลขทะเบียนตำรับอาหาร หรือเลขอนุญาตใช้เลขอาหาร และวันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุการใช้หรือควรบริโภคก่อนก็ได้

ความสำคัญของฉลากอาหาร

- เป็นสื่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค
- เป็นสื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ทางด้านโภชนาการ (กรณีที่มีการแสดงฉลากโภชนาการ)
- เป็นเครื่องมือในการเลือกซื้อของผู้บริโภค
- เป็นสื่ออ้างอิงในการดำเนินการตามกฎหมายกับผู้ฝ่าฝืน
- เป็นปัจจัยหรือสิ่งดึงดูดใจผู้ซื้อ (ในด้านการตลาด)
- ข้อมูลในฉลากช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มาบริโภค เช่น สูตรส่วนประกอบ ปริมาณสุทธิ วันที่ผลิต หมดอายุ คุณค่าทางโภชนาการ ราคา

ข้อกำหนดเกี่ยวกับชื่ออาหาร

1 ชื่ออาหาร ให้ใช้ชื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1.1 ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสำคัญ หรือชื่อที่ใช้เรียกอาหารตามปกติ

1.2 ชื่อที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหาร

1.5 ชื่อทางการค้า และข้อความที่แสดงประเภทหรือชนิดของอาหารกำกับ

อาหารด้วยอักษรขนาดเห็นได้ชัดเจน เช่น "ไอเอโน" เป็นชื่อทางการค้าจะต้องกำกับด้วยประเภทหรือชนิดของอาหารด้วย "ขนมปังกรอบ" (หากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นขนมปังกรอบ) "เพียงแพ" เป็นชื่อทางการค้าของขนมสลายใหม่ก็ต้องกำกับคำว่า "ขนมสลายใหม่" เป็นต้น

2 ให้แสดงชื่ออาหารภาษาไทยไว้ส่วนที่สำคัญของฉลาก

3 ชื่ออาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ไม่เป็นเท็จ ไม่เป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ ทำให้เข้าใจผิดหรือขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย

4 การแสดงชื่ออาหารภาษาไทย ต้องใช้ข้อความที่ต่อเนื่องกันในแนวอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดก็ได้ ขนาดของตัวอักษรใกล้เคียงกันหรือเท่ากันขนาดไม่เล็กกว่า 5 มิลลิเมตร (สำหรับฉลากที่มีเนื้อที่น้อยอาจใช้อักษรขนาดไม่เล็กกว่า 3 มิลลิเมตรได้) และไม่เล็กกว่าชื่ออาหารภาษาต่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลขทะเบียนตำรับอาหาร

รายละเอียดของเลขสารบบอาหารประกอบด้วย ตัวเลขสิบสามหลักที่แบ่งเป็นห้ากลุ่มซึ่งหมายถึงสถานที่ผลิตอาหารหรือสถานที่นำเข้าอาหารแล้วแต่กรณี หน่วยงานที่เป็นผู้อนุญาต และลำดับที่ของอาหาร โดยแสดงในเครื่องหมาย อย . ที่ฉลากอาหาร ตามลักษณะข้างล่างนี้

XX-X-XXXXX-Y-YYYY

1 กลุ่มที่หนึ่ง (XX) ประกอบด้วย ตัวเลขสองหลัก แสดงถึงจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตอาหารหรือนำเข้าอาหาร โดยใช้ตัวเลขแทนอักษรย่อของจังหวัด รายละเอียดปรากฏในตารางแสดงรหัสจังหวัดที่แนบท้ายระเบียบนี้

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

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

4 กลุ่มที่สี่ (Y) ประกอบด้วย ตัวเลขหนึ่งหลัก แสดงถึงหน่วยงานที่ออกเลขสารบบอาหาร ดังนี้

1 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2 หมายถึง อาหารที่ได้รับเลขสารบบอาหารจากจังหวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

ให้แสดงเลขสารบบอาหารในเครื่องหมาย ออย. ด้วยตัวเลขที่มีสี่ตัวกับสี่พื้นของกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร สีของกรอบตัดกับสีพื้นของฉลาก

กรณีที่ไม่อาจแสดงเลขสารบบอาหารตามวรรคหนึ่งได้ ให้ชี้แจงและแสดงเหตุผลประกอบคำชี้แจง หากเหตุผลรับฟังได้ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาอาจให้ความเห็นชอบในการแสดงเลขสารบบอาหารต่างไปจากข้อกำหนดในวรรคหนึ่งก็ได้

2.9 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ

2.9.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดจันทบุรี

สภาพทั่วไป

จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทยห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 230 กม. มีเนื้อที่ 6,338 ตร.กม. หรือประมาณ 3,961,250 ไร่ ทางตอนเหนือของจังหวัดประกอบด้วยเทือกเขาและที่ราบเชิงเขา ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของแม่น้ำจันทบุรี ส่วนทางตอนใต้เป็นที่ราบชายฝั่งทะเลและที่ราบลุ่มบริเวณปากแม่น้ำ

จันทบุรี เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ ดินฟ้าอากาศเอื้ออำนวยต่อการปลูกผลไม้หลายชนิด โดยเฉพาะทุเรียน เงาะ มังคุด และพืชผลทางการเกษตรอื่นๆ เช่น พริกไทย ยางพารา เป็นศูนย์กลางธุรกิจด้านอัญมณี และมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ชายทะเล และโบราณสถาน โบราณวัตถุต่างๆ

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดสระแก้ว

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอไทย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดตราดและประเทศกัมพูชา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดชลบุรีและจังหวัดระยอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีจำนวนประชากรเมื่อเดือน เมษายน 2540 จำนวน 460,029 คน
ลักษณะพื้นที่ทิศเหนือและทิศตะวันออก เป็น ป่าไม้ภูเขาและที่เนินสูงเป็นส่วนใหญ่ด้านทิศใต้เป็น
ชายฝั่งมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม บางแห่งเป็นอ่าวแหลม และหาดทราย

สภาพภูมิอากาศ

จังหวัดจันทบุรีตั้งอยู่ในเขตอากาศร้อนชื้น มีอุณหภูมิเฉลี่ย 27 - 28 องศาเซลเซียส
เดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอุณหภูมิสูงที่สุดประมาณ 31 องศาเซลเซียส ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือน
พฤษภาคม - ตุลาคม โดยมีฝนตกชุกมากที่สุดในเดือนสิงหาคม ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือน
พฤศจิกายน - มกราคม มีอุณหภูมิต่ำประมาณ 13 - 19 องศาเซลเซียส

สัญลักษณ์ประจำจังหวัดจันทบุรี

รูปกระต่ายบนดวงจันทร์ดวงจันทร์และแสงจันทร์เปรียบเสมือนความร่มเย็น สงบเสงี่ยม
และความสบายใจ



ธงประจำจังหวัด และสีประจำจังหวัด สี น้ำเงิน แดง

คำขวัญของจังหวัดจันทบุรี

น้ำตกสี่เลื่อง เมืองผลไม้ พริกไทยพันธุ์ดี อัญมณีมากเหลือ เสื่อจันทบูร สมบูรณ์ธรรมชาติ
สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช รวมญาติกู้ชาติที่จันทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดอกไม้ประจำจังหวัดและต้นไม้ประจำจังหวัด



ดอกเหลือง
จันทบุรี



ดอกเหลืองจันทบุรี

ต้นจันทน์ *Diospyros decandra* Lour

ประเพณี

งานสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช - จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม ถึงสัปดาห์แรกของเดือนมกราคมของทุกปี ณ สนามกีฬาจังหวัดจันทบุรี เพื่อน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ที่ทรงกอบกู้เอกราชของชาติไทยจากกองทัพพม่า ภายในงานมีการจัดนิทรรศการของหน่วยราชการ การออกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของจันทบุรี และการประกวดนางสาวจันทบุรี

งานนมัสการรอยพระพุทธบาทพลวง - จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีนถึงเดือนมาฆบูชา ณ บริเวณยอดเขาศิขณภูฏ ต.พลวง อ.มะขาม ภายในงานมีการจัดบวงสรวงเทวดาอารักษ์ พิธีเปิดทองรอยพระพุทธบาท และการจัดเดินป่าขึ้นไปสู่อยอดเขาศิขณภูฏ

งานนี้เป็นงานประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมานานหลายสิบปี โดยมีความเชื่อว่า ผู้ที่เดินขึ้นไปถึงยอดเขาซึ่งมีรอยพระพุทธบาทประดิษฐานอยู่นั้นจะได้บุญสูง แต่ปัจจุบันมีรถบริการนำประชาชนขึ้นไปนมัสการรอยพระพุทธบาทแห่งนี้ได้สะดวกยิ่งขึ้น

งานปิดทองพระพุทธรูปไสยาสน์ - จัดขึ้นประมาณช่วงเทศกาลตรุษจีน บริเวณวัดไผ่ล้อม มีการแสดงธรรมเทศนา และมีมหรสพจัดแสดงในงานด้วย

ประเพณีชักพระบาท - จัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ณ วัดตะบอนใหญ่ อ.ขลุง โดยสืบทอดกันมากกว่า 100 ปีแล้ว มีการรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ แข่งขันชักเย่อเกวียน มีม้วนภาพเขียนรอยพระพุทธบาทอยู่ตรงกลาง และมีมหรสพให้ชมตลอดทั้งคืน

งานเทศกาลของดีเมืองจันทน์วันผลไม้ - จัดขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ที่บริเวณสนามกีฬาจังหวัด มีการประกวดรถประดับผลไม้ ธิดาชาวสวน ผลไม้ที่มีชื่อเสียงได้แก่ เงาะ ทุเรียน มังคุด ระกำ สละ กระท้อน ประกวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์พันธุ์ไทยหลังอาน การออกร้านจำหน่ายอัญมณี การออกร้านของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มีการตกแต่งดวงไฟบนรถประดับผลไม้ยามค่ำคืนอีกด้วย

สินค้าพื้นเมือง

ผลไม้ - เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัดในระหว่างเดือน พฤษภาคมถึงมิถุนายน คือผลไม้ประเภททุเรียน เงาะ มังคุด ระกำหวาน สละ กระท้อน ซึ่งเป็นผลไม้เมืองร้อน

ลำไย เป็นผลที่นิยมปลูกกันมากในพื้นที่ อ.โป่งน้ำร้อน มีสภาพอากาศเหมือนภาคเหนือสามารถให้ผลผลิตได้ตลอดทั้งปี โดยจะมีมากในช่วงเดือนเมษายน - พฤษภาคม

ทุเรียนกวนและทอฟฟี่ทุเรียน - เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป มีกลิ่นหอมรสชาติหวานกลมกล่อมตามรสชาติของทุเรียนแต่ละพันธุ์ มีจำหน่ายตามร้านขายของฝากของที่ระลึกทั่วไป

เครื่องดื่มสมุนไพร - จันทบุรีมีเครื่องดื่มสมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ น้ำเงี้ยวหอม ซึ่งมีรสชาติหวานและเผ็ดมีกลิ่นหอมคล้ายใบสะระแหน่ มีสรรพคุณเป็นยาบำรุงตับและบำรุงหัวใจ มีจำหน่ายที่ศูนย์สมุนไพรและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านปึก อ.มะขาม

กระดาษสอยดาว - ทำจากต้นสอยดาว ซึ่งเป็นพืชที่พบมากในจันทบุรี เป็นไม้เนื้ออ่อนโตเร็ว กลุ่มแม่บ้านบ้านเกวียนหัก อ.ขลุง เป็นผู้ริเริ่มคิดค้นนำเปลือกต้นสอยดาวมาผลิตเป็นกระดาษ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกระดาษสา มีความเหนียวมากกว่าสามารถนำมาผลิตเป็นถุงใส่ชาหรือสมุนไพร กล่องใส่เอกสาร และดอกไม้ประดิษฐ์ได้อย่างสวยงาม

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล - เป็นอาหารทะเลแห้งและผลิตภัณฑ์จากทะเล เช่น กะปิ กุ้งแห้ง ปลาหมึกแห้ง ซึ่งมีคุณภาพดีและราคาไม่แพง

พริกไทย - จันทบุรีเป็นแหล่งปลูกพริกไทยที่สำคัญของประเทศ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของจังหวัด

อัญมณี - เป็นสินค้าที่ขึ้นชื่อของจังหวัด นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ตามร้านจำหน่ายอัญมณีและบริเวณถนนอัญมณีในช่วงวันศุกร์ เสาร์

แหวนกล ปู ปลา ของคุณสายัณห์ - แหวน ปู ปลา เป็นหัตถกรรมที่คิดค้นและประดิษฐ์ขึ้นด้วยฝีมือของคนเมืองจันทน์เองเป็นแห่งแรกและแห่งเดียว

กล้วยเดี่ยวเส้นจันท์ - นับเป็นสินค้าเอกลักษณ์อย่างหนึ่งโดยหาซื้อได้ทั่วไป โดยเฉพาะที่ตำบล บางกะจะ อ.ท่าใหม่

เสื้อจันทบุรี - หัตถกรรมพื้นบ้านอีกชนิดหนึ่งที่มีชื่อเสียงของจังหวัดจันทบุรี ผลิตจากกกปัจจุบันได้เอาเสื้อกกมาดัดแปลงเป็นเครื่องใช้ เครื่องประดับต่างๆมากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สินค้าพื้นเมืองต่าง ๆ ของจันทบุรี

2.9.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีในโครงการ

วัตถุดิบที่ทางกลุ่มใช้ในการผลิตสินค้าเป็นส่วนใหญ่เป็นของที่หาได้ในพื้นที่ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ ชมพู พริกไทย และมีบางส่วนที่ไม่ได้เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ ได้แก่ มันเทศ เผือก ซึ่งของเหล่านี้หาได้จากท้องถิ่นอื่นทั่วไป

วัตถุดิบต่าง ๆ เหล่านี้ต่างมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่

1.1 ทุเรียน

ทุเรียนเป็นไม้ผลยืนต้นขนาดใหญ่ชอบอากาศร้อนชื้น อุณหภูมิที่เหมาะสมจะอยู่ในช่วง 25 - 30 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์สูงประมาณ 75 - 85 % ดินที่เหมาะสมควรระบายน้ำดี และมีสภาพความเป็นกรดเป็นด่าง (ค่า pH) ประมาณ 5.5 - 6.5 และควรเลือกแหล่งปลูกที่มีน้ำเพียงพอตลอดช่วงหน้าแล้ง

ทุเรียนเป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง ส่วนประกอบของทุเรียน

- ใบ แข็งและหนายาว สีเขียวแก่เป็นมัน ท้องใบเป็นสีน้ำตาล ปลายใบมีติ่งแหลมเรียว รูปไข่ยาว
- ดอก มีกลีบแข็งหนา
- ผล มีหนามแหลม เปลือกหนา เนื้อในสุกหวานหอม กลิ่นฉุนมากรับประทานเป็นอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

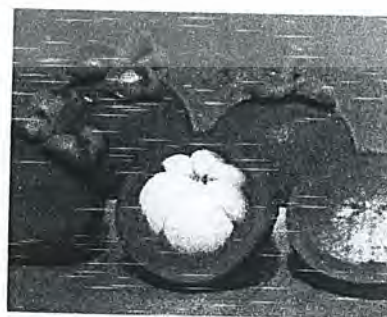


ลักษณะของดอกทุเรียน (รูปซ้าย) และผลทุเรียน (รูปขวา)

1.2 มังคุด

มังคุด เป็นผลไม้ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นราชินีแห่งผลไม้ที่มีรสชาติดี เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ

เนื้อมังคุดมีรสหวานอมเปรี้ยวเล็กน้อย รสชาติอร่อย และมีกลิ่นหอมชวนรับประทาน ผลมังคุดที่มีเปลือกสีม่วงเข้มหรือม่วงดำ เหมาะต่อการรับประทานให้อร่อยมากที่สุด ในเรื่องของขนาดผลที่มีผลกระทบต่อคุณภาพหรือไม่นั้น จากตัวเลขที่ศึกษาไว้ แสดงให้เห็นว่าโดยทั่วไปขนาดของผลมังคุดไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพในการรับประทาน หรือขนาดเล็กมักจะดีกว่าหรือไม่มีเมล็ดเลย โดยน้ำหนักเนื้อมังคุด มีค่าต่างกันราว 1 % ในขนาดต่าง ๆ กัน (ตารางที่ 1) ทำให้การบริโภคเป็นไปโดยสะดวกโดยเฉพาะผลจืด เพราะมักจะไม่มีการรับประทานมังคุดที่มีเมล็ด อุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษาผลมังคุด คือ 13 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ควรบรรจุผลในถุงพลาสติกเจาะรู ถ้าเก็บรักษาผลมังคุดไว้ในสภาพเหมาะสมแล้ว ก็จะได้มังคุดที่มีสภาพดี อยู่ได้ถึง 4 สัปดาห์



วัยต่าง ๆ ของมังคุด โดยจะเปลี่ยนสีเข้มขึ้นเรื่อย ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 เงาะ

เงาะเป็นผลไม้ในเขตร้อน ปลูกมากในภาคตะวันออกและภาคใต้ของประเทศไทย มีหลายพันธุ์ ที่นิยม คือ เงาะพันธุ์สีชมพูและเงาะพันธุ์โรงเรียน ้วยของผลเงาะมีความ สำคัญมาก ต่อคุณภาพต่ออายุการเก็บรักษาและอายุการขาย ทั้งในและนอกประเทศ ้วยของผลเงาะ ในช่วงผลเริ่มแก่ จนถึง ผลแก่เกินไป ผลเงาะสีชมพูจะเปลี่ยนสีจากเขียว เป็นเหลืองชมพู ชมพู แดง และชมพูแดงคล้ำ ส่วนเงาะโรงเรียนเปลี่ยนสีจากเขียวเป็น เหลืองแดง และแดงคล้ำ

ผลเงาะที่มี้วยอ่อนหรือแก่เกินไป สีผลไม่สวย คุณภาพและรสชาติด้อย ผลที่มี้วย พอเหมาะคือ แก่พอดี สีผลสวยสด คุณภาพและรสชาติดี นอกจากนี้แล้วอายุการเก็บ รักษาอย่างดีด้วย



พันธุ์เงาะต่าง ๆ (ซ้าย)เงาะสีชมพู (ขวา) เงาะโรงเรียน

1.4 ชมพู

ชมพูเป็นไม้ผลเขตร้อนซึ่งมีถิ่นกำเนิดในประเทศอินเดีย เป็นพืชจัดอยู่ตระกูลเดียวกับฝรั่ง หว่า ยูคาลิปตัส เป็นพืชที่ชอบน้ำ จัดเป็นไม้ผลที่มีลำต้นขนาดใหญ่ ดอกมีกลิ่นหอมคล้ายกุหลาบ ผลมีรสชาติหวานกรอบ คนไทยจึงนิยมปลูกเป็นไม้มงคลประจำบ้าน

ชมพูเป็นผลไม้ที่อุดมไปด้วยวิตามินเอ ผลนอกจากจะใช้รับประทานสดแล้ว ยังสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้เช่น เยลลี่ แยม และแฉิม เป็นต้น

สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม - ชมพูเป็นไม้ผลที่สามารถเจริญเติบโตได้ในทุกสภาพพื้นที่ แต่จะเจริญเติบโตได้ดีที่มีน้ำอุดมสมบูรณ์ ดินที่เหมาะสมคือดินร่วนปนทราย ดินร่วนเหนียว ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคตะวันตก สภาพความเป็นกรดเป็นด่างอยู่ระหว่าง 6.5 - 7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ... ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้าม... อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 พริกไทย

พริกไทย เป็นเครื่องเทศที่ใช้กันแพร่หลายมาเป็นเวลานาน มีแหล่งกำเนิดอยู่บริเวณเทือกเขาทางภาคตะวันออกเฉียงใต้ ของประเทศอินเดีย ปัจจุบันเป็นพืชเศรษฐกิจ ของประเทศที่มีอากาศร้อน เช่น บราซิล อินเดีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ไทย ฯลฯ พริกไทยมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Pipernigrum* Linn ชื่ออังกฤษ pepper อยู่ในวงศ์ piperaceae ลักษณะลำต้นเป็นเถาเลื้อย มีรากเล็ก ๆ ออกตามข้อของลำต้น เพื่อใช้ในการยึดเกาะ ใบรูปไข่รีเวสลับกันไป ดอกเป็นช่อยาว ออกตรงชอกใบ ดอกย่อยสมบูรณ์เพศสีขาว ผลมีลักษณะกลมจัด เรียงตัวแน่นอยู่บนแกน ผลอ่อนมีสีเขียว เมื่อสุกมีสีแดง พริกไทยแบ่งตามวิธีการเก็บ และเตรียมได้เป็น 2 ชนิด คือพริกไทยดำ (black pepper) และพริกไทยอ่อน (white pepper) พริกไทยดำ เตรียมได้จากการนำผลพริกไทยที่โตเต็มที่ แต่ยังไม่สุก มาตากแห้ง ส่วนพริกไทยอ่อนได้จากการนำผลพริกไทยที่สุกแล้ว มาแช่ในน้ำ เพื่อลอกเปลือกชั้นนอกออกไป จากนั้นนำไปตากแห้ง

การนำพริกไทยมาใช้ประโยชน์ นอกจากจะใช้แต่งกลิ่นรส และถนอมอาหารแล้ว ยังนำมาใช้เป็นสมุนไพรด้วย โดยมีสรรพคุณตามตำรับยาไทยคือ ใช้เป็นยาขับลม แก้ท้องอืดเพื่อ บำรุงธาตุ เจริญอาหาร ขับเหงื่อ ขับปัสสาวะและกระตุ้นประสาท ชาวจีนใช้พริกไทยระงับอาการปวดท้อง แก้ไข้มาลาเรีย แก้ไอหิวตกโรค มีรายงานวิจัยว่า piperine สามารถใช้แก้ลมบ้าหมู (Antiepileptic) ได้ และเมื่อเตรียมอนุพันธ์ของ piperine คือ Antiepilepsinine พบว่าสามารถแก้อาการชักได้ผลดีกว่า และมีผลข้างเคียงน้อยกว่า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วัตถุประสงค์ที่หาจากแหล่งอื่น

2.1 มันเทศ

มันเทศ เป็นพืชอาหารของมนุษย์และสัตว์ โดยใช้ทั้งหัว เถา ใบ และยอดอ่อน มาประกอบอาหารทั้งคาวและหวาน เช่น แกงเลียง แกงคั่ว มันเชื่อม มันเทศรังก ทำไส้ขนมต่างๆ

ในด้านอุตสาหกรรม มีการสกัดแป้งมันเทศเป็นส่วนผสมของอาหารเด็ก และกาบ เป็นต้น นอกจากนี้มันเทศยังใช้เป็นอาหาร สัตว์ได้หลายชนิด เช่น สุกร วัว ควาย กระต่าย เป็ด ไก่ และปลา เป็นต้น

พันธุ์มันเทศแบ่งตามอายุการเก็บเกี่ยวได้ 3 พวก คือ

- พันธุ์เบา อายุประมาณ 90 วัน หลังจากปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว เช่น พันธุ์พิจิตร 1 พจ. 113-7, พจ. 115-1, พจ. 166-5
- พันธุ์กลาง อายุประมาณ 120 วัน หลังจากปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว เช่น พันธุ์แม่ใจ พันธุ์ห้วยสีทน
- พันธุ์หนัก อายุประมาณ 150 วัน หลังจากปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว เช่น พันธุ์โกลด (เกษตร)

2.2 เผือก

ลำต้น เผือกเป็นพืชหัวที่มีลำต้นใต้ดินสะสมอาหารเรียกว่า หัวซึ่งเกิดจากการขยายของลำต้นใต้ดิน พร้อมกับความยาวของปล้องลดลง เมื่อหัวมีขนาดใหญ่จะมีรากช่วยดึงหัวให้ลึกลงในดินที่ปลายรากเหล่านี้จะงอกโตขึ้นเป็นหัวย่อยที่มีขนาดเล็ก หรือเรียกว่า ลูกเผือก ซึ่งจะทำหน้าที่ช่วยยึดลำต้น ช่วยดูดน้ำและแร่ธาตุ และสามารถใช้เป็นส่วนที่ขยายพันธุ์ได้ต่อไป

ใบ ใบเผือกมีรูปร่างคล้ายหูช้าง หรือคล้ายหัวใจ ขนาดใบกว้างประมาณ 25-30 เซนติเมตร ยาว 35-45 เซนติเมตร ก้านใบยาว 45-150 เซนติเมตร เผือกต้นหนึ่งจะมีก้านใบประมาณ 12-18 ก้าน สีของก้านใบ ลักษณะใบและขอบใบจะแตกต่างกันไปตามพันธุ์ เช่น ก้านใบจะมีสีเขียวอ่อน เขียวเข้ม ม่วง หรือมีจุดสีม่วง ขอบใบเรียบหรือเป็นคลื่น ปลายใบอาจแหลมหรือมน ตัวใบอาจจะหนาและเป็นมัน หรือบางและด้าน เป็นต้น

ดอก จะมีลักษณะเป็นดอกช่อ มีดอกย่อยเกาะติดกับก้านดอกเดียวกัน ดอกย่อยจะเริ่มบานจากดอกที่อยู่ล่างสุดขึ้นไปทางปลายช่อ ไม่มีก้านดอกย่อย ดอกจะเกาะติดกับก้านดอกเดียว ซึ่งลักษณะยาวและมีงานหุ้มช่อดอกไว้ ช่อดอกมีขนาดยาว 10-15 เซนติเมตร จำนวนช่อดอกประมาณ 5-15 ช่อต่อต้น ช่อดอกมีก้านยาว 15-30 เซนติเมตร ดอกเผือกมีสีขาวครีม และสีเหลืองอ่อน แตกต่างกันไปตามพันธุ์ บางพันธุ์ออกดอกง่าย แต่บางพันธุ์ออกดอกยาก เผือกที่ปลูกในประเทศไทยส่วนใหญ่จะไม่ออกดอก

ผล ผลของเผือกมีขนาดเล็ก เป็นผลเล็ก ๆ เกาะกลุ่มอยู่ในก้านดอกเดียวกัน ผลมีสีเขียว เปลือกบาง เนื้อผลอวบน้ำ เมื่อแกมีสีน้ำตาลดำภายในผลจะมีเมล็ดเล็ก ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Design Data Analysis)

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปผลวิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ในขั้นตอนการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

ในลำดับแรก คือการพิจารณาตัวผู้ผลิต เพื่อสรุปเป็นแนวความคิด (Concept) ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว และที่กำลังวางแผนที่จะผลิตในอนาคต โดยแนวความคิดที่ได้มาจะเป็นพื้นฐานในการกำหนดจุดขาย, กลุ่มเป้าหมาย, ผลกระทบที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันภายใน ตำบล เขาบายศรี อำเภอ ท่าใหม่ จังหวัด จันทบุรี มีผลิตภัณฑ์ประเภท ผลไม้แปรรูป และเครื่องเทศ โดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในจังหวัดจันทบุรี ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตขึ้นทั้งหมดเป็นอาหารที่ผลิตขึ้นในกระบวนการที่มีมาตรฐานปลอดภัย ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ในความสะอาด ปลอดภัย และเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

กลุ่มเป้าหมายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความเอาใจใส่เรื่องสุขภาพของตนเอง และคนในครอบครัว ให้ความสำคัญในการเลือกบริโภคในสิ่งที่มีประโยชน์กับร่างกาย

ดังนั้นผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้ จึงยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นอยู่ในกรอบแนวความคิดหลักของกลุ่มเกษตรกรที่ต้องการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน ราคาถูก ปลอดภัย และให้ประโยชน์กับผู้บริโภค สามารถกำหนดลักษณะในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้

Brand Concept

เขาบายศรี เป็นผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ที่ผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี เป็นผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย โดยชื่อเขาบายศรีเป็นชื่อของกลุ่มผู้ผลิต และเป็นชื่อที่มีศิริมงคล

Product Concept

เขาบายศรีเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป โดยเป็นอาหารที่ให้ประโยชน์กับร่างกาย มีประเภทของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค ที่ให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพของตนเอง เนื่องจากวัตถุดิบ เป็นของที่หาได้ภายในท้องถิ่น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีราคาที่ไม่สูงมาก และมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยสร้างงานให้กับคนในชุมชนให้มีรายได้เสริมอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดสามารถแบ่งย่อยออกได้เป็น 3 หมวด โดยมีขอบเขตของโครงการดังนี้ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. หมวดผลไม้แปรรูป

- 1.1 ผลไม้กวน ขนาดบรรจุ 150 g
- 1.2 ผลไม้ทอดกรอบ ขนาดบรรจุ 100 g และ 190 g
- 1.3 แยมผลไม้ ขนาดบรรจุ 280 g
- 1.4 เครื่องดื่มผลไม้ ขนาดบรรจุ 750 ml และ 300 ml
- 1.5 ผลไม้ในน้ำเชื่อม ขนาดบรรจุ 565 g
- 1.6 ไอศกรีมผลไม้ ขนาดบรรจุ 500 g

2. หมวดขนม และอาหารเพื่อสุขภาพ

- 2.1 ทอฟฟี่ ขนาดบรรจุ 250 g
- 2.2 ทองม้วน ขนาดบรรจุ 100 g
- 2.3 ข้าวพอง ขนาดบรรจุ 100 g

3. หมวดเครื่องเทศ

- 3.1 พริกไทยผง ขนาดบรรจุ 100 g
- 3.2 พริกไทยเม็ด ขนาดบรรจุ 100 g

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการของสินค้าในขอบเขตของโครงการทั้งหมด และคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ควรจะมี 4 ประการ คือ

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

สามารถสรุปเป็นเงื่อนไขความต้องการในการออกแบบ โดยกล่าวเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด ซึ่งแบ่งแต่ละหน้าที่ได้ดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุสินค้าได้ตามขนาดบรรจุที่กำหนดไว้

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

ป้องกันความเสียหายที่จะเกิดกับสินค้าภายในทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพ อันจะส่งผลถึงความสด ความอร่อยของผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ อากาศ ความชื้น ความร้อน แสงกระทำจากภายนอก โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่เหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

สำหรับผู้ผลิต

1. การผลิต

- ผลิตได้ง่ายในระบบอุตสาหกรรม
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษ ควรมีขนาดที่สามารถผลิตได้โดยใช้ขนาดกระดาษมาตรฐาน และมีการเสียกระดาษน้อยที่สุด

2. การบรรจุ

- มีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกบรรจุสินค้า
- สามารถบรรจุสินค้าได้ด้วยเครื่องจักร หรือแรงคนงานเสริม

3. การขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์สามารถพับแบนราบได้ เพื่อประหยัดพื้นที่ในการขนส่ง หรือสามารถใส่ในกล่องขนาดมาตรฐานได้

4. การจัดจำหน่าย

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบกราฟิกที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มสินค้า (Corporate Identity) เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวางจำหน่าย
- มีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้า เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ คำโฆษณา อยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน

5. การโฆษณา

- บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความน่าเชื่อถือ คุ่มค่า สมราคา โดยดึงดูดขายของสินค้าที่ต่างจากคู่แข่งเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภค

สำหรับผู้บริโภค

1. การสื่อความหมายต่อผู้บริโภค

- มีรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว แม้จะเป็นการมองเห็นเพียงครั้งแรก
- มีข้อความบอกข้อมูลสำคัญ เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น ข้อมูลโภชนาการ, น้ำหนักสุทธิ, ส่วนประกอบสำคัญ, วันหมดอายุ, บริษัทผู้ผลิต เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การขนส่ง
 - มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมสำหรับการซื้อ และสะดวกในการนำกลับโดยตัวผู้บริโภค
3. การใช้งาน
 - มีโครงสร้างที่ใช้งานได้ง่าย เปิด ปิดได้สะดวก
4. การเก็บรักษา
 - บรรจุภัณฑ์สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ มีความเหมาะสมในการคุ้มครอง รักษาสินค้าเมื่อยังบริโภคไม่หมด
5. การกำจัดซาก
 - วัสดุที่นำมาผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ หรือสามารถย่อยสลายเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle)
 - บรรจุภัณฑ์ เมื่อบริโภคสินค้าหมดแล้ว สามารถนำบรรจุภัณฑ์มาทำประโยชน์อื่นได้อีก (Re-use)

ด้านการสื่อสาร (Promotion)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี มีลักษณะการจำหน่าย ที่แหล่งผลิต ร้านค้าในตัวเมือง จันทบุรี ห้างสรรพสินค้าในเมืองใหญ่ แหล่งความเจริญต่าง ๆ ลักษณะบรรจุภัณฑ์จึงทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาต่อผู้บริโภคโดยตรง และควรมีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าไว้ในฉลากไว้ดังนี้ คือ

1. Brand Name : เขาบายศรี

2. ชื่อสามัญของสินค้า

เป็นข้อความต่อเนื่องกันในแนวอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงได้หมดภายในบรรทัดเดียว ขนาดตัวอักษรต้องเท่ากัน ใช้สีเดียวกัน แสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก

3. ข้อความแสดงรสชาติของอาหาร

มีสีติดกับพื้น เพื่อให้อ่านข้อความได้อย่างชัดเจน

4. ข้อความบรรยายคุณประโยชน์และลักษณะของผลิตภัณฑ์

เป็นข้อความที่ไม่โอ้อวด ไม่เป็นเท็จ และไม่ก่อให้เกิดความสับสน เข้าใจผิดในสาระสำคัญแก่ผู้บริโภค

5. ปริมาณสุทธิ

แสดงไว้ในส่วนสำคัญของฉลาก ในกรณีที่เป็นมวง แห้ง หรือก้อน ให้แจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิ และแสดงเป็นปริมาตรสุทธิ ในกรณีที่เป็นของเหลว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ส่วนประกอบสำคัญ

เรียงลำดับจากมาก ไปน้อย

7. ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต

8. วันที่ผลิต วันหมดอายุ หรือวันที่ควรบริโภคก่อน

9. เลขทะเบียนตำรับอาหาร

สีกรอบติดกับสีพื้นฉลาก สีพื้นภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่แสดงเลขทะเบียน หรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหารต้องอยู่ภายในกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

หลังจากการพิจารณาทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ในโครงการ จนได้เงื่อนไขที่มีส่วนสำคัญในงานออกแบบ จึงเริ่มวิเคราะห์ทางด้านการตลาดต่อไป

ลักษณะภาพรวมของตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปในปัจจุบันกำลังมีการเจริญเติบโต เนื่องจากในปัจจุบันกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ปราศจากสารเจือปนกำลังเป็นที่นิยม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาวบ้านที่รวมตัวกันภายในชุมชน ผลิตสินค้าเอง และมีผู้ประกอบการส่วนน้อยที่เป็นบริษัทที่มีชื่อ เช่น มาลี, UFC. โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มคนทุกเพศทุกวัย ดังนั้นสินค้าในตลาดนี้จึงมีความหลากหลาย และมากมายหลายยี่ห้อ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในโครงการ มีคู่แข่งอยู่มากมายที่จำหน่ายในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นที่ต้องทำการวิเคราะห์คู่แข่ง เพื่อนำมาสรุปผลข้อมูลสำหรับการออกแบบต่อไป โดยสามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

1. กลุ่มที่เป็นของหนืด มีความเหนียว
2. กลุ่มที่เป็นของแข็ง มีความกรอบ
3. กลุ่มที่เป็นของเหลว รวมทั้งที่มีเนื้อผสมอยู่ด้วย
4. กลุ่มที่เป็นเม็ด ผง

ในการเปรียบเทียบลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับคู่แข่งหลักอยู่ทางด้านซ้าย คู่แข่งรองทางขวามือ จะเห็นได้ว่าคู่แข่งหลักเป็นผู้ผลิตในระดับกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นกลุ่มที่ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่สูงมาก แต่คุณภาพสินค้าก็ไม่ดีเท่าไร ต่างกับคู่แข่งรองที่มีราคาของผลิตภัณฑ์สูง แต่สินค้ามีคุณภาพ อันเป็นจุดแตกต่างที่สามารถสร้างเป็นจุดต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้คือ เป็นกลุ่มเกษตรกรเหมือนกัน สินค้ามีคุณภาพดี มีราคาที่สูงกว่าคู่แข่งหลักเล็กน้อย แต่ก็ไม่แพงขนาดกลุ่มคู่แข่งรอง

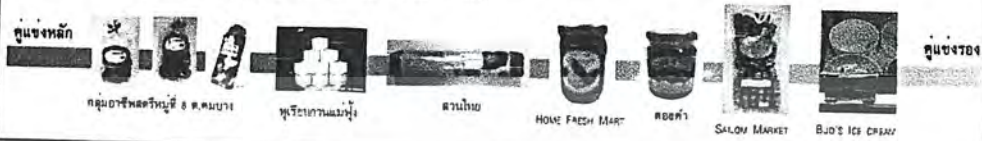
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COMPETITOR

ลักษณะการแบ่งคู่แข่งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

1. กลุ่มที่เป็นของหนืด มีความเหนียว

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่ ผลไม้กวน แยมผลไม้ ทอฟฟี่ และไอศกรีม



2. กลุ่มที่เป็นของแข็ง มีความกรอบ

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่ ผลไม้ทอดกรอบ ทองม้วน และข้าวพองธัญพืช



11

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกดีไซน์ผลิตภัณฑ์ตามรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for "Ban Bai Sri" Community Women's Professions Village, Chantaburi Province)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะ ศึกษาศาสตร์ศาสตร์ ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม
นาง ทวีพร สุวรรณแสง รหัส 42020111 ปีการศึกษา 2544

COMPETITOR

ลักษณะการแบ่งคู่แข่งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

3. กลุ่มที่เป็นของเหลว และของเหลวที่มีเนื้อป่นอยู่ด้วย

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง และน้ำผลไม้



4. กลุ่มที่เป็นเม็ด ผง

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ได้แก่ พริกไทย มี 2 ประเภท คือ พริกไทย ขาว และ พริกไทยดำ



12

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกดีไซน์ผลิตภัณฑ์ตามรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for "Ban Bai Sri" Community Women's Professions Village, Chantaburi Province)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะ ศึกษาศาสตร์ศาสตร์ ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม
นาง ทวีพร สุวรรณแสง รหัส 42020111 ปีการศึกษา 2544

รูปแสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งตามลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยเหตุที่บรรจุกภัณฑ์มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากกับสินค้าประเภทอาหาร นอกจากจะช่วยรักษาสภาพสินค้าให้คงความใหม่ทั้งทางกายภาพ และชีวภาพแล้ว บรรจุกภัณฑ์ยังต้องทำหน้าที่สร้างความสนใจ ดึงดูดผู้บริโภค และเป็นส่วนที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นในการศึกษาเปรียบเทียบคู่แข่งจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ลักษณะบรรจุกภัณฑ์ของสินค้าคู่แข่ง เพื่อให้เกิดความแตกต่างกัน สร้างความโดดเด่น ช่วยให้จดจำง่าย

COMPETITOR



กลุ่มหมู่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จันทบุรี

ลักษณะบรรจุกภัณฑ์คู่แข่งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี

จากการแบ่งประเภทของคู่แข่งเห็นว่าบรรจุกภัณฑ์คู่แข่งมีความไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

1. บรรจุกภัณฑ์ไม่แสดงลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นอาหาร ขนม ที่ผลิตจากธรรมชาติ 
2. บรรจุกภัณฑ์ไม่ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริโภคของผู้บริโภค 
3. บรรจุกภัณฑ์ไม่สามารถรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้ 
4. บรรจุกภัณฑ์คู่แข่งมีลักษณะที่คล้ายกันไม่มีความเด่น สะดุดตาเมื่อวางอยู่บนชั้น 

13

โครงการอบรมความรู้ และสร้างพลังงานให้กับเกษตรกรรายย่อย จังหวัด จันทบุรี

โดย สถาบันส่งเสริมความรู้ และสร้างพลังงานให้กับเกษตรกรรายย่อย จังหวัด จันทบุรี

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี ตำบลเขาบายศรี อำเภอเมืองจันทบุรี

เลขที่ ๓๖๖ หมู่ ๖ ต.เขาบายศรี อ.เมืองจันทบุรี จ.จันทบุรี ๓๖๐๐๐๑๑๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

ลักษณะบรรจุกภัณฑ์คู่แข่ง

นอกจากเปรียบเทียบลักษณะบรรจุกภัณฑ์ของคู่แข่งแล้ว ต้องวิเคราะห์บรรจุกภัณฑ์ของกลุ่มเอง ที่มีอยู่เดิม เพื่อหาข้อเสีย หรือจุดที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบร่วมกับข้อมูลบรรจุกภัณฑ์คู่แข่งที่ได้วิเคราะห์ไปแล้ว

ลักษณะบรรจุกภัณฑ์ที่ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรีใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. บรรจุกภัณฑ์ที่เป็นซอง
2. บรรจุกภัณฑ์ที่เป็นถุง
3. บรรจุกภัณฑ์ที่เป็นห่อพลาสติก มัดหัวท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PRODUCT

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เดิมที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคใหม่

ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบวศรีโซ้อยู่ มีลักษณะแตกต่างกันสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นซอง
2. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุง
3. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นห่อพลาสติก มัดหัวท้าย

ซึ่งแต่ละประเภทต่างก็มีข้อที่ไม่เหมาะสมกับพฤติกรรม ลักษณะการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ โดยแบ่งแยกตามประเภท ได้แก่

1. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นซอง



- ภาพลักษณ์ของซองเป็นซองใสไม่ส่งเสริมความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
- ซองที่เมื่อเปิดแล้วไม่สามารถปิดรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ได้
- กราฟฟิกที่เป็นรูปตัวการ์ตูนไม่แสดงชนิดที่ต่างกัน
- ซองไม่มีความดึงดูด ซึ่งในห้างสรรพสินค้านี้มีการแข่งขันสูง จำเป็นที่บรรจุภัณฑ์ต้องมีความดึงดูดสูงมาก

14

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการนำเสนองานในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสารศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพฯ
 (Project and Design of Packaging for Soap, Candy, and Instant Noodle)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ
 นาย นิตยา สุวรรณผล รหัส 42020111 ปีการศึกษา 2564

PRODUCT

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เดิมที่ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคใหม่

2. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุง



- ภาพลักษณ์ของถุงใสไม่ส่งเสริมความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
- ห่อเดิมมีลักษณะการห่อที่สิ้นเปลืองพื้นที่ ไม่เหมาะกับการพกพา
- กราฟฟิกไม่แสดงชนิดที่ต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น
- ถุงไม่มีความดึงดูด ซึ่งในห้างสรรพสินค้านี้มีการแข่งขันสูงจำเป็นต้องที่บรรจุภัณฑ์ต้องมีความดึงดูดสูงมาก

3. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นห่อ มัดหัวท้าย



- ภาพลักษณ์ห่อที่ไม่ส่งเสริมความเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
- การก๊อบปัดแล้วไม่สามารถปิดรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ได้
- กราฟฟิกที่เป็นรูปตัวการ์ตูน ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดความน่าเชื่อถือ
- ขาดความเป็น IMAGE เมื่ออยู่บนชั้นวางของในห้างสรรพสินค้า ซึ่งต้องการความโดดเด่นในการดึงดูดผู้บริโภค

15

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการนำเสนองานในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสารศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพฯ
 (Project and Design of Packaging for Soap, Candy, and Instant Noodle)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ
 นาย นิตยา สุวรรณผล รหัส 42020111 ปีการศึกษา 2564

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มใช้อยู่ในปัจจุบัน

จากลักษณะบรรจุภัณฑ์สามารถนำมากำหนดเป็นลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งการปรับปรุงการใช้งานที่ลวกๆที่เห็นอยู่นั้น ไม่น่าจะดีให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

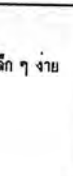
PACKAGING

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภค

จากลักษณะพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคใหม่สามารถนำมาสรุปเป็นลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้


ผลไม้กวน

- ลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็นชิ้นเล็ก ๆ ง่ายต่อการบริโภค



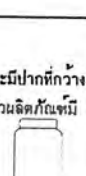
ผลไม้ทอดกรอบ

- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นกล่องที่เปิดปิดได้ง่าย มีฝาปิดค้ำหาก




แยมผลไม้

- กระปุก สามารถดักได้ง่ายเพราะมีปากที่กว้าง มีฝาปิดที่แน่นสนิท เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์มีความหวาน มดขึ้นได้ง่าย



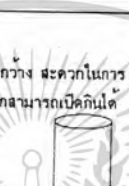
น้ำผลไม้

- ขวด ที่สามารถพกพาได้ง่าย และมีส่วนเปิดก้นขวดสามารถทำให้เล็กได้เพื่อประหยัดพื้นที่ในการหิ้ว



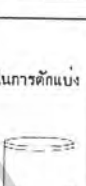
ผลไม้ในน้ำเชื่อม

- กระป๋อง กระปุกที่มีปากกว้าง สะดวกในการเท หรือถ้วยที่มีขนาดเล็กสามารถเปิดกินได้ทันที



ไอศกรีมผลไม้

- กระป๋อง ที่มีปากกว้าง สะดวกในการดักแบ่ง



16

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป กลุ่มนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาตรี จักรวรรดิ จักรวรรดิ (Project and Graphic Design for Product and Packaging)


สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาศิลปกรรม ภาควิชา วิชาการออกแบบ ภาควิชา วิชาการออกแบบ ปีการศึกษา ๒๕๖๒

PACKAGING

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภค

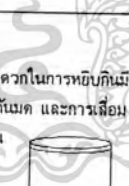
ทอพีซี

- ห่อเล็ก ๆ เพื่อให้ง่ายโยนเข้าตะกร้า และพกพาบรรจุรวมในกระป๋องใหญ่



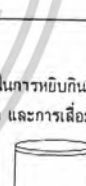
ทอขั้วนม

- กระปุกที่มีปากกว้าง สะดวกในการหยิบกินมีฝาปิดที่แน่นหนา เพื่อป้องกันเชื้อ และการเสื่อมสภาพ สามารถป้องกันกลิ่น



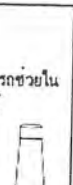
ข้าวพองธัญพืช

- กระปุกที่มีปากกว้าง สะดวกในการหยิบกินมีฝาปิดที่แน่นหนา เพื่อป้องกันมด และการเสื่อมสภาพ สามารถป้องกันกลิ่น



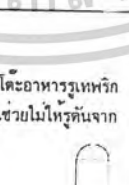
พริกไทยเม็ด

- ขวด มีฝาปิด ก้นทึบ จะรูที่ช่วยในการกะปริมาณพริกไทยที่ออกมาได้



พริกไทยผง

- กระปุกสำหรับการตั้งบนโต๊ะอาหารพริกไทยมีขนาดต่างกัน มีลิ้นช่วยไม่ให้ตันจากการโดนความชื้น



17

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป กลุ่มนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาตรี จักรวรรดิ จักรวรรดิ (Project and Graphic Design for Product and Packaging)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาศิลปกรรม ภาควิชา วิชาการออกแบบ ภาควิชา วิชาการออกแบบ ปีการศึกษา ๒๕๖๒

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากการศึกษารายภาพรวมของตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปแล้ว สามารถนำมาสรุป และกำหนดแผนการตลาดได้ ดังนี้

การวางแผนการตลาด (Market Plan)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายถูกแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีวางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ ผลไม้กวน, ผลไม้ทอดกรอบ, ทอฟฟี่, ทองม้วน และ พริกไทย อีกกลุ่มได้แก่สินค้าประเภทที่จะวางจำหน่ายในอนาคต ประกอบด้วย แยมผลไม้, ผลไม้ในน้ำเชื่อม, น้ำผลไม้ ไอศกรีมผลไม้ และข้าวพองธัญพืช โดยสินค้าทั้งหมดจะมีรายละเอียดส่วนผสมทางการตลาด (Market Mix) ดังนี้ คือ

Product

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปราศจากสารเจือปน
2. มีกรรมวิธีการผลิตที่ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ
3. ผลิตในประเทศไทย
4. ให้ประโยชน์กับร่างกาย

Price

1. จำหน่ายในราคาที่ไม่สูงมากแต่มีคุณภาพที่ดี ด้วยวัตถุดิบของตัวเอง และกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน

Place

1. วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นศูนย์รวมผู้คน
2. ร้านเซาบายศรี
3. ร้านค้าในตัวเมืองจันทบุรี
4. ร้าน Lemon Farm และ Golden Place

Promotion

1. มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ถูกต้อง ชัดเจน
2. เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้

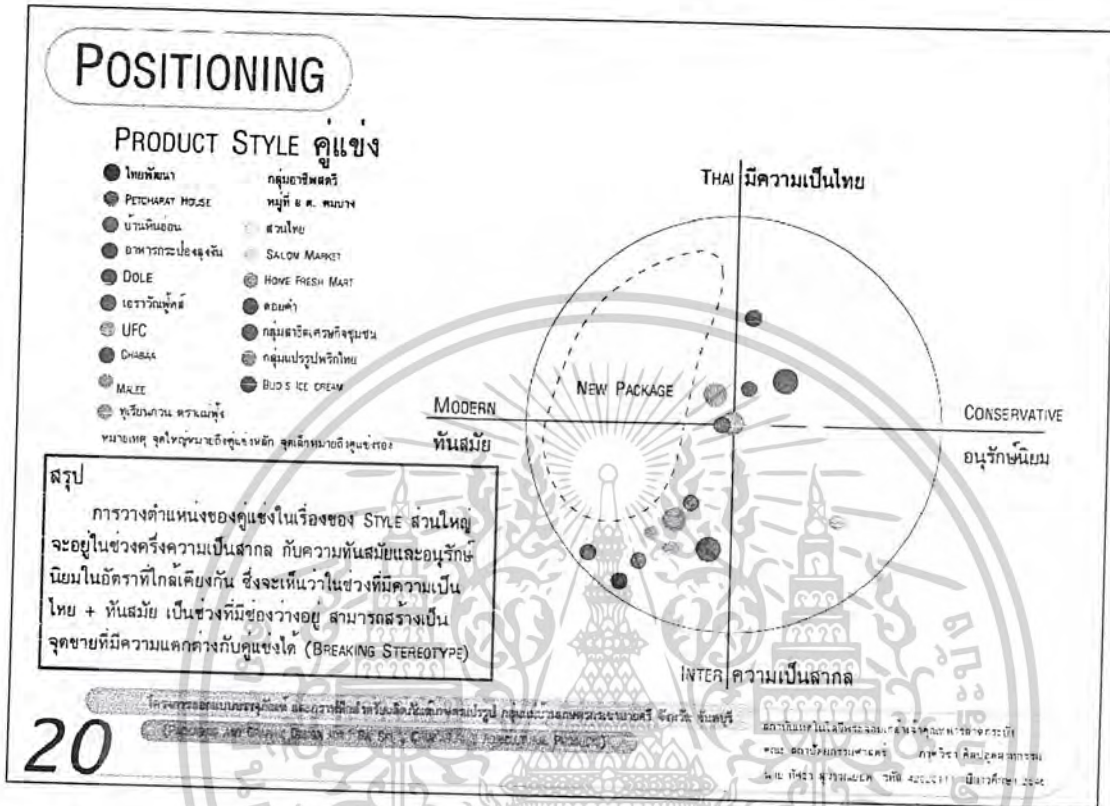
การกำหนดตำแหน่งสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งสินค้า มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการที่จะเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคได้ด้วยลักษณะใด

โดยการกำหนดตำแหน่งสินค้านั้นทำได้ 2 ลักษณะคือ การเปรียบเทียบกับลักษณะของคู่แข่งเพื่อหาจุดต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำหนดตำแหน่งสินค้าโดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง



จากกราฟคู่แข่งจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงความเป็นสากล+ความทันสมัย และอนุรักษ์นิยมในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในส่วนของความเป็นไทย+ทันสมัยเป็นช่วงที่เป็นช่องว่างทางการตลาดอยู่ ซึ่งสามารถนำมากำหนดเป็นตำแหน่งสินค้าได้

การกำหนดตำแหน่งสินค้าโดยอาศัย Swot Analysis

การใช้ Swot Analysis ประกอบไปด้วย

Strength

1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เนื่องจากผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
2. มีวัตถุดิบเป็นของตนเอง ที่หาได้ในท้องถิ่น
3. เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ไม่มีสารเจือปน
4. มีชื่อผู้ผลิตที่เป็นศิริมงคล

Weakness

1. วางขายที่แหล่งผลิตที่เดียว ทำให้มีปริมาณการขายที่ไม่มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

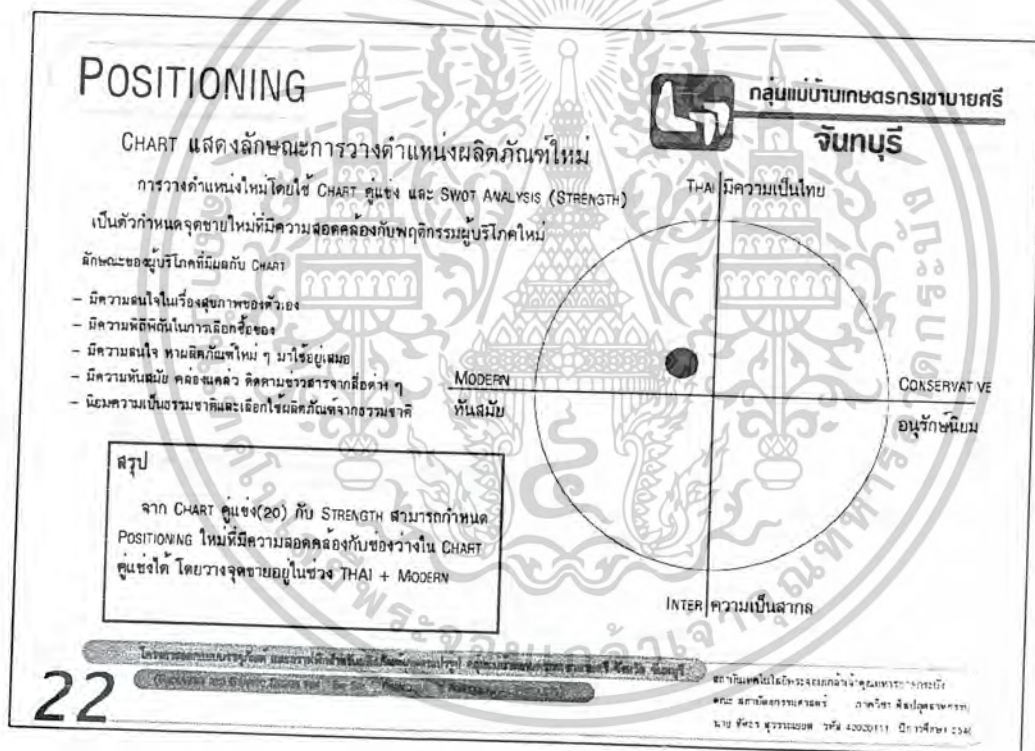
2. บรรจุกฎเกณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันไม่ทำหน้าที่ช่วยส่งเสริมการขาย

Opportunity

1. เปลี่ยนแหล่งการวางจำหน่าย โดยการวางในห้างสรรพสินค้า พร้อมทั้งออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับลักษณะการเปลี่ยนแปลงแหล่งจำหน่าย
2. เพิ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค

Threat

1. การตอบรับของผู้บริโภคกลุ่มใหม่ที่ยังไม่เคยเห็นผลิตภัณฑ์
2. ความคุ้มค่าในการลงทุนกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ทดลองผลิต และการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ใหม่ ตามการเปลี่ยนของสถานที่จำหน่าย และกลุ่มผู้บริโภคใหม่



จากกราฟ เมื่อนำ Swot Analysis (Strength) มากำหนดตำแหน่งสินค้าที่สอดคล้องกับลักษณะผู้บริโภคใหม่ จะเห็นได้ว่าจะอยู่ในช่วงของความเป็นไทย+ความทันสมัย ซึ่งไปสอดคล้องกับลักษณะการกำหนดตำแหน่งสินค้าแบบที่เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทำให้สามารถสรุปได้ว่าในการวางตำแหน่งสินค้า จะวางตำแหน่งอยู่ในช่วงของความเป็นไทย+ความทันสมัย

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

Demographics

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพศ : เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายในอัตราส่วน 60:40
 อายุ : อยู่ในช่วงอายุ 25-50 ปี เป็นลักษณะของการอยู่เป็นครอบครัว
 อาชีพ : พนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน
 ฐานะ : กลุ่มที่มีฐานะปานกลาง ค่อนข้างดี (C+ - B)
 ระดับการศึกษา : เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาที่ดี ระดับปริญญาตรี

Psychographics

ที่อยู่อาศัย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ กลุ่มที่อยู่ในช่วงที่เริ่มทำงาน ช่วงอายุประมาณ 25-35 ปี เริ่มสร้างครอบครัว ยังมีสมาชิกในครอบครัวน้อย ลักษณะที่อยู่จะเป็น คอนโดมิเนียม บ้านพักที่มีห้องส่วนตัว ซึ่งเป็นบ้านที่มีขนาดเล็ก

อีกกลุ่มคือกลุ่มที่มีฐานะที่มั่นคง มีจำนวนสมาชิกมาก อยู่กันเป็นครอบครัว โดยในกลุ่มนี้มีลักษณะของกลุ่มแรก (อายุ 25-35 ปี) เข้าไปด้วย และอาจจะรวมกับวัยเด็กที่อาศัยอยู่ด้วยก็ได้ ลักษณะที่อยู่อาศัยของกลุ่มนี้จะเป็นบ้านที่มีขนาดใหญ่ มีพื้นที่มาก

การใช้เวลา โดยส่วนใหญ่กลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มที่ทำงานแล้ว ในตอนเช้าก่อนไปทำงาน จะมีความเร่งรีบมาก ทั้งการส่งลูกไปโรงเรียน เร่งรีบไปทำงาน แล้วทำงานอย่างหนักตลอดทั้งวัน จะมีเวลาพักผ่อนก็คือตอนเย็นหลังการทำงาน และในวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมักจะไปกันทั้งครอบครัว จับจ่ายซื้อของตามห้างสรรพสินค้า อันเป็นแหล่งรวมสินค้าต่าง ๆ

กิจกรรมบันเทิง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะเป็นครอบครัว กิจกรรมจึงเป็นการเดินทางท่องเที่ยว การพักผ่อน กินอาหารร่วมกัน หรือพักผ่อนอยู่กับบ้านในวันหยุด



ภาพแสดงบุคลิกลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสรุปเป็นขั้นสุดท้ายเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบขั้นต่อไป โดยแยกพิจารณาใน 4 เเงอนไข คือ
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ผู้ผลิต (Manufacturer)
2. ผู้บริโภค (Consumer)
3. การตลาด (Marketing)
4. คู่แข่ง (Competition)

มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ผลิต (Manufacturer)

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการผลิต เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในจังหวัด จันทบุรี ประกอบกับชื่อกลุ่มที่มีความหมายเป็นศิริมงคล จึงควรนำภาพลักษณ์ดังกล่าว มาใช้เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกับสินค้าอื่นทั่วไป

2. ผู้บริโภค (Consumer)

ลักษณะของผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับเรื่องการบริหารอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ปราศจากสารเจือปน จึงควรออกแบบให้สื่อภาพลักษณ์ของความเป็นธรรมชาติ

3. การตลาด (Marketing)

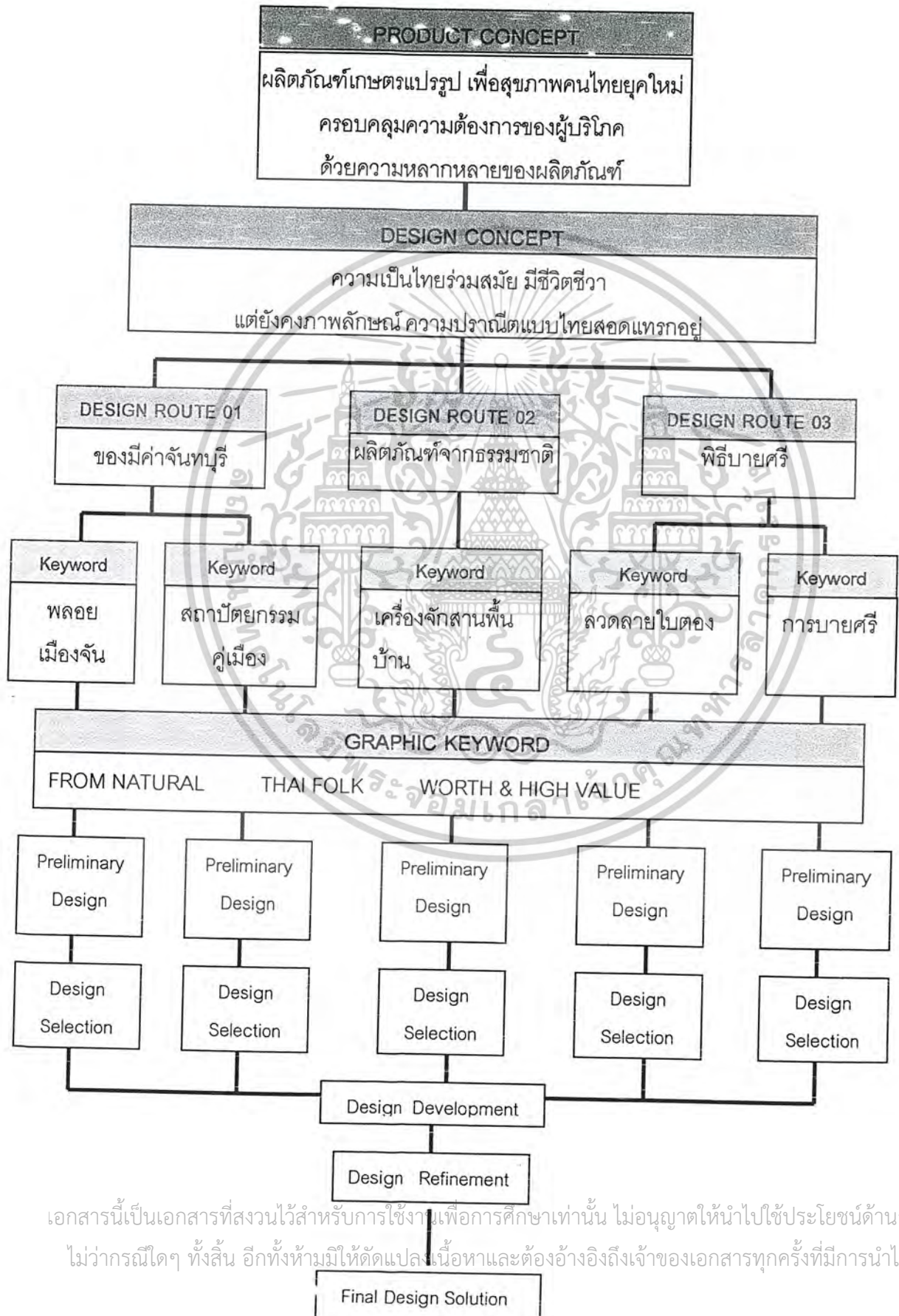
ตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มชาวบ้าน ซึ่งมีราคาถูก แต่สินค้ามีคุณภาพไม่ดีมากนัก จึงควรสื่อให้เห็นว่าเป็นสินค้าที่มีราคาในระดับชาวบ้าน แต่มีคุณภาพทัดเทียมกับสินค้าระดับที่วางขายในห้างสรรพสินค้า

4. คู่แข่ง (Competition)

สินค้ากลุ่มนี้มีจุดขายที่คล้ายกัน คือเน้นที่รสชาติ ปราศจากสารเจือปน มีหลายรสชาติ จึงควรสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าด้วยการรสชาติ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากกว่า และประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภค

เมื่อได้จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์ ที่สร้างขึ้นให้มีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งในท้องตลาดแล้ว จึงสามารถสรุปแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบ (Idea and Design Development)

เมื่อสรุปหาแนวทางการออกแบบได้แล้ว ในขั้นตอนต่อไปคือการออกแบบโลโก้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค แล้วนำไปเลือกสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในลำดับต่อไป

การออกแบบโลโก้ทำได้โดยการออกแบบตัวอักษรที่แสดงลักษณะเด่นของผู้ผลิต ผสมผสานกับลายเส้น กราฟฟิกที่ช่วยเพิ่มความเด่นชัดของผู้ผลิต

แบบที่ได้มีดังนี้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณาดังนี้ คือ

1. มีความสวยงาม
2. เหมาะสมกับลักษณะ บุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย
3. จัดจำได้ง่าย
4. สื่อถึงลักษณะเด่นของผู้ผลิต
5. เหมาะกับการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์

เงื่อนไขในการพิจารณา	แบบโลโก้จากการ Sketch						
	A	B	C	D	E	F	G
1. มีความสวยงาม	2	3	3	2	3	4	3
2. เหมาะสมกับลักษณะ บุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย	2	4	3	2	3	4	2
3. จัดจำได้ง่าย	3	4	2	3	2	4	2
4. สื่อถึงลักษณะเด่นของผู้ผลิต	3	4	3	4	2	4	3
5. เหมาะกับการนำไปใช้บนบรรจุภัณฑ์	3	3	2	3	2	4	3
รวม	13	18	13	14	12	20	13

เมื่อให้คะแนนแล้ว แบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ตามจุดประสงค์มากที่สุดคือแบบ F ซึ่งนำมาใช้ในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หลังจากขั้นตอนการออกแบบ และเลือกโลโก้ จึงทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

1. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
2. การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ซึ่งในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบโครงสร้างในขั้นแรกคือการเลือกผลิตภัณฑ์ในโครงการที่มีความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากต้องการให้เห็นลักษณะการปรับแบบเพื่อให้เกิดความเป็นที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้องกัน (Corporate Identity) แล้วนำมาวิเคราะห์รูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด เพื่อนำมา
 แต่งงานออกแบบสำหรับสินค้าอื่น ๆ ในโครงการ

ลักษณะโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ในโครงการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. โครงสร้างที่ทำการออกแบบ
2. โครงสร้างมาตรฐานที่หาได้ในท้องตลาด

การออกแบบเริ่มต้นตามแนวความคิดที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น ได้แก่

Design Route 01 ของมีค่าจันทบุรี

Design Route 02 ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

Design Route 03 พิธีบายศรี

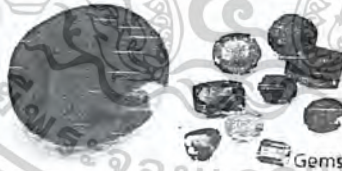
โดยอาศัย Keyword ของแต่ละแนวทางในการออกแบบ จึงได้งานออกแบบขั้นต้น
 (Preliminary Design Sketches) ดังนี้

Preliminary Design Sketches

1. Design Route 01 : ของมีค่าจันทบุรี

1.1 พลอยเมืองจัน

เป็นการใช้รูปแบบ ลักษณะเด่นของพลอยมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยในแนวทางนี้จะ
 เน้นความมีคุณค่าของพลอย โครงสร้างที่เป็นเหลี่ยมมุม เหมือนกับพลอย



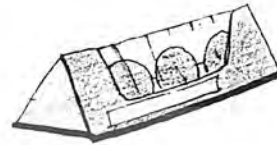
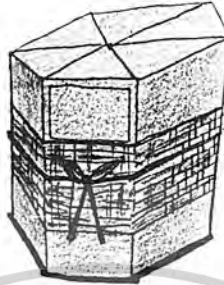
ลักษณะของแบบขั้นต้นของ Design Route 01 : ของมีค่าจันทบุรี ด้วย

Keyword พลอยเมืองจัน(A)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 สถาปัตยกรรมคูเมือง

เป็นการใช้รูปแบบ ลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแนวทางในการออกแบบโครงสร้าง



ลักษณะของแบบขั้นต้นของ Design Route 01 : ขงมีค่าจังหวัดบุรีรัมย์ ด้วย
Keyword สถาปัตยกรรมคูเมือง(B)

1.2 Design Route 02 : ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน

เป็นการนำรูปแบบของเครื่องจักสานที่ชาวบ้านใช้ในชีวิตประจำวันมาเป็นแนวทางการออกแบบ ซึ่งในการออกแบบจะนำวัสดุจริงที่ใช้ในการสานมาเป็นส่วนช่วยในการตกแต่งบรรจุภัณฑ์นอกเหนือจากโครงสร้างหลัก



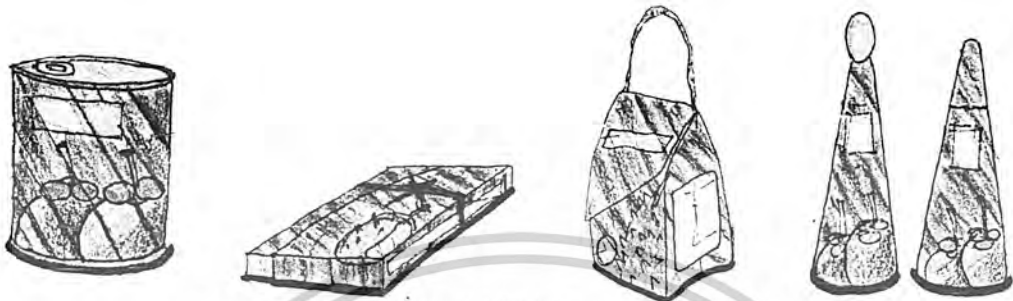
ลักษณะของแบบขั้นต้นของ Design Route 02 : ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ด้วย
Keyword เครื่องจักสานพื้นบ้าน(C)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 Design Route 03 : พิธีบายศรี

1.3.1 ลวดลายใบตอง

เป็นการนำใบตอง ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในพิธีบายศรี เป็นแนวทางในการออกแบบ



ลักษณะของแบบขั้นต้นของ Design Route 03 : พิธีบายศรี ด้วย

Keyword ลวดลายใบตอง(D)

1.3.2 การบายศรี

เป็นการใช้ชื่อกลุ่มผู้ผลิตที่มีความหมายสอดคล้องกับพิธีกรรม ความเชื่อที่เป็นศรัทธามงคล มาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้จุดเด่น ส่วนประกอบที่ใช้ในพิธีบายศรีมาเป็นแนวทาง



ลักษณะของแบบขั้นต้นของ Design Route 03 : พิธีบายศรี ด้วย

Keyword การบายศรี(E)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบจาก Preliminary Sketches เพื่อนำมาพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

เงื่อนไขที่ใช้วิเคราะห์	A	B	C	D	E
1. สอดคล้องกับ Concept of Design	3	2	2	4	4
2. สอดคล้องกับภาพลักษณ์ และลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์	3	2	4	4	5
3. สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม	3	3	3	3	3
4. สอดคล้องกับกระบวนการผลิตในระบบอุตสาหกรรม	4	3	3	4	4
5. สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย	3	2	2	4	4
รวม	16	12	14	19	20

จากตารางวิเคราะห์แบบจะเห็นว่า แบบ D และ E มีคะแนนที่ใกล้เคียงกันจึงนำมาพัฒนาต่อในขั้น Design Development พร้อมกับการออกแบบกราฟฟิกด้วย

Design Development

ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่นำแบบที่ได้จากในขั้นตอน Preliminary Design มาทำการพัฒนาพร้อม ๆ กับการออกแบบกราฟฟิก โดยแนวทางในการออกแบบกราฟฟิกมีรายละเอียดดังนี้

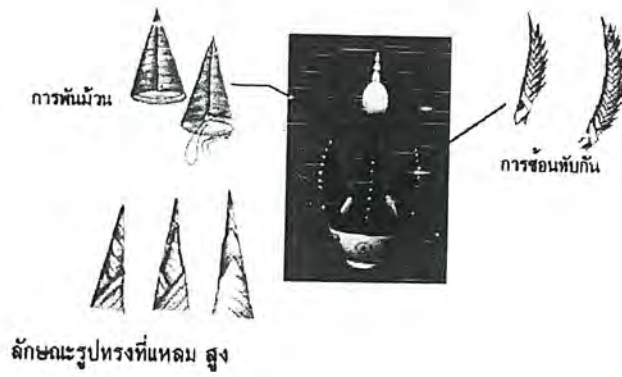
Design Graphic 01 From Natural : ความสดชื่น มีชีวิตชีวา

Design Graphic 02 Thai Folk : แสดงความเป็นไทยพื้นบ้าน

Design Graphic 03 Worth & High Value : เป็นของมีค่า ต้องการความประณีต

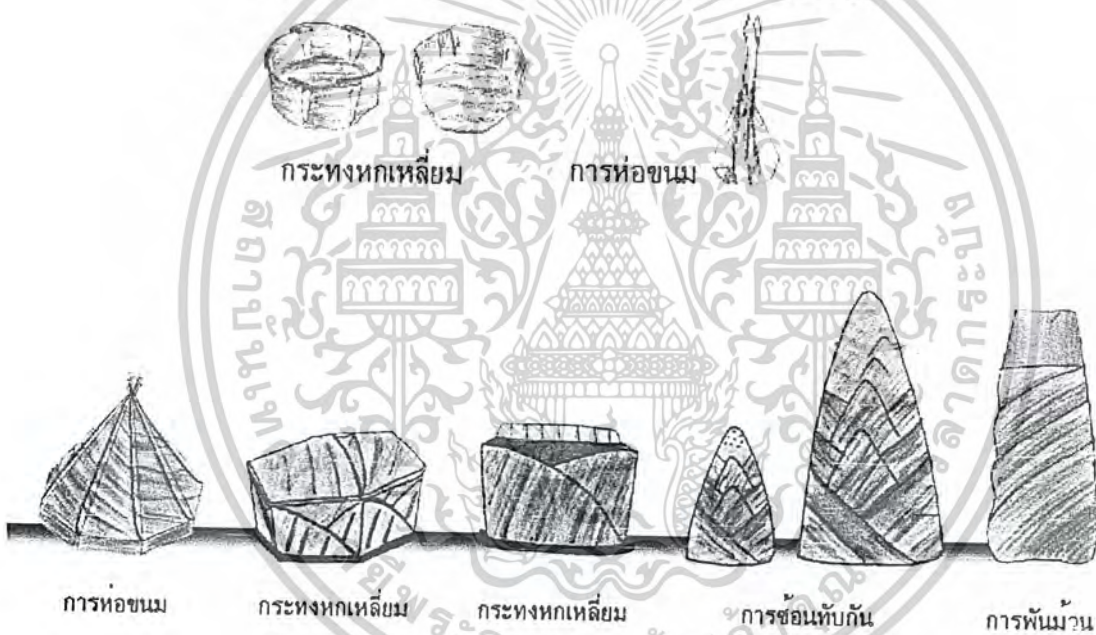
จากลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เลือกจากขั้นตอนที่แล้ว สามารถนำมาพัฒนาต่อโดยนำลักษณะส่วนประกอบต่าง ๆ ของบายศรี และลักษณะการใช้ประโยชน์จากใบตองมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ลักษณะ ส่วนประกอบของพานบายศรี

การนำลักษณะที่ทำจากใบตองมาใช้ในการออกแบบ



จากการพัฒนาทางด้านโครงสร้าง จะได้โครงสร้างที่มีความหลากหลาย โดยจะมีลักษณะร่วมกันอยู่หลัก ๆ คือ รูปทรงหกเหลี่ยม และลักษณะของการพัน ม้วน การบิดของใบตอง

หลักจากที่ได้โครงสร้างหลักนี้แล้ว นำมาปรับต่อเพื่อให้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดมีความเป็นพี เป็นน้องกัน (Corporate Identity) โดยใช้โครงสร้างหกเหลี่ยม ซึ่งมาจากลักษณะของกระทง ใบตองและมีความสอดคล้องกับรูปทรงของอัญมณีอันเป็นสินค้ามีชื่อของจันทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ลักษณะโครงสร้างที่ผ่านการพัฒนาให้เกิดความเป็นที่ เป็นน้อง (Corporate Identity)

หลังจากได้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หลักแล้ว จึงทำการออกแบบโครงสร้างอื่นให้ครบตามประเภทของผลิตภัณฑ์ในโครงการ แล้วจึงทำการออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

Design Graphic 01 ความมีชีวิต ชีวา สดใส

ในการออกแบบตามแนวทางนี้จะใช้ลักษณะการเขียนลายเส้นแบบใบตอง ที่มีความสดใส ดูไม่เป็นทางการมาก ช่วยดึงดูดสายตาผู้บริโภค



ลักษณะกราฟฟิคตาม Design Graphic 01 : ความมีชีวิต ชีวา สดใส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Graphic 02 ความเป็นไทยพื้นบ้าน

ในแนวทางการออกแบบนี้ จะนำลักษณะลายสานของเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยมาเป็นส่วนเสริมกับลวดลายใบตอง เพื่อให้ดูมีความเป็นพื้นบ้าน



ลักษณะกราฟฟิกตาม Design Graphic 02 : ความเป็นไทยพื้นบ้าน

Design Graphic 03 เป็นของมีค่า ต้องการความประณีต

ในแนวทางการออกแบบนี้จะเน้นที่ความมีค่าของไทย งานฝีมือที่ต้องการความประณีต โดยใช้ลักษณะภาพใบตองที่พื้น ม้วน รอบตัวบรรจุภัณฑ์



ลักษณะกราฟฟิกตาม Design Graphic 03 เป็นของมีค่า ต้องการความประณีต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากกราฟฟิกทั้ง 3 แนวทางที่ได้ออกแบบแล้ว นำมาพัฒนาต่อในขั้นตอน Design Refinement ต่อไป โดยนำทั้ง 3 แนวทางที่ได้ออกแบบนั้นมาพัฒนาร่วมกัน ใช้แนวทางที่ 2 เป็นหลัก (ความเป็นไทยพื้นบ้าน) เนื่องจากแนวทางที่ 2 มีความสอดคล้องกับลักษณะของผู้ผลิตที่เป็นกลุ่มชาวบ้าน และประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากธรรมชาติมากที่สุด

Design Refinement

การพัฒนาในขั้นตอนนี้เป็นการปรับแบบเพียงเล็กน้อย เช่น เรื่องสี สัน องค์ประกอบต่าง ตัวอักษร รูปภาพ ได้แก่

1. การกำหนดแยกประเภทของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยการใช้สีเป็นตัวแบ่งตามชนิดของวัตถุดิบ เช่น เงาะใช้โทนสีแดง เป็นต้น



สีต่าง ๆ โดยแบ่งตามสีของตัววัตถุดิบ

2. การจัดวางองค์ประกอบกราฟฟิก โดยแบ่งพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์เป็น 3 ช่วง คือ
 - 2.1 ด้านบนเป็นส่วนของผู้ผลิต และชื่อประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยในส่วนนี้จะมีพื้นหลัง (Background) สีอ่อน เพื่อช่วยให้ตัวอักษรและ Logo เด่น
 - 2.2 ส่วนกลาง เป็นส่วนของคำโฆษณา บอกลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท
 - 2.3 ส่วนล่าง เป็นรูปภาพของตัววัตถุดิบ
3. การปรับขนาดตัวอักษรและรูปตัววัตถุดิบให้มีขนาดใหญ่ เพื่อให้อ่านได้ง่าย สังเกตเห็นได้

เร็ว เมื่อมองผ่าน ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

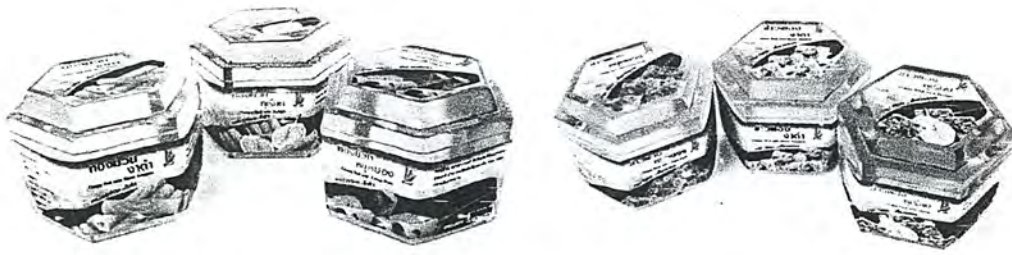
หลังจากทำการปรับกราฟฟิกตามเงื่อนไขที่กำหนดแล้ว จึงนำไปใช้ในผลงานจริงในขั้นสุดท้าย ร่วมกับโครงสร้างหลักที่ได้ออกแบบไว้แล้ว และกระจายไปสู่โครงสร้างอื่น ๆ ในโครงการเพื่อให้ได้ ชิ้นงานในขั้นสุดท้ายอย่างครบถ้วน



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายกลุ่มน้ำผลไม้

ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายกลุ่มแยมผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายของกลุ่มทงม้วน และ ข้าวพอง



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายของกลุ่มไอศกรีมผลไม้

ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายกลุ่มผลไม้ทอดกรอบแบบแท่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายกลุ่มทอฟฟี่

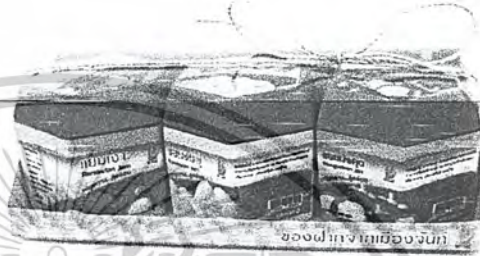
ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายกลุ่มผลไม้ในน้ำเชื่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายกลุ่มผลไม้กวน(บน) และผลไม้ทอดกรอบ (ล่าง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายชุดของฝากน้ำผลไม้ (ซ้าย) และชุดของฝากแยมผลไม้ (ขวา)



ภาพแสดงแบบจำลองสุดท้ายรวมทั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า (Design Analysis and Evaluate)

จากขั้นตอนการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถนำมาสรุปผลการออกแบบทั้งทางด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิกได้ดังนี้

ด้านโครงสร้าง

1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเป็นขอบริโภคที่ได้จากธรรมชาติ ปราศจากสารเจือปน และทราบไปถึงลักษณะของผู้ผลิต
2. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้งานได้สะดวก คุ่มครองรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผลไม้กวน

ขนาดบรรจุ 150 กรัม : กล่องกระดาษ

- เนื่องจากลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นก้อน มีความเหนียว ซึ่งไวต่อความชื้น ขึ้นราได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ต้องมีลักษณะที่ปิดมิด ป้องกันความชื้น และมีกล่องบรรจุภายนอกเพื่อช่วยเสริมความแข็งแรง ป้องกันการกระแทกจากภายนอก
- วัสดุที่ใช้เป็นห่อพลาสติกที่ใช้ห่อแยกชิ้น ช่วยป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์ติดกัน และช่วยป้องกันความชื้น ที่จะเกิดกับผลิตภัณฑ์ และมีโครงสร้างภายนอก (Secondary Package) เป็นกล่องกระดาษช่วยป้องกันความเสียหายจากภายนอก

2.2 ผลไม้ทอดแบบแผ่น

ขนาดบรรจุ 100 กรัม : กล่องกระดาษ

- ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นของแข็ง กรอบ แตกหักง่าย หากโดนความชื้นจะทำให้หายกรอบ และขึ้นราได้ง่าย จึงควรมีบรรจุภัณฑ์ภายในเป็นห่อที่ปิดสนิท กันอากาศเข้า และมีโครงสร้างภายนอกอีกชั้นเพื่อป้องกันการกระแทก
- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ภายนอกเป็นกล่องกระดาษเพื่อช่วยป้องกันแรงกระแทก ความเสียหายทางกายภาพ สามารถพับ เปิด-ปิดได้ง่ายต่อผู้ผลิตในการบรรจุ และผู้บริโภคในการหยิบ ใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ผลไม้ทอดแบบแห้ง

ขนาดบรรจุ 190 กรัม : กระจกกระดาด

- ผลิตรภัณฑ์มีลักษณะเป็นแห้ง เหมาะกับบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะทรงสูง เพราะสามารถบรรจุได้มากโดยไม่เปลืองพื้นที่
- เลือกใช้บรรจุภัณฑ์แบบกระจกกระดาดมาตรฐาน ซึ่งหาได้ทั่วไปในท้องตลาด มีราคา ถูกเหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่แพง สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในได้ทั้งทางกายภาพ และชีวภาพ อีกทั้งยังสามารถพิมพ์สีได้สวยงาม ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

2.4 แยมผลไม้

ขนาดบรรจุ 280 กรัม : กระจกพลาสติก

- ผลิตรภัณฑ์มีลักษณะเหนียว หนืด ลักษณะบรรจุภัณฑ์ควรมีช่องคอที่กว้างเพื่อให้สามารถตักได้สะดวก และเนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นของหวาน จึงควรออกแบบฝากับตัวกระจกให้แนบสนิทกันยิ่งขึ้น
- วัสดุที่ใช้ผลิตตัวกระจกควรสามารถป้องกันมด แมลง การผ่านเข้า-ออกของไอน้ำและอากาศได้ และควรให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีลักษณะใสเพื่อให้เห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านในที่แตกต่างกัน ในส่วนของฝาควรมีลักษณะทึบแสง และมีความยืดหยุ่นเพื่อการปิดที่แนบสนิทมากขึ้น

2.5 น้ำผลไม้

ขนาดบรรจุ 750 ml และ 300 ml : ขวดพลาสติก

- ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เป็นของเหลว บรรจุภัณฑ์ควรมีป้องกันการรั่วซึม มีฝาที่ปิดสนิท และสามารถเห็นตัวผลิตภัณฑ์ภายในได้
- วัสดุที่ใช้ในการผลิตตัวขวดควรมีลักษณะใสเพื่อให้เห็นสินค้าภายในที่ต่างกัน ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ป้องกันการผ่านเข้า-ออกของไอน้ำและอากาศ ช่วยป้องกันการรั่วซึม มีความแข็งแรง สามารถรับแรงกระแทกจากภายนอกได้

2.6 ไอศกรีมผลไม้ : กล่องพลาสติก

ขนาดบรรจุ : 500 กรัม

- ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง เป็นก้อนมีความนุ่ม เย็น บรรจุภัณฑ์ควรทนความเย็นได้ดี มีขนาดปากที่กว้าง เพื่อให้ตักได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารทสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ผลไม้ในน้ำเชื่อม : กระจ่างโหละ

ขนาดบรรจุ 565 กรัม

- ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นของแข็งในของเหลว สามารถเสียบได้ง่ายหากโดนอากาศ หากเก็บไว้ในที่เย็นจะเพิ่มรสชาติให้อร่อยขึ้น
- ใช้กระจ่างโหละมาตรฐานเพราะหาได้ง่ายในท้องตลาด ทนต่ออุณหภูมิต่ำได้ดี มีความแข็งแรง ทนต่อแรงกระแทกภายนอกได้ดี

2.8 ทอฟฟี่ : กระจ่างกระดาษ

ขนาดบรรจุ 250 กรัม

- ลักษณะของทอฟฟี่เป็นเม็ดเล็ก ๆ อมพุดีค่า มีรสชาติหวาน ชื่นราได้ง่ายหากเก็บในที่ชื้น ลักษณะบรรจุภัณฑ์จึงต้องมีลักษณะเป็นห่อเล็ก ๆ บรรจุรวมในบรรจุภัณฑ์ภายนอก (Secondary Package) เพื่อช่วยป้องกันแรงกระแทก
- ใช้ห่อพลาสติกในการบรรจุแยกชิ้น เพื่อไม่ให้ลูกอมติดกัน และป้องกันความชื้น และเลือกใช้กระจ่างกระดาษมาตรฐานเป็น Secondary Package เพราะมีต้นทุนในการผลิตต่ำ หาได้ง่ายในท้องตลาด และมีคุณสมบัติในการกันการกระแทกได้ดีพอสมควร สามารถพิมพ์สีได้สวยงาม ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

2.9 ทองม้วน : กระจ่างพลาสติก

ขนาดบรรจุ 100 กรัม (ประมาณ 30 ชิ้น ต่อ 1 กล่อง)

- ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นของแข็ง เปราะบาง เป็นทรงกระบอกม้วน และชื่นราได้ง่าย จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทน และมีความใสเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายในที่ต่างกัน
- วัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นพลาสติกที่มีความแข็ง ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำและอากาศได้ดี มีความใสเพื่อให้เห็นสินค้าภายใน อันเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์

2.10 ข้าวพอง : กระจ่างพลาสติก

ขนาดบรรจุ 100 กรัม (ประมาณ 12 ชิ้น ต่อ 1 กล่อง)

- ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นแผ่น มีความกรอบ แข็ง และชื่นราได้ง่าย จึงมีความต้องการบรรจุภัณฑ์เหมือนกับทองม้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.11 พริกไทยชนิดผง : ขวดพลาสติก

ขนาดบรรจุ 100 กรัม

- ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นผง ฟุ้งกระจายและ ขึ้นราได้ง่าย ใช้โรยหน้าอาหาร
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมได้แก่ขวดพลาสติกที่มีความใสเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน ฝาปิดตัวขวดมีการปิดที่สนิทเพื่อป้องกันความชื้น ที่ตัวฝาเป็นลักษณะฝาบานพับที่มีรูพริกไทยหลายขนาด เพื่อตอบสนองการใช้งานที่ต้องการปริมาณพริกไทยที่ไม่เท่ากันในแต่ละครั้ง

2.12 พริกไทยชนิดเม็ด : ขวดพลาสติก

ขนาดบรรจุ 100 กรัม

- ลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นเม็ด ขึ้นราได้ง่าย ใช้สำหรับการปรุงอาหาร ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมเป็นลักษณะเดียวกับพริกไทยผง เนื่องจากมีการใช้งานที่เหมือนกัน จึงใช้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดียวกัน

ด้านกราฟฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว สามารถแบ่งแยกประเภทได้โดยไม่สับสน เนื่องจากมีการใช้รูปภาพ ขนาดตัวอักษรชื่อสามัญที่ใหญ่ และสีที่ต่างกันตามประเภทของวัตถุดิบ เพื่อให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นได้ง่าย
2. บรรจุภัณฑ์มีความแตกต่างกันของสินค้าอย่างชัดเจน แต่ยังคงมีเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ด้วยการใช้อุปภาพของวัตถุดิบเป็นตัวเชื่อมในทุกบรรจุภัณฑ์ และลักษณะสีของชื่อสามัญที่มีความแตกต่างกันตามสีของวัตถุดิบ
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงผู้ผลิตได้อย่างเหมาะสม ด้วยภาพของลายจักสาน และใบตอง อันเป็นสิ่งที่แสดงความเป็นสินค้าพื้นบ้าน และสื่อถึงความเป็นสินค้าที่ผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากธรรมชาติ ปราศจากสารพิษ เพื่อสุขภาพของคนไทย
4. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจนด้วยแนวทางการออกแบบการแสดงความเป็นไทยพื้นบ้าน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นแตกต่างออกไป
5. บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดีด้วยลักษณะสีที่สดใส และรูปภาพที่มีขนาดใหญ่ มีสีที่สดใสน่าบริโภค และเกิด Shelf Impact ของสินค้า เมื่อวางเรียงกันบนชั้นเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้




บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนเสนองานการพัฒนางานออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง

Unique Selling Point



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

Unique Selling Point

ผลิตภัณฑ์ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติภายในจังหวัดจันทบุรี ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่มีมาตรฐาน ถูกสุขอนามัย
จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

PRODUCT CONCEPT
ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เพื่อสุขภาพของคนไทยยุคใหม่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค
ด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

DESIGN CONCEPT
ความเป็นไทยร่วมสมัย เรียบง่ายแต่ยังคงภาพลักษณ์ ความประณีตแบบไทยสอดแทรกอยู่


KEYWORDS : Friendly, Thai Casual

9

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อพัฒนาแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for: Public, Private and Organizational Products)

สำนักงานพัฒนาโครงการแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศิลปศาสตร
น.ศ. จันทบุรี สุวรรณเขต รหัส 47020111 ปีการศึกษา 2564

DESIGN CONCEPT



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

Structure

Design Structure 01
Treasure of Chantaburi(ของมีค่าจันทบุรี)

Design Structure 02
Natural Thai Handicraft (ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ)

Design Structure 03
Bai Sri (พิชัยบายศรี)

DESIGN CONCEPT

Design Graphic 01
From Natural
ความสด มีชีวิต ชิวๆ เป็นสิ่งที่ได้จากธรรมชาติ

Design Graphic 02
Thai Folk แสดงความเป็นไทยพื้นบ้าน

Design Graphic 03
Worth เป็นของมีคุณค่า ใช้ในงานประดิษฐ์
ประดอย ต้องการความปราณีต

Graphic

นำชื่อกลุ่ม 'เขาบายศรี'
มาเป็นแนวทางในการออกแบบ

10

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อพัฒนาแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for: Public, Private and Organizational Products)

สำนักงานพัฒนาโครงการแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศิลปศาสตร
น.ศ. จันทบุรี สุวรรณเขต รหัส 47020111 ปีการศึกษา 2564

แผนภาพแสดงการพัฒนาแนวความคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Preliminary Design

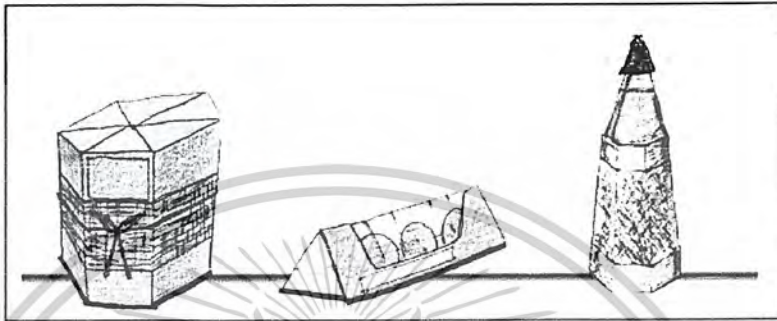


กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

Design Structure 01

Treasure of Chantabouri (ของมีค่าจันทบุรี)

Design Route 02 สถาปัตยกรรมคู่มือ



10

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์จากแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for Small Scale, Community & Agricultural Products)

ออกแบบโดยโครงการแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนครศรีอยุธยา สาขาวิชาศิลปกรรม
นาง พนิดา สุวรรณผล รหัส ๖๖๖๖๖๖ ปีที่ ๑ สาขา ๖๖๖๖

ภาพแสดงแนวทางการออกแบบที่ 1 : ของมีค่าจันทบุรี (สถาปัตยกรรมคู่มือ)

Preliminary Design



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

Design Structure 02

Natural Thai Handicraft (ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ)

สื่อถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านไทยที่มาจากธรรมชาติ

โดยเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านของจันทบุรี



11

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์จากแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for Small Scale, Community & Agricultural Products)

ออกแบบโดยโครงการแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนครศรีอยุธยา สาขาวิชาศิลปกรรม
นาง พนิดา สุวรรณผล รหัส ๖๖๖๖๖๖ ปีที่ ๑ สาขา ๖๖๖๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Preliminary Design

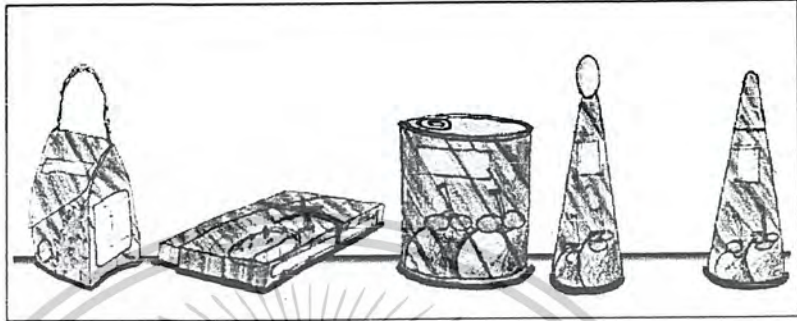
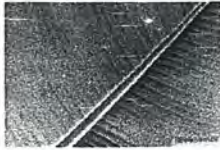


กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

Design Structure 03

Bai Sri (พิธีบายศรี)

Design Route 04 ลวดลาย ใบตอง



13

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และวางผังสินค้ากับยี่ห้อผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for Bai Sri, Chamcha's Agricultural Products)

งานออกแบบใบไม้ใช้ประโยชน์จากลวดลายของธรรมชาติ
และลวดลายของเขาค้อ จังหวัดจันทบุรี
เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อทางการตลาด
และประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี

ภาพแสดงแนวทางการออกแบบที่ 3 : พิธีบายศรี (ลวดลาย ใบตอง)

Preliminary Design

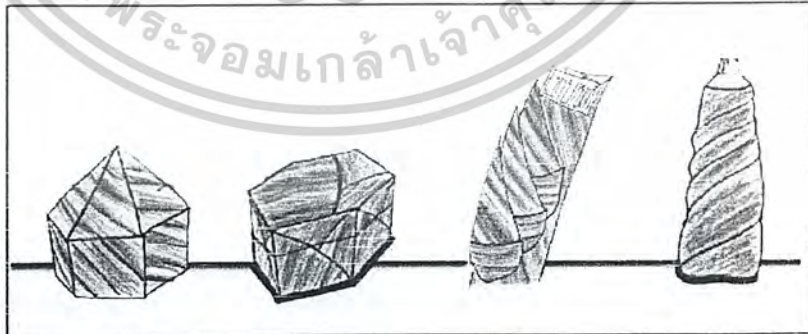


กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

Design Structure 03

Bai Sri (พิธีบายศรี)

Design Route 05 ส่วนประกอบบายศรี



14

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และวางผังสินค้ากับยี่ห้อผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for Bai Sri, Chamcha's Agricultural Products)

งานออกแบบใบไม้ใช้ประโยชน์จากลวดลายของธรรมชาติ
และลวดลายของเขาค้อ จังหวัดจันทบุรี
เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อทางการตลาด
และประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี

ภาพแสดงแนวทางการออกแบบที่ 3 : พิธีบายศรี (ส่วนประกอบบายศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Structure Analysis



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชาบาศรี
จังหวัด จันทบุรี

เงื่อนไขในการเลือก	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4	แบบที่ 5
1. สอดคล้องกับ concept of design	3	2	2	4	4
2. สอดคล้องกับภาพลักษณ์ และ ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์	3	2	4	4	5
3. สอดคล้องกับต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม	3	3	3	3	3
4. สอดคล้องกับกระบวนการผลิตในระบบอุตสาหกรรม	4	3	3	4	4
5. สอดคล้องกับบริบทนิยมของกลุ่มเป้าหมาย	3	2	2	4	4
รวม	16	12	14	19	20

สรุป จากตารางวิเคราะห์ จะเห็นได้ว่าแบบที่ 4 และ 5 ได้คะแนนใกล้เคียงกันตามหัวข้อที่กำหนด จึงนำมาทำ Develop Design ในขั้นตอนต่อไป

15

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ชาบาศรี กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชาบาศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for Ba Bai's Chaabasri & Agricultural Products)

ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.สุพจน์ งามสง่า
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นาย ศุภกร เสงี่ยม อาจารย์ประจำภาควิชาการออกแบบ

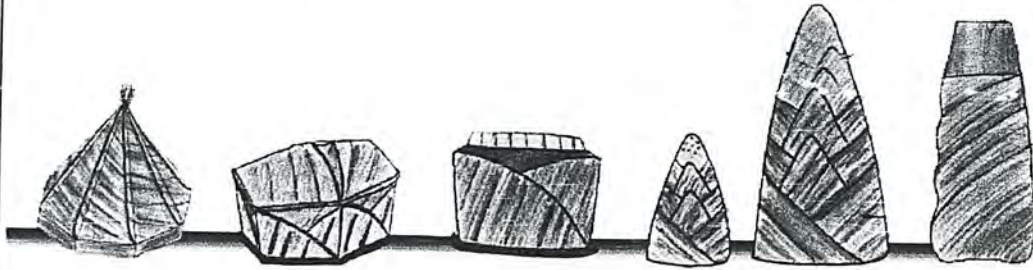
ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบในเบื้องต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี



การท่อนม กระทบหกเหลี่ยม กระทบหกเหลี่ยม การซ้อนทับกัน การพันม้วน

จากการ development ด้านโครงสร้างตาม Design Structure 03 จะได้โครงสร้างอีกหลากหลาย โดยมีลักษณะโครงสร้าง 6 เหลี่ยม และลักษณะของการพัน ม้วน เป็นหลัก

17

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิคสำหรับผลิตภัณฑ์เฉพาะรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for "Ba Sai", Chamber's Agricultural Products)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม
อาคาร ๕ ชั้น ๕๐๐ อาคาร ๕ ชั้น ๕๐๐ ชั้น ๕

Design Development



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

จากลักษณะ โครงสร้างที่มีความหลากหลาย ตามประเภทของบรรจุภัณฑ์ นำมาพัฒนา เพื่อให้แต่ละประเภทบรรจุภัณฑ์มีลักษณะ โครงสร้างร่วมที่เหมือนกัน โดยใช้ลักษณะรูปทรง 6 เหลี่ยมเป็นหลัก เนื่องจากเป็นรูปทรงของกระทงใบตอง และมีความสอดคล้องกับรูปทรงของอัญมณี สินค้ามีชื่อของจันทบุรี



18

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิคสำหรับผลิตภัณฑ์เฉพาะรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for "Ba Sai", Chamber's Agricultural Products)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม
อาคาร ๕ ชั้น ๕๐๐ อาคาร ๕ ชั้น ๕๐๐ ชั้น ๕

ภาพแสดงแนวทางการพัฒนาแบบที่ 3 : พิธีบายศรี (ส่วนประกอบบายศรี)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Refinement



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี



ลักษณะบนฝา



ลักษณะที่ตัวกระปุก



ลักษณะบนฝา



ลักษณะที่ตัวกระปุก

ลักษณะกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์กระปุกพลาสติก
โดยมีบนฝา และที่ตัวกระปุก

26

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิคสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวหอม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for "ข้าวหอม" Rice, Ban Mae Baan Agrarian Community, Chanthaburi)

ผู้อำนวยการโครงการ: ชนมภักดิ์ จันทร์ดี
คณะ: อานันท์ อรรถนรินทร์, อรุณรัตน์ นิลนุกูล, อธิชา นิลนุกูล
นาย: พิชัย สุวรรณผล รหัส: 42020111 ปีการศึกษา: 2554

ภาพแสดงแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์กระปุกพลาสติก

Design Refinement



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี



ขวดพริกไทย



ขวดน้ำ



ลักษณะกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก โดยเป็นฉลากสติ๊กเกอร์

27

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟฟิคสำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวหอม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for "ข้าวหอม" Rice, Ban Mae Baan Agrarian Community, Chanthaburi)

ผู้อำนวยการโครงการ: ชนมภักดิ์ จันทร์ดี
คณะ: อานันท์ อรรถนรินทร์, อรุณรัตน์ นิลนุกูล, อธิชา นิลนุกูล
นาย: พิชัย สุวรรณผล รหัส: 42020111 ปีการศึกษา: 2554

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้จัดทำให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Refinement



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี



ลักษณะกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์กล่องพลาสติก

ลักษณะกราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ

28

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการนำสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลมาประยุกต์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Project of Packaging Design for Durian Ice Cream and Digital Media Application for Women's Farmer Group, Ban Bai Si, Chantaburi Province)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รหัส ๕๖๐๐๑๑๖ ปีการศึกษา ๒๕๖๒

ภาพแสดงแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์กล่องพลาสติก และกล่องกระดาษ

Final Design Solution

กล่องกระดาษ

- ผลไม้กวน
- ผลไม้ทอด
- ของฝากแยมผลไม้
- ของฝากน้ำผลไม้



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี



ของฝากแยมผลไม้



ผลไม้กวน



ผลไม้ทอด



ของฝากน้ำผลไม้

29

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการนำสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลมาประยุกต์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Project of Packaging Design for Durian Ice Cream and Digital Media Application for Women's Farmer Group, Ban Bai Si, Chantaburi Province)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รหัส ๕๖๐๐๑๑๖ ปีการศึกษา ๒๕๖๒

ภาพแสดงแบบในขั้นตอนสุดท้าย กลุ่มบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Final Design Solution

ขวดพลาสติก

- น้ำผลไม้
- พริกไทย



พริกไทย

น้ำผลไม้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ของกลุ่มบ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Project of Graphic Design for "Ba1 30", Chantaburi, Agricultural Products)

ผลิตภัณฑ์ในโครงการออกแบบนี้ ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับ
คณะ สาขาวิชาบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
มหา นทีรา วิทยาเขตจันทบุรี ปีการศึกษา 2562

30

ภาพแสดงแบบในขั้นตอนสุดท้าย กลุ่มบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก

Final Design Solution

กระปุก และกล่องพลาสติก

- กระปุกพลาสติก ข้าวพอง และ ทองม้วน
- กล่องพลาสติก ไอศกรีมผลไม้



ไอศกรีมผลไม้

ข้าวพอง

ทองม้วน

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ของกลุ่มบ้านเกษตรกรเขาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Project of Graphic Design for "Ba1 30", Chantaburi, Agricultural Products)

ผลิตภัณฑ์ในโครงการออกแบบนี้ ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับ
คณะ สาขาวิชาบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
มหา นทีรา วิทยาเขตจันทบุรี ปีการศึกษา 2562

31

ภาพแสดงแบบในขั้นตอนสุดท้าย กลุ่มบรรจุภัณฑ์กล่อง และกระปุกพลาสติก
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Final Design Soluton



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี

กระป๋องมาตรฐาน

- กระป๋องกระดาษ ทอफी ผลไม้ทอดกรอบแบบแห้ง
- กระป๋องโลหะ ผลไม้ในน้ำเชื่อม



32

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกดีไซน์ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for the Agricultural Products)

สมาชิกคณะในทีมประกอบด้วย อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทบุรี
นาย นภัทร สุวรรณยศ รหัส ๕๖๒๐๑๑๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๓

ภาพแสดงแบบในขั้นตอนสุดท้าย กลุ่มบรรจภัณฑ์มาตรฐาน

Final Design Soluton



กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชาบายศรี
จังหวัด จันทบุรี



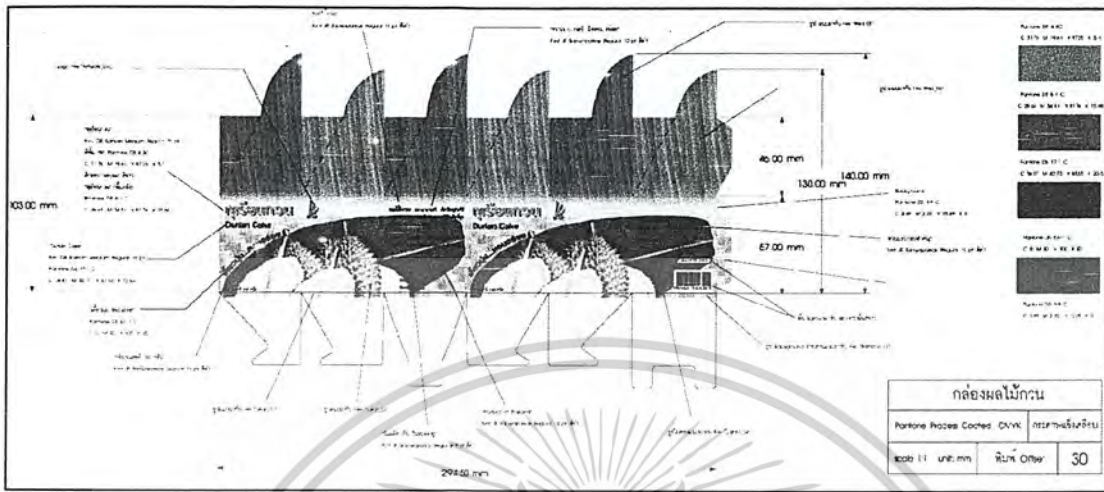
33

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกดีไซน์ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชาบายศรี จังหวัด จันทบุรี
(Packaging and Graphic Design for the Agricultural Products)

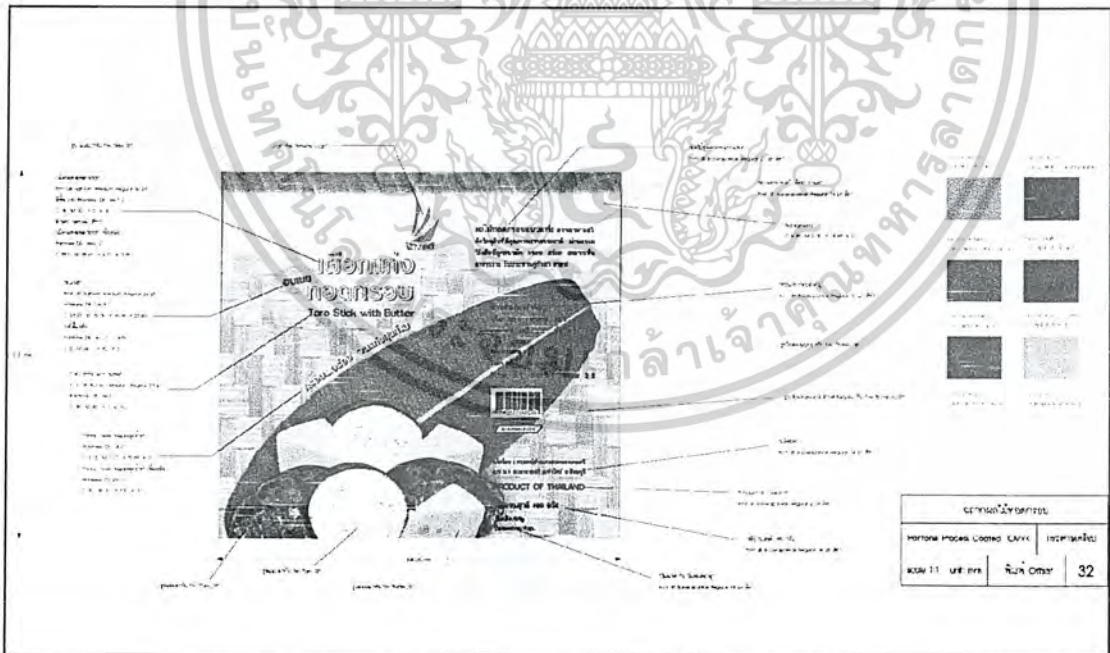
สมาชิกคณะในทีมประกอบด้วย อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทบุรี
นาย นภัทร สุวรรณยศ รหัส ๕๖๒๐๑๑๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๓

ภาพแสดงผลงานออกแบบของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

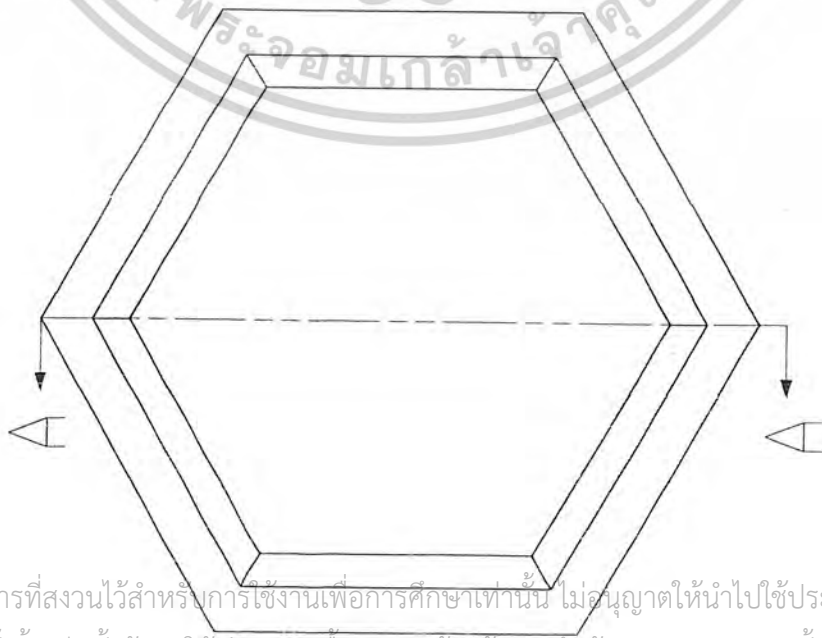
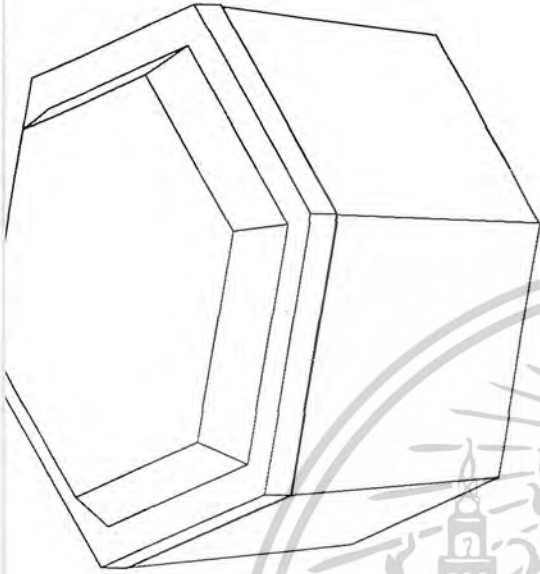


ภาพแสดง Art Work ของกล่องผลไม้กวน ขนาดบรรจุ 150 กรัม



ภาพแสดง Art Work ของฉลากผลไม้ทอดกรอบแบบแท่ง ขนาดบรรจุ 190 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



TOP VIEW

PERSPECTIVE

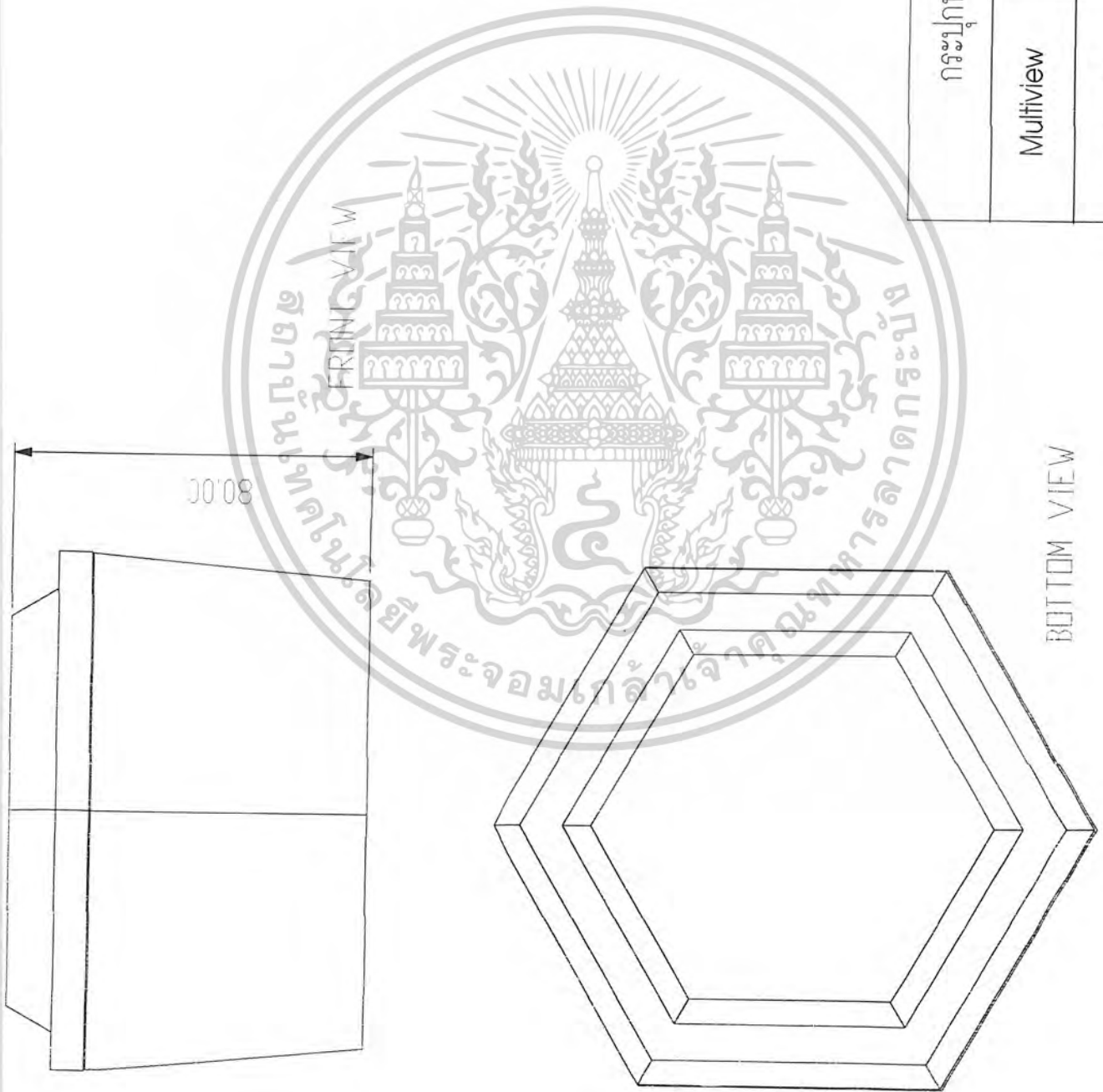
กรรปุกทองม้วน + ้าวพอง	
Multiview	material : ดู่ในสวนแยกกัน
scale 1:1	unit : mm
	01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



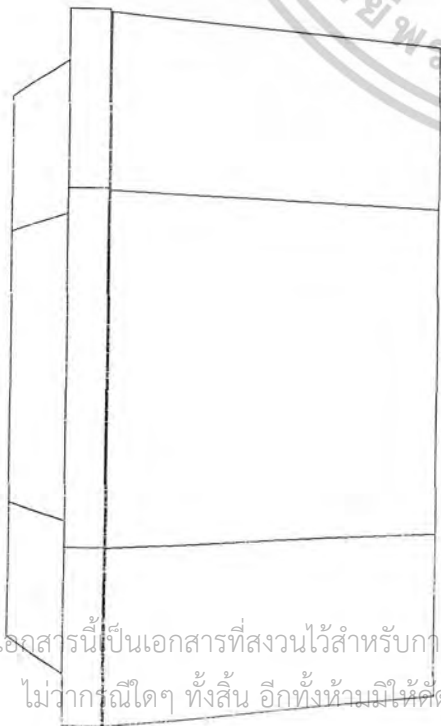
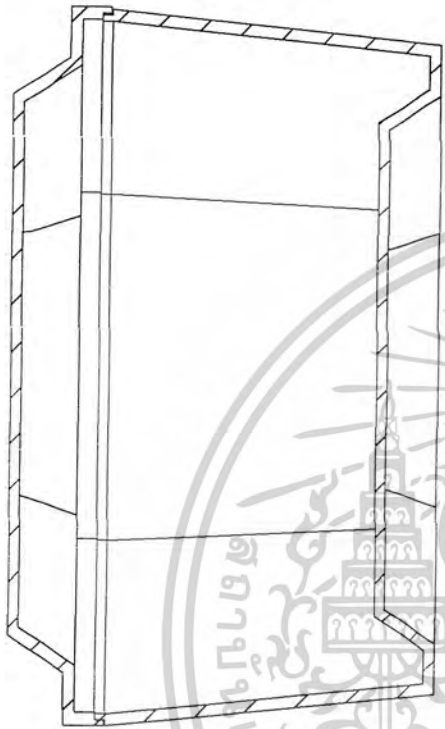
กรรปททงมวณ + ฑาวพทง	
Multiview	material : ทุในสวนแยกกัน
scale 1:1	unit : mm
	02

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กรรปุกทองม้วน + ขั้วพอง	
Multiview	material : ดูนส่วนแยกชิ้น
scale 1:1	unit : mm
	03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



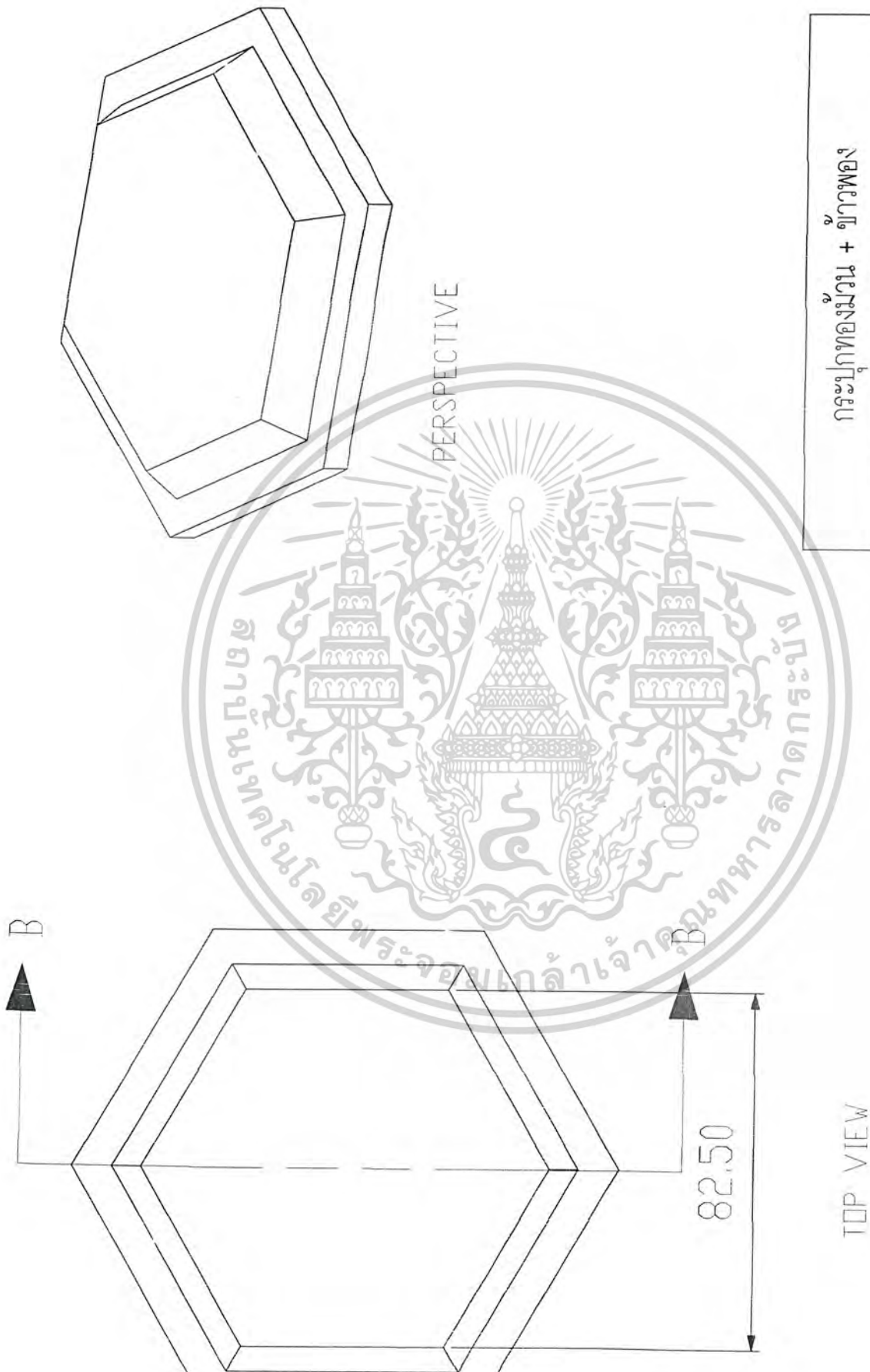
117.50

LEFT SIDE VIEW



กระปุกทองม้วน + ขั้วพอง	
Multiview	material : ดูในส่วนแยกกัน
scale 1:1	unit : mm
	04

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



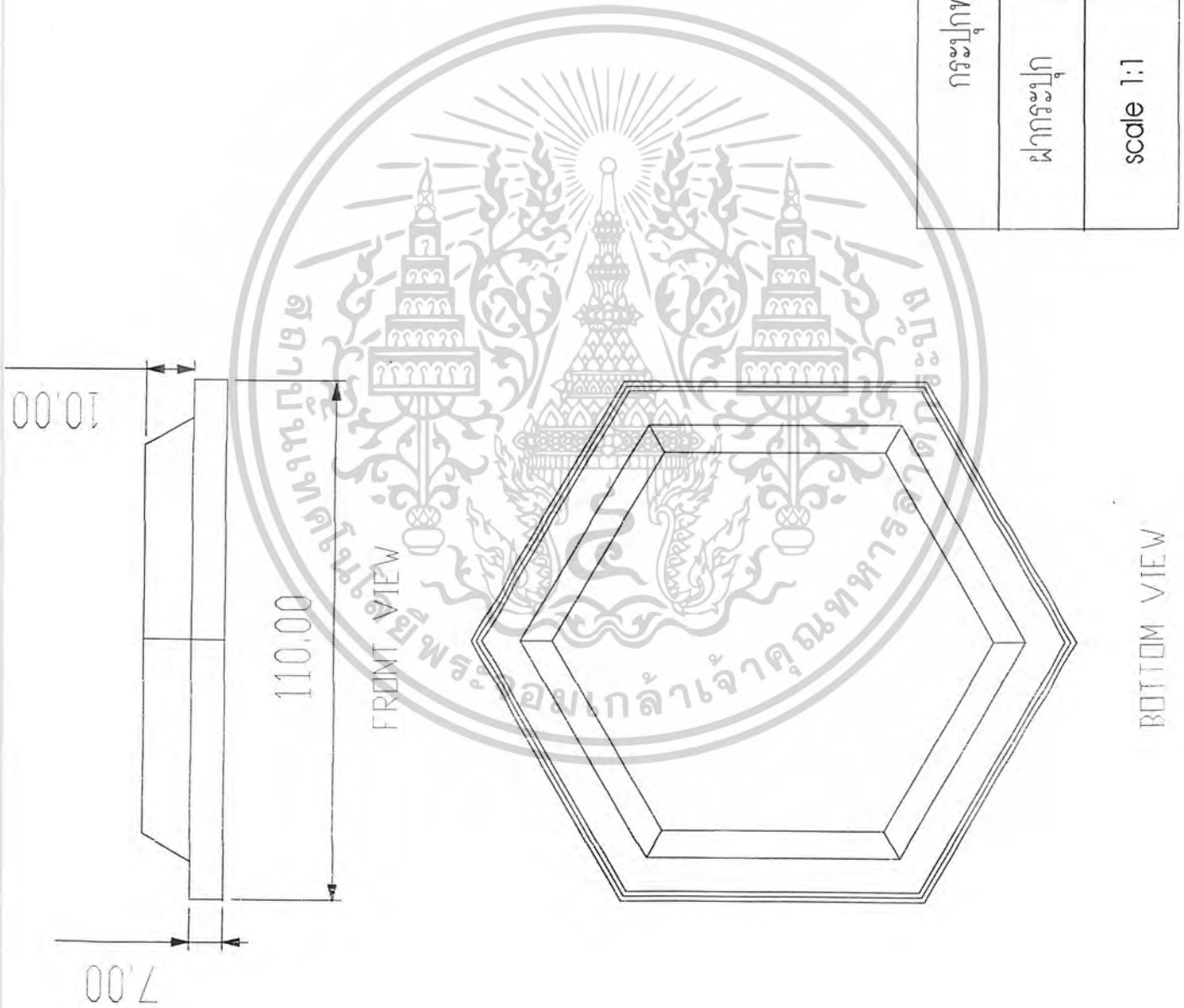
กรรปุกทองม้วน + ขั้วพอง		
ฝากรรปุก	material : PS	
scale 1:1	unit : mm	05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กรรปุกทองม้วน + ขี้าวพอง	
ฝากรรปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	06

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



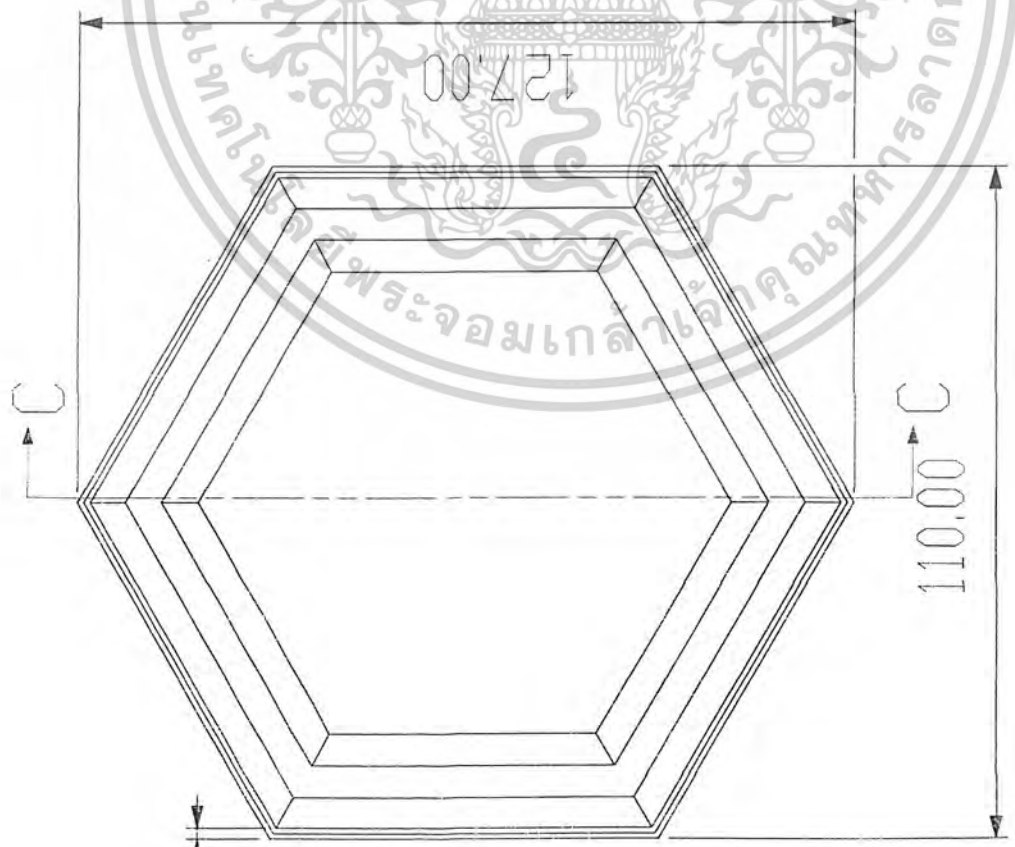
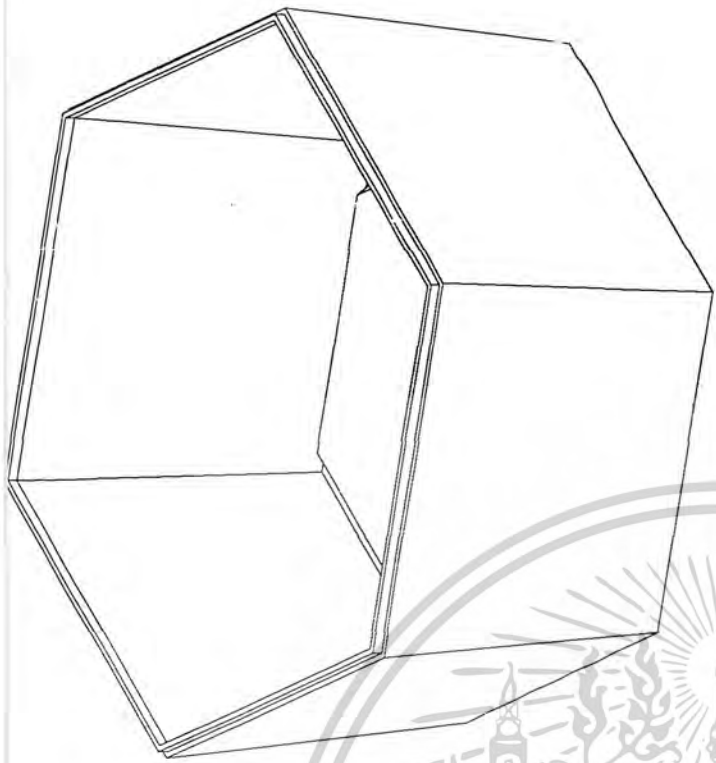
กรรปุกทองม้วน + ขั้วพอง	
ฝากรรปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	07

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กรรปุกทองม้วน + ขั้วพอง	
ฝากระปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	08

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

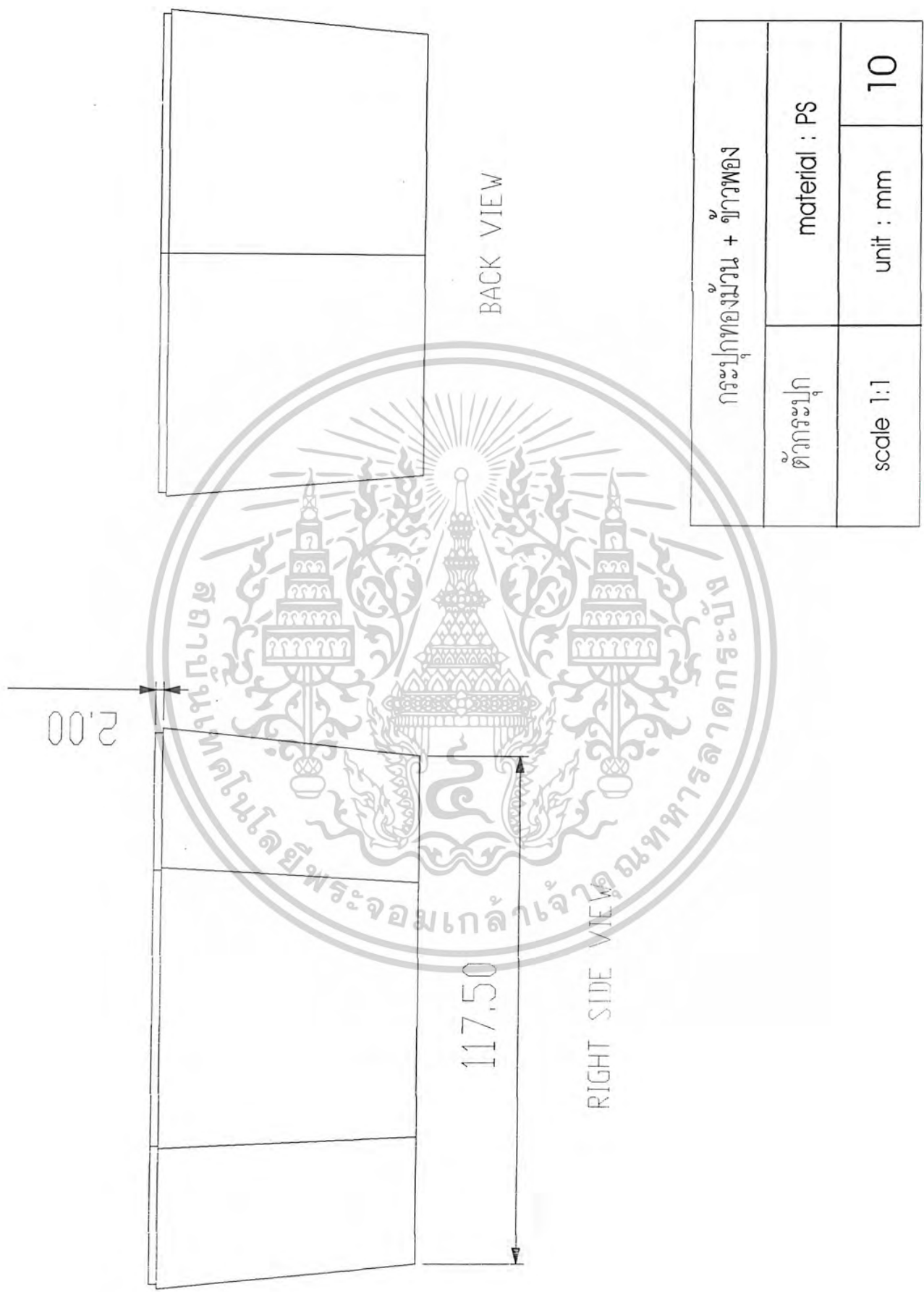


PERSPECTIVE

กรรปุกทองม้วน + ฝาทอง	
ตัวกรรปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	09

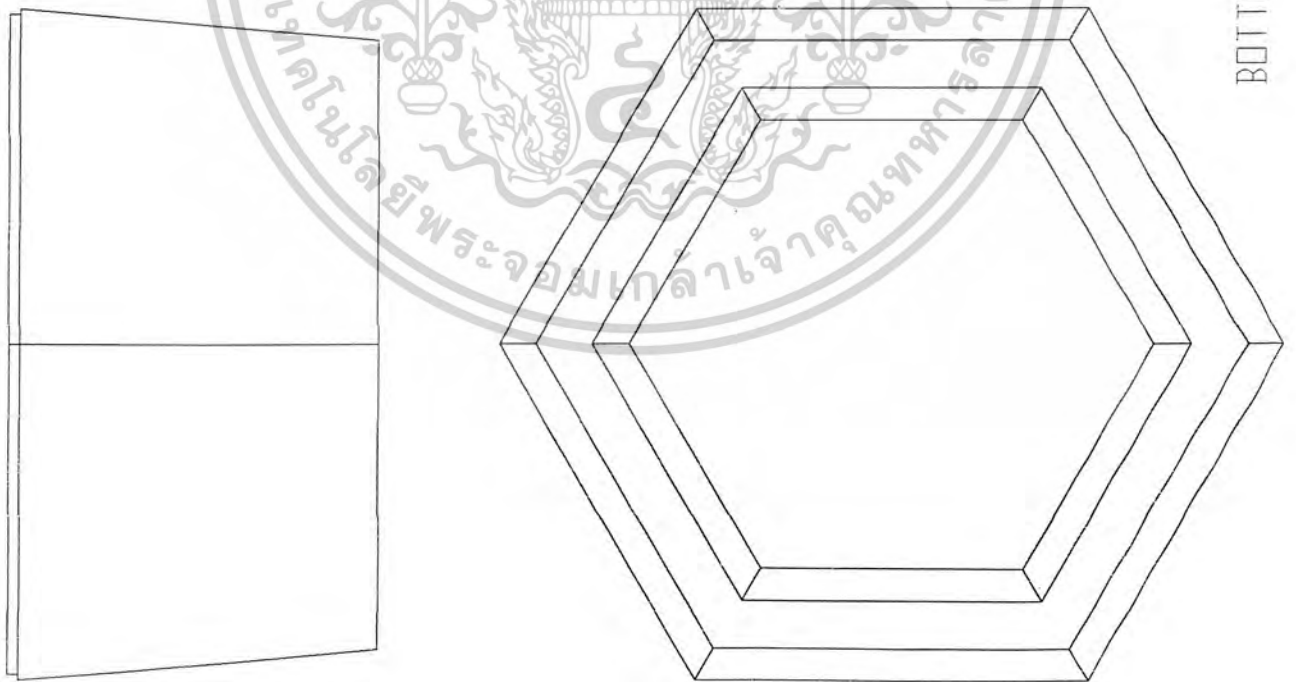
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20



กระปุกทองม้วน + ขี้าวพอง	
ตัวกระปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กรรปุกทองม้วน + ขี้าวพอง	
ตัวกรรปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	11

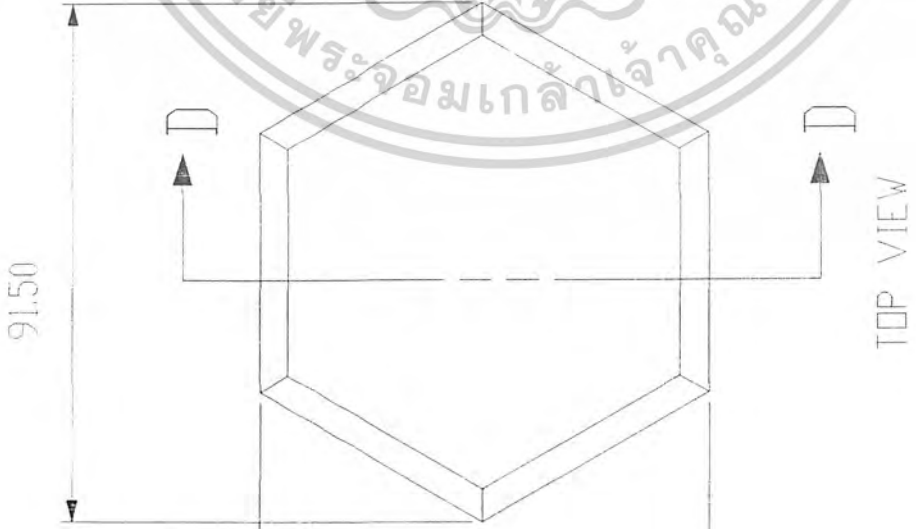
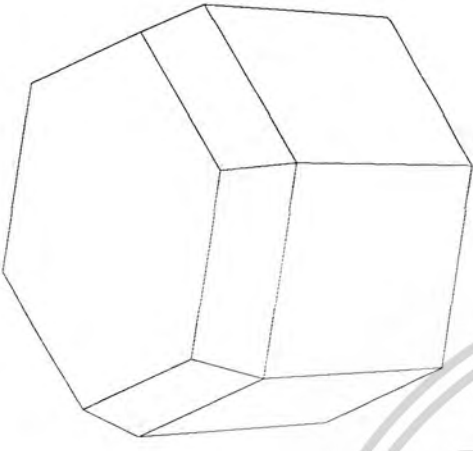
BOTTOM VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กระปุกทองม้วน + ขี้าวพอง	
ตัวกระปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	12

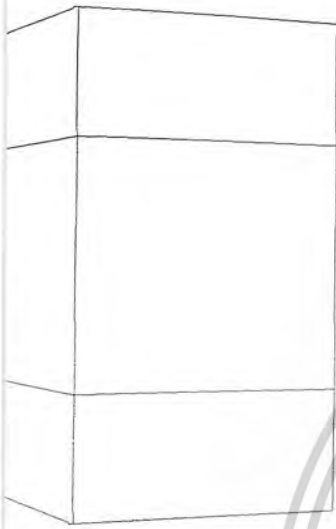
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



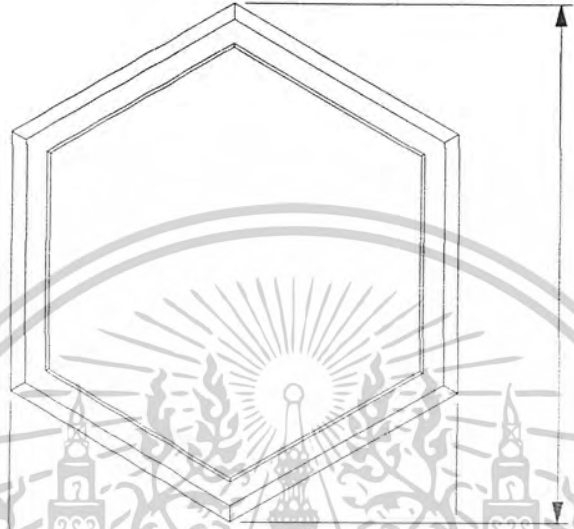
การปฏกแยม	material : ดู่ในสวณแยกทึน	
	unit : mm	13
Multiview	scale 1:1	

เอกสวรนี้เป็นเอกสวรที่สงวนไว้ส่วบการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ออนุญาตให้หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่การณใตๆ ทั้งสิ้น อึกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้ออ้างอิงถึงเจ้าของเอกสวรทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

FRONT VIEW



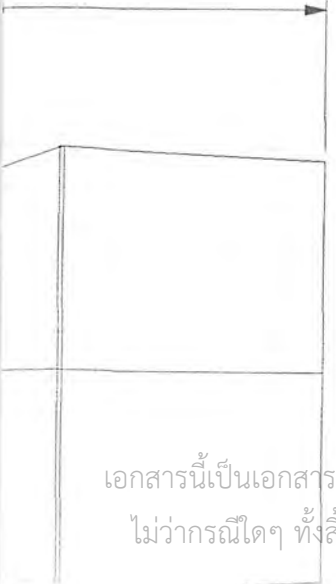
BOTTOM VIEW



91.50

79.50

65.00

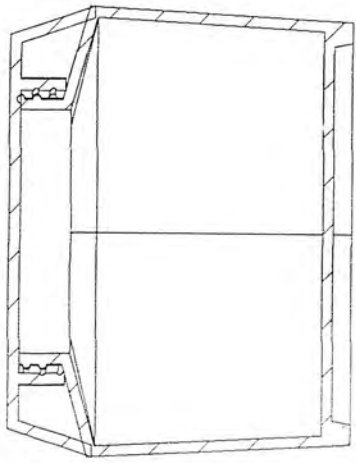


LEFT SIDE VIEW

การระบุแบบ	material : ดูในส่วนแยกกัน	unit : mm	14
	Multiview	scale 1:1	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SECTION D-D

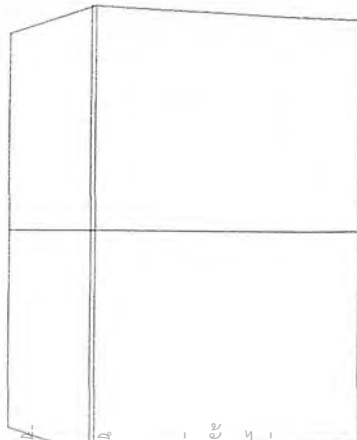
15.00

BACK VIEW



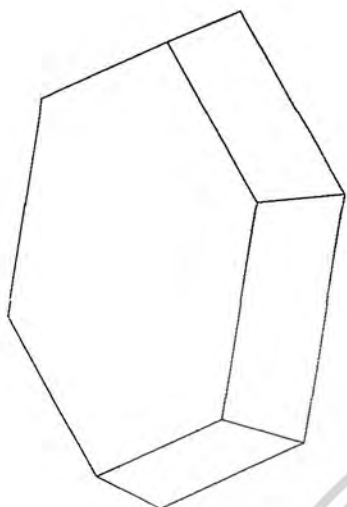
50.00

กระปุกแยม	material : วัสดุส่วนแยกชิ้น	unit : mm	15
Multiview	scale 1:1		



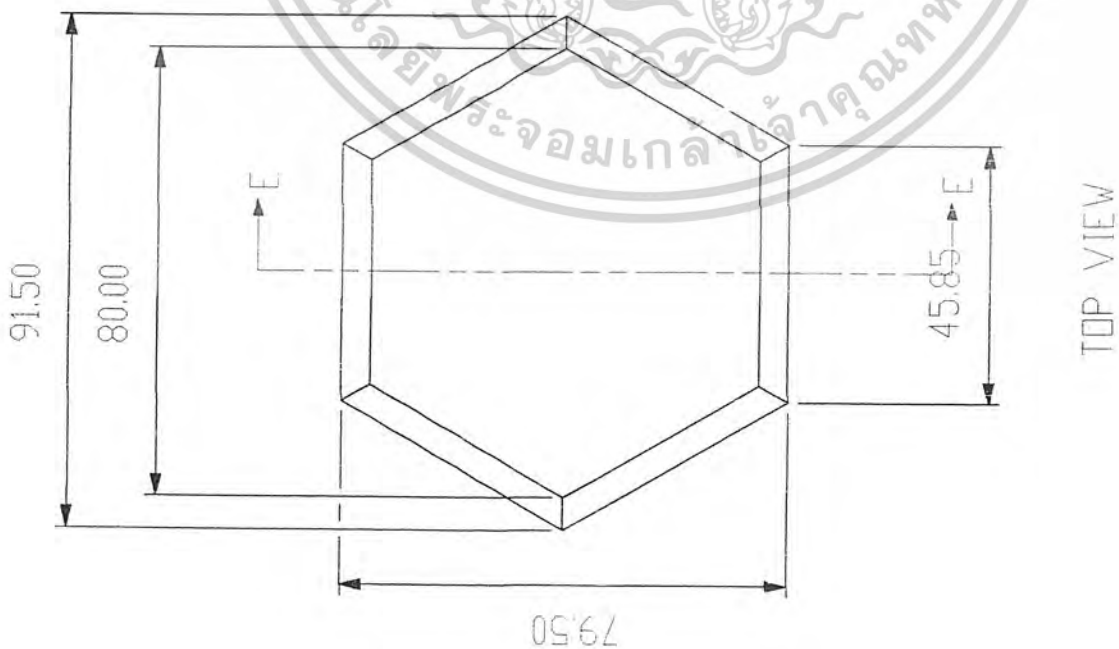
RIGHT SIDE VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PERSPECTIVE

ฝากระป๋อง	กระป๋องแยม	
	material : HDPE	unit : mm
scale 1:1		16



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



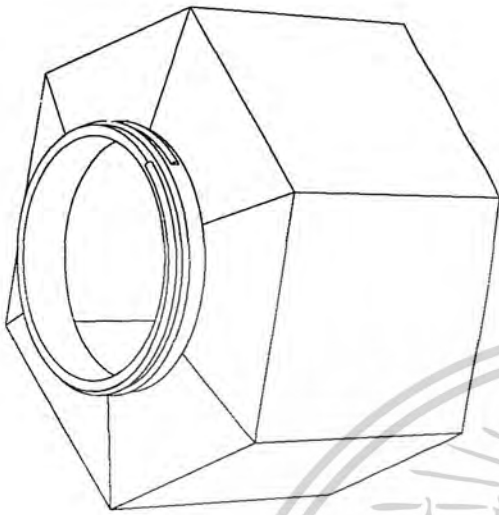
การปลูกแยม		material : HDPE	
ฝากระป๋อง	scale 1:1	unit : mm	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

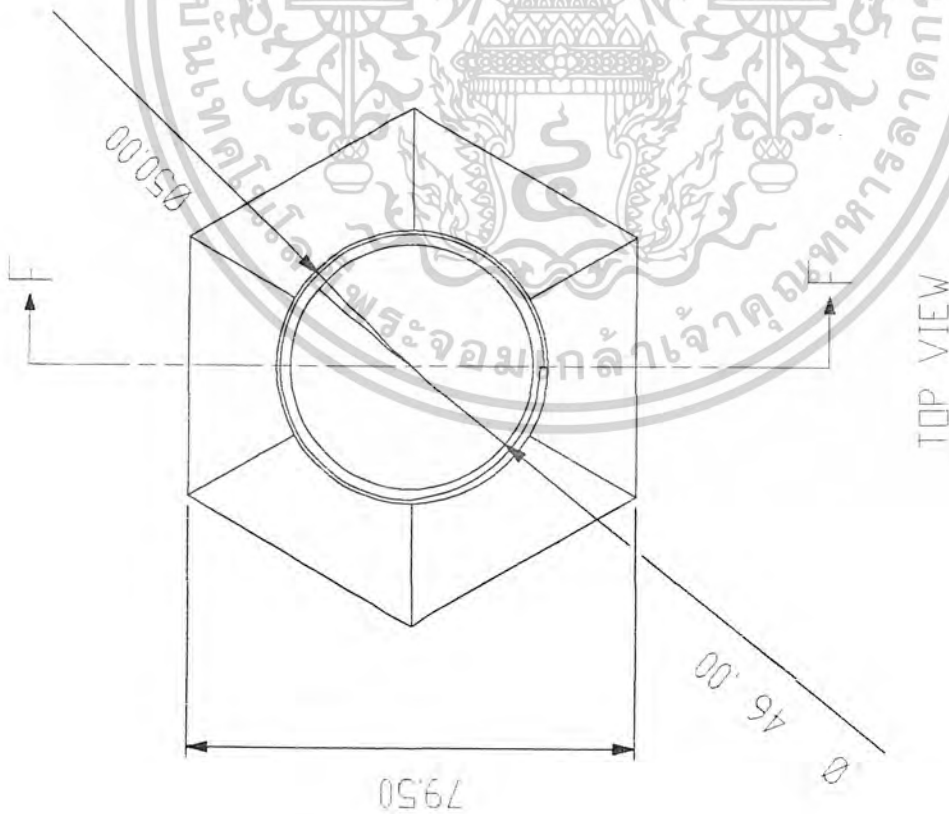


กรงกุ่มแยม		material : HDPE	18
ฝากรงกุ่ม	scale 1:1	unit : mm	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



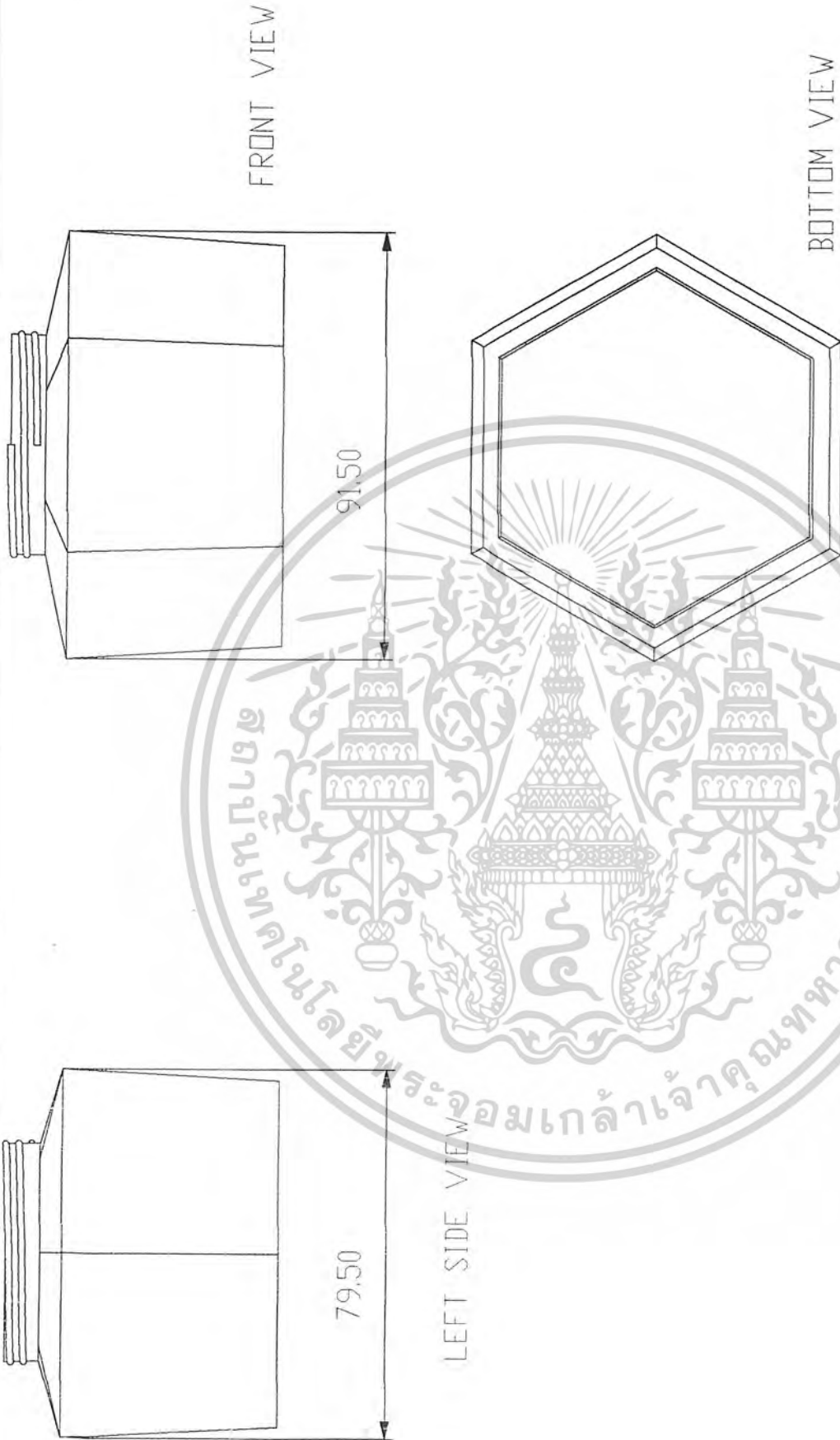
PERSPECTIVE



TOP VIEW

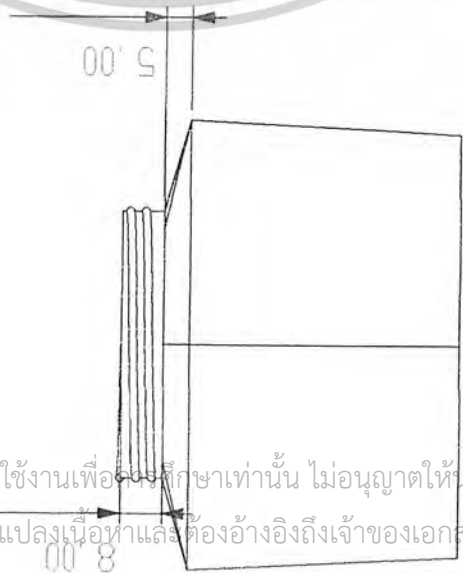
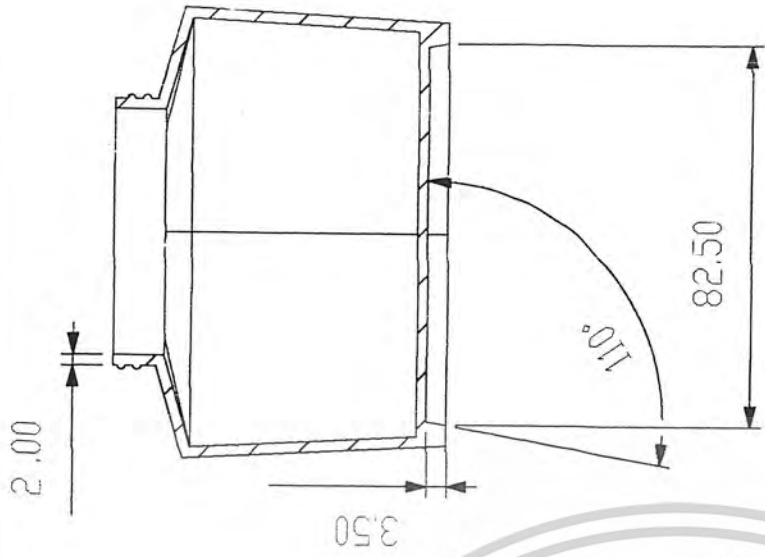
กรรปุกแยม		material : PS	19
ตัวกรรปุก	scale 1:1	unit : mm	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



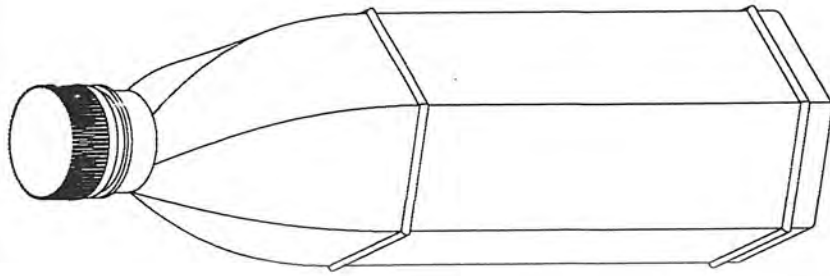
กระปุกแยม	
ตัวกระปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



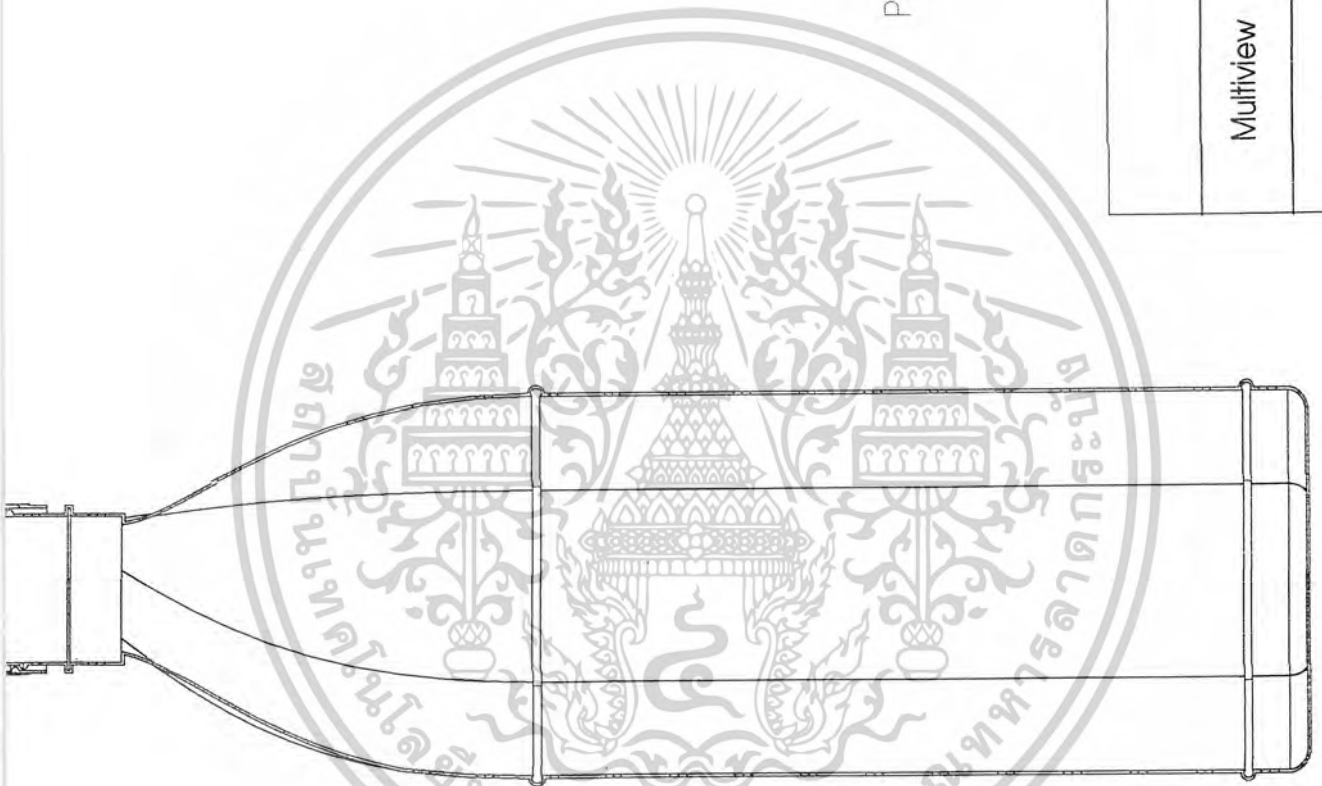
กระปุกแยม	
ตัวกระปุก	material : PS
scale 1:1	unit : mm
	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

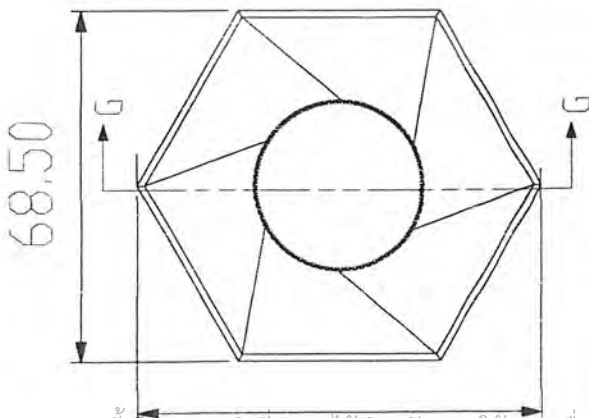


PERSPECTIVE

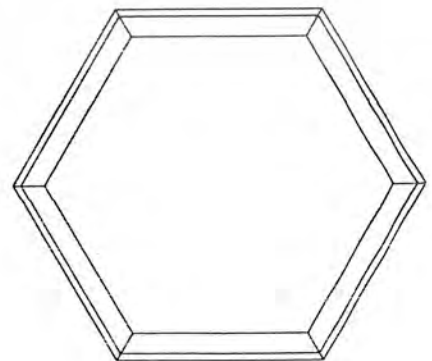
ขวดน้ำ		material : ดูนในส่วนแยกอื่น	unit : mm	22
Multiview	scale 1:1			



SECTION G-G

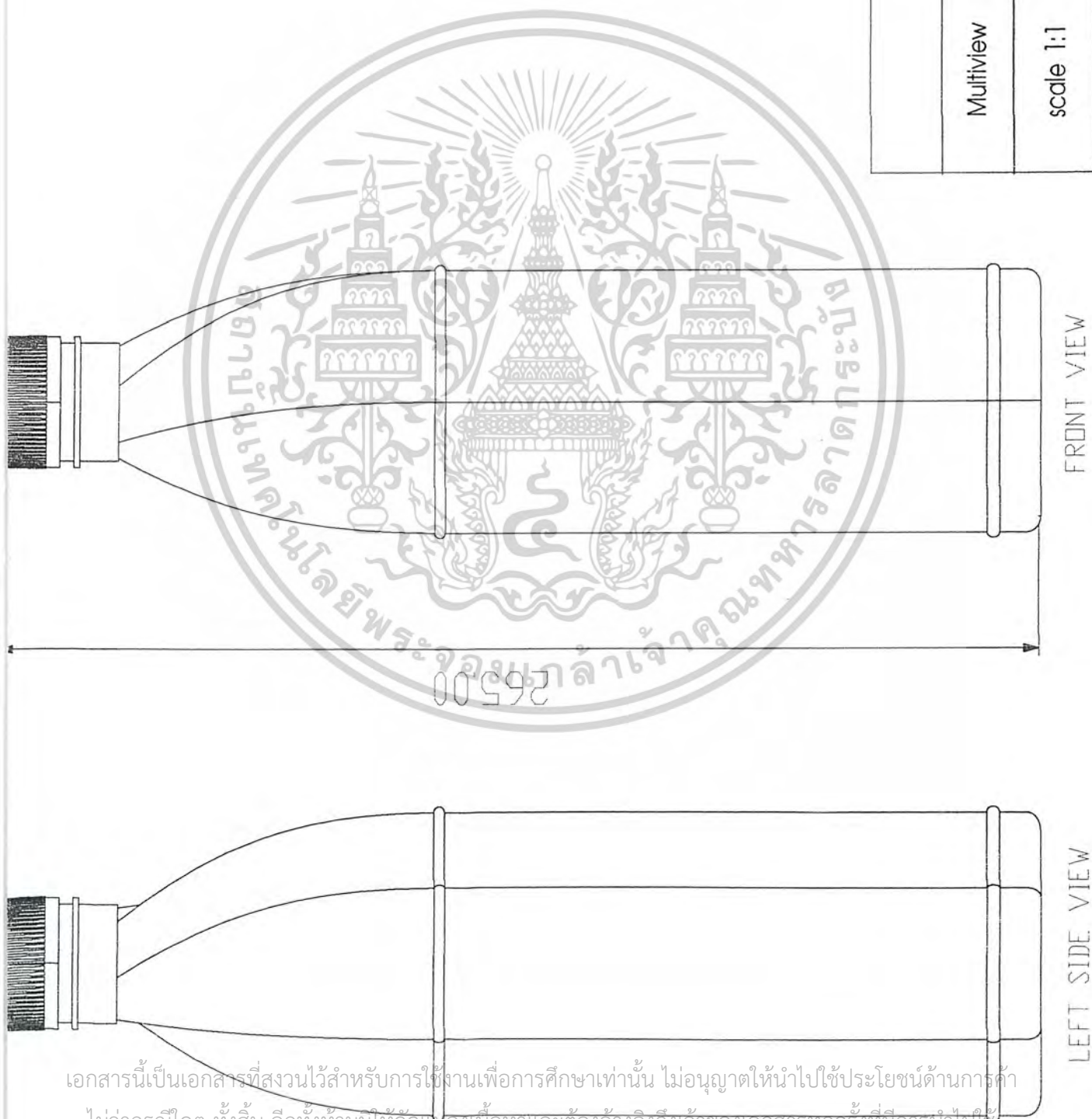


TOP VIEW



BOTTOM VIEW

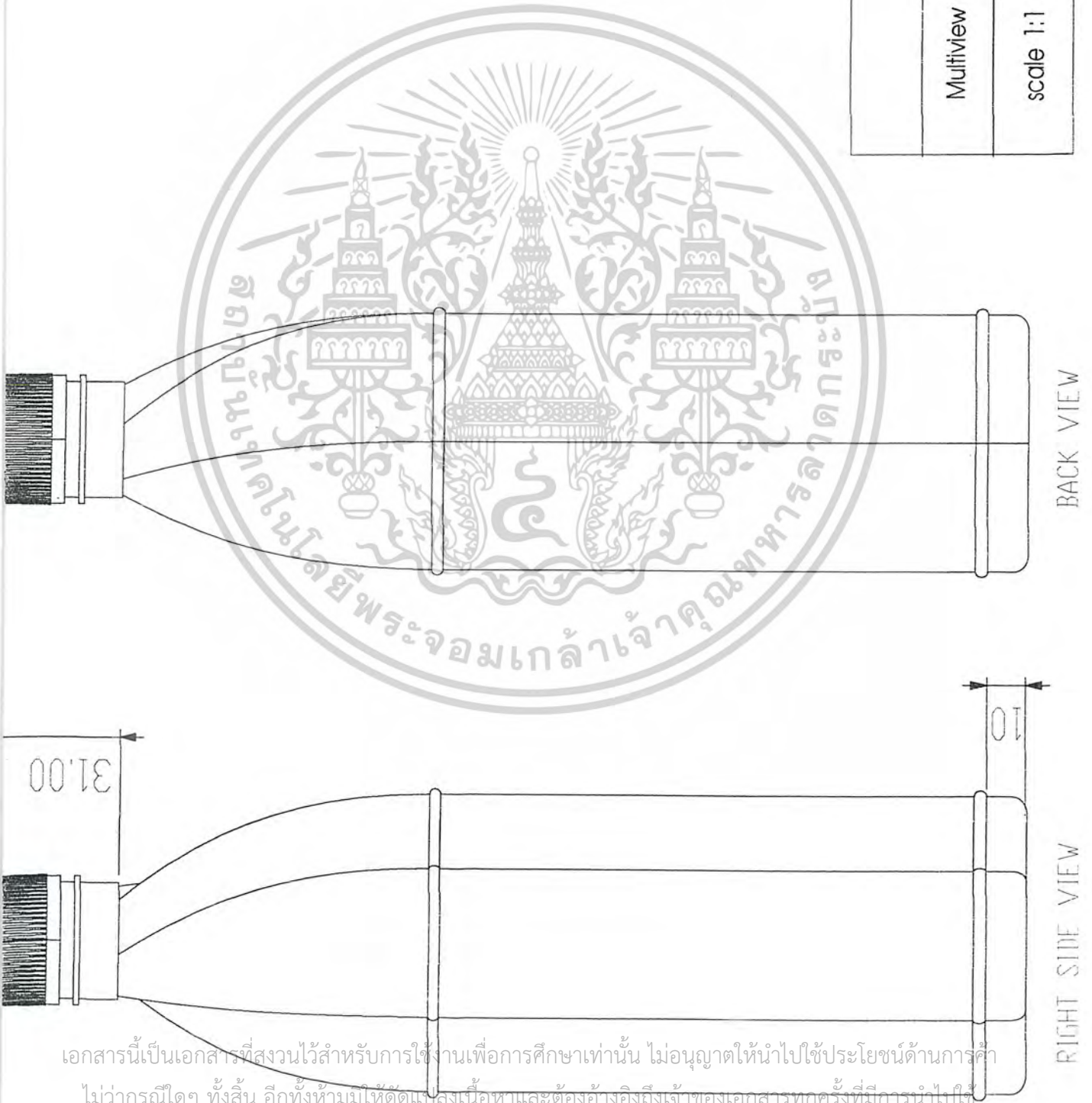
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



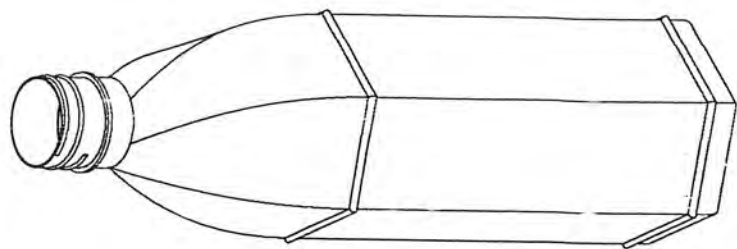
ชวดนำ	
Multiview	material : วัสดุในสวนแยกกัน
scale 1:1	unit : mm
	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชวตนา	
Multiview	material : ดินสอแท่งสีน้ำเงิน
scale 1:1	unit : mm
	24

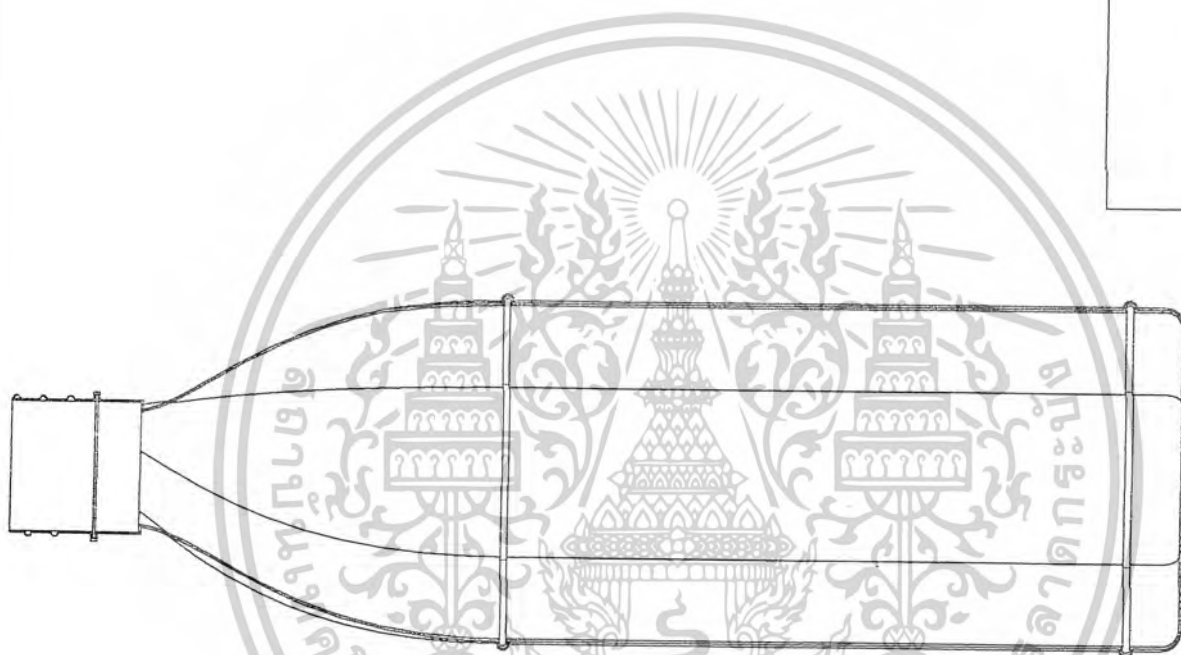


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

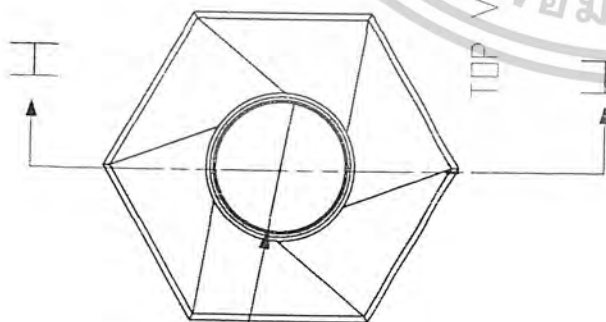


PERSPECTIVE

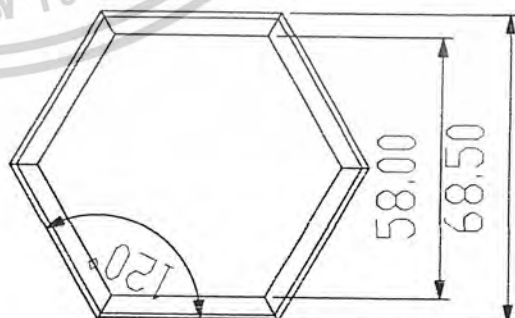
ขวดน้ำ		material : PET	25
Body	scale 1:1	unit : mm	



SECTION H-H



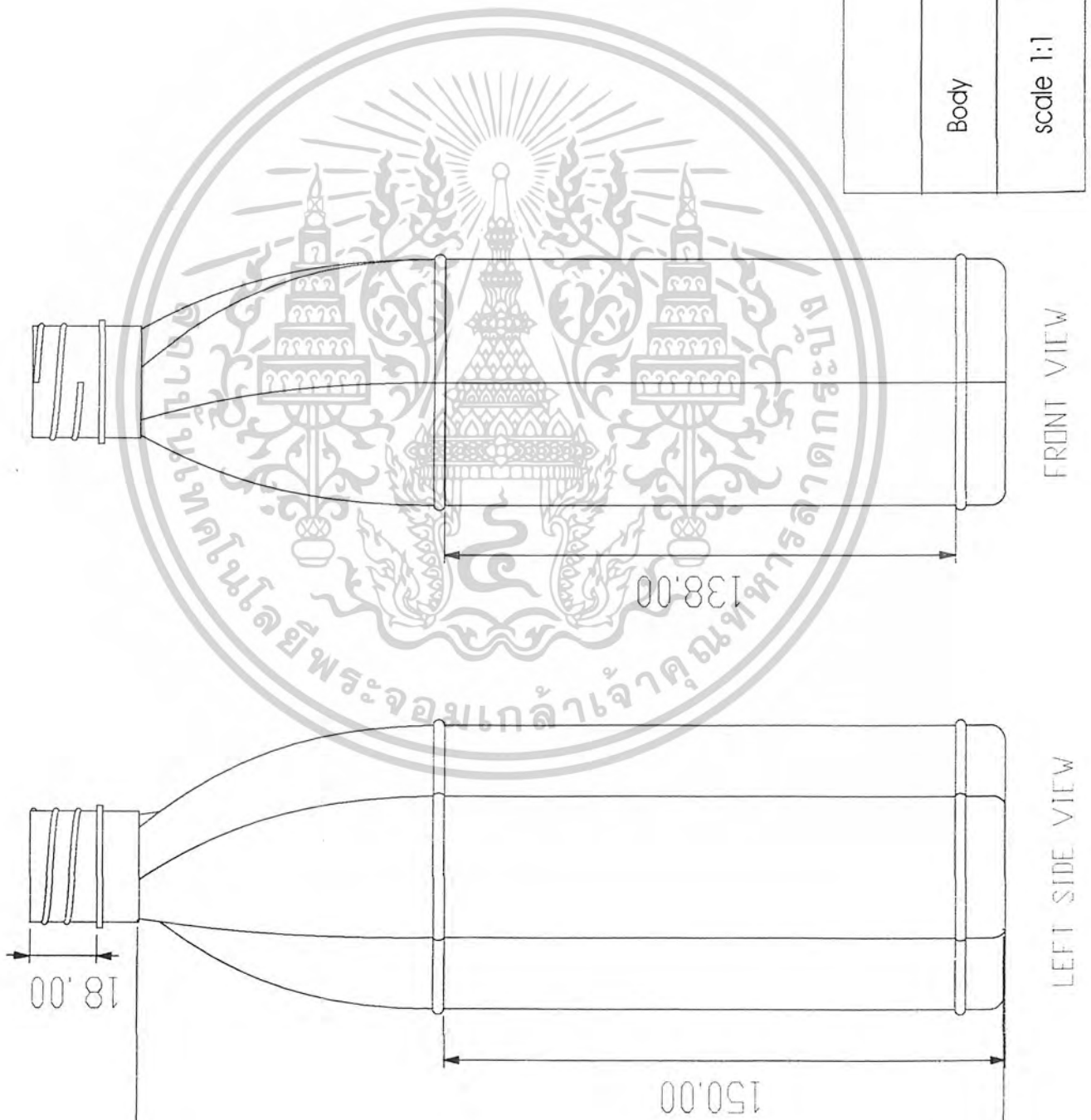
TOP VIEW



BOTTOM VIEW

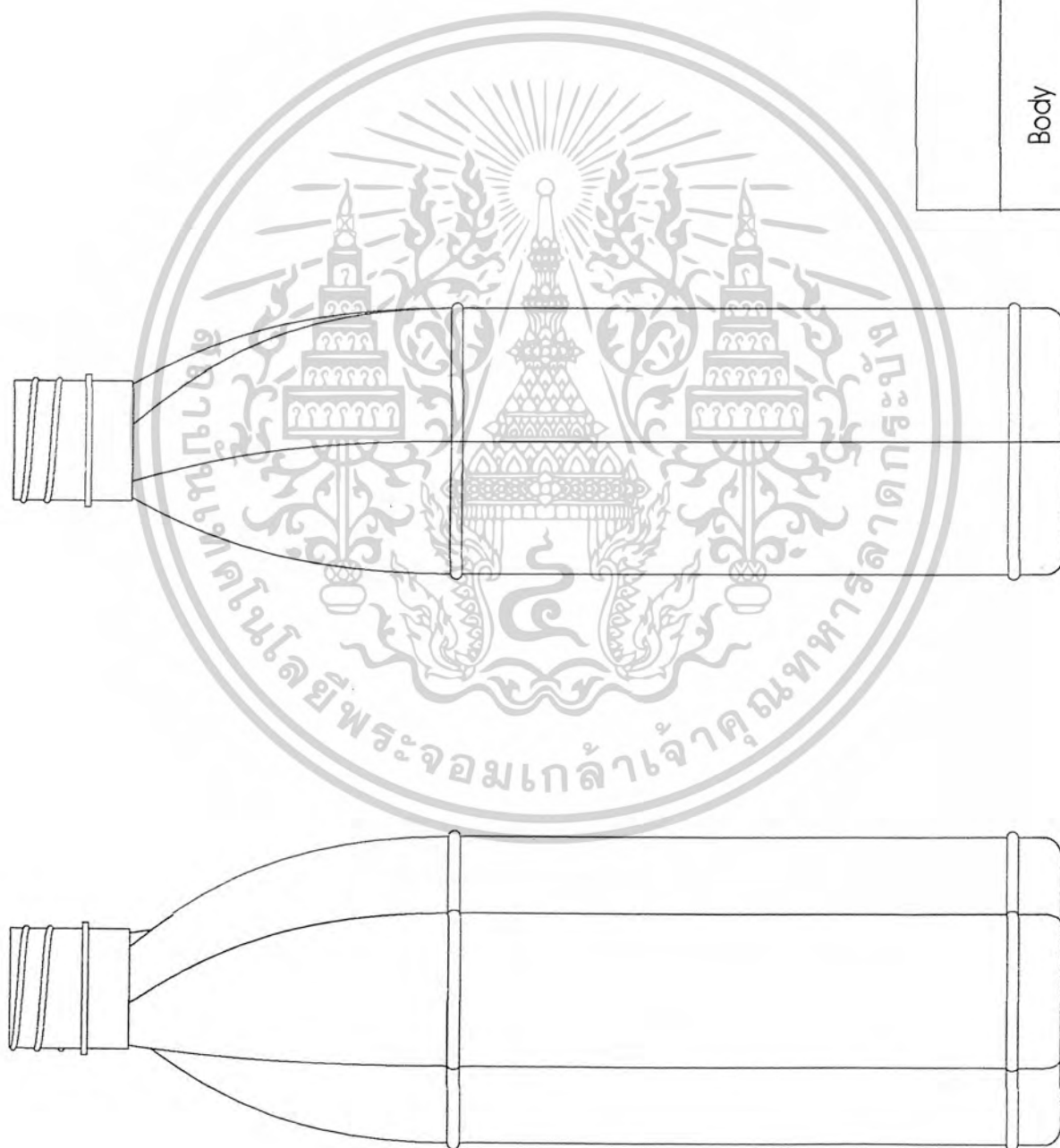
009.80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ขวดน้ำ		
Body	material : PET	
scale 1:1	unit : mm	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

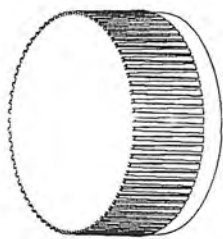


ขวดน้ำ	
Body	material : PET
scale 1:1	unit : mm
	27

BACK VIEW

RIGHT SIDE VIEW

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PERSPECTIVE



BACK VIEW



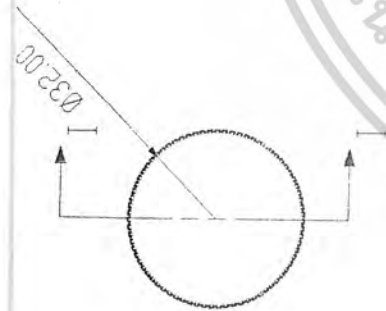
SECTION I-I



RIGHT SIDE VIEW



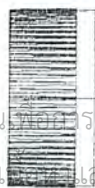
FRONT VIEW



TOP VIEW



BOTTOM VIEW



LEFT SIDE VIEW

ชวดน้ำ		material : HDPE	
Closure	scale 1:1	unit : mm	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

ภาพถ่ายหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดมีดังนี้



รูปแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

ภาพรวมผลไม้กวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพรวมผลไม้ทอดกรอบแบบแผ่น



ภาพรวมผลไม้ทอดกรอบแบบแท่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพรวมแยมผลไม้



ภาพรวมน้ำผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

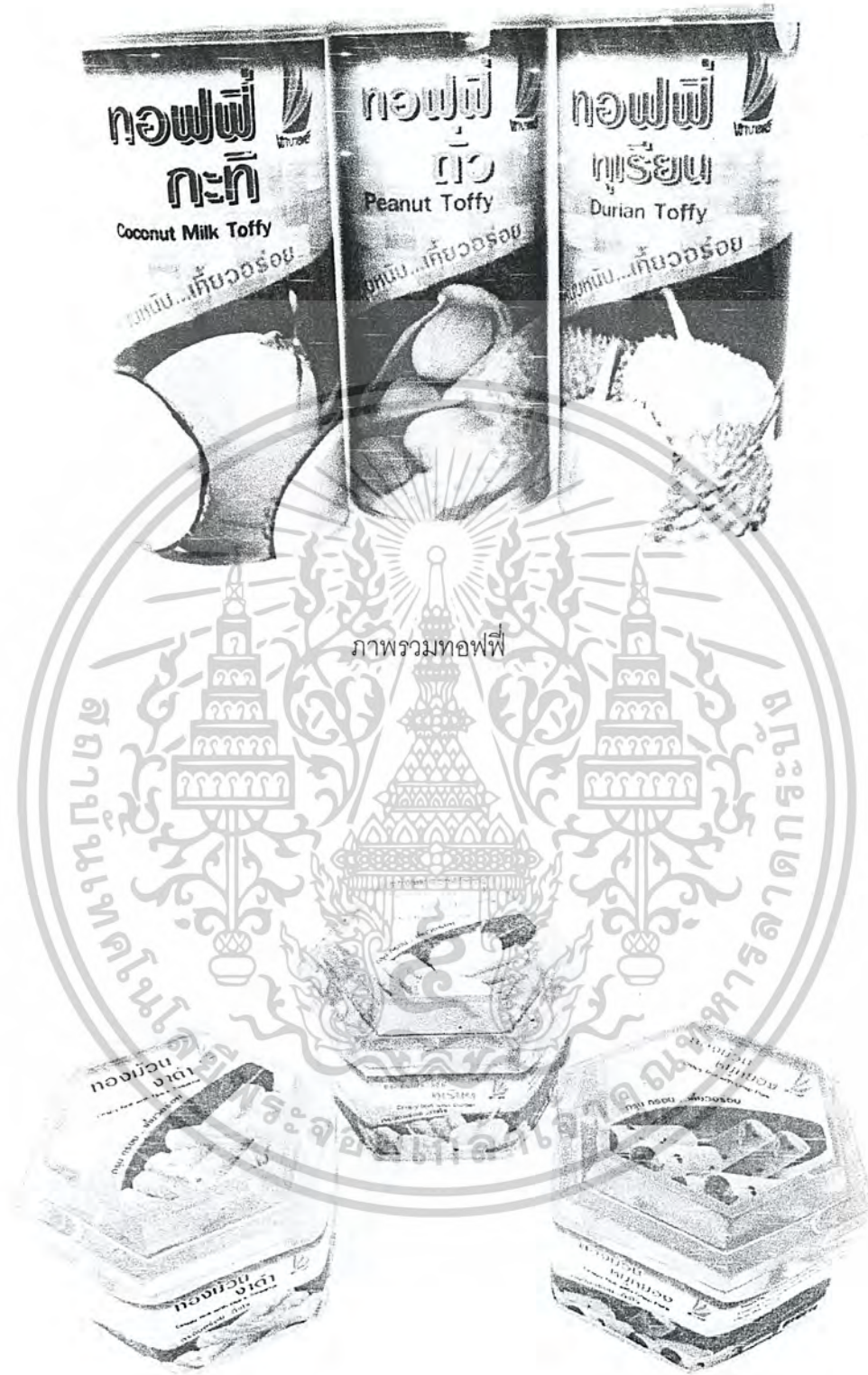


ภาพรวมผลไม้ในน้ำเชื่อม



ภาพรวมไอศกรีมผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพรวมทองม้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพรวมพริกไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพชุดของฝักน้ำผลไม้

ภาพชุดของฝักแยมผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 5 บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการออกแบบและข้อเสนอแนะของนักศึกษา

สรุปผลการออกแบบ

1. บรรจุกฎบัตรที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใหม่ พฤติกรรมการใช้งาน
2. บรรจุกฎบัตรสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิต ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขาบายศรี ได้อย่างเหมาะสม
3. บรรจุกฎบัตรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันตามประเภทของผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงอยู่ภายใต้พื้นฐานของ Corporate Identity เดียวกัน
4. บรรจุกฎบัตรแสดงจุดขายของสินค้าที่ต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน
5. การออกแบบบรรจุกฎบัตรมีการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตจริง ในระบบอุตสาหกรรม รวมถึงความเหมาะสมในด้านต้นทุนการผลิต วัสดุที่เหมาะสม
6. บรรจุกฎบัตรช่วยส่งเสริมภาพพจน์ของสินค้าเกษตรแปรรูปให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
7. บรรจุกฎบัตรช่วยยกระดับสินค้าระดับชาวบ้านให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น
8. ขั้นตอนการออกแบบทั้งหมด ได้ดำเนินไปอย่างมีระบบ ตามแนวทางการศึกษาข้อมูล การวิเคราะห์ และกระบวนการคิดจนได้ผลงานในขั้นสุดท้ายออกมาในที่สุด

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์เป็นการฝึกให้นักศึกษาได้รู้จักคิด การตั้งโจทย์ ค้นคว้าข้อมูล วิเคราะห์ สรุปหาเหตุผลของรูปแบบงานที่มีความเหมาะสมกับข้อมูลที่หามาได้ และรู้จักการทำงานอย่างมีระบบ จะเห็นได้ว่ากว่าจะสำเร็จจนได้ผลงานในขั้นสุดท้ายออกมา ต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ มากมาย ซึ่งเวลาในการทำงานวิทยานิพนธ์นั้นมีจำกัด การจัดแบ่งเวลา เรียงลำดับความสำคัญก่อน หลัง และการมีผู้ช่วยเหลือ คอยสนับสนุนเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้ผลงานในขั้นสุดท้ายออกมาอย่างสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจก็ระยะเวลาในการทำงานที่จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

1. จันทนา เพชรสงคราม, งานใบตอง. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2545.
2. สมัย สุทธิธรรม, สารคดีชุด ถิ่นทองของไทย (จันทบุรี) : สำนักพิมพ์ไอดีเอ็นเอสไตร์, 2541.
3. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.), คู่มือการใช้กระดาษเพื่อการหีบห่อ : อรุณการพิมพ์, 2545
4. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.), คู่มือการใช้โลหะเพื่อการหีบห่อ : ไอดีเอสแควร์, 2546
5. สุชาติ เกาทอง, ศิลปวัฒนธรรม และ ภูมิปัญญาพื้นถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : ไอดีเอ็นเอสไตร์, 2544
6. www.thaitambon.com
7. www.Chantaburi.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

2542 – 2547 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอม

เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2536 – 2541 โรงเรียน สาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายมัธยม)

2529 – 2535 โรงเรียน สาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร (ฝ่ายประถม)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้