

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกขนมไทยภายใต้ตราสินค้า
นพวรรณขนมไทย

(Packaging Design System for Noppawan's Thai Dessert)



จัดทำโดย

นาย ปิติ ตั้งชวลิต รหัส 46020135

มท.
๓๖๑๕๓
๒๕๕๐-๒๕๕๑

เลขหมู่..... 95137
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี 21 พ.ค. 2552

b. 1:033๖๖2
i.....

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2550-2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุมัติผล

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม
ศาสตรบัณฑิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกขนมไทยภายใต้ตราสินค้า
นพวรรณขนมไทย

(Packaging Design System for Noppawan' s Thai Dessert)

ชื่อนักศึกษา นาย ปิติ ตั้งชาลิต

รหัสนักศึกษา 46020135

ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม

คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2550 - 2551

บทคัดย่อ

ขนมไทย เป็นขนมที่มีมาตั้งแต่โบราณกาล เป็นขนมที่มีลักษณะสวยงาม ใช้ความ
ประณีตบรรจงเป็นอย่างมาก มีวิธีการทำที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน รูปลักษณ์ชวน
รับประทาน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประเพณีของชาวไทย ขนมไทยจึง
นับเป็นความภูมิใจของคนไทย หรือถือว่าเป็นสมบัติอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษของเรามอบไว้ให้แก่
ลูกหลาน แต่ในปัจจุบันประเทศไทยรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามาก พบว่าคนไทยมีการ
บริโภคขนมไทยน้อยลงกว่าในอดีต ทั้งนี้เนื่องมาจากคนรุ่นใหม่หันไปบริโภคขนมที่มีลักษณะ
เป็นแบบทางตะวันตกมากขึ้น ประกอบกับความรู้ด้านขนมไทยไม่ได้รับการเผยแพร่อย่าง
ถูกต้อง และสม่ำเสมอ ขนมไทยในปัจจุบันล้วนแล้วแต่ พยายามพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับ
ยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น โดยไม่ได้คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทย
เท่าที่ควร จนทำให้คุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป รวมไปถึงขนม
ไทยโบราณบางชนิดที่หารับประทานได้ยากแล้วในปัจจุบัน เหล่านี้ล้วนแล้วแต่จะทำให้ขนมไทย
นับวันจะยิ่งถูกลืมไปจากการรับรู้ของคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ

นพวรรณขนมไทยจัดว่าเป็นร้านขนมไทยชาววังดั้งเดิม ที่ได้รับการถ่ายทอดสูตร
จากรุ่นสู่รุ่น มีการปรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น รวมทั้งมีแผนที่จะขยายตลาด
ออกไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มากขึ้น โดยจะเปิดเป็นร้านขายขนมไทยครบวงจร ในศูนย์การค้าชั้น
นำ ซึ่งการแข่งขันของตลาดขนมไทยนั้น ถือว่าเป็นตลาดที่ยังไม่แพร่หลายมากนัก ยิ่งถ้าเป็น
ขนมไทยสูตรชาววังด้วยแล้ว ยังไม่มีผู้ผลิตรายใดที่โดดเด่น หรือทำตลาดอย่างจริงจัง ประกอบ
กับนพวรรณขนมไทยมีชื่อเสียงด้านขนมไทยชาววังอยู่แล้วในกลุ่มฐานลูกค้าเดิม แต่สำหรับช่อง
ทางการจัดจำหน่ายใหม่และกลุ่มคนรุ่นใหม่ นั้น จัดว่าเป็นตราสินค้าใหม่ จึงต้องหาเอกลักษณ์
ของร้านเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น และจงใจให้ผู้บริโภคซื้อมากที่สุด อันเป็นสาเหตุสำคัญที่
ต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกขนมไทยภายใต้ตราสินค้า นพวรรณขนมไทย ได้จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อนโยบายทางการตลาดที่ต้องการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ในลักษณะร้านขายขนมไทย ที่สยามพารากอน และต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายจากเดิมที่เป็นวัยกลางคนไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่วัยทำงานด้วย ซึ่งคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์มาก ดังนั้นการสร้างความน่าเชื่อถือ ให้ภาพลักษณ์ของความเป็นขนมไทยในระดับสูง มาตรฐานชาววังแบบร่วมสมัย จึงถูกนำมาสร้างเป็นจุดขายที่แตกต่างจากขนมร้านอื่น ๆ และส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า หันมาบริโภคขนมไทยมากขึ้น กล่าวโดยสรุปเป็นขั้นตอนต่างๆได้ดังนี้

เริ่มจากการสร้างขอบเขตงาน โดยเลือกจากขนมไทยที่ทางร้านนพวรรณสามารถผลิตได้ และนิยมทำกันในวังสมัยก่อนซึ่งหาทานได้ยากแล้วในปัจจุบัน ศึกษาลักษณะทางกายภาพของขนมแต่ละชนิด เพื่อนำมาออกแบบโครงสร้างในเบื้องต้น ศึกษาจากข้อมูลของผู้ผลิต ค้นหาคุณค่าของแบรนด์ คือความเป็นต้นตำรับขนมไทยสูตรชาววัง ศึกษาคู่แข่งเพื่อหาโอกาสในการแข่งขัน สร้างความแตกต่าง และโดดเด่นในท้องตลาดพบว่า ร้านขนมไทยในปัจจุบันล้วนแล้วแต่ พยายามพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น โดยไม่ได้คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยเท่าที่ควร โดยเฉพาะในด้านของขนมไทยที่เป็นสูตรชาววัง ยังไม่มีผู้ผลิตทำตลาดอย่างจริงจัง จากนั้นศึกษาจากพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่โดยการทำการแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบต่อไป

วิธีที่ใช้ในการออกแบบ (โดยออกแบบให้แสดงออกถึงความเป็น Corporate Identity)

1.ด้านโครงสร้าง คำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบโครงสร้าง ดังนี้

1.1 ความต้องการพื้นฐานของขนมแต่ละชนิด วิเคราะห์ตามลักษณะทางกายภาพ

1.2 การใช้งาน โดยรวบรวมผลสรุปที่ได้จากการทำการแบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์

1.3 การสื่อความหมาย ที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของความเป็นชาววัง โดยแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ ความหรูหรา และ ความประณีต นอกจากนี้ยังมีการคำนึงถึงเรื่องประเด็นของต้นทุนในการผลิต โดยออกแบบให้บางโครงสร้างสามารถใช้ร่วมกันได้ เพื่อประหยัดต้นทุน

2.ด้านกราฟฟิก คำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบกราฟฟิก ดังนี้

2.1 เรื่องราวประวัติความเป็นมา รวมทั้งความหมายของขนมแต่ละชนิด ที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และข้อมูลพื้นฐานอื่นๆที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์

2.2 การสื่อความหมาย ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของความเป็นชาววังของสินค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ ความหรูหรา และ ความประณีต นอกจากนี้ยังมีการคำนึงถึงเรื่องของประเด็นต้นทุนในการผลิต โดยออกแบบให้ใช้ระบบการพิมพ์แบบสีเดียว

หรือใช้เพียงแค่สองสี เนื่องจากตัวสินค้าเองมีส่วนช่วยในด้านความสวยงามของสีสีนอยู่แล้ว



บริษัท นพวรรณชนมไทย จำกัด

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอสับสนุนโครงการ

เรียน คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

เนื่องจาก นาย ปิติ ตั้งชวลิต นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ทำการเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง “โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิคชนมไทยภายใต้ตราสินค้า นพวรรณชนมไทย” เพื่อศึกษาสำหรับปริญญานิพนธ์ตามหลักสูตรของภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

ข้าพเจ้า นาง นพวรรณ จงสุขสันติกุล ในฐานะกรรมการผู้จัดการ ของร้านนพวรรณชนมไทย มีความยินดีที่จะให้การสนับสนุนด้านข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อโครงการอย่างเต็มที่

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางนพวรรณ จงสุขสันติกุล)

กรรมการผู้จัดการ ร้านนพวรรณชนมไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

ในสังคมปัจจุบัน พฤติกรรมในการบริโภคของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปมาก จากอดีตที่เป็นการบริโภคอาหารเพื่อความอยู่รอดหรือเพื่อประทังชีวิตเปลี่ยนไปเป็นการบริโภคตามความชอบของแต่ละบุคคล ตามกำลังทรัพย์ตามฐานะ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมีอาหารให้เลือกมากขึ้น อุตสาหกรรมอาหารของประเทศในปัจจุบันมีการขยายตัวเพื่อผลิตอาหารตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ขนมไทย เป็นขนมที่มีมาตั้งแต่โบราณกาล เป็นขนมที่มีลักษณะสวยงาม ใช้ความประณีตบรรจงเป็นอย่างมาก มีวิธีการทำที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน รูปลักษณ์ชวนรับประทาน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประเพณีของชาวไทย ขนมไทยจึงนับเป็นความภูมิใจของคนไทย หรือถือว่าเป็นสมบัติอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษของเรามอบไว้ให้แก่ลูกหลาน แต่ในปัจจุบันประเทศไทยรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามาก พบว่าคนไทยมีการบริโภคขนมไทยน้อยลงกว่าในอดีต ทั้งนี้เนื่องมาจากคนรุ่นใหม่หันไปบริโภคขนมที่มีลักษณะเป็นแบบทางตะวันตกมากขึ้น ประกอบกับความรู้ด้านขนมไทยไม่ได้รับการเผยแพร่อย่างถูกต้อง และสม่ำเสมอ ขนมไทยในปัจจุบันล้วนแล้วแต่พยายามพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น โดยไม่ได้คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยเท่าที่ควร จนทำให้คุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป รวมไปถึงขนมไทยโบราณบางชนิดที่หารับประทานได้ยากแล้วในปัจจุบัน เหล่านี้ล้วนแต่จะทำให้ขนมไทยนับวันจะยิ่งถูกลืมไปจากการรับรู้ของคนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ

ในปัจจุบันจากสภาวะของตลาดขนมไทยที่มีผู้ผลิตเข้ามามีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น และต่างก็พัฒนาสินค้าของตนให้มีความโดดเด่นเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ในการเปลี่ยนแปลงหรือการนำเสนอในรูปแบบใหม่ๆของบรรจภัณฑ์มาใช้ จึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความประทับใจต่อผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่ชัดเจนที่สุด ณ จุดขาย จึงมีผลอย่างมากในการตัดสินใจที่เฉียบพลันช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง มาก ดังนั้นการสร้างที่น่าเชื่อถือ ให้ภาพลักษณ์ของความ เป็นขนมไทยในระดับสูง มาตรฐานชาววังแบบร่วมสมัย จึงถูกนำมาสร้างเป็นจุดขายที่แตกต่างจากขนมร้านอื่นๆ และส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่า หันมาบริโภคขนมไทยมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณพระเจ้าสำหรับการทรงนำตลอดการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ที่ช่วยให้การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เดินทางมาถึงฝั่งฝัน พร้อมกับประสบการณ์และการเรียนรู้มากมายที่ช่วยให้ชีวิตเติบโตขึ้นในทุกๆวัน

ขอบคุณป้า มี สำหรับความรักความอบอุ่น กำลังใจที่มีให้เสมอมา ความช่วยเหลือทั้งร่างกายแรงใจ รวมถึงทุนทรัพย์

ขอบคุณโย น้องชายที่น่ารัก ที่เดินทางกลับมาจากขอนแก่นเพื่อช่วยเหลือเสมอ

ขอบคุณพี่น้องอนุชนคริสตจักรมัทธิวกะสันทุกคน ที่มารวมพลช่วยทำโมเดล ซาบซึ่งใจเป็นอย่างมาก และพี่น้องในคริสตจักรมัทธิวกะสันที่คอยถามไถ่ อธิษฐานเมื่ออยู่ตลอดเวลา

ขอบคุณอาจารย์พิมพ์ปราโมทย์ อุไรรงค์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่สละเวลาคอยดูแลเอาใจใส่ ให้ความช่วยเหลืออย่างดีตลอดมา รวมถึงอาจารย์ทุกๆท่าน สำหรับความรู้ คำสอนต่างๆ ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา

ขอบคุณอาจารย์นพวรรณ เจ้าของร้าน ที่เอื้อเฟื้อทั้งข้อมูลรวมถึงขนมไทยที่สวยงาม และการช่วยเหลือในทุกๆด้าน

ขอบคุณเบงค์(ม.รังสิต) เพื่อนใจดี ที่มาช่วยพ่นสีทันเวลาเสมอ

ขอบคุณหมิงกับกิ้ง สำหรับน้ำใจงามๆ ช่วยให้ดรออิงเสร็จสมบูรณ์ได้

ขอบคุณกิฟอ้วน ที่มักจำวันส่งงานผิดเร็วกว่ากำหนด คอยกระตุ้นได้เป็นอย่างดี

ขอบคุณวาทีนี่ และพี่ชายสำหรับการช่วยเหลือทั้งในเรื่องงานและความบันเทิง

ขอบคุณเพื่อนต้น เฟื่อง เอ็ม ที่ร่วมต่อสู้ล้มลุกคลุกคลานด้วยกันมา ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอบคุณเพื่อนๆสอ.5 ทุกคนที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขด้วยกันมาตลอด 5 ปี

คนรอบข้างที่ไม่ได้กล่าวถึงที่มีส่วนช่วย และส่งกำลังใจอีกมากมาย

ขอบคุณทุกคนมากๆ จะไม่มีวันลืมสิ่งดีๆเหล่านี้เลย

ปิติ ตั้งชวลิต

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หน้า

อนุมัติผล

บทคัดย่อ

จดหมายรับรองโครงการ

คำนำ กิตติกรรมประกาศ

บทที่ 1 บทนำ

บทนำ	1
ความเป็นไปได้ของโครงการ	2
ข้อกำหนดในการเลือกขนมไทยสูตรโบราณในการทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์	3
ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ	5
แนวทางการศึกษาวิจัย	19
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	20

บทที่ 2 การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์	
2.1.1 ประวัติความเป็นมาของขนมไทย	21
2.1.2 ความแตกต่างระหว่างขนมไทยชาววังกับขนมไทยทั่วไป	25
2.1.3 วิถีชีวิตของชาววัง	28
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต	
2.2.1 ประวัติความเป็นมาของร้านนพวรรณขนมไทย	34
2.2.2 นโยบายทางการตลาดของร้านนพวรรณขนมไทย	35
2.2.3 รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของโครงการที่จำหน่ายในปัจจุบัน	38
2.2.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ	39
2.3 ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์	39
2.4 ข้อมูลทางการตลาดของขนมไทย ร้านนพวรรณขนมไทย	
2.4.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด	45
2.4.2 ลักษณะผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย	46
2.4.3 ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	47
2.4.4 วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลทางการตลาดที่มีผลต่อการออกแบบ	49
2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง	
2.5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในท้องตลาด	52
2.5.2 วิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์คู่แข่งด้านบรรจุภัณฑ์	53
2.5.3 การวางตำแหน่งสินค้าของร้านนพวรรณขนมไทย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4	วิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูลด้านคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ	69
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	
2.6.1	ลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	71
2.6.2	วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	73
2.6.3	ลักษณะการใช้งานบรรจุภัณฑ์หลังการซื้อ	74
2.6.4	วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบ	75
2.7	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	
2.7.1	วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	80
2.7.2	วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	83
2.7.3	สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	85
2.8	ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์	86
บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ		
3.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ	96
3.2	แนวความคิดในการออกแบบ	102
3.3	การวิเคราะห์การออกแบบ และการประเมินค่า	121
บทที่ 4 การเสนอผลงานการออกแบบ		
4.1	ภาพถ่ายย่อการนำเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด	136
4.2	ภาพถ่ายหุ่นจำลอง	160
4.3	ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองานอาตเวิร์ด	162
4.4	ภาพถ่ายแสดงแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยละเอียด	164
บทที่ 5 บทสรุป		
5.1	สรุปผลการออกแบบ	177
5.2	ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	177
5.3	ข้อเสนอแนะของอาจารย์	177
บรรณานุกรม		
ภาคผนวก		
ประวัติการศึกษา		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงประเภทของขนมไทยที่ร้านนพวรรณจำหน่าย	4
2	ตราสินค้านพวรรณขนมไทยในลักษณะเดิม	5
3	แสดงกลุ่มขนมไทยแยกตามแต่ละประเภท	7
4	แผนภาพแสดงขอบเขตด้านปริมาณงาน	18
5	แสดงการจัดขนมของชาววัง	33
6	แสดงการประชาสัมพันธ์ของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ	36
7	แสดงเครื่องมือ วัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตขนมไทย	37
8	แสดงบรรยากาศภายในร้าน และหน้าร้าน	37
9	แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในปัจจุบัน	38
10	แสดงลักษณะการจัดเลี้ยง	47
11	แสดงลักษณะการจัดชุดของฝาก	47
12	แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมของร้านนพวรรณขนมไทย	48
13	แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมของร้านนพวรรณขนมไทย	48
14	แสดงลักษณะแผนผังการจัดจำหน่าย	48
15	แสดงบรรยากาศภายในร้าน Simply thai	52
16	แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้าน Simplythai	54
17	แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านสวรรค์	57
18	แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านชั้นขนมหวาน	59
19	แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านขนมบ้านอัยการ	61
20	แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านขนมแม่เอย	63
21	แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านเป็งกี้	64
22	แสดงการวางตำแหน่งกลุ่มเป้าหมายของร้านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	65
23	แสดงการวางตำแหน่งวาระโอกาสในการซื้อเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	66
24	แสดงการวางตำแหน่งลักษณะผลิตภัณฑ์ของร้านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	67
25	แสดงการวางตำแหน่งภาพลักษณ์ของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	68
26	แสดงกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่	71
27	แสดงแนวความคิดในการออกแบบ	103
28	แบบร่างการพัฒนาโลโก้จากของเดิมที่ใช้อยู่	105
29	แสดงการออกแบบพัฒนาโลโก้	106
30	เปรียบเทียบโลโก้ใหม่กับโลโก้เดิม	107

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

31	แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างพวรรณขนมไทยกับขนมไทย โดยทั่วไป	108
32	แสดงภาพ Motif ของ Design Route 1	108
33	แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 1	108
34	แสดงภาพ Motif ของ Design Route 2	109
35	แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 2	109
36	แสดงแบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 2	111
37	แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch แนวทาง A	112
38	แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch แนวทาง B	113
39	แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch แนวทาง C	113
40	แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch ที่เลือกมา	114
41	แบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development แนวทาง A	115
42	แบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development แนวทาง C	116
43	แบบร่างกราฟฟิกขั้น Design Development	118
44	แสดงรายละเอียดในเรื่องของการเปิด-ปิด ใช้งาน	119
45	แสดงการนำกราฟฟิกหลักที่ได้ไปใช้ในโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ	120
46	แสดง Design Refinement (Structure & Graphics)	121
47	แสดงแบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development 2	124
48	แสดงแบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development 2	125
49	แสดงรายละเอียดของโครงสร้างใหม่ที่เกิดขึ้น	126
50	แสดง Design Refinement ของโครงสร้างและกราฟฟิกทั้งโครงการ	127
51	แสดงฉลากบรรจุภัณฑ์ทั้งโครงการ	130
52	เปรียบเทียบฉลากที่พัฒนาแล้วกับของเดิม	131
53	แสดง Design Refinement ของโครงสร้างและกราฟฟิกทั้งโครงการ	132
54	แสดงกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	134
55	แสดงขอบเขตของโครงการ	136
56	แสดงข้อมูลผู้ผลิต	136
57	แสดงลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันและอนาคต	137
58	แสดงถึงส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	137
59	แสดงลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	138
60	แสดง Design Requirement ของผลิตภัณฑ์โดยแยกตามประเภท	138
61	แสดง SWOT ANALYSIS ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ	139
62	แสดงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเดิม	139

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

63	แสดงคู่แข่งของผลิตภัณฑ์	140
64	แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องลักษณะ กลุ่มเป้าหมาย	141
65	แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องวาระโอกาส ในการซื้อ	141
66	แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องลักษณะผลิตภัณฑ์	141
67	แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์	142
68	วิเคราะห์หาเอกลักษณ์ บุคลิกภาพของตราสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ	142
69	แผนภาพแสดงกระบวนการทางความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	143
70	แสดงที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ	143
71	แสดงขั้นตอนนักการออกแบบโลโก้ของตราสินค้า	144
72	แสดงการพัฒนาแบบโลโก้ของตราสินค้า	144
73	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 1	145
74	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2	145
75	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2	146
76	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2	146
77	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2	147
78	แสดงการวิเคราะห์เพื่อเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	147
79	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์กราฟฟิกที่ 1	148
80	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์กราฟฟิกที่ 2	148
81	แสดงที่มาของแนวความคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์กราฟฟิกที่ 2	149
82	แสดงการวิเคราะห์เพื่อเลือกแบบกราฟฟิก	149
83	ขั้นตอนการพัฒนาโครงสร้างจาก Design Route 1	150
84	ขั้นตอนพัฒนาการโครงสร้างจาก Design Route 2	150
85	แสดงการวิเคราะห์เพื่อเลือกแบบโครงสร้าง	151
86	แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิกจาก Design Route 2	151
87	แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิกจาก Design Route 2	152
88	แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิกจาก Design Route 2	152
89	แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิกจาก Design Route 2	153
90	แสดง Design Refinement (Structure & Graphics)	153
91	แสดงการวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย และแนวทางการปรับปรุงแก้ไขแบบบรรจุภัณฑ์	154
92	แสดง Design Development 2	154
93	แสดง Design Development 2	155

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

94	แสดงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์พลาสติก	155
95	แสดงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระดาษ	156
96	แสดง Design Refinement	156
97	แสดง Design Refinement ในส่วนของฉลาก	157
98	แสดง Final Design Solution	157
99	แสดง Final Design Solution	158
100	แสดง Final Design Solution	158
101	แสดง Final Design Solution	159
102	แสดง Final Design Solution	159
103	แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	160
104	แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	160
105	แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ	161
106	แสดงภาพถ่ายย่อ Artwork ของ Logo ตราสินค้า	162
107	แสดงภาพถ่ายย่อ Artwork ฉลากบรรจุภัณฑ์ของขนมจำมุงกุฏ	162
108	แสดงภาพถ่ายย่อ Artwork ฉลากบรรจุภัณฑ์ของขนมหยกมณี	163



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงขอบเขตโครงการด้านปริมาณ	9
2	ตารางแสดงการวิเคราะห์และสรุปผลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์	39
3	ตารางแสดงการวิเคราะห์วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถาดหลุม	81
4	ตารางแสดงการวิเคราะห์วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องพลาสติก	81
5	ตารางแสดงการวิเคราะห์วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง	82
6	ตารางแสดงการวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลากและกล่องกระดาษ	83
7	ตารางแสดงการวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ซอง	84
8	ตารางสรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์สำหรับ บรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด	85
9	ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับขั้นตอนการพัฒนาแบบ	104
10	ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับขั้นตอนการพัฒนาแบบ	105



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 1
บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ขนมไทย เป็นขนมที่ใช้ความประณีตบรรจงนับตั้งแต่ การเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการทำที่พิถีพิถัน รสชาติอร่อยหอมหวาน สีสนสวยงาม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของชาวไทยที่มีมาตั้งแต่โบราณกาล จึงนับว่าเป็นความภาคภูมิใจของคนไทย และถือเป็นมรดกอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษของเราได้มอบไว้ให้แก่ลูกหลานสืบต่อมา

แต่ในปัจจุบัน ประเทศไทยรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามามากขึ้น ประกอบกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ เน้นความสะดวกรวดเร็ว ทำให้พบว่าคนไทยมีการบริโภคขนมไทยน้อยลงกว่าในอดีต คนรุ่นใหม่หันไปบริโภคขนมที่มีลักษณะเป็นแบบทางตะวันตกมากขึ้น เนื่องจากขนมเหล่านี้มีรูปแบบที่บริโภคได้ง่าย สะดวก สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกจากนี้กระแสสุขภาพที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน ทำให้ขนมไทยซึ่งมีรสชาติหวานจัด ไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร และประกอบกับข้อมูลด้านขนมไทยที่ไม่ได้รับการเผยแพร่อย่างแพร่หลาย รวมไปถึงทัศนคติที่มองว่าขนมไทยเป็นขนมโบราณ ไม่เข้ากับยุคสมัย เหล่านี้ล้วนแต่จะทำให้ขนมไทยนับวันจะยิ่งถูกลืมไปจากการรับรู้ของคนไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ขนมไทยในปัจจุบันล้วนแล้วแต่ พยายามพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัย และพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น โดยไม่คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวเท่าที่ควร จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงาม หรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป รวมไปถึงขนมไทยโบราณบางชนิดหาร้านได้ยากแล้วในปัจจุบัน ดังนั้นการสร้างค่านิยมในการอนุรักษ์สินค้าจึงเป็นเรื่องที่จำเป็น ร้านนพวรรณขนมไทยได้เล็งเห็นถึงปัญหาในจุดนี้ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากพื้นฐานเดิมให้เข้ากับความต้องการของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งมีแผนที่จะขยายตลาดออกไป โดยจะเปิดเป็นร้านจำหน่ายขนมไทยครบวงจร ตามศูนย์การค้าชั้นนำ โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกขนมไทยภายใต้ตราสินค้านพวรรณขนมไทย จึงได้ถูกจัดทำขึ้น เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมความเป็นต้นตำรับดั้งเดิมของขนมไทยชาววังในอดีต ให้คนรุ่นใหม่รับรู้ได้โดยถ่ายทอดการออกแบบผ่านทางบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักถึงคุณค่าของขนมไทยโบราณ หันมาให้ความสำคัญกับขนมไทยมากขึ้น ลดค่านิยมการบริโภคขนมจากต่างประเทศลง เป็นการอนุรักษ์ขนมไทยให้คงอยู่กับคนไทยตลอดไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมความเป็นต้นตำรับดั้งเดิมของขนมไทยชาววังในอดีต ให้กับคนรุ่นใหม่ โดยผ่านทางตัวสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยพัฒนารูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย เข้าใจได้ง่าย และยังคงวัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตไว้
2. ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักถึงคุณค่า หันมาให้ความสำคัญกับขนมไทยมากขึ้น ลดค่านิยมการบริโภคขนมจากต่างประเทศ
3. สร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ให้มีจุดขายแตกต่างจากตราสินค้าอื่นๆที่เป็นคู่แข่งในตลาด

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.ด้านนโยบาย

โครงการนี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับขนมไทย เพื่อส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่หันมาบริโภคขนมไทยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของทางร้านนพวรรณขนมไทย ที่ต้องการขยายตลาดออกไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากพื้นฐานเดิมให้เข้ากับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยชาววังในอดีต ให้คนรุ่นใหม่สามารถรับรู้ได้ง่าย รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนส่วนผสมของขนมไทยให้เป็นสูตรเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับกระแสการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

2.ด้านเศรษฐกิจ

ทางร้านมีแผนที่จะขยายตลาดออกไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยการเปิดร้านขายขนมไทยแบบครบวงจรในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อหวังใช้เป็นช่องทาง โฆษณา สร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้คนทั่วไป ทั้งที่เป็นชาวต่างชาติและคนไทยให้รู้จักขนมไทยมากยิ่งขึ้น เป็นสร้างเอกลักษณ์ให้ร้านนพวรรณขนมไทยทั้งหมด ทั้งด้านการตกแต่งร้านด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ

3.ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

โครงการนี้จะช่วยลดค่านิยมในการบริโภคขนม ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และหันมาให้การสนับสนุนขนมไทยมากขึ้น โดยใช้วัตถุดิบทั้งหมดและแรงงานจากในประเทศทั้งสิ้น เป็นการส่งเสริมการสร้างงานการสร้างรายได้ และเป็นการอนุรักษ์ให้ขนมไทยอยู่คู่กับคนไทยตลอดไป รวมถึงการเผยแพร่ขนมไทยออกสู่สากลด้วย

4.ด้านการศึกษา

โครงการนี้ก่อให้เกิดการศึกษา วิเคราะห์และการฝึกฝนการออกแบบอย่างเป็นระบบ เปิดโอกาสให้ได้ทำการศึกษาและเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ และการทำความเข้าใจในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า และเอกลักษณ์ร่วม รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อกำหนดในการเลือกขนมไทยสูตรโบราณในการทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์

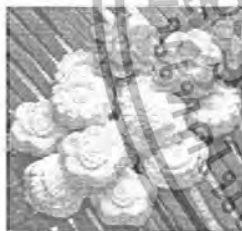
1. ในประวัติศาสตร์ขนมไทย ไม่มีการแบ่งอย่างชัดเจน ว่าชนิดไหนเป็นขนมชาววัง หรือขนมไทยสูตรโบราณ ประกอบกับทางร้านมีสโลแกนที่ว่า “ขนมชาวบ้าน งานวิจิตรชาววัง” ขนมไทยสูตรโบราณหรือสูตรชาววัง ในความหมายของทางร้าน จึงขึ้นอยู่กับ การเตรียมวัตถุดิบ ความประณีต พิถีพิถันในกรรมวิธีการผลิต รวมไปถึงวัฒนธรรมการบริโภคสินค้า มากกว่าที่จะมองว่าขนมชนิดใดมีต้นกำเนิดที่ไหน ขนมไทยทุกชนิดที่ทางร้านผลิตขึ้นนั้นจัดเป็นขนมไทยสูตรโบราณทั้งหมด

2. รูปแบบการทำขนมภายในร้าน จะทำขึ้นใหม่วันต่อวัน โดย 70% จะทำมาจากที่แหล่งของผู้ประกอบการ และอีก 30 % จะทำสด ณ จุดจำหน่ายภายในร้าน ขนมที่เลือกมาจึงมีทั้งขนมแห้ง ขนมกึ่งเปียก

3. เป็นอาหารว่างบางชนิดที่จำหน่ายในลักษณะซื้อกลับบ้านด้วย
4. เป็นขนมที่ทางร้านผลิตอยู่ หรือมีศักยภาพที่จะผลิตได้
5. บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไม่ครอบคลุมถึงบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (รายละเอียดทั้งหมดดูได้ที่ขอบเขตของโครงการด้านปริมาณ)

ขนมไทยสูตรโบราณชนิดต่างๆที่ทางร้านนพวรรณขนมไทยเป็นผู้จัดทำจำหน่าย แบ่งตามลักษณะทางกายภาพของขนม ได้ดังนี้

- ขนมชนิดแห้ง



ขนมส้มปั้นนี้



ทองโปร่ง(หนัานาล)



ดอกจอก



กลีบลำดวน



พิมพ์ทิพย์



ข้าวตู่



เกสรลำเจียก



วันกรอบ



โสมนัส



ขนมผิง



จำมงกุฏ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

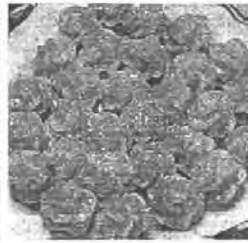
-ขนมกึ่งเปียก



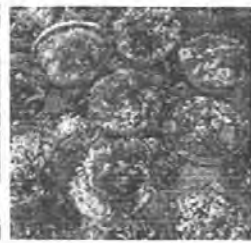
ละอองฟ้า



บุหลันดั้นเมฆ



ซอม่วง



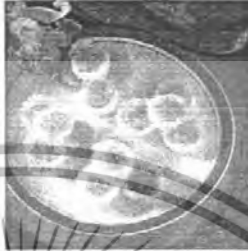
หยกมณี



ขนมอัญชัน



ขนมหันตรา



ไข่ไฉ่



ลิมกลีน



เล็บมือนาง



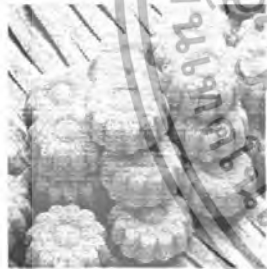
เสน่เห็นทรี



ชาลวดอกกุหลาบ



ทองหยิบ



ทองเอก



ทองหยอด



ขนมเหนียว



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

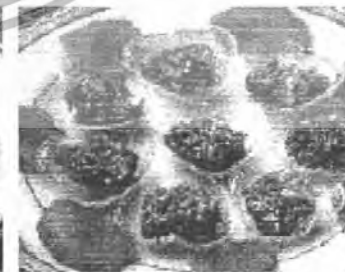
- กลุ่มขนมชนิดรวมรส



ข้าวเหนียวมูน



ข้าวเหนียวแก้ว



ข้าวเหนียวแดง

ภาพที่ 1 แสดงประเภทของขนมไทยที่ร้านนพวรรณจำหน่าย


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1. พัฒนารูปแบบตราสินค้า

พัฒนารูปแบบตราสินค้า “นพวรรณขนมไทย”

ตราสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของ “นพวรรณ” จะประกอบด้วย รูปขนมจ่ามงกุฏ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของร้าน ที่บ่งบอกถึงความเป็นขนมไทยในระดับสูงแห่งความหมาย มีลวดลายไทยวิจิตรบรรจงที่แสดงออกถึงความประณีต พิถีพิถัน ซึ่งดูเก่าแก่ ไม่เข้ากับยุคสมัย ทางร้านนพวรรณจึงมีนโยบายในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ให้ร่วมสมัยมากขึ้น ที่ยังคงความรู้สึกถึงความ เป็นขนมไทยในระดับสูง มีความวิจิตรบรรจง งดงาม แบบไทยประยุกต์ เพื่อขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น รวมถึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าสู่ชุมชนเมือง แต่ยังคงความเป็นขนมไทยนพวรรณ เพื่อรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมที่มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ไว้



ภาพที่ 2 ตราสินค้านพวรรณขนมไทยในลักษณะเดิม

2. ออกแบบกราฟฟิก

2.1 ออกแบบกราฟฟิกแสดงให้เห็นถึง Brand Identity

เพื่อสร้างและแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิตที่แตกต่างจากคู่แข่ง ให้เป็นที่สะดุดตา และเป็นที่ยึดจำของผู้บริโภค มีความร่วมสมัยเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงาน และขยายตลาดเพื่อเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ที่สยามพารากอน ที่ยังคงความเป็นนพวรรณขนมไทย เพื่อยังคงรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมที่มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เอาไว้

2.2 ออกแบบกราฟฟิกให้มี Corporate Identity

เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันสามารถแสดงให้เห็นความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนกับผู้บริโภค

2.3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในให้ผู้บริโภคทราบ ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น ชื่อสามัญสินค้า วันที่ผลิต วันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ เป็นต้น โดยมีการจัดวางส่วนที่สำคัญให้อยู่ในตำแหน่งที่ผู้บริโภคสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมไทย ร้านนพวรรณ โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มสินค้า ดังนี้

3.1.1. กลุ่มขนมประเภทกึ่งเปียก

- ปริมาณบรรจุจำนวน 5 ชิ้น

**หมายเหตุ เนื่องจากเป็นขนมไทยที่มีขั้นตอนการผลิตที่ซับซ้อน ใช้ความละเอียดประณีตสูง และขนมมีราคาสูง จึงบรรจุเพียงจำนวน 5 ชิ้น เพื่อให้สามารถขายได้ในราคาที่เหมาะสม และพอเหมาะต่อการบริโภคในคราวเดียว



จ๋ามงกฏ

อาสูวกกลางบ

บุหลินดินเมฆ



ช่อม่วง

หินตวา

ใบไม้ร่วง



หยกมณี

เกสรลำเจียก

เสน่ห์จันทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 กลุ่มขนมประเภทแห้ง

- ปริมาณบรรจุ 12 ชิ้น



วุ้นกรอบ



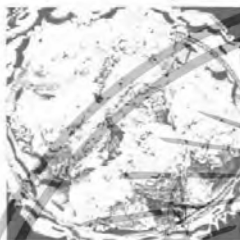
ลำป็นี่



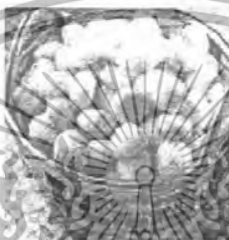
พิมพ์ทิพย์

3.1.3 กลุ่มขนมประเภทแข็ง

- ปริมาณบรรจุ 150 กรัม



โสมนิส



ขนมฟุ้ง



อาลาวเม็ด

3.1.4 กลุ่มขนมประเภทลูกเครื่อง

- ปริมาณบรรจุ 300 กรัม



เลียมมีอนาง



ขนมเหนียว



ข้าวเม่าบด

3.1.5 กลุ่มขนมประเภทรวมรส

- ปริมาณบรรจุ 200 กรัม



ทองม้วนพับ มี 2 รสชาติ

- รสตั้งเดิม
- รสทุเรียน



ข้าวเหนียวมูน มี 2 รสชาติ

- หน้ากุ้ง
- หน้าปลา

ภาพที่ 3 แสดงกลุ่มขนมไทยแยกตามแต่ละประเภท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมไทย ร้านพวรรณ ที่แสดงถึง Brand Identity เพื่อสร้างและแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิตที่แตกต่างจากคู่แข่ง ให้เป็นที่สะดุดตาและเป็นที่ยึดจำของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

3.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มี Corporate Identity เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเดียวกันและในขณะเดียวกันก็สามารถแสดงให้เห็นความแตกต่างของสินค้าแต่ละชนิดได้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนกับผู้บริโภค



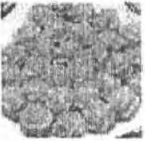






3.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงดังต่อไปนี้







การบรรจุ (Containment) การปกป้องสินค้า (Protection) การอำนวยความสะดวก (Convenience) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion)









เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ตารางที่ 1 แสดงขอบเขตโครงการด้านปริมาณ






รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทโครงการ			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน		
กลุ่มขนมปัง เบาทิ้งเบียด  จางงู  อาลิวทูลาบ  ชอม่วง  บูทสันตันเมฆ	-	-	5 ชั้น	ภาพผสมผสาน Primary Package 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				ภาพผสมผสาน Secondary Package 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	กราฟฟิก <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 กราฟฟิกหลัก 4 เอกลักษณ์ร่วม
				ภาพผสมผสาน Primary Package 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				ภาพผสมผสาน Secondary Package 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	กราฟฟิก <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 กราฟฟิกหลัก 4 เอกลักษณ์ร่วม
				ภาพผสมผสาน Primary Package 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด




รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน		
กลุ่มขนมระ เกททั้งเขียก  ทอดหยี  ทอดเอก  ทอดหยอด  ทอดมณี		16 ชั้น	16 ชั้น Primary Package 	ภาชนะพลาสติก ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	ตรีงครึ่ง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด	
				กลองกระดาษ ● Containment ● Protection ● Convenience ● Promotion	กราฟเล็ก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม		
			Secondary Package 	ตรีงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด		
					กราฟเล็ก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟติกหลัก 8 เอกลักษณ์ร่วม	


รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน		
กลุ่มขนมประเภทเค้กเปียก  เลนทังจันทร์  เกสรลำเจียก  ละอองฟ้า  ยี่งูชั้น	-	16 ชิ้น	ชั้น	ภาชนะผสมพลาสติก Primary Package 	คุ้มครอง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ ความสะดวก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด	
				กล่องกระดาษ Secondary Package 	คุ้มครอง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ ความสะดวก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด	
					กราฟฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 8 เอกลักษณ์ร่วม	






รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน			
กลุ่มขนมประเภทหนึ่ง  วุ้นกรอบ	- รสสตอเบอร์รี่ - เก๊กฮวย - แดงไทย	12 ชั้น	Primary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม
 ลำป้านนี้	-	12 ชั้น	Primary Package	กล่องกระดาษ 	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

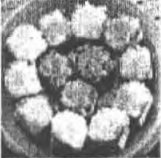


รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชั้นรูปแบบ	คุณภาพงาน		
กลุ่มขนมประเพณี  โลมโถง  ขนมมั่ง  ทองหยิบกรอบ	-	150 กรัม	 Primary Package	 ทุยหล้าสด ทุยสองดวงตา Secondary Package	ความสะดวก <input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ กราฟฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
	-	-	-	-	ความสะดวก <input type="radio"/> Containment <input type="radio"/> Protection <input type="radio"/> Convenience <input type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	3 กราฟฟิกหลัก 0 เอกลักษณ์ร่วม
	-	-	-	-	-	ความสะดวก <input type="radio"/> Containment <input type="radio"/> Protection <input type="radio"/> Convenience <input type="radio"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะการออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน			
กลุ่มขนมประเภทตลกเครื่อง  เล็บมือนาง  ขนมเทรีย  ข้าวเมายัด		200 กรัม	ชั้น	รูปพลาสติก Primary Package	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง	<input checked="" type="radio"/> มาตรฐาน <input type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
			ชั้น	ดาวพลาสติก Primary Package	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	
			ชั้น	กล่องกระดาษ Secondary Package	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง	<input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	3 กราฟฟิกหลัก 0 เอกลักษณ์ร่วม
						กราฟฟิก	<input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	3 กราฟฟิกหลัก 0 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คอนคาพงาน		
กลุ่มขนมประเภทกรอบ  ทองม้วนพับ	-รสดั้งเดิม -รสทุเรียน	60 กรัม	Primary Package	คุกกี้ฟลัดจิก	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
				คุกกี้กระต่าย	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	กราฟฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม
			Primary Package	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด	
				คุกกี้กระต่าย	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน			
กลุ่มขนมประเภทแข็ง  ไข่สั้วเม็ด		30 กรัม	Primary Package	 ซองพลาสติก	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด	
				Primary Package	 กล่องกระดาษ	<input checked="" type="radio"/> Containment <input checked="" type="radio"/> Protection <input checked="" type="radio"/> Convenience <input checked="" type="radio"/> Promotion		โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ
			Primary Package		<input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 1 เอกลักษณ์ร่วม	

95137

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทผลิตภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	รส/รูปแบบ	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิดรูปแบบ	คุณภาพงาน			
กลุ่มขนมประเพณีรวมรส  ข้าวเหนียวมูน	-หน้ากุ้ง -หน้าปลา	60 กรัม	Primary Package	กล่องพลาสติก 	1. Containment 2. Protection 3. Convenience 4. Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด	
				Primary Package	1. Containment 2. Protection 3. Convenience 4. Promotion	กราฟฟิก <input type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม		
				Primary Package	กล่องกระดาษ 	1. Containment 2. Protection 3. Convenience 4. Promotion	โครงสร้าง <input type="radio"/> มาตรฐาน <input checked="" type="radio"/> ออกแบบ	1 โครงสร้าง 1 ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="radio"/> ออกแบบอิสระ <input type="radio"/> ออกแบบเอกลักษณ์ร่วม	1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม	

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

แผนภาพแสดงขอบเขตโครงการด้านปริมาณงาน

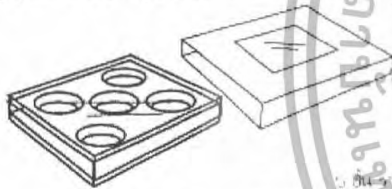
LOGO DESIGN



PACKAGING DESIGN

กลุ่มขนมประเภทกึ่งเบเกีย

จันทุกูว บูธไส้เนยเนม ชากาตุลลา ซอมาง

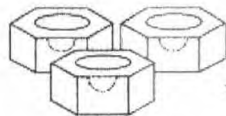


Primary Package : ภาชนะพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

กลุ่มขนมประเภทแท่ง

บูธกรอบ 3 รส

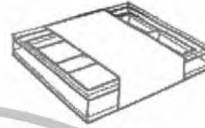


Primary Package : กล่องกระดาษหีบขึ้นรูป
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

12 ชิ้น ราคา 20 บาท

กลุ่มขนมประเภทกึ่งเบเกีย

ทองหยิบ ทองหยอด ทองเอก
เลขห้าหน้า 70 กรัม 6 ชิ้น/กล่อง
12 ชิ้น ราคา 33 บาท



Primary Package : ภาชนะพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

กลุ่มขนมประเภทเม็ด

ขาลงเม็ด
20 กรัม ราคา 15 บาท

Primary Package : ถุงพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด 1 กราฟฟิกหลัก

กลุ่มขนมประเภทลูกเครื่อง

ขงเนยเม็ด 1 ขวดหนัก 30 กรัม/ขวด



Primary Package : ภาชนะพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

200 กรัม ราคา 40 บาท

กลุ่มขนมประเภทกรอบ

ทอง 10 ชิ้น/กล่อง
-ขาลงเม็ด
-ขงเนยเม็ด



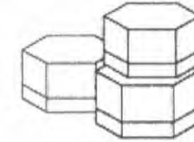
Primary Package : กล่องพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม

60 กรัม ราคา 30 บาท

กลุ่มขนมประเภทแท่ง

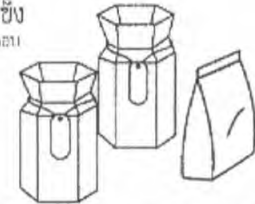
ไส้เนย 1 ชิ้น/กล่อง



Primary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม
12 ชิ้น ราคา 20 บาท

กลุ่มขนมประเภทแข็ง

ไส้นม 1 ชิ้น/กล่อง
40 กรัม ราคา 25 บาท

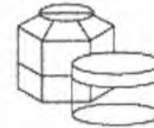


Primary Package : ถุงพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 3 เอกลักษณ์ร่วม

กลุ่มขนมประเภทรวมรส

ข้าวเหนียวเนย
-นมสด
-นมเปรี้ยว



40 กรัม ราคา 25 บาท

Primary Package : กล่องพลาสติก
1 โครงสร้าง 1 ขนาด

Secondary Package : กล่องกระดาษ
1 โครงสร้าง 1 ขนาด
1 กราฟฟิกหลัก 2 เอกลักษณ์ร่วม

สรุปผลการออกแบบทั้งหมด
โครงสร้างออกแบบ 12 โครงสร้าง
โครงสร้างมาตรฐาน 2 โครงสร้าง
กราฟฟิกหลัก 10 กราฟฟิก

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของขนมไทย

- ประวัติความเป็นมาของขนมไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน
- ลักษณะโดยทั่วไปของขนมไทย
- ขนมกับประเพณีไทย
- ความหมายของขนมแต่ละชนิด

2. ศึกษารูปแบบวิถีชีวิตของชาววังในสมัยก่อน

- รูปแบบการบริโภครวมไปถึงกิจกรรมยามว่างต่างๆ ของชาววัง
- ข้อมูลของขนมประเภทต่างๆ
- วิธีการจัดขนมของชาววัง
- ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์เดิมที่นำมาใช้บรรจุขนม

3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

- ประวัติความเป็นมาของร้าน นพวรรณขนมไทย
- ศึกษาถึงลักษณะขนมไทย ขั้นตอน และกรรมวิธีการผลิตขนมไทยของทางร้าน

4. ศึกษาข้อมูลด้านการตลาด

- ภาพรวมและแนวโน้มของตลาด โอกาสทางการตลาด
- ศึกษาคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

- พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย
- สถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีการขาย

6. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

- เทคโนโลยีการผลิตและวัสดุเพื่อการบรรจุภัณฑ์

7. ศึกษาข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. วัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของชนมไทยชาววังในอดีต ได้รับการพัฒนาขึ้นจากพื้นฐานเดิมให้เข้ากับความต้องการของคนรุ่นใหม่
2. คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักถึงคุณค่าวัฒนธรรมความเป็นต้นตำรับดั้งเดิมของชนมไทยชาววังในอดีต และหันมาให้ความสนใจกับชนมไทยมากขึ้น
3. คนรุ่นใหม่หันมาบริโภคชนมไทย ลดค่านิยมการบริโภคชนมจากต่างชาติ
4. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างเสริมเอกลักษณ์ของสินค้าและร้านได้ชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2

การค้นคว้าและสรุปผลข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์

ประวัติความเป็นมาของขนมไทย

"ข้าวเหนียว" "เข้าหนม" "ข้าวหนม" ล้วนเป็นคำอันเป็นที่มาของคำว่า "ขนม" ซึ่งมีผู้สันนิษฐานหลายท่านตั้งข้อสันนิษฐานไว้ เริ่มตั้งแต่คำแรก "ข้าวเหนียว" ที่นักคหกรรมศาสตร์หลายท่านบอกต่อ ๆ กันมาว่าน่าจะมาจากคำคำนี้ เนื่องจากขนมมีอิทธิพลมาจากอินเดียที่ใช้ข้าวกับนมเป็นส่วนผสมสำคัญที่สุดในการทำขนมแต่ก็ไม่น่าจะเป็นไปได้ เนื่องจากนมไม่มีบทบาทสำคัญในขนมไทยเลย เนื่องจากขนมไทยใช้มะพร้าวหรือกะทิทำทั้งสิ้น

สำหรับ "เข้าหนม" นั้น พระราชวรวงศ์เธอ กรมหมื่นจรังสพรปฏิญาณได้ทรงตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า "หนม" เพี้ยนมาจาก "เข้าหนม" เนื่องจาก "หนม" นั้นแปลว่าหวาน แต่กลับไม่ปรากฏความหมายของ "ขนม" ในพจนานุกรมไทย มีเพียงบอกไว้ว่าทางเหนือเรียกขนมว่า "ข้าวหนม" แต่ถึงอย่างไรก็ไม่พบความหมายของคำว่า "หนม" ในฐานะคำท้องถิ่นภาคเหนือเมื่ออยู่โดด ๆ ในพจนานุกรมเช่นกัน อีกข้อสันนิษฐานหนึ่งก็นับว่าน่าสนใจไม่น้อย คำว่า "ขนม" อาจมาจากคำในภาษาเขมรว่า "หนม" ที่หมายถึงอาหารที่ทำมาจากแป้ง เมื่อลองพิจารณาดูแล้วพบว่าขนมส่วนใหญ่ล้วนทำมาจากแป้งทั้งสิ้น โดยมีน้ำตาลและกะทิเป็นส่วนผสม ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า "ขนม" เพี้ยนมาจาก "ขนม" ในภาษาเขมรก็เป็นได้

ไม่ว่าขนมจะมีรากศัพท์มาจากคำใดหรือภาษาใด ขนมก็ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทยด้วยฐานะของขนมไทยอย่างเต็มภาคภูมิ และคนไทยเองก็ได้ชื่อว่าเป็นชนชาติหนึ่งที่ชอบบริโภคขนมเป็นชีวิตจิตใจ หลักฐานเก่าแก่ที่สุดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างขนมไทยกับคนไทยก็คือวรรณคดีมรดกสุโขทัยเรื่องไตรภูมิพระร่วง ซึ่งกล่าวถึงขนมต้มที่เป็นขนมไทยชนิดหนึ่งไว้

ขนมไทยเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในสมัยอยุธยา ดังปรากฏข้อความในจดหมายเหตุหลายฉบับ บางฉบับกล่าวถึง "ย่านป่าขนม" หรือตลาดขนม บางฉบับกล่าวถึง "บ้านหม้อ" ที่มีการปั้นหม้อ และรวมไปถึงกะทะ ขนมเบื้อง เต้าและรังขนมครก แสดงให้เห็นว่าขนมครกและขนมเบื้องนั้น คงจะแพร่หลายมากจนถึงขนาดมีการปั้นเต้าและกะทะขาย บางฉบับกล่าวถึงขนมชะมด ขนมกงเกวียนหรือขนมกง ขนมครก ขนมเบื้อง ขนมลอดช่อง จนถึงสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช อันถือได้ว่าเป็นยุคทองของการทำขนมไทย ดังที่จดหมายเหตุฝรั่งเศสโบราณได้มีการบันทึกไว้ว่า การทำขนมในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชนั้นเจริญรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อชาวโปรตุเกสอย่างท่านผู้หญิงวิชาเยนทร์หรือบรรดาศักดิ์ว่า ท้าวทองกีบม้า ผู้เป็นต้นเครื่องขนมหรือของหวานในวัง ได้สอนให้สาวชาววังทำของหวานต่าง ๆ โดยเฉพาะได้นำไข่ขาวและไข่แดงมาเป็นส่วนผสมสำคัญอย่างที่ทำโปรตุเกสทำกัน ขนมที่ทำนท้าวทองกีบม้าทำขึ้นและยังเป็นที่ยอมรับจนถึงปัจจุบันก็ได้แก่ ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมหม้อแกง และรวมไปถึง ขนมทองโปร่ง ขนมทองพลุ ขนมสำปันนี ขนมไข่เต่า ฯลฯ

ล่วงจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ จดหมายเหตุความทรงจำของกรมหลวงนรินทรเทวี ผู้ทรงเป็นพระเจ้าน้องยาเธอในสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช กล่าวไว้ในงานสมโภชพระแก้วมรกตและฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้มีเครื่องตั้งสำหรับหวานสำหรับพระสงฆ์ ๒,๐๐๐ รูป ประกอบด้วย ขนมใส่ไส้ ขนมฝอย ข้าวเหนียวแก้ว ขนมผิง กล้วยฉาบ ลำเต็ย หุ้มสังขยา ฝอยทอง และขนมตะไล

ในกาพย์ห่อโคลงเห่เรือชมเครื่องคาวหวาน บทพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้กล่าวชมเครื่องหวานหรือขนมไทยหลายชนิดด้วยกัน อาทิ ข้าวเหนียวสังขยา ขนมลำเจียก ขนมทองหยิบ ขนมทองหยอด ขนมผิง ขนมรังไร ขนมช่อม่วง ขนมบัวลอย ฯลฯ

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการพิมพ์ตำราอาหารออกเผยแพร่ การทำขนมไทยก็เป็นหนึ่งในตำราอาหารไทยนั้น จึงนับได้ว่าการทำขนมไทยและวัฒนธรรมขนมไทย เริ่มมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างมีระบบระเบียบในสมัยรัชกาลที่ ๕ นี้เอง แม่ครัวหัวป่าก์เป็นตำราอาหารไทยเล่มแรก ประพันธ์โดยท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ในตำราอาหารไทยเล่มนี้ปรากฏรายการสำหรับของหวานเลี้ยงพระอันประกอบด้วย ขนมทองหยิบ ขนมฝอยทอง ขนมหม้อแกง ขนมหันตรา ขนมถ้วยฟู ข้าวเหนียวแก้ว ขนมลิ่มกลืน วุ้นผลมะปราง ฯลฯ แสดงให้เห็นว่าคนไทยนิยมทำขนมใช้ในงานบุญ ซึ่งก็เป็นแบบแผนต่อเนื่องกันมาตั้งแต่สมัยอยุธยาจนถึงปัจจุบัน

การแบ่งประเภทของขนมไทยนั้นแบ่งได้หลายวิธี ดังนี้

1 แบ่งตามลักษณะขนม แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1.1 ขนมประเภทเหลว ได้แก่ ขนมครองแครง ขนมปลากุ้ง ขนมไข่เต่า ขนมบัวลอย ขนมลอดช่อง ขนมชาหรับ และพวกขนมน้ำกะทิ หรือขนมลอยแก้วต่างๆ เป็นต้น

1.2 ขนมประเภทแห้ง กรอบ ได้แก่ ขนมผิง ขนมฝรั่ง ขนมไอชารส ขนมสำปันนี ขนมฝันทอง ขนมพระยาเสวย ขนมทองเอก ขนมทองม้วน ขนมดินสอพอง ขนมกะจัง ขนมหีบหู เป็นต้น

1.3 ขนมประเภทเปียก ได้แก่ ขนมครก ขนมด้วง ขนมนกกระจอก ขนมต้มแดง ขนมเหนียว ขนมพันดอง ขนมใส่ไส้ ขนมช่อนลูก ขนมทองหยิบ ขนมทองหยอด ขนมฝอยทอง เป็นต้น

1.4 ขนมประเภทกึ่งเปียกกึ่งแห้ง ได้แก่ ขนมชั้น ขนมเปียกปูน ขนมหม้อแกง ขนมกรวย เป็นต้น

2. แบ่งตามลักษณะกรรมวิธีการทำ

ขนมไทย สามารถจัดแบ่งเป็นชนิดต่าง ๆ ได้ตามลักษณะของส่วนผสม ลักษณะกรรมวิธีการทำ และลักษณะการหุงต้ม คือ

1. ขนมประเภทไข เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด สังขยา ฯลฯ
2. ขนมประเภทนึ่ง เช่น ขนมชั้น สาลี่ น้ำดอกไม้ ขนมทราย ฯลฯ
3. ขนมประเภทต้ม เช่น ขนมต้มแดง ต้มขาว มันต้มน้ำตาล ฯลฯ
4. ขนมประเภทกวน เช่น เปียกปูน ชำหริ่ม ตะโก้ ฯลฯ
5. ขนมประเภทอบและผิง เช่น ขนมดอกสำคาน บำปิ่น หน้านวล ฯลฯ
6. ขนมประเภททอด เช่น ขนมกง ขนมฝักบัว ขนมสามเกลอ ฯลฯ
7. ขนมประเภทปิ้ง เช่น ข้าวเหนียวปิ้ง ขนมจาก ฯลฯ
8. ขนมประเภทเชื่อม เช่น กล้วยเชื่อม สาเกเชื่อม ฯลฯ
9. ขนมประเภทฉาบ เช่น เผือกฉาบ กล้วยฉาบ มันฉาบ ฯลฯ
10. ขนมประเภทน้ำกะทิ เช่น เผือกน้ำกะทิ ลอดช่องน้ำกะทิ ฯลฯ
11. ขนมประเภทน้ำเชื่อม เช่น ผลไม้ลอยแก้ว วุ้นน้ำเชื่อม ฯลฯ
12. ขนมประเภทवाद เช่น กล้วยवादชี แกงवादเผือก ฯลฯ
13. ขนมประเภทแช่อิ่ม เช่น มะม่วงแช่อิ่ม มะเขือเทศแช่อิ่ม กระท้อนแช่อิ่ม ฯลฯ

3. แบ่งตามช่วงเวลา

ขนมไทยได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ช่วงตามยุคสมัยซึ่งสัมพันธ์กับประเภทของขนม ดังนี้

3.1 ขนมไทยสูตรดั้งเดิม(สุโขทัย – ออยุธยาตอนต้น) ก่อนได้รับอิทธิพลของท้าวทองกีบม้า

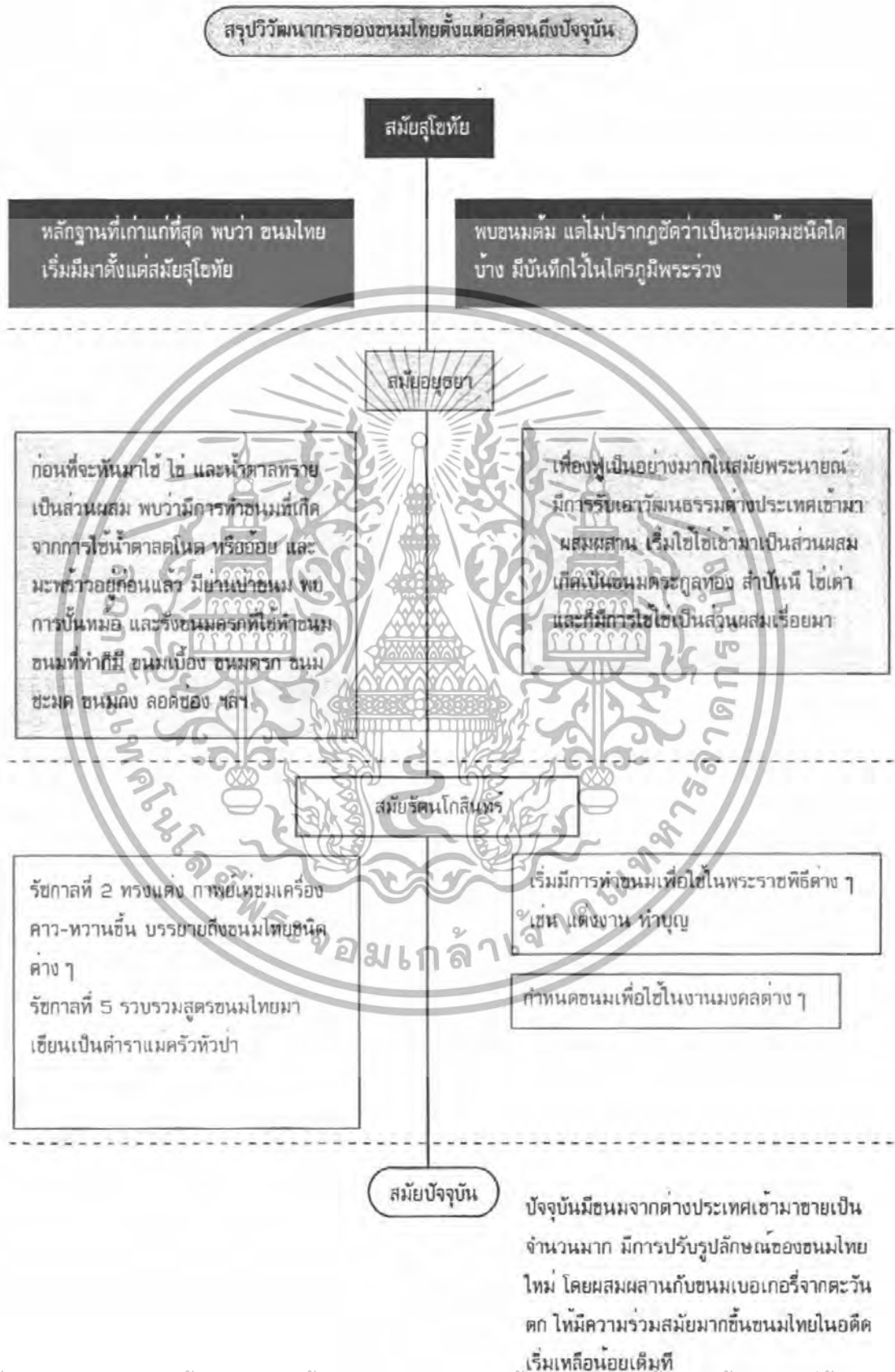
ขนมไทยในสมัยนี้ยังไม่มีส่วนผสมจากไขและน้ำตาลทราย จะใช้น้ำตาลจากตาลสดโหนดหรือจากอ้อยแทน เนื่องจากน้ำตาลทรายมีราคาแพงมาก กรรมวิธีการทำก็ยังไม่ซับซ้อนมากนัก ในส่วนของการประดิษฐ์ตกแต่งนั้น ก็ล้วนทำเพื่อการบรรจุผลิตภัณฑ์ เช่น ห่อด้วยใบตอง ใบมะพร้าว มีรูปแบบการทำเพียงไม่กี่วิธีเท่านั้น คือการกวน และการนึ่ง และใช้วัตถุดิบเพียงไม่กี่ชนิด เช่น ข้าวเหนียวแก้ว ข้าวเหนียวแดง ขนมกล้วย ขนมตาล ปัจจุบันขนมเหล่านี้ถูกจัดอยู่ในขนมชาวบ้าน ซึ่งทำรับประทานกันเองภายในท้องถิ่น วัตถุดิบหาได้ง่าย มีราคาถูก

3.2 ขนมไทยสูตรชาววัง (ภายหลังได้รับอิทธิพลของท้าวทองกีบม้า)

ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีการเปิดการค้าขายกับต่างประเทศ จึงได้รับอิทธิพลของชาติตะวันตกเข้ามา ถือเป็นจุดเปลี่ยนของขนมไทย เป็นยุคที่ขนมไทยมีความเฟื่องฟูมาก มีการนำไขมาใช้เป็นส่วนผสมหลักของขนมไทย ทำให้เกิดขนมชนิดต่าง ๆ ขึ้นมากมาย มีวิธีการทำที่หลากหลายซับซ้อนมากขึ้น เช่น การเชื่อม การทอด การปิ้ง การอบ การต้ม และการลวก เป็นต้น รวมไปถึงการประดิษฐ์ตกแต่งรูปลักษณ์ของขนม ให้มีความประณีต สวยงาม และมีการนำน้ำตาลทรายเข้ามาใช้ ซึ่งเป็นน้ำตาลที่มีราคาสูงมาก ชาวบ้านจึงไม่สามารถทำขนมเหล่านี้ได้ จึงมีแต่คนชั้นสูง และข้าราชการ ที่อยู่ในวังเท่านั้นที่สามารถทำขนมเหล่านี้ได้ แต่ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะหลัง ๆ มีการนำสูตรในวังมาเผยแพร่สู่ภายนอก จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ก็มีการนำขนมเหล่านี้มาใช้ในพระราชพิธีสำคัญต่าง ๆ สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความแตกต่างระหว่างขนมไทยชาววังกับขนมไทยทั่วไป

หลายคนคงเคยได้ยินขนมไทยแบบชาวบ้านกับขนมชาววังแต่อาจไม่ทราบถึงความแตกต่าง ที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ

ขนมชาวบ้าน ส่วนใหญ่เป็นขนมที่นำพืชผลตามฤดูกาลมาทำ คนทำไม่ต้องมีฝีมือนัก

ขนมชาววัง จะต้องอาศัยความประณีต พิถีพิถัน ประดิษฐ์ประดอย กว่าจะได้ขนมแต่ละอย่างต้องอาศัยเวลาและขั้นตอนการทำที่ค่อนข้างยุ่งยากกว่า

ขนมชาวบ้าน เป็นขนมที่ทำง่าย ๆ อาศัยรสมือหยิบจับตัดแปลงผสมจนเข้ากัน วัตถุดิบโดยมากเป็นผลไม้ที่หาได้ตามฤดูกาล ส่วนใหญ่เน้นทำกินเองในบ้านและกระต๊อบกระจาดเร่ขาย ราคาถูก คนจน ๆ ก็หาซื้อกินได้ เช่น ลูกตาลเชื่อม ฟักทองเชื่อม กล้วยไข่เชื่อม มันเชื่อม มะดันเชื่อม มะตูมเชื่อม ถั่วเขียวต้มน้ำตาล กล้วยตาก มันต้ม นอกจากพืชผลตามฤดูกาลแล้ว ชาวบ้านมักหาวัตถุดิบใกล้ตัวอย่างข้าวเจ้าและข้าวเหนียวมาทำเป็นขนมง่าย ๆ โดยนำมาผสมกับมะพร้าว น้ำตาล แป้ง เป็นขนมนานาชนิด อาทิ ข้าวตังมะพร้าว ขนมลิ่มกลิ้ง ขนมน้ำตาลดอกไม้ ขนมเปียกปูน ข้าวเม่าทอด ขนมกล้วย ขนมมัน ข้าวเม่าคลุก ขนมจาก ขนมเหนียว ขนมเรไร ขนมขี้หนู /ขนมถั่วแปบ /ขนมตะโก้ หากพืชผลตกจนกินไม่ทันอาจนำมาถนอมเพื่อเก็บไว้กินได้นาน ๆ อีกด้วย เช่น ทูเรียนกวน มะม่วงกวน

ขนมชาววัง ใช้ความละเอียดละไม ประดิษฐ์ประดอยหลายขั้นตอน คนสมัยก่อนนิยมส่งลูกหลานที่เป็นผู้หญิงเข้าไปในวัง เพื่อถวายตัวรับใช้เจ้านายในวังตามตำแหน่ง เพื่อฝึกฝนงานฝีมือด้านต่างๆ เช่น งานเย็บปักถักร้อย จัดดอกไม้ ทำอาหาร หากค้นคว้าตามตำราเก่า ๆ จะพูดถึงขนมในวังแท้ ๆ อยู่ไม่กี่อย่าง และแต่ละอย่างต้องใช้ความละเอียดประณีต พิถีพิถันทุกขั้นตอนการทำ ได้แก่ ขนมไข่เหี้ย ขนมลูกชุบ ขนมหม้อตาล ขนมเบ็อง วันกะทิ วันสังขยา รวมไปถึงความแตกต่างด้านส่วนผสม เช่น “ลูกชุบ” หากเป็นชาววังแท้ ๆ ใส่นมไม่ได้ทำจากถั่วกวน แต่นำเมล็ดแดงโมมากะเทาะที่ละเม็ดแล้วปั่นให้ละเอียด ร่อนด้วยผ้าขาวบางเพื่อให้ได้เนื้อที่ละเอียดที่สุด แล้วนำมากวนก่อนปั้นเป็นรูปผักและผลไม้ขนาดจิ๋ว นำไปชุบในแป้งพอขึ้นเงาเท่านั้น

วิเคราะห์ความแตกต่างของขนมชาวบ้านและชาววัง

นอกจากเรื่องของวัตถุดิบและส่วนผสมที่แตกต่างกันตามระดับฐานะ แล้วอีกประการหนึ่งที่เราเห็นได้อย่างชัดเจน คือ ขนมชาววังมีที่มาจาก ขนมที่ทำเพื่อเจ้านายชั้นสูง จึงต้องอาศัยความประณีต พิถีพิถันละเอียดละไม มีขั้นตอนที่ซับซ้อน ส่งผลให้รูปลักษณะของขนมที่ออกมามีความสวยงาม ขนาดของชิ้นขนมต้องคำนึงถึงมารยาทในการรับประทานแบบผู้ดี ชั้นเล็กขนาดพอดีคำ รวมไปถึงการจัดเรียงในภาชนะที่สวยงาม สร้างสุนทรียภาพทั้งก่อนและหลังรับประทาน ในขณะที่ขนมชาวบ้าน เป็นขนมที่ทำง่าย ๆ อาศัยรสมือหยิบจับตัดแปลงผสมจนเข้ากัน วัตถุดิบโดยมากเป็นผลไม้ที่หาได้ตามฤดูกาล ส่วนใหญ่เน้นทำกินเองในครัวเรือนเป็นหลัก

เอกลักษณ์ของขนมไทย

ขึ้นชื่อว่าขนมแล้วไม่ว่าจะเป็นของชาติใด ก็ล้วนแต่มีรสชาติความหวานเจือปนอยู่เหมือนกันทั้งสิ้น แต่ความหวานของขนมไทยเราจะมีรสชาติหวานมันและละมุนละไมมากกว่าชาติอื่นๆ เนื่องจากขนมไทยมักต้องใส่กะทิควบคู่กับน้ำตาลด้วยเสมอ ความมันจากกะทิจะช่วยลดความหวานจากน้ำตาลลงได้ ลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งของขนมไทยที่แตกต่างจากขนมของชาติอื่นๆ ก็คือ เมื่อนำมาจัดวางให้เป็นระเบียบจะดูสวยงามและมีกลิ่นหอมอยู่ในตัว ชาวให้น่ารับประทานมากยิ่งขึ้น ความสวยงามของขนมไทยนั้นหากนำขนมของชาติต่าง ๆ มาวางเรียงกัน แล้วให้คนต่างชาติชี้ว่า ชื่นไหนเป็นขนมของคนไทย เขาจะสามารถบอกได้ถูกต้องทันที เป็นเพราะความประณีตบรรจงของฝีมือคนไทย ทำให้ขนมไทยมีความละเอียดลออต่างจากขนมของชาติอื่นๆโดยสิ้นเชิง

ขนมที่ขึ้นชื่อของไทยและได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติมากที่สุด ก็คือขนมจำมงกุฏ และลูกชุบ เพราะเป็นขนมที่ทำยาก มีความสวยงามและรสชาติอร่อยเป็นเลิศ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านความรู้สึกรักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ.

ขนมกับประเพณีไทย

อุปนิสัยของคนไทยโดยทั่วไปนั้น เมื่อรับประทานอาหารเช้าแล้วมักต้องตามด้วยของหวานเสมอ เนื่องจากเมืองไทยอยู่ในเขตอากาศร้อน ผลไม้ต่างๆมีให้บริโภคตลอดทั้งปี และสามารถนำมาตากแห้ง เชื่อม กวน ทำเป็นขนมเก็บไว้รับประทานได้ตลอด ในหน้าหนาวก็จะนิยมรับประทานขนมร้อน เช่น ขนมบัวลอย ถั่วเขียวต้มน้ำตาล หน้าร้อนขนมจะใส่น้ำแข็งเพื่อช่วยดับความร้อน เช่น ขนมชาหริ่ม ลอดช่อง และทับทิมกรอบ ส่วนในฤดูฝนการเดินทางลำบาก ผู้หญิงไทยก็รู้จักการทำขนมแห้งเก็บไว้รับประทานได้นาน เมื่อถึงงานบุญประเพณีต่างๆ ใครที่มีฝีมือในการทำขนมอะไรก็มาช่วยกันคนละไม้ละมือ เป็นวัฒนธรรมอันดีงามที่สร้างความสามัคคีในหมู่บ้านหรือบ้านใกล้เคียงที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทุกวันนี้ยังพอมิให้เห็นอยู่บ้างตามต่างจังหวัดเมื่อมีงานบุญงานกุศลต่างๆ ขนมที่ใช้ในงานประเพณีก็จะเป็นขนมที่มีชื่อในความหมายดี เป็นมงคลนาม มีลักษณะที่แลดูเหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในแต่ละงานได้อย่างดี ขนมที่ใช้ในงานบุญงานกุศลต่างๆของชาวไทยในสมัยก่อน ที่นิยมทำกันมีมากมายสามารถจำแนกได้ดังนี้

พิธีมงคลต่าง ๆ

ส่วนมากนิยมใช้ขนมด้วยฟู ขนมฝักบัว ขนมทองเอก ขนมทองพลุ และขนมที่มีชื่อเรียกขึ้นต้นว่า "ทอง" เช่นขนมเทียน ขนมชั้น (นิยมทำเป็น ๙ ชั้น)และขนมจำมงกุฏ ซึ่งถือว่าเป็นขนมระดับสูงสุดของไทย ที่นิยมทำมาใช้ในพิธีรับการโปรดเกล้าฯเลื่อนยศถาบรรดาศักดิ์ของเจ้านายในสมัยก่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิธีแต่งงาน

นอกจากจะมีขนมที่ใช้ในงานเดียวกับพิธีมงคลแล้ว ยังมีขนมกง (รูปร่างเป็นล้อรถ ไม่มีรอยต่อ ซึ่งมีความเชื่อว่าจะทำให้ความรักของคู่บ่าวสาวจีรังไม่มีวันแยกจากกัน) ขนมโพรงแสม (มีรูปร่างยาวใหญ่คล้ายกับเสาบ้านเสาเรือน ทำให้คู่บ่าวสาวยืนยาว) ขนมสามเกลอ (มีลักษณะเป็นสามก้อนติดกัน เตรียมไว้สำหรับให้คู่บ่าวสาวเสี่ยงทายว่าจะอยู่ด้วยกันได้นานหรือไม่ หากขนมแยกออกจากกันก็ถือว่าไม่ใช่เนื้อคู่ที่แท้จริง) นอกเหนือจากนี้ยังมี ขนมใส่ไส้ ขนมฝักบัว ขนมบัวปิ่นและขนมนมสาวอีกด้วย

ประเพณีสงกรานต์

ก่อนจะถึงเทศกาลตรุษสงกรานต์ ชาวบ้านจะช่วยกันกว่นกะละแม เตรียมเอาไว้สำหรับรับแขกเรื่อที่มารดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ ถ้าแจกไม่หมด ก็สามารถเก็บไว้รับประทานเองได้ โดยใส่ในโหลแก้วที่มีฝาปิดสนิท

พิธีบวงสรวงสังเวद्यเทพดา

ขนมที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบันก็คือขนมต้มแดงและขนมต้มขาวซึ่งเป็นความเชื่อถือในลัทธิพราหมณ์

งานบุญออกพรรษา

มีพิธีทำบุญตักบาตรเทโวด้วยข้าวต้มลูกโยน ซึ่งมีมานาน ตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน



วิถีชีวิตของชาววัง

“ชาววัง” ถือเป็นชนชั้นสูงในสังคมไทยมาแต่โบราณ สามัญชนนอกวังมักมองภาพชีวิตความเป็นอยู่ของ “ชาววัง” ไว้เลิศจนกระทั่งที่ความเป็นจริงความเป็นอยู่ของชาววังนั้น ยังแบ่งออกเป็นหลายระดับชั้นด้วยกัน ได้แก่

ชาววังชั้นสูง คือพระมหากษัตริย์ เจ้านายพระบรมวงศานุวงศ์ ซึ่งประสูติและศึกษาเล่าเรียนอยู่ในวัง และเมื่อเจริญพระชันษาแล้วก็ยังประทับอยู่ในวัง ส่วนชาววังชั้นสูงที่มีได้เป็นพระราชธิดาหรือผู้มีเชื้อสายเกี่ยวดองกับพระเจ้าแผ่นดิน ก็จะเป็นพวกลูกผู้ดีเชื้อสายขุนนางราชินิกุลต่างๆ ที่เข้ามาถวายตัวอยู่ในวัง แล้วแต่ว่าอยู่กับเจ้านายพระองค์ไหน ตำแหน่งไหน แต่ก็อยู่ในเขตรั้วกำแพงพระราชวังเช่นกัน ซึ่งชาววังที่ถือว่าเป็นระดับชั้นสูงนี้ หากเป็นเจ้านายชั้นพระราชธิดาและเชื้อพระวงศ์ราชินิกุลต่างๆ จะต้องศึกษาเล่าเรียนด้านอักษรศาสตร์ เพื่อสามารถเขียนหนังสือ แต่งโคลงฉันท์ กาพย์ กลอนได้ นอกจากนี้ ยังต้องเล่าเรียนหัตถกรรม การฝีมือ การปักสะดึง การดอกไม้ การฝีมือด้านต่างๆ ด้านการอาหาร รวมไปถึงการดนตรี

ยังมีชาววังชั้นสูงอีกประเภทหนึ่งเรียกว่าเป็น “นางพนักงานประเภท1” อาจจะเป็นพนักงานชาวที่ พนักงานพระศรี พนักงานพระภุชญา ผู้ที่ทำราชการนี้มักเป็นสตรีในวังชั้นหม่อมเจ้า หม่อมราชวงศ์ที่เคยรับราชการมาแล้วเมื่อรัชกาลก่อน ส่วน “นางอยู่งานประเภท1” ผู้ที่ทำราชการประเภทนี้มักเป็นสตรีชาววังแรกรุ่นสาวๆ โดยจะทำหน้าที่เชิญเครื่องราชูปโภคหรือคอยตามเสด็จ ผลัดเวรกันอยู่บนราชมณเฑียรตามแต่เจ้านายจะใช้สอย

ชาววังชั้นกลาง คือ ลูกหลานของคหบดีหรือขุนนาง อำมาตย์ที่รับราชการในวังและให้ลูกเข้ามาศึกษาในวังด้วย ชาววังระดับนี้ที่เป็นหญิงจะขึ้นตรงกับเจ้านายในวังพระองค์ใด พระองค์หนึ่ง ชาววังชั้นต่ำหรือระดับล่างสุดเรียกว่า “โซลน” ส่วนผู้ชายเรียกว่า “ไพร่หลวง” ชาววังชั้นนี้จะผลัดเปลี่ยนกันเข้ารับหน้าที่ในพระราชวัง มีหน้าที่รักษาประดู่หรือรับใช้งานต่างๆ

ชาววังในครั้งอดีตเมื่อถึงเวลาจะเข้าเฝ้าฯ เจ้าฟ้าเจ้าแผ่นดิน หากเป็นชายที่เป็นขุนนางข้าราชการมักไม่ใคร่ใส่เสื้อเข้าเฝ้าฯ แต่จะเข้าเฝ้าฯด้วยกิริยานอบน้อม โดยการหมอบคลานเข้ามากกราบไหว้ ซึ่งเป็นการแสดงความเคารพเทิดทูนพระมหากษัตริย์ของตนอย่างสูงสุด จนมาเล็กระเบียบธรรมเนียมการหมอบคลานเฝ้าฯเมื่อครั้งรัชกาลที่ ๔-๕

ประเพณีชาววังที่น่ากล่าวถึงอีกอันหนึ่งเห็นจะเป็นธรรมเนียมการแต่งกายของสตรีในวังที่ถือเป็นกฎเกณฑ์สำคัญเวลาจะเข้าเฝ้าฯพระเจ้าแผ่นดินคือ ต้องแต่งด้วยผ้าสายและสะพักแพรที่มีสีสันตามวันอย่างถูกต้อง โดยต้องนัดหมายแต่งให้เหมือนกันทุกพระองค์ รวมไปถึง “หีบหมากสวย” ที่เจ้านายสมัยนั้นทรงสวยเหมือนกันก็จะนัดหมายให้ใช้หีบหมากสวยเหมือนกัน ทุกพระองค์ เช่น หีบหมากทอง หีบหูกี่รูปนาค ฯลฯ

ในส่วนของการแต่งกายเวลาขึ้นเฝ้าฯภายในวัง ให้ถูกต้องตามวันนั้น เป็นดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันอาทิตย์ ทรงผ้าลายสีลินจี ทรงสะพักแพรสีโตกหรือทรงผ้าสีเขียวใบไม้ ทรงสะพักสี
ทับทิม

วันจันทร์ ทรงผ้าเหลืองอ่อน ทรงสะพักแพรสีน้ำเงินหรือสีบานเย็น ทรงผ้าสีนกกพิราบ
น้ำเงินหม่น ทรงแพรสีจำปาแดง

วันอังคาร ทรงผ้าสีม่วงอ่อน ทรงแพรสีโตกหรือผ้าสีโตก ทรงแพรสีม่วง

วันพุธ ทรงผ้าสีเหล็กหรือสีถั่วเขียว ทรงสะพักแพรสีจำปาอ่อนหรือแก่ ทรงแพรสี
เหลือง หรือสีแก่กว่า

วันพฤหัสบดี ทรงผ้าสีแสด

วันศุกร์ ทรงผ้าสีน้ำเงินแก่ ทรงแพรสีเหลือง

วันเสาร์ ทรงผ้าลายพื้นม่วง ทรงแพรสีโตก

วันพระ ทรงผ้าสีแดง ทรงสะพักแพรสีชมพู ผู้ที่จะนุ่งแดงได้นั้น จะต้องเป็นเจ้านาย
เชื้อพระวงศ์เท่านั้น บรรดาข้าราชการ ข้าราชการบริวาร หรือข้าหลวงชาววังต่าง ๆ ไม่สามารถนุ่ง
แดงอย่างเจ้านายได้เลย ส่วนวันที่ต้องไว้ทุกข์จะทรงผ้าสีม่วง ทรงสะพักแพรสีนวลหรือทรงผ้าสี
เขียว ทรงแพรสีม่วงอ่อนหรือม่วงแก่
วัฒนธรรมการบริโภคของชาววัง

คำสอนที่เกี่ยวกับกิริยามารยาทในการรับประทานอาหารที่สุภาพเรียบร้อยปกติมักจะ
กล่าวถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ เป็นต้นว่า สอนไม่ให้กินมาก ๆ ไม่ให้กินคำโต ๆ ไม่ให้รีบกิน ไม่ให้
กินหกเลอะเทอะ หรือไม่ให้กินด้วยกิริยามมมาม รีบเร่งและเสียงดัง เป็นต้น ถึงกระนั้นการอบรม
สั่งสอนให้มีกิริยามารยาทเรียบร้อยดังกล่าวนี้ ก็ไม่ได้เพียงแต่แค่สอนกันเฉพาะในเรื่องของวิธี
ที่เกี่ยวกับการกินล้วน ๆ เท่านั้น หากแต่ยังได้อบรมสั่งสอนให้เห็นถึงเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
สัมพันธ์กับการกินทั้งทางตรงและทางอ้อมให้เห็นอยู่เสมอด้วย ดังเช่น การนั่ง เมื่อจะต้องนั่งต่อ
หน้าเจ้านาย ขุนนางหรือบุคคลอื่นใดก็ตามที่มียศถาบรรดาศักดิ์สูงแล้ว ก็จะต้องนั่งในท่าที่
เรียบร้อยที่สุด ซึ่งก็คือ การนั่งพับเพียบ พร้อมกับเอามือกุมปลายเท้าไว้ เพื่อมิให้ฝ่าเท้าหันไป
ทางท่านผู้มีบรรดาศักดิ์สูง ทั้งนี้เพราะเชื่อกันว่า ฝ่าเท้าเป็นของต่ำอันไม่ควรจะเปิดเผยหรือแสดง
ให้ประจักษ์ต่อสายตาของบุคคลซึ่งมีศักดิ์สูงกว่าตน หรือไม่ควรให้บุคคลใด ๆ ก็ตามที่มีศักดิ์สูง
กว่า เห็นฝ่าเท้าของตน อันจะถือว่าเป็นการไม่สุภาพอย่างมาก

พฤติกรรมการกินอาหารด้วยความตะกละตะกลาม ไม่ว่าจะเป็นการกินด้วยความเร่ง
รีบ หรือกินอย่างเลอะเทอะ มุมมาม กินในปริมาณที่มาก เดินกิน ไม่มานั่งกินที่โต๊ะ ไม่แต่งตัวให้
ดีก่อนที่จะกิน หรือไม่ทำโน่นทำนี่ให้เสร็จก่อน เป็นต้น พฤติกรรมเหล่านี้สำหรับชนชั้นสูงแล้วถือ
ว่าเป็นกิริยาที่ไม่สุภาพในการรับประทานอาหาร เนื่องจากชนชั้นสูงมองว่าเป็นการสะท้อนความ
อยากกิน ไม่ว่าจะในเด็กหรือผู้ใหญ่ก็ตาม โดยเฉพาะในทัศนะของชนชั้นสูง หรือกลุ่มคนที่มีฐานะดี
การแสดงความอยากกินออกมาในระดับที่มากเกินไปนั้นนอกจากจะเป็นเรื่องของกิริยาที่ไม่งาม
แล้ว ยังมองว่าเป็นเรื่องของคนที่ยากจน อตอยากหิวโหยอาหารมานานจึงต้องแสดงความอยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กินอาหารออกมาขนาดนั้น และความคิดทำนองนี้ก็ค่อยๆ กลายมาเป็นการควบคุมการ
ประพฤติกปฏิบัติในการกินอาหารของชนชั้นสูงหรือกลุ่มคนมีฐานะดี

การไม่รู้จักรับควบคุมความอยากในการกินอาหารจึงกลายมาเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญใน
การเปรียบเทียบพฤติกรรมการกินระหว่างความเป็นผู้ดีกับความเป็นไพร่ โดยไม่เกี่ยวข้องกับ
ชาติกำเนิด รูปลักษณ์ ผิพรรณ และความฉลาดปราดเปรื่อง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ปรากฏอยู่
อย่างชัดเจนในโคลงเสียดสีโศภิตะปิใหม่ ซึ่งกลุ่มเจ้านายได้ช่วยกันแต่งขึ้นในระหว่างที่นักรับประทาน
อาหารในงานเลี้ยงเมื่อปี พ.ศ. 2417 ว่า

กินจุกล่าวไว้ว่า	ผีพาย
เพราะว่าไพร่ไม่อาย	เปิบป๊อ
พวกเราที่เจ้านาย	ไม่คิด เลยนา
กินเดิบมิใช่บ่อย	ยิ่งสิ้นชนแลว ฯ
โคมเจดเลิศลักษณ์เพียง	เทวา
ฉลาดเลิศเลื่องกาปรา	กฏก้อง
ท่วงที่ทอดหางตา	คล่องแคล้ว
เสียดสิ่งเดียวแต่ท้อง	จุข้าวหลายชาม ฯ

การกินมาก กินเดิบ กินจุ ไม่ว่าจะหมายถึงการกินอาหารคราวละคำใหญ่ๆ โด่ๆ
หรือการกินอาหารในปริมาณที่มากก็ตาม จะถูกสร้างความหมายใหม่ให้กลายเป็นภาพลักษณ์ที่
ต่ำช้าสามัญ และน่าชิงชังรังเกียจ ในการประพฤติกปฏิบัติในการกินที่ทั้งตะกละมูมมาม และ
เอะอะมะเทิ่ง แบบที่ไม่รู้จักรับควบคุมความอยากซึ่งเป็นแรงปรารถนาภายใน อันเป็นลักษณะการ
กินของพวกชนชั้นไพร่ ขณะเดียวกันความหมายในลักษณะดังกล่าวก็ค่อยๆ สร้างความหมาย
ให้กับการกินอาหารในลักษณะที่ตรงกันข้าม เช่น การค่อยๆ กินอย่างช้าๆ เนิบนาบ และกินแต่
ทีละน้อย คราวละคำเล็กๆ ถูกทำให้เป็นการประพฤติกปฏิบัติในการกินอาหารที่สูงส่งกว่า เพราะดู
“สำรวม” มากกว่า และกลายเป็นภาพลักษณ์ของพฤติกรรมการกินอาหารของพวกชนชั้น
เจ้านายหรือพวกผู้ดีสมัยใหม่ไปโดยปริยาย

การควบคุมความอยากโดยไม่กินอาหารมากเกินไป โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นสูง จึงถูก
ถือว่าการเป็นรู้จักเลือกที่จะกินอาหารที่ดี เนื่องจากกลุ่มชนชั้นสูงเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม
ทำให้ไม่มีปัญหาในเรื่องของการขาดแคลนอาหารการกิน เพราะมีอาหารให้เลือกกินได้มากมาย
ทั้งในแง่ปริมาณ จำนวนชนิด และคุณภาพ มากกว่ากลุ่มคนอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ การไม่มีจะกิน จึง
ไม่เคยเป็นปัญหาสำหรับกลุ่มชนชั้นสูงเลย ปัญหาของชนชั้นสูงที่จะมีก็มีเพียงประการเดียว
เท่านั้นคือ การมีอาหารที่จะกินมากเกินไป จนต้องนำไปสู่การตัดสรร ควบคุมปริมาณอาหารที่จะ
กิน ผ่านการเรียนรู้ถึงกรรมวิธีการปรุงแบบใหม่ ๆ เพื่อที่จะทำให้อาหารนั้นเป็นอาหารที่เลิศรส
หรือทำให้มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานที่ในการรับประทาน

คนไทยกินข้าวที่ไหน หรือที่กินข้าวควรจะเป็นสถานที่เช่นไร เป็นคำถามที่ขึ้นอยู่กับสถานะทางชนชั้นของบุคคลด้วย สำหรับกลุ่มชนชั้นสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งกษัตริย์แล้ว แน่แน่นอนว่าไม่ใช่แค่สถานที่ทำอาหารกับสถานที่กินเท่านั้น แต่ในเกือบทุกที่ที่เป็นของกษัตริย์ย่อมต้องเป็นสถานที่ที่มีความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งยากที่คนทั่วไป หรือแม้แต่ชนชั้นสูงอื่นๆ จะเข้าถึงได้ ยกเว้นแต่จะได้รับอนุญาต แม้แต่กรณีของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสหัวเมืองต่างๆภายในสยามก็เช่นเดียวกัน ส่วนชนชั้นสูงอื่นๆ และชนชั้นกลางนั้นคงไม่มีลักษณะของความศักดิ์สิทธิ์เท่ากับกษัตริย์ แต่สถานที่กินในยามปกติที่วัง ก็ยังคงเป็นสถานที่ที่แม้คนในวังนั่นเอง ก็ไม่สามารถจะเข้าถึงได้เช่นกัน ยกเว้นแต่จะได้รับอนุญาต

การรับประทานอาหารนอกสถานที่

เนื่องจากโดยทั่วไปแล้ว เวลากลุ่มเจ้านายเสด็จประพาสหรือตรวจราชการตามหัวเมืองต่างๆ ก็มักจะต้องมีการจัดเตรียมเสเบียงอาหารเป็นการใหญ่ พร้อมทั้งนำคนครัวของตนติดตามไปด้วย ทว่าในบางครั้งบางคราวก็อาจเกิดเหตุที่ทำให้ไม่สะดวกในประการใดก็ตาม เป็นต้นว่าเสเบียงอาหารหาตามมาไม่ทัน หรืออาหารที่พวกข้าราชการในหัวเมืองทำเลี้ยงไม่อร่อยถูกปาก วิธีการหนึ่งที่มีการปฏิบัติกันในกลุ่มเจ้านายในเวลาเกิดหิวกลางทาง ซึ่งเจ้าพระยาเทเวศร์ฯ สอนวิธีการนี้ให้แก่สมเด็จพระยามะวงศ์วรวงศาธิบดี โดยเล่าว่าได้วิธีการนี้มาจากข้าราชการกรมม้าที่ต้องตามเสด็จประพาสหัวเมืองด้วยกันคราวหนึ่งว่า ให้เตรียมข้าวหลามกับไข่ไก่ต้ม พร้อมกับเกลือพริกไทยไว้กับตัวด้วย เนื่องจากข้าวหลามเป็นอาหารที่สะดวกในการพกพา หยุดที่ไหนก็กินที่นั่น ไม่ต้องหุงต้มต้มให้ลำบากเสียเวลา ดังนั้นจะเห็นว่า การกินอาหารเป็นสิ่งที่ต้องจัดเตรียมให้เหมาะสมกับเวลาและสถานที่ด้วย

วิเคราะห์วัฒนธรรมการบริโภคของชาววังเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในโครงการ

ภาพลักษณ์ในการรับประทานจัดว่าเป็นเรื่องสำคัญมากในกลุ่มคนชั้นสูง การค่อยๆ กินอย่างช้าๆ กินแต่ที่ละน้อย คราวละคืบเล็กๆ ถูกปลูกฝังให้เป็นการประพฤติปฏิบัติในการกินอาหารที่สูงส่ง เพราะดู “สำรวม” และกลายเป็นภาพลักษณ์ของพฤติกรรมกรกินอาหารของพวกชนชั้นเจ้านายหรือพวกผู้ดีตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ขนาดของขนมนั้นจึงต้องมีขนาดเล็กพอดีคำ เพื่อไม่ให้หกเลอะเทอะขณะกิน และปากไม่อ้ากว้างจนเกินไป ปริมาณบรรจุ ก็ต้องบรรจุเพียงน้อยชิ้น พอดีกับการทาน ไม่ให้มีเศษเหลือ และยังเป็น การควบคุมปริมาณอาหารอีกด้วย รวมถึงการจัดสำรับเพื่อเสริฟก็ต้องคำนึงถึงความสวยงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยอีกด้วย การรับประทานนอกสถานที่ก็เชื่อว่าจะเป็นเรื่องต้องห้าม เพียงแต่ต้องจัดเตรียมสำรับให้เหมาะสม ดังเช่นสมัยก่อนที่เจ้านายต้องเสด็จประพาสตามหัวเมืองต่างๆ ก็จะมีการเตรียมเสเบียงอาหารบรรจุลงในกระบอกข้าวหลาม เพื่อรับประทานขณะเดินทาง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิวัฒนาการของอาหารและขนมไทยชาวจังหวัด

อาหารไทยชาวจังหวัด เป็นอาหารชั้นสูง ที่ถูกปรุงแต่งขึ้น เฉพาะพระมหากษัตริย์ และในหมู่เจ้านายชั้นสูง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความช่างคิดประดิษฐ์ ความประณีตละเอียดละไมของกุลสตรีในสมัยก่อน ไม่ว่าจะเป็นศิลปะแห่งรสชาติ ความพิถีพิถันในทุกขั้นตอนของการคัดสรรวัตถุดิบ รวมถึงกรรมวิธีขั้นตอนในการปรุงอาหารคาว - หวานแต่ละชนิด ซึ่งไม่เพียงแต่รสชาติอันกลมกล่อมที่สามารถสัมผัสได้จากการลิ้มชิมรสเท่านั้น หากแต่ความงดงามตั้งงานศิลปะที่มอบสุนทรีย์ทางสายตาและทางใจในเบื้องต้นเมื่อได้พบเห็น นอกจากนั้นแล้ว ศิลปะแห่งอาหารชาวจังหวัดยังรวมถึงการประดิษฐ์อาหารเลียนแบบรูปทรงต่าง ๆ ในธรรมชาติ เช่น ขนมขอม่วง ทำรูปทรงเลียนแบบดอกขอม่วง ขนมจีบไส้ไก่ บั้นเป้งเป็นรูปไก่อย่างสวยงาม หรือการนำดอกกุหลาบมอญมาแกะกลีบออกแล้วใช้ปากคีบหยิบกลีบกุหลาบแต่ละกลีบไปชุบในน้ำตาลเคี้ยว จากนั้นจึงนำกลีบดอกทั้งหมดมาประกอบกันใหม่ โดยเรียงจากกลีบชั้นในสุดออกมาจนถึงชั้นนอกสุด ให้ดอกกุหลาบมอญคั้นรูปทรงเป็นดอกดั้งเดิม

คุณค่าอมตะของอาหารชาวจังหวัด ดำรงอยู่ในความเป็นศิลปะอันสะท้อนให้เห็นความประณีตละเอียดละไม และความช่างคิดประดิษฐ์ทำของกุลสตรีไทยสมัยก่อน ไม่ว่าจะเป็นศิลปะแห่งรสชาติ ความละเอียดอ่อนของเครื่องปรุงแต่ละชนิด ที่ประกอบขึ้นเป็นเครื่องคาว - หวาน ซึ่งไม่เพียงอร่อยลิ้นกรุ่นกลิ่นหอม หากงดงามประดุจตั้งงานศิลปะที่บรรดามแม่ครัวหัวป่า บรรจงฝักฝีมือในการแกะสลัก การปั้น และ การจัดเข้าสำหรับ ที่มอบสุนทรีย์ทางสายตา และทางใจเป็นเบื้องต้นก่อนลิ้มชิมรส

สังคมไทยยกย่องให้อาหารชาวจังหวัดเป็นมาตรฐานความรู้ด้านศิลปะการบริโภค ความรู้ของครัวหลวงเกิดจากการสั่งสม และอบรมบ่มเพาะภายในราชสำนัก มาอย่างสืบเนื่องยาวนาน ผ่านทั้งการคิดค้น ปรุงแต่ง ภายในกลุ่ม "ต้นเครื่อง" มือเอก อีกทั้งยังมีการผสมผสานกับวัฒนธรรมอาหารจากต่างบ้านต่างเมือง ผ่านทางการค้า การศึกษา และ การเมือง อาหารชาวจังหวัดสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันพระมหากษัตริย์ และ ไฟร์ฟ้า อาหารสื่อความหมายแทนความศักดิ์สิทธิ์ ความเป็นสิริมงคลในงานพระราชพิธี อาหารชาวจังหวัดเป็นเช่นวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตามสภาพสังคมไทยในแต่ละยุคสมัย

ในส่วนของนวัตกรรม " เครื่องหวาน " ท่านผู้หญิงวิชเยนทร์ หรือนามเดิม มารีย์ ปินยาเดอ กิย์มาร์ เชื้อสายญี่ปุ่น-โปรตุเกส ภรรยาเจ้าพระยาวิชเยนทร์ (นามเดิม คอนสแตนติน ฟอลคอน ชาวกรีก) ท่านผู้หญิงวิชเยนทร์มีตำแหน่งเป็นท้าวทองกิบม้า ซึ่งเป็นตำแหน่งวิเสทหรือผู้ปรุงอาหารหลวง ท่านได้นำเอาความรู้ที่มีมาแต่เดิมมาผสมผสานกับความรู้ในท้องถิ่น ปรุงแต่งอาหารขึ้นใหม่จนเป็นที่รู้จักกันดี คือ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง (เดิมชาวโปรตุเกสกินกับเนืออย่าง) ทองโปร่ง ทองพลุ ทองม้วน ขนมฝิง ขนมฝรั่ง ทองม้วน ขนมไข่เต่า ลำปำนี้ ขนมหม้อแกง และ สังขยา ถือว่าบรรดาขนมเหล่านี้ เป็นโฉมหน้าใหม่ของขนมไทย เนื่องจากได้ มีการนำเอา " ไข่แดง " อันเป็นส่วนประกอบในการทำขนมแบบตะวันตกมาผสม ซึ่งผิดแผกไปจากตำรับขนมไทยเดิมที่มีส่วนผสมหลัก คือ แป้ง น้ำตาล และกะทิ เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์วิธีการจัดขนมของชาววัง

ไม่มีรูปแบบตายตัวในการจัด ขึ้นอยู่กับจินตนาการของผู้จัด และความเหมาะสมของงานที่จะใช้มากกว่า เช่น การจัดเป็นสำหรับหรือเป็นชุดนั้น จะต้องประกอบด้วยขนมหวานอย่างน้อย 5 อย่างหรือ 6 อย่าง ขนมแต่ละอย่างจะต้องเลือกให้ผสมผสานกันทั้งรสชาติ ชนิด ลักษณะ ตลอดจนสีสันทันของขนม ในแต่ละสำหรับต้องมีผลไม้ 1 อย่าง ขนมที่เป็นหน้าตั้งอยู่ตรงกลางสำหรับ 1 อย่าง แต่ทั้งนี้ไม่ใช่รูปแบบตายตัว สามารถปรับเปลี่ยนได้ขึ้นอยู่กับผู้จัดเป็นหลัก

ลักษณะเด่นของสำหรับชาววังจะอยู่ที่ความละเอียด ประณีต มีการวางลวดลายที่วิจิตรงดงาม มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ มีการประดิษฐ์ประดอยดอกไม้ ซึ่งต้องใช้ความละเอียด และเวลาในการจัดทำสูง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมในบริบทที่ใด ปรับให้มีความร่วมสมัยมากขึ้นทั้งในด้านโครงสร้าง เช่นรูปทรงของภาชนะสมัยโบราณ หรือรูปแบบในการจัดสำหรับต่างๆ และด้านกราฟฟิกที่เป็นลวดลาย สีที่สวยงาม สะท้อนวัฒนธรรมประเพณีไทยได้เป็นอย่างดี

ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์เดิมที่นำมาใช้ใส่ขนมของชาววัง



นิยมใช้เป็นวัสดุธรรมชาติที่หาได้ตามท้องถิ่น เช่นกระต๊อบใบตอง



ขันโตก หรือพานพุ่มที่มีลวดลายฉลุสวยงาม

ภาพที่ 5 แสดงการจัดขนมของชาววัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต

ชื่อร้าน นพวรรณขนมไทย
สถานที่ตั้ง 88/9 ถนนเทศบาลสงเคราะห์ ประชานิเวศน์ 1 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900
สัญลักษณ์ทางการค้า (Logo)



2.2.1 ประวัติความเป็นมาของ ร้านนพวรรณขนมไทย

จุดเริ่มต้นของร้านนพวรรณขนมไทย เริ่มต้นมาจากครอบครัว เด็บโตมาจาก การเป็นลูกมือช่วยคุณแม่ทำอาหารไทยสูตรโบราณชาวจีน ทั้งคาวหวาน จึงมีความเคยชินกับ กระบวนการทำขนม เมื่อเติบโตขึ้นวิชาทำขนมจึงติดตัวมาตลอด สาเหตุที่เลือกทำขนม เพราะ ขนมอยู่ตรงไหนก็ขายได้ เมื่ออ.นพวรรณไปทำงานเป็นผู้บริหารโรงแรมที่พัทยา จึงใช้เวลาช่วง เข้าในการทำขนม แล้วนำไปฝากขายตามธนาคารและสถานที่ต่างๆ ปรากฏว่าขายดี มียอด สั่งซื้อเป็นจำนวนมาก

สำหรับร้านขนม ไทยนพวรรณได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อตอนทีอ.นพวรรณย้ายเข้ามาใน กรุงเทพฯ มีโอกาสได้ไปออกรายการของ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ จนได้ป้ายเชลล์ชวนชิมมา แล้วทุกอย่างก็เริ่มต้นขึ้น เมื่อได้มีโอกาสไปเป็นอาจารย์สอนอาชีพที่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีลูกศิษย์มากมายที่มาเรียนและมาสั่งขนม แล้วก็บอกปากต่อปากออกไป จนได้รับเลือกให้เข้า ร่วมในระบบแฟรนไชส์จาก สมาคมแฟรนไชส์ภายใต้สังกัด กระทรวงพาณิชย์ ไปนำเสนอขนม ไทยที่ต่างประเทศ โดยนับเป็นธุรกิจขนมไทยรุ่นแรกๆและเจ้าเดียวในโครงการนี้ ในตอนเริ่มแรก ยังไม่ได้สนใจเรื่องการมีขนมวางขายหน้าร้าน แต่มีออเดอร์สั่งขนมเข้ามาทุกวัน ส่วนขนมไทยที่เป็นจุดเด่นของร้าน เริ่มจากขนมมงคล 9 และขนมไทยที่รูปมีลักษณะสวยงาม เช่น อาลัวดอก กุหลาบ ซึ่งได้รับรางวัลถ้วยพระราชทานจากสมเด็จพระพี่นางฯ และจัดเป็นรายการที่คิดเรื่องการพัฒนารูปแบบขนมเพื่อให้ผลงานออกสู่ระดับสากล ได้รับลิขสิทธิ์จาก กระทรวงการ ท่องเที่ยว มีโอกาสได้ไปร่วมงานแสดงขนมไทยให้ต่างประเทศรู้จัก ทั้งในญี่ปุ่น อิตาลี โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี นอกเหนือจากนี้ยังเป็นผู้ริเริ่มบุกเบิกสูตรขนมไทยเพื่อสุขภาพขึ้น โดยลดการใช้แป้ง และน้ำตาลลง มีการนำหญ้าหวาน ฟิชชอร์แกนนิคต่างๆมาใช้ทดแทนน้ำตาล โดยให้รสชาติหอมหวานเหมือนเดิม รวมไปถึงการนำขนมเบเกอรี่ (Bakery) สไตล์ยุโรปเข้ามา ผสมผสานกับขนมไทยได้อย่างลงตัว เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยมีการคิดค้นสูตรขนมไทยใหม่ๆขึ้น แต่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 นโยบายทางการตลาดของขนมไทย ร้านนพวรรณขนมไทย

2.2.2.1 นโยบายว่าด้วยเรื่องการเงินและการลงทุน

แผนงานที่ 1 คือ ก่อตั้งบริษัทเพื่อให้บริการแบบมีอาชีพ โดยจะลงทุนโครงการแรก คือ เปิดร้านขายขนมไทยแบบครบวงจรในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อหวังใช้เป็นช่องทางโซวสินค้า สร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้คนทั่วไป ทั้งที่เป็นชาวต่างชาติและคนไทยได้รู้จักขนมไทยมากยิ่งขึ้น โดยมองช่องทางลงทุนในลักษณะ ร้านที่ขายขนมไทยครบวงจร มีทั้งหน้าร้านที่ขายขนม ที่นั่งสำหรับนั่งทานภายในร้าน รวมไปถึงการสาธิตทำขนมสดๆ โดย 70% จะรับมาจากแหล่งผลิตและอีก 30 % จะปรุงสดภายในร้าน เป็นการลงทุนเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้ร้านนพวรรณขนมไทยทั้งหมด ทั้งด้านการตกแต่งร้าน ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านสื่อส่งเสริมการขายต่างๆ โดยอาจจะเริ่มต้นในรูปแบบ ของคีออส (Kios) ก่อน

แผนงานที่ 2 คือ ขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์ ตามเป้าหมายตั้งใจจะเปิดจังหวัดใหญ่ๆ จังหวัดละ 1 รายเท่านั้น เพื่อให้แฟรนไชส์ สามารถขยายตลาดสร้างงานได้เต็มที่ แต่ทั้งนี้รูปแบบการขายแฟรนไชส์ของ อ.นพวรรณจะต่างจากที่อื่นๆ เพราะไม่ได้เปิดขายแก่คนทั่วไป แต่จะเปิดขายเฉพาะลูกศิษย์ที่มาเรียนทำขนมไทยกับอาจารย์มาก่อนเท่านั้น

แผนงานที่ 3 คือ ร่วมมือกับรัฐบาลในการสร้าง 'เมืองขนมไทย' ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งขณะนี้กำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการ

2.2.2.2 นโยบายด้านคุณภาพสินค้า

ในปัจจุบันคนรุ่นใหม่หันมาให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพอนามัยมากขึ้น ทำให้มีการบริโภคขนมไทยน้อยลง จึงต้องมีการพัฒนาด้านคุณภาพสินค้า โดยการคิดค้นสูตรขนมไทยเพื่อสุขภาพขึ้น หาวัตถุดิบใหม่ๆมาใช้ในการผลิต เช่น กล้วยหวาน หัวเผือกหัวมัน ัญพืชต่างๆ มาทดแทนในส่วนผสมที่เป็นแป้งและน้ำตาล ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการคิดค้นสูตรขนมไทยชนิดใหม่ๆขึ้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไทยจากพื้นฐานเดิมให้เข้ากับความต้องการของยุคสมัย มีการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้สร้างรูปลักษณ์ใหม่ๆ แต่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยที่มีมาช้านาน เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยชาววังในอดีต ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักถึงคุณค่า หันมาให้ความสำคัญกับขนมไทยมากขึ้น โดยยึดหลัก “ขนมชาวบ้าน งานจิตรชาววัง” ทางร้านจึงมีนโยบายที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างจุดขายที่แตกต่างจากขนมไทยทั่วไป และประชาสัมพันธ์ร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.2.2.3 นโยบายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และลักษณะการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน

ลักษณะการจัดจำหน่ายในปัจจุบันเป็นลักษณะการทำขนมตามสั่ง ทำส่งงานจัดเลี้ยงต่างๆคิดเป็น 80% ซึ่งในอนาคตจะมีการขยายช่องทาง เปิดเป็นร้านขนมไทยในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยเริ่มต้นที่ Siam paragon รวมไปถึงการขยายแฟรนไชส์ออกไป เพื่อให้เข้าถึงตัวผู้บริโภคมากขึ้น

2.2.2.4 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

เดิมเป็นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก จนได้รับการเชิญไปออกรายการที่มากมายเช่น เซลล์ชวนชิม สุพรรณิระวัย เวทีผู้หญิง ร้านชายามเช้า มีการออกงานนิทรรศการต่างๆตามห้างสรรพสินค้า ให้ร่วมมือกับรัฐบาลในการจัด เทศกาลขนมไทยขึ้นในปี 2549 รวมไปถึงการจัด 'เมืองขนมไทย' ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

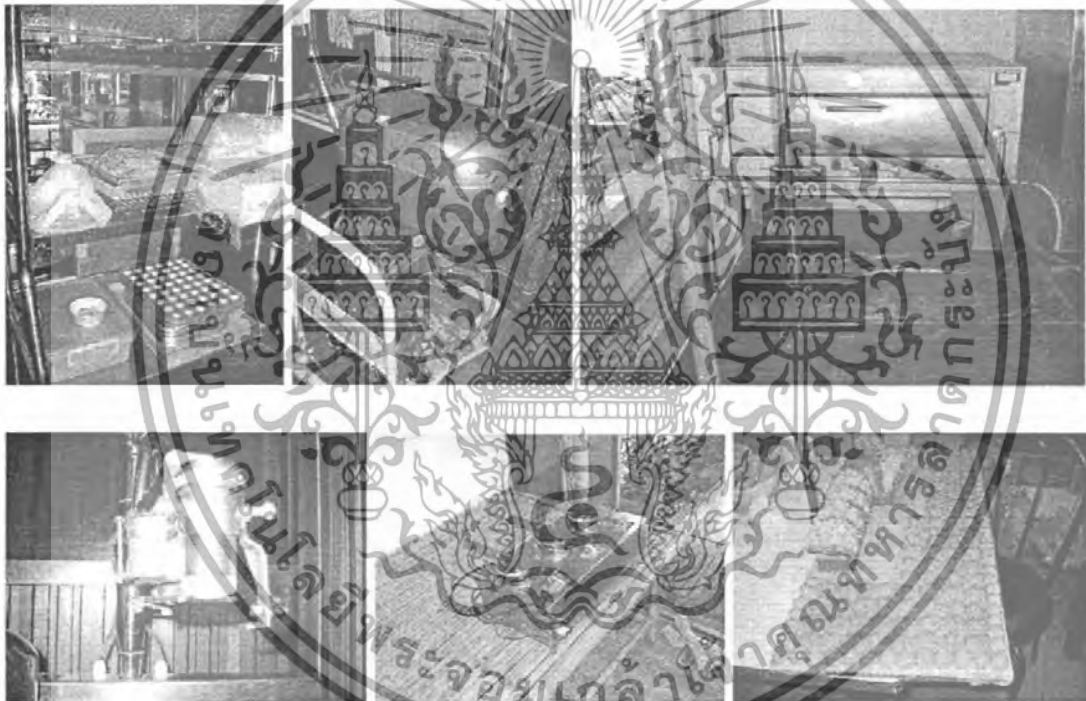


ภาพออกรายการ สุพรรณิระวัย
ตอน : ขนมไทยไร้น้ำตาล

ให้ร่วมมือกับรัฐบาลในการจัด เทศกาลขนมไทยขึ้นในปี 2549 รวมไปถึงการจัด 'เมืองขนมไทย' ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ภาพที่ 6 แสดงการประชาสัมพันธ์ของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ

วัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตของร้านนพวรรณ ขนมไทย

ร้านนพวรรณขนมไทยให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตขนมทุกขั้นตอน วัตถุดิบจะสั่งมาจากแหล่งต่างๆที่ดีที่สุด มีคุณภาพสูง เน้นวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ เช่นข้าวเหนียวที่ใช้ก็จะเป็นข้าวเหนียวที่เคลือบสมุนไพรที่ละเมียด ความพิเศษอยู่ที่ โดนลมแล้วข้าวเหนียวจะไม่แข็งตัว ไข่ก็เลือกไข่แต่เฉพาะไข่ไก่เท่านั้น และนำมาเข้าสู่กระบวนการผลิตที่เป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน มีการควบคุมเองทั้งหมดทุกขั้นตอน



ภาพที่ 7 แสดงเครื่องมือ วัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตขนมไทย



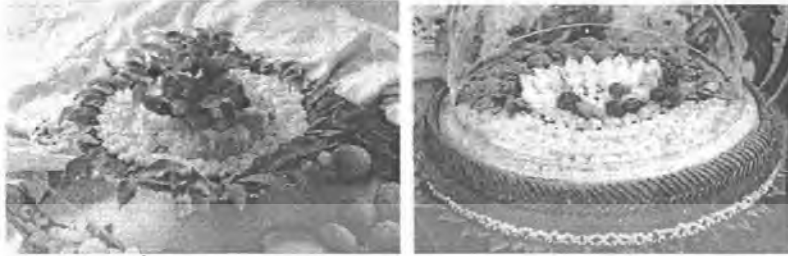
ภาพที่ 8 แสดงบรรยากาศภายในร้าน และหน้าร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของโครงการที่จำหน่ายในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านนพวรรณขนมไทยมีอยู่ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ซึ่งทางร้านเป็นผู้ควบคุมการผลิตเองทั้งหมด ประกอบด้วย

1. ขนมไทยสูตรชาววัง (ขนมไทยสูตรโบราณ)



มีรูปลักษณ์ที่ประณีตงดงาม เกิดจากความละเอียดละไม ประดิษฐ์ประดอย ที่เกิดจากความสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะ รสชาติของขนมก็เป็นสูตรเฉพาะของชาววัง

2. ขนมไทยประยุกต์



หมายถึง ขนมไทยจากสูตรชาววังเดิม นำมาเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง ทั้งด้าน รูปลักษณ์ และส่วนผสมที่ใส่ลงไป เพื่อปรับให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น เช่น อาล้งดอกกุหลาบ วนกรอบเคี้ยวหนึบ เป็นต้น

3. ขนมไทยสูตรที่คิดขึ้นมาใหม่



เป็นขนมไทยสูตรของนพวรรณ ที่คิดค้นขึ้นเอง เป็นขนมประเภทผสมผสาน หรือที่เรียกว่า fusion เป็นการผสมผสานระหว่างสูตรขนมไทยชนิดต่างๆ นำมาปรับส่วนผสม รวมเข้าด้วยกัน เกิดเป็นความลงตัวทั้งรสชาติ และหน้าตา เช่น ท้อหอม ที่เกิดจาก ลำไยนี้รวมกับอาล้ง หรือขนมพิมพ์ทิพย์ ที่เกิดจากการนำธัญพืชหลากหลายชนิดมาผสมรวมกัน แล้วนำมาเข้าสู่กรรมวิธีการผลิตแบบขนมไทย เกิดเป็นขนมชนิดใหม่ขึ้น

ภาพที่ 9 แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตที่มีผลต่อการออกแบบ

ตราสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของนพวรรณ จะประกอบด้วย รูปขนมจ่ามงกุฎ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของร้าน ที่บ่งบอกถึงความเป็นขนมไทยในระดับสูงสุด มีลวดลายไทยวิจิตรบรรจงที่แสดงออกถึงความประณีต พิถีพิถัน ซึ่งดูเก่าแก่ ไม่เข้ากับยุคสมัย ทางร้านนพวรรณจึงมีนโยบายในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ให้ร่วมสมัยมากขึ้น โดยลดทอนรายละเอียดลง ใช้เพียงลายเส้น แต่คงไว้ซึ่งความรู้สึกความเป็นขนมไทยในระดับสูง ความรู้สึกวิจิตรบรรจง งดงามแบบไทยประยุกต์ เพื่อขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น รวมถึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าสู่ชุมชนเมือง แต่ยังคงความเป็นขนมไทยนพวรรณ เพื่อรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมที่มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เอาไว้

2.3 ความต้องการในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

2.3.1 ปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมและหมดคุณค่า

1. ความเสียหายเชิงกล จากการกระแทก การสั่นสะเทือน การเสียดสี ในระหว่างการขนส่งความเสียหาย
2. ความเสียหายจากตัวผลิตภัณฑ์เอง เช่น น้ำมันมะพร้าวทำให้เหม็นหืน
3. ความเสียหายจากสภาพแวดล้อม เนื่องจากขนมไทยส่วนใหญ่มีส่วนผสมของน้ำตาล ทำให้ความชื้น ความร้อน มีผลต่อขนมเป็นอย่างมาก ทำให้ขนมเสื่อม หรือมีอายุที่สั้นลงได้ นอกจากนี้ยังมีความเสียหายจาก จุลชีพ เชื้อรา มด หรือแมลงต่าง
4. ความเสียหายจากมนุษย์ เช่น การขโมย หรือฉิม การตรวจสอบคุณภาพโดยการใช้นิ้วจิ้ม การทำให้รั่วไหล

2.3.2 วิเคราะห์ และสรุปผลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตารางที่ 2 ตารางแสดงการวิเคราะห์และสรุปผลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ชนิดของขนม	คุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติด้อยของผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติที่บรรจุภัณฑ์ควรมี
ทองเอก	1. ลายจากพิมพ์ ด้านบนของขนมทองเอก ซึ่งมีลายที่สวยงาม และประดับด้วยทองคำเปลว 2. สีเหลืองทองของไข่แดงที่มีคุณภาพ ไม่มี	1. มีน้ำซึม และ ละ ได้ง่าย จากความร้อน ทำให้ดูไม่น่ารับประทาน 2. การรับประทานที่ยุ่ยยาก เลอะเปรอะมือ	1. ช่วยดูดซึม ความชื้นและ และน้ำของขนมที่ซึมออกมา ทำให้อายุการเก็บของขนมยาวขึ้น 2. แยกขนมแต่ละชิ้น ออกจากการกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	การผสมไขขาว เหมือนบางร้านขนม ไทย		เนื่องจากเมื่อขนมอยู่ ซิดติด ซ้อนกัน ขนม จะติดกันจากความ เหนียว 3. ปกป้องขนมจาก การเจาะ ทะทะ กัดกิน ของมดแมลง 4. รักษาฐานด้านล่าง ของขนมให้กลม เพราะเมื่อฐานบูด เบี้ยวแล้วลวดลาย ด้านบนของขนมก็จะ บูดเบี้ยว 5. มีอุปกรณ์ในการ ช่วยรับประทาน 6. เสนอความงาม ของผลิตภัณฑ์ ด้านบน
จำมังกู	1. ความสวยงามของ รูปลักษณะของตัวขนม ที่เป็นเอกลักษณ์ของ จำมังกู	1. ส่วนประกอบแต่ละ ชิ้นของขนมมักจะหลุด ออกจากกันได้ง่าย	1. ปกป้องการแยก จากกันของกระทงและ ขนมด้านใน 2. ป้องกันการ กระแทกซึ่งทำให้ กระทงด้านนอกหัก เสียหายได้ 3. ปกป้องขนมจาก การเจาะ ทะทะ กัดกิน ของมดแมลง 4. เสนอความงามของ ผลิตภัณฑ์ให้เห็น
อาลัวดอกกุหลาบ	1. สีสีนที่สวยงาม สดใส 2. รูปทรงที่เป็น	1. เมื่อหมดอายุไม่ สามารถทราบได้ เพราะมีการ	1. ป้องกันการ กระแทกซึ่งทำให้กลีบ ดอกที่ทำจากแป้งนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	เอกลักษณ์ของขนม	เปลี่ยนแปลงของขนม น้อยมาก	หักเสียหายได้ 2. ปกป้องขนมจาก การเจาะ ทะทะ กัดกิน ของมดแมลง 3. มีวัน เดือน ปี ระบุ วันหมดอายุที่ชัดเจน
บุหลันดั้นเมฆ	1. กลิ่นหอมของการ อบควันเทียน 2. รูปทรงของเกสรที่เป็น ลักษณะของ ดอกไม้	1. ความไม่แข็งแรง กลีบแตกหักออกจาก กันได้ง่าย เนื่องจาก รอยต่อของแต่ละกลีบ ติดกันแค่ดวงเกสร	1. ป้องกันการ กระแทกซึ่งทำให้ขนม แตกหักเสียหายได้ 2. ปกป้องขนมจาก การเจาะ ทะทะ กัดกิน ของมดแมลง
ทองหยิบ	1. ความสวยงามที่เป็น เอกลักษณ์ของตัว ขนม 2. สีเหลืองทองของไข่ แดงที่มีคุณภาพ ไม่มี การผสมไข่ขาวเหมือน บางร้านขนมไทย	1. ความร้อนทำให้น้ำ ซึมน้ำซึมน้ำ และได้ง่าย ดูไม่ น่ารับประทาน	1. ป้องกันการ กระแทกซึ่งทำให้ขนม เสียรูปทรงได้ง่าย 2. ช่วยดูดซึมความชื้น ของขนมทำให้อายุ การเก็บของขนมยาว ขึ้น 3. เสนอความงามของ ผลิตภัณฑ์ให้เห็น
ทองหยอด	1. สีเหลืองทองของไข่ แดงที่มีคุณภาพ ไม่มี การผสมไข่ขาวเหมือน บางร้านขนมไทย	1. ความร้อนทำให้น้ำ ซึมน้ำซึมน้ำ และได้ง่าย ดูไม่ น่ารับประทาน	1. ช่วยดูดซึมความชื้น ของขนมทำให้อายุ การเก็บของขนมยาว ขึ้น
ลำป้านี้	1. ลายจากการพิมพ์ ด้านบนของขนม ลำป้านี้ ซึ่งมีลายที่	1. ผงแป้งในปริมาณ น้อย ทำให้ผู้บริโภค เข้าใจผิดว่าเป็นเชื้อรา	1. บรรจุภัณฑ์ปิดสนิท ป้องกันการหกตัวของ ผงแป้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>สวยงาม</p> <p>2. สีเส้นที่หลากหลาย</p> <p>สวยงาม</p>	<p>ได้</p>	<p>2. แยกขนมแต่ละชั้นออกจากกัน เนื่องจากเมื่อขนมอยู่ชิดติดกัน ขนมจะติดกัน</p> <p>3. ปกป้องขนมจากการเจาะ ทะทะ กัดกินของมดแมลง</p> <p>4. รักษาฐานด้านล่างของขนมให้กลม เพราะเมื่อฐานบูดเนี้ยวแล้ว ลวดลายด้านบนของขนมก็จะบูดเนี้ยว</p> <p>5. เสนอความงามของผลิตภัณฑ์ด้านบน</p>
ทองม้วน	<p>1. ลายพิมพ์ที่แผ่นขนม และการม้วนที่เป็นรูปดอกไม้สวยงาม</p> <p>2. มีการผลิตดัดแปลงเพิ่มเติมรสชาติต่างๆ ได้โดยง่าย</p>	<p>1. บาง กรอบ แฉกหักเสียหายได้ง่าย</p>	<p>1. ป้องกันการกระแทกซึ่งทำให้ขนมแตกหักเป็นผง</p> <p>2. ป้องกันอากาศภายนอกซึ่งทำให้ขนมนิ่ม</p> <p>3. ปกป้องขนมจากการเจาะ ทะทะ กัดกินของมดแมลง</p> <p>4. มีการรวมหน่วยบรรจุในรสชาติต่างๆ</p>
ไสมนัส	<p>1. ลักษณะขนมเป็นสากลเหมือนคุกกี้</p>	<p>1. ขนมเมื่อแตกหักเสียหายได้ง่าย และแตก่วนเป็นผง ไม่น่ารับประทาน</p>	<p>1. ป้องกันการกระแทกซึ่งทำให้ขนมแตกหักเป็นผง</p> <p>2. ปกป้องขนมจากการเจาะ ทะทะ กัดกิน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

			<p>ของมดแมลง</p> <p>3. ป้องกันอากาศภายนอกซึ่งทำให้ขนมขึ้น</p> <p>4. บรรจุภัณฑ์ปิดสนิท ป้องกันการแตกตัวของขนมที่แตกหัก</p>
ผึ้ง	<p>1. กลิ่นหอมของการอบควันเทียน</p>	<p>1. ขนมเมื่อแตกหักเสียหายได้ง่าย และแตก่วนเป็นผง ไม่น่ารับประทาน</p>	<p>1. ป้องกันการกระแทกซึ่งทำให้ขนมแตกหักเป็นผง</p> <p>2. ปกป้องขนมจากการเจาะ ทะทะ กัดกินของมดแมลง</p> <p>3. ป้องกันอากาศภายนอกซึ่งทำให้ขนมขึ้น</p> <p>4. บรรจุภัณฑ์ปิดสนิท ป้องกันการแตกตัวของขนมที่แตกหัก</p>
อาลัวเม็ด	<p>1. สีสัมผัสหลากหลายสวยงาม</p> <p>2. ลายเส้นของเกลียวโค้งจากกรรมวิธีการผลิต</p>	<p>1. มีการคายความร้อนตลอดเวลา ทำให้ขนมขึ้น เสียได้ง่าย</p>	<p>1. ป้องกันการกระแทกซึ่งทำให้ภายนอกขนมแตกร้า</p> <p>2. ควบคุมความชื้น เพราะอาลัวมีการคายความร้อนอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ขนมขึ้นเสียเร็วขึ้น</p> <p>3. ปกป้องขนมจากการเจาะ ทะทะ กัดกินของมดแมลง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วุ่นกรอบ	1. สีสันสไตมีการใส่สีหลากหลายสวยงาม	1. เมื่อหมดอายุไม่สามารถทราบได้ เพราะมีการเปลี่ยนแปลงของขนมน้อยมาก	1. บรรจุภัณฑ์เรียงขนมได้แน่นพอดี เพราะต้องบรรจุขนมในปริมาณมาก เมื่อมีช่องว่างในบรรจุภัณฑ์ทำให้ขนมเคลื่อนที่ไม่เป็นระเบียบ ไม่สวยงาม
ข้าวเหนียวมูน	1. ทำให้เป็นรูปร่างต่างๆได้ตามพิมพ์หรือตามการปั้นได้ตามต้องการ 2. สีสันของข้าวเหนียวที่สวยงามหลากหลาย	1. การรับประทานที่ยุ้งยาก และเปรอะมือ	1. ป้องกันการกระแทกซึ่งทำให้ขนมเสียรูปทรงได้ง่าย 2. มีอุปกรณ์ช่วยในการบริโภคที่สะดวกขึ้น
ขนมเหนียว / ข้าวเม่าบด	1. มีการรวมตัวกันอย่างแน่นหนาในแต่ละก้อนขนม จึงมีปัญหาในการติดกันระหว่างขนมน้อย	1. เนื่องจากต้องทานพร้อมคลุกเครื่องที่เป็นมะพร้าวชูดจึงมีความยุ่งยากในการรับประทาน	1. มีช่องแบ่งกันระหว่างเครื่องกับตัวขนม 2. มีอุปกรณ์ช่วยในการบริโภคที่สะดวกขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลทางการตลาดของขนมไทย ร้านนพวรรณขนมไทย

2.4.1 ขนาดตลาด ส่วนแบ่งตลาด และแนวโน้มของตลาด

ขนาดตลาดและส่วนแบ่งตลาด

ปัจจุบันตลาดขนมไทยของร้านนพวรรณขนมไทย รายรับส่วนใหญ่กว่า 80 %เป็นลักษณะการทำขนมตามจำนวนที่สั่ง ได้รับความนิยมนอย่างมากในธุรกิจจัดเลี้ยงไม่ว่าจะเป็นโรงแรม หรืองานเลี้ยงรับรองแขกบ้านแขกเมือง โดยเฉพาะในวันหยุด หรือเทศกาลสำคัญ จะมียอดสั่งเข้ามาเป็นจำนวนมาก

ในแต่ละวันโดยเฉลี่ยจะมีรายรับเข้ามาในร้านจากการสั่งทำขนมไทย อยู่ที่ประมาณ 5,000 บาท ถ้าเป็นวันหยุดเสาร์อาทิตย์ หรือวันสำคัญทางเทศกาล มีรายรับเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10,000 บาทขึ้นไป ขนมไทยที่ผลิตได้ต่อวันประมาณ 1,000 ชิ้น ยอดสั่งซื้อส่วนใหญ่ราคาอยู่ที่ประมาณ 1,000 – 3,000 บาท ต่อ 1 ชุด ในราคานี้คิดเป็นค่าบรรจุภัณฑ์ประมาณ 500 – 800 บาท สภาพตลาดขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจภายในประเทศ

และเนื่องจากในปัจจุบัน รัฐบาลให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนเรื่องของ อาหารและขนมไทย เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนไทยเห็นความสำคัญของขนมไทยมากขึ้น และเป็น การเชิญชวนให้ชาวต่างชาติได้รู้จักและสัมผัสขนมไทย ขนมไทยจึงมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นได้ อีกมาก

แนวโน้มของตลาด

ขนมไทยของร้าน นพวรรณขนมไทยนั้น เป็นที่ยอมรับในเรื่องของรสชาติ คุณภาพของ ส่วนประกอบที่เลือกในสิ่งที่ดีที่สุดมาใช้ ความสะอาดในกรรมวิธีการผลิต และชื่อเสียงของ อาจารย์นพวรรณ เจ้าของร้านที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านขนมไทยมากกว่า 30 ปี แต่ลูกค้าของ ทางร้านนั้น ยังถูกจำกัดอยู่ในกลุ่มของผู้จัดเลี้ยงและสั่งทำเพื่อเป็นของขวัญเท่านั้น รวมถึงการ จัดจำหน่ายหน้าร้านที่มีเพียงแห่งเดียว ทำให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคไม่ทั่วถึง แม้ในปัจจุบันจะมีขนมไทยยี่ห้อต่างๆเกิดขึ้นมากมาย เช่น simplythai ที่เข้ามามีส่วนแบ่งใน ตลาดของฝาก นอกจากนี้กระแสการบริโภคของคนรุ่นใหม่ ที่หันไปบริโภคขนม และของว่าง ที่มาจากต่างประเทศ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ทำให้ขนมไทยได้รับความนิยมน้อยลงไปทุกวัน

จากความต้องการของผู้บริโภคข้างต้นนั้น ทางร้านนพวรรณขนมไทย จึงมีแผนที่จะเปิด เป็นร้านขนมไทยในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยเริ่มต้นที่ Siam paragon เป็นแห่งแรก เนื่องจาก เป็นแหล่งชุมชน ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่สูง จากการวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด พบว่า ภาพรวมของตลาดขนมไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการสร้างจุดขายโดยการปรับให้ทันสมัย บริโภค ง่ายขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น แต่โดยรวมแล้วยังไม่มีร้านใดที่คำนึงถึง ตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยในอดีตอย่างจริงจัง จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงาม หรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้ เริ่มต้นมาจากความเป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริง ซึ่งรวมไปถึงขาดการพัฒนาทางด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุกัณฑ์ ที่จะช่วยนำเสนอคุณประโยชน์ที่แฝงมากับขนม และเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยชาววังในอดีต ให้คนรุ่นใหม่สามารถรับรู้ได้ง่ายผ่านทางบรรจุกัณฑ์ ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักถึงคุณค่า หันมาให้ความสำคัญกับขนมไทยมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดขายที่แตกต่าง จึงนับว่าตลาดในอนาคตของขนมไทยร้านนพวรรณขนมไทย ยังเติบโตได้อีกมาก

2.4.2 ลักษณะผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายเดิม

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักเดิม

เพศหญิง (ประมาณ 70 %) เพศชาย (ประมาณ 30 %)

อายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 30 ปีขึ้นไป



ลักษณะการดำรงชีวิต

ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่ในเมืองใหญ่ ชอบความเรียบง่ายและความสะดวกสบาย ชอบงานสังคม มีความเป็นอนุรักษ์นิยม รักครอบครัว

ลักษณะอุปนิสัย

รักและเอาใจใส่ดูแลสุขภาพ มีระเบียบวินัยในการบริโภค พิถีพิถันในการรับประทาน เลือกในสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ มีความภูมิใจในอาหารไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 ลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

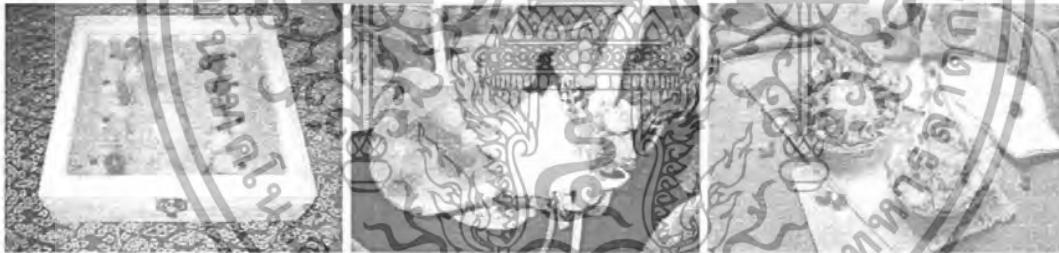
ขนมไทยทุกชนิดจากร้านนพวรรณขนมไทย ทางร้านเป็นผู้ผลิตขึ้นเองทั้งหมด ลักษณะการจัดจำหน่ายของร้าน จะเป็นในรูปแบบ ทำตามรายการที่ลูกค้าสั่ง จะไม่มีหน้าร้าน เป็นของตัวเอง นอกจากโอกาสพิเศษ เช่นไปออกงานต่างๆ รายรับส่วนใหญ่กว่า 80 %เป็นใน ลักษณะการทำขนมตามจำนวนที่สั่ง ได้รับความนิยมนอย่างมากในธุรกิจจัดเลี้ยงไม่ว่าจะเป็น โรงแรม หรืองานเลี้ยงรับรองแขกบ้านแขกเมือง โดยเฉพาะในวันหยุด หรือเทศกาลสำคัญจะมี ยอดสั่งเข้ามาเป็นจำนวนมาก บางส่วนก็จะมีร้านอื่นๆมารับไปขาย เช่นที่ ตลาดบองมาเซ่ โดยแบ่งสัดส่วนรายได้ ออกโดยประมาณดังนี้

เพื่อการจัดเลี้ยงคิดเป็น 60%



ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น ผู้ประกอบการโรงแรม สถานับันการศึกษาต่างๆ และกระทรวงพาณิชย์ ภาพที่ 10 แสดงลักษณะการจัดเลี้ยง

เป็นของขวัญของฝาก 35%



นิยมสั่งเป็นของขวัญพรตามเทศกาลต่างๆ วันคล้ายวันเกิด ของเยี่ยม เป็นต้น

ภาพที่ 11 แสดงลักษณะการจัดชุดของฝาก

ซื้อเพื่อรับไปจำหน่ายต่อ 5% (เฉพาะร้านที่ทางนพวรรณขนมไทยอนุญาตให้รับไปขาย)



บรรจุกุณฑ์ส่วนใหญ่จะใช้เป็นบรรจุกุณฑ์มาตรฐาน แล้วนำมาติดสติ๊กเกอร์ที่เป็นตราสินค้าของ ทางร้าน และมีบรรจุกุณฑ์กลางสำหรับรวบรวมหน่วย โดยบรรจุกุณฑ์ที่เลือกมาใช้ จะต้องคำนึงถึง ขั้นตอนการบรรจุ ที่สามารถบรรจุด้วยแรงงานคนได้สะดวก และถ้าเป็นรายการที่สั่งจากลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ก็จะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า แต่ที่มีอยู่ก็เป็นในรูปแบบกระเช้า ตะกร้า กล่องผ้าไหม ชันโตก ขวดโหลแก้ว และอื่นๆ

ภาพที่ 12 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมของร้านนพวรรณขนมไทย



รูปตัวอย่างของลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมที่ใช้อยู่ เป็นบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน มีเพียงฉลากตราสินค้าของทางร้านติดไว้

ภาพที่ 13 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมของร้านนพวรรณขนมไทย

แผนผังการจัดจำหน่ายเดิม



ภาพที่ 14 แสดงลักษณะแผนผังการจัดจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆสามารถนำมาสรุปผลด้านการตลาดได้ดังนี้ คือ

1.SWOT Analysis

จุดแข็ง(Strengths)

1. อาจารย์นพวรรณซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งสินค้า ได้คลุกคลีกับขนมไทยมานาน มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านขนมไทยมานานถึง 30 ปี สามารถทำขนมหรือจัดสำรับได้ทั้งในรูปแบบของชาววังโบราณ และในรูปแบบที่นิยมในปัจจุบัน มีสูตรขนมไทยโบราณมากมาย สามารถทำขนมได้หลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภค จัดเป็นต้นตำรับอย่างแท้จริง

2. . ได้รับการยอมรับในเรื่องการจัดตกแต่งขนมที่เป็นเอกลักษณ์ นำพื้นฐานของชาววังดั้งเดิมมาผสมผสานกับรูปแบบในปัจจุบันได้อย่างลงตัว รวมถึงการคิดค้นสูตรขนมใหม่ๆขึ้นด้วย

3. มีการพัฒนาด้านคุณภาพสินค้า โดยการคิดค้นขนมไทยชนิดใหม่ๆ รวมไปถึงสูตรขนมไทยเพื่อสุขภาพขึ้น หวานตัดดูดิบใหม่ๆมาใช้ในการผลิต เช่น หนุ่ยหวาน หัวเผือกหัวมัน ธัญพืชต่างๆ มาทดแทนในส่วนผสมที่เป็นแป้งและน้ำตาล ให้คุณประโยชน์ต่อร่างกายมากขึ้น และช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับขนมไทย

จุดอ่อน(Weaknesses)

1. กลุ่มตลาดเดิมถูกจำกัดอยู่ในกลุ่มของผู้จัดเลี้ยงและสั่งทำเพื่อเป็นของขวัญ เนื่องจากร้านนพวรรณขนมไทยมีรูปแบบการจำหน่ายแบบ รับทำขนมตามสั่งไม่มีการขายหน้าร้าน จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาดมากนัก

2. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่จะใช้บรรจุภัณฑ์กลาง เช่น ตะกร้า กล่องผ้าไหม รวมไปถึงกล่องพลาสติก ซึ่งบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายมาก ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม ขาดโอกาสในการประชาสัมพันธ์

3. ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของขนม ที่มีสูตรและส่วนผสมของขนมไทย รวมถึงกรรมวิธีการผลิต ที่เป็นแบบชาววังดั้งเดิม บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขายได้

4. ขนมไทยบางชนิดมีอายุการเก็บที่สั้น ไม่สามารถนำมาแปรรูปให้มีอายุการเก็บที่นานขึ้นได้เลย

โอกาสทางการค้า (Opportunities)

1. กระแสในการกลับมานิยมของไทยมีมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้บริโภคสนใจกลับมาใช้สินค้าที่ทำจากในประเทศ รวมถึงการบริโภคขนมไทยมากขึ้น ขนมไทยในปัจจุบันล้วนแล้วแต่พยายามพัฒนาแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น โดยไม่ได้คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนม จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงามหรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป รวมไปถึงขนมไทยโบราณบางชนิดหาทานได้ยากแล้วในปัจจุบัน ประกอบกับตลาดของขนมไทยจะเน้นไปทางของฝากมากกว่า มีเพียงส่วนน้อยที่เป็นการซื้อเพื่อบริโภคเอง จึงทำให้ขนมไทยของร้านนพวรรณขนมไทย มีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ ทำให้มีโอกาสที่จะยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ในปัจจุบันร้านนพวรรณขนมไทยได้รับการรับรองจากกระทรวงพาณิชย์ และได้รับการผลักดันจากรัฐบาลเป็นอย่างดี ในการนำขนมไทยไปสู่สากล มีโอกาสได้รับเชิญไปสาธิตการทำขนม และนำขนมไทยของร้านไปจำหน่ายที่ต่างประเทศบ่อยครั้ง

อุปสรรค(Threats)

1. ในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตบางรายที่นำชื่อของชาววังมาสร้างเป็นจุดขายของงาน แต่คุณภาพของขนมไม่ได้เป็นอย่างดีที่กล่าวอ้าง รวมถึงภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ไม่สร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภค สร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้บริโภคให้เกิดขึ้นกับขนมไทยชาววังยี่ห้ออื่น ๆ ไปด้วย
2. การรับเอาวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามามากขึ้น ทำให้มีผลกระทบไปถึงวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไทยตามไปด้วย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการบริโภคขนมชนิดอื่นที่ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.ทิศทางการกลยุทธ์ (Strategic Direction)

ภาพรวมของตลาดขนมไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการสร้างจุดขายโดยการประดิษฐ์ตกแต่งขนมให้ประณีต สวยงาม ปรับให้ทันสมัย บริโภคง่ายขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ แต่แล้วยังไม่มีร้านใดที่คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยในอดีตอย่างจริงจัง จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงามหรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้เริ่มต้นมาจากความเป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริง ซึ่งต่างจาก “ร้านนพวรรณขนมไทย” ที่เติบโตมากับขนมไทย ได้รับการยอมรับในด้านของขนมไทยรูปแบบชาววังแท้ๆมายาวนาน จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมให้จุดขายเหล่านี้ให้เด่นชัดขึ้น แม้ในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตที่นำชื่อของชาววังมาสร้างเป็นจุดขาย แต่ด้วยภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ไม่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค เนื่องจากมีผู้ผลิตขนมไทยน้อยรายที่ให้ความสำคัญในประเด็นนี้ ซึ่งทางร้านนพวรรณขนมไทยได้เล็งเห็นช่องว่างตรงจุดนี้ ในการสร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ของทางร้าน

3. กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

ต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้นไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยวางกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้ คือ การเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่ของร้านนพวรรณขนมไทยที่เป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริง ขยายความเป็นชาววังดั้งเดิม ความเป็นขนมไทยในระดับสูงสุดหรือพรีเมียม มาตรฐานเดียวกับชาววังในอดีต ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภค ว่าได้บริโภคของดี ของชั้นสูงที่พิเศษแตกต่าง เพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตนเองที่พิเศษไม่เหมือนใคร ทำให้ยอมที่จะจ่ายในราคาที่แพงกว่าปกติ รู้สึกคุ้มค่า เพิ่มคุณค่าให้กับขนม โดยการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงาม เหล่านี้ล้วนแต่ทำให้เกิดบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ส่วนผสมทางการตลาด(Marketing Mix Strategies)

Product (ด้านผลิตภัณฑ์)

ผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านนพวรรณขนมไทยจำหน่ายนั้น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1.ขนมไทยโบราณ 2. ขนมไทยประยุกต์และ 3.อาหารว่างโบราณ ซึ่งทางร้านเป็นผู้ควบคุมการผลิตเองทั้งหมด โดยเน้นที่ความประณีต สวยงาม ขนาดแบบพอดีคำ หรือคำเล็กๆ ที่นิยมในสมัยโบราณ ทำเพื่อเจ้านายและเชื้อพระวงศ์ มีการประดิษฐ์ประดอยอย่างพิถีพิถัน เรียกว่ายิ่งสวย ยิ่งเล็กยิ่งมีคุณค่า เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขณะรับประทาน และมีการนำนวัตกรรมต่างๆเข้ามาช่วยพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างสูตรขนมไทยเพื่อสุขภาพ ให้เข้ากับกระแสคนรุ่นใหม่ รวมไปถึงการพัฒนาทางด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งทางร้านยังไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง ร้านนพวรรณขนมไทยจึงมีนโยบายที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ของตนเองภายใต้แบรนด์ นพวรรณขนมไทย ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ให้เด่นชัดขึ้นแล้ว ยังช่วยสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคถึงวัฒนธรรมอันดีงาม และความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีต คุณค่าของขนมไทยชาวจังหวัดสุพรรณบุรี ผ่านทางรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

Price (ด้านราคา)

เป็นสินค้าที่มีราคาอยู่ในระดับกลางถึงสูง เพราะเป็นขนมไทยมาตรฐานชาวจังหวัดสุพรรณบุรี โดยระดับราคาจะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของขนม การจัดชุดต่างๆและความยากง่ายในการทำขนมแต่ละชนิด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามโอกาสตามทุนทรัพย์ และตามความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นๆ

Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย)

นอกจากช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม ที่เป็นการรับทำขนมเพื่อจัดเลี้ยง และเป็นของขวัญตามเทศกาล และมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายออกไปยัง ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น สยามพารากอน เพื่อเข้าถึงตัวผู้บริโภคมากขึ้นรวมถึง ขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปยังคนรุ่นใหม่ ในรูปแบบของร้านขนมไทยครบวงจร

Promotion (การส่งเสริมการขาย)

ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกที่สามารถสื่อสารและตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน นอกจากการส่งเสริมการขายที่แฝงอยู่ในบรรจุภัณฑ์ และแผ่นพับใบปลิวแล้ว ยังมี การส่งเสริมการขายโดยเป็นไปในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก การรับเชิญไปออกสื่อทางโทรทัศน์ การสอนการทำอาหารสูตรชาวจังหวัดสุพรรณบุรี และสูตรสุขภาพต่างๆ ตามรายการเช่น เชลล์ชวนชิม สุพรรณบุรีรายสัปดาห์ เวทีผู้หญิง ร้านชายามเช้า เป็นต้น มีการออกงานนิทรรศการต่างๆตาม ห้างสรรพสินค้า ให้ร่วมมือกับรัฐบาลในการจัดเทศกาลขนมไทยขึ้นในปี 2549 รวมไปถึงการจัด 'เมืองขนมไทย' ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็น การ สร้างการจดจำและส่งเสริมจุดขายของร้านนพวรรณขนมไทยเด่นชัดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลด้านคู่แข่ง

ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งในตลาดขนมไทย

กลุ่มระดับราคาสูง (ลูกค้าอยู่ในระดับ B+ ขึ้นไป)

Simplythai ในเครือ S&P

แนวคิด "ร่วมสมัย" รุก "ของฝาก" ตลาดหลัก

สำหรับคอนเซ็ปต์ของร้าน Simplythai ที่ตั้งใจทำขึ้นมาให้ขนมไทยแบบโบราณ ขนมไทยที่ผสมผสานกับขนมแบบฝรั่ง เป็นการมองภาพรวมว่าซื้อให้กันเป็นของขวัญ เพราะรู้สึกว่าเป็นตลาดขนมไทยยังไม่มีกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อเป็นของฝากหรือของขวัญให้กันได้ เป็นช่องว่างที่ยังไม่มีผู้ประกอบการทำจริงจัง ขณะที่ เบเกอรี่ อย่างเช่น คุกกี้หรือเค้กมีบรรจุภัณฑ์ที่พร้อมจะเป็นของฝาก ของขวัญซึ่งพัฒนาไปไกลแล้ว ทั้งคนไทยมอบกันเอง คนไทยมอบให้คนต่างชาติ หรือคนต่างชาติให้กันเอง เพราะฉะนั้น เป้าหมายคือเมื่อคิดถึงของฝากให้คิดถึง Simplythai"

ด้านอุปสรรค คืออายุสินค้าที่ยังค่อนข้างสั้น ตั้งแต่ หนึ่งวันถึงหนึ่งเดือน ขณะนี้ขนมหลายชนิดอยู่ในขั้นทดลอง แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาให้มีอายุสินค้านานขึ้นสามารถเป็นไปได้ แต่ไม่นานมากนัก เพราะยังเป็นเรื่องยากสำหรับสินค้าหลาย ๆ ตัว โดยเฉพาะที่ทำจากกะทิ ส่วนรูปแบบของสินค้ามีการผสมผสานเบเกอรี่เข้ามาด้วย เช่น บางอย่างทำออกมาเป็นคุกกี้หรือเค้ก เช่น รสใบเตย เนื้อถั่ว หรือชาไทย ?

ด้านการวางตำแหน่ง ราคาที่ตราสินค้า Simplythai วางไว้สูงกว่าที่เอสแอนด์พี เป็นการแยกความแตกต่างเรื่องการวางตำแหน่งของแบรนด์ โดยลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มมีบวกขึ้นไป เน้นกลุ่มคนทำงาน และชาวต่างชาติ เพราะเน้นเป็นสินค้าของฝาก และสร้างความแตกต่างจากขนมไทยรายอื่นๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย



ภาพที่ 15 แสดงบรรยากาศภายในร้าน Simplythai

มีสาขาหลักๆอยู่ที่ สยามพารากอน และชั้น G ห้างดิเอ็มโพเรียม

บรรยากาศในร้านจะใช้โทนสีเหลืองเป็นหลัก ซึ่งเป็นสีของขนมไทยพวกตระกูลทองที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ง่าย

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

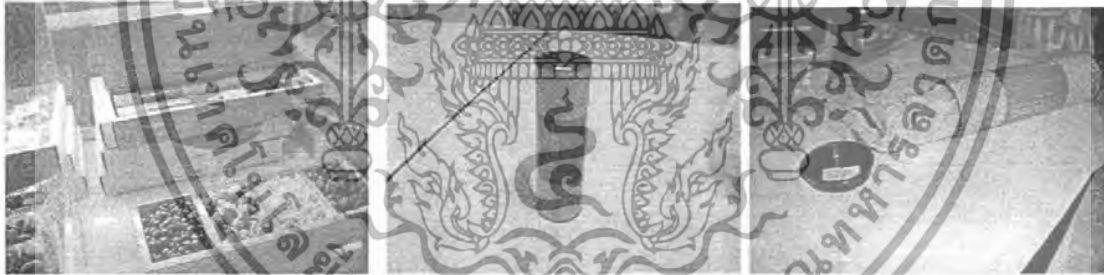
สินค้าที่ทำออกมา เน้นเป็นสินค้าของฝาก บรรจุภัณฑ์โดยรวมจึงต้องมีความสวยงาม เรียบง่าย แต่ดูหรูหรา โชว์ให้เห็นสีสันและหน้าตาที่สวยงามของขนมด้านใน ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับการใช้งานและผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ด้านใน โดยแยกวิเคราะห์เป็นแต่ละประเภทดังนี้

ประเภทถุงพลาสติก



ด้านโครงสร้าง บรรจุอยู่ในถุงพลาสติก ซึ่ลปิดปากถุงเพื่อกันอากาศเข้าไปทำลายขนม ขนาดเล็กจะใช้เพียงถุงพลาสติกเพียงชั้นเดียว ส่วนขนาดใหญ่สำหรับจะบรรจุในถาดเทอร์โมฟอร์มไลก์ก่อนนำมาใส่ในถุงพลาสติกอีกครั้ง เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา

ด้านกราฟฟิก พื้นที่โดยส่วนใหญ่บนบรรจุภัณฑ์ จะปล่อยโชว์ขนมที่อยู่ด้านใน มีเพียงตราสินค้า วางอยู่บนแพทเทิร์นเส้นเฉียงสีขาวตัดกัน ลักษณะเดียวกับสินค้าในร้าน S&P ประเภทกล่องกระดาษ



ด้านโครงสร้าง ประกอบด้วยวัสดุสองชนิด ตัวด้านในที่สัมผัสกับสินค้าจะเป็นถาดเทอร์โมฟอร์มพลาสติกใส โดยขึ้นอยู่กับรูปทรงของขนม ถ้าเป็นลักษณะหลอดก็จะเป็นถุงพลาสติกซีลปิด แล้วบรรจุภัณฑ์ด้านนอกก็จะเป็นหลอดกระดาษ และกล่องกระดาษพับขึ้นรูปที่เจาะช่องเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน ด้านข้างกล่องเว้นช่องว่างไว้เพื่อ เปิดสไลด์ถาดพลาสติกที่อยู่ด้านในออกมาได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกราฟฟิก กราฟฟิกที่นำมาใช้ เป็นลักษณะแพทเทิน ระหว่างจุดสีขาวที่เรียงอยู่บนพื้นหลังสีเทาอ่อน ด้านบนกล่องเจาะเป็นช่อง เพื่อให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน มีสายคาดพิมพ์ตราสินค้า ลักษณะเหมือนริบบิ้นห่อของขวัญ คาดผ่านระหว่างช่องหน้าต่างประเภทถ้วย



ด้านโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 2 วัสดุ คือ 1.ถ้วยกระดาษอัดขึ้นรูปพิมพ์ลาย ปิดด้วยฝาพลาสติกใสด้านบน และ 2 ถ้วยพลาสติกขึ้น แต่สามารถมองเห็นสีของสินค้าด้านในได้

ด้านกราฟฟิก สำหรับถ้วยกระดาษกราฟฟิกที่นำมาใช้ เป็นลักษณะแพทเทิน ระหว่างจุดสีขาวที่เรียงอยู่บนพื้นหลังสีเทาเข้ม และมีแถบกระดาษขึ้น ไปจนถึงด้านบนที่มีตราสินค้าติดอยู่ เน้นให้มองเห็นสินค้าด้านใน ส่วนถ้วยพลาสติกใสใช้เป็นลักษณะเดียวกัน

ประเภทจกสาน



ด้านโครงสร้าง เป็นการนำหัตถกรรมพื้นบ้าน จกสาน มาใช้เป็นตัวรวมหน่วย สินค้ามีแถบคาดที่เป็นกระดาษ ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในมีบรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่ใช้กันอยู่โดยทั่วไป

ด้านกราฟฟิก ใช้เป็นลักษณะแถบคาดพิมพ์รายละเอียดของชนิดสินค้าและตราสินค้า ใช้เป็นทริสครีมตัดกับสีเทา หรือน้ำตาล ขึ้นกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

ภาพที่ 16 แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้าน Simplythai

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อดี

1. บรรจุกัณฑ์ใช้โทนสีที่เป็นกลาง เรียบง่ายแต่หรูหรา เมื่อนำผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันต่างๆ มาบรรจุ สามารถส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในให้เด่นชัดขึ้น
2. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในที่มีสีสัน และรูปลักษณ์สวยงาม ให้ผู้บริโภคเห็นคุณภาพของขนมได้มากขึ้น สร้างการตัดสินใจซื้อ เหมาะกับเป็นของฝาก
3. เลือกใช้บรรจุกัณฑ์ได้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของสินค้า และพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย
4. บรรจุกัณฑ์ทั้งหมดมีความเป็นเอกลักษณ์ร่วม ส่งผลให้สินค้าเป็นที่จดจำมากขึ้น

ข้อเสีย

1. บรรจุกัณฑ์ไม่มีรายละเอียดข้อมูลของสินค้าต่างๆ รวมไปถึงส่วนผสม ส่วนหนึ่งอาจเพราะวางตำแหน่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับขนมไทยดีอยู่แล้ว
2. ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ ตราสินค้าโดนกลืนไปกับพื้นหลัง อ่านยาก ไม่เป็นที่จดจำ
3. มีการใช้บรรจุกัณฑ์ซ้อนบรรจุกัณฑ์หลายชั้น
4. โดยภาพรวมไม่เอื้อต่อการซื้อเพื่อบริโภคเอง ทั้งปริมาณบรรจุและความสะดวกในการบริโภค อาจเป็นเพราะเน้นไปทางกลุ่มตลาดของฝากเป็นหลัก

ร้าน "รอยัลสวีตส์"

ช่องทางการจัดจำหน่าย : ตั้งอยู่ที่อาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างประเทศ สนามบินดอนเมือง และร้านคิงพาวเวอร์ตรงประตูน้ำ

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คิดเป็นชาวเอเชีย 80-90%

ผลิตภัณฑ์ภายในร้าน : มีทั้งขนมสดและขนมแห้งรวมไปถึงพวกผลไม้อบแห้งต่างๆ ที่มียอดขายสูง เช่น ทองม้วน ผลไม้อบแห้ง มะขาม และข้าวแต๋น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับการใช้สีหลักของร้านเลือกใช้สีเขียวใบเตยเป็นสีเอกลักษณ์ บ่งบอกความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์ธัญญาหารของไทย ซึ่งขนมไทยโดยทั่วไปที่ใช้สีเขียวมากมายอยู่แล้ว เช่น ขนมชั้น ขนมข้าวเหนียวแก้ว และวุ้น ทำให้สามารถสื่ออารมณ์ของความเป็นขนมไทยได้อย่างดี และสีขาวนวลของข้าวเป็นสีประกอบซึ่งหมายถึงความสะอาดมีอนามัยที่ดีเพราะเป็นจุดอ่อนของขนมไทยที่คนจะรู้สึกว่าจะไม่ค่อยสะอาด



กลยุทธ์ทางการตลาด

1. การทำให้สิ่งที่ปรากฏออกมามีความเป็นสากลถึง 70% บวกกับความเป็นไทย 30% เน้นการนำเสนอความทันสมัยที่เป็นอินเตอร์ มุ่งเจาะลูกค้าระดับพรีเมียม ซึ่งเป็นทั้งชาวต่างชาติและคนไทยที่มีกำลังซื้อสูง
2. ขยายตราสินค้าเพื่อโอกาสแยกเทคนิคการทำให้ไม่ซ้ำกัน ด้วยกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง แบรินด์ เซย์ไฮ (say hi) สำหรับเด็ก ๆ และสมาย (smile) สำหรับกลุ่มนักศึกษาและคนวัยทำงาน

มีแนวทางในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ดังนี้



ด้านโครงสร้าง

มีทั้งแบบเป็นกล่องกระดาษพิมพ์สีสวยงาม สามารถพับแบนราบได้ และกล่องพลาสติกใสที่เปิดให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงแบบกระป๋องเหล็ก ด้านในที่สัมผัสกับตัวสินค้า จะใช้เป็นพลาสติกหรือฟรอยด์หุ้มไว้

ด้านกราฟฟิก

1. เพิ่มความแปลกใหม่ สร้างความตื่นตาตื่นใจและแตกต่าง มีความเป็นแฟชั่น สีฉูดฉาดจัดจ้านดึงดูดใช้เป็นภาพถ่ายจริงของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด อยู่บนพื้นหลังที่มีสีบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นๆ บางส่วนก็ใช้เป็นภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของไทย

2. รูปแบบการใช้งานต้องตรงกับประเภทสินค้า หมายรวมถึงมีสถานะเป็นสินค้าของขวัญ และขั้นตอนการเก็บรักษาสามารถถนอมอาหารได้นานที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สนุกสนาน มีลูกเล่นบนตัวกล่อง อย่างมีการไต่คัท รูปมือออกมาเพื่อสร้างกิจกรรมให้ลูกค้า ขยับเล่นกับกล่องได้ หรือย่อขนาดลง ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในการซื้อของฝากชิ้นเล็กๆ แต่ หลากหลาย



ภาพที่ 17 แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านสวัสดิ์

ด้านโครงสร้าง

ใช้เป็นกล่องกระดาษพับขึ้นรูป มีความพิเศษ โดยไต่คัทให้เป็นตัวนกชนิดต่างๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่และสำหรับกล่องข้าวแค้น จะมีลูกเล่นที่บรรจุภัณฑ์ อย่างมีการไต่คัท รูปมือออกมาเพื่อสร้างกิจกรรมให้ลูกค้าขยับเล่นกับกล่องได้

ด้านกราฟฟิก

อย่างในกรณีของกล่องที่เป็นรูปนก กราฟฟิกก็จะลดทอนมาจากตัวนกจริงๆ รวมไปถึงกล่องข้าวแค้นที่มีกราฟฟิกเป็นรูปตัวการ์ตูนชนิดต่างๆ ล้อกับมือที่ยื่นออกมา และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่มีสีสันจัดจ้าน โดดเด่นสะดุดตา

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

ข้อดี

1. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง โดยเฉพาะในด้านกราฟฟิกที่มีสีสันสวยงาม มีเอกลักษณ์ชัดเจน
2. บรรจุภัณฑ์มีความแปลกใหม่ มีการใส่ลูกเล่นต่างๆ ทำให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้น และเป็นที่จดจำ
3. มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่สามารถสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคสามารถเข้าใจได้ง่าย
4. เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของสินค้า และกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสีย

1. มองไม่เห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน ว่ามีรูปร่างลักษณะจริงเป็นอย่างไร
2. บรรจุภัณฑ์รวมหน่วยไม่สะดวกต่อการนำกลับ เช่น ชุดกล่องที่เป็นรูปนก
3. บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายมาก ทำให้ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์สูง ต้องมีไต่คัทหลายตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านชั้นขนมหวาน



แนวคิด : ขนมไทยใส่ไอเดีย ขนาดพอดีคำ

ผลิตภัณฑ์ภายในร้าน : ขนมไทยสูตรโบราณ ขนมชั้นรูปทรงต่างๆ

ขนมทานเล่น เช่น ดั่งเม เมอแรง

ช่องทางการจัดจำหน่าย : สาขาสามย่าน บริเวณเด็ก u center สยามพารากอน



ส่วนร้านที่ใช้จัดจำหน่าย เป็นแบบลักษณะ สมัยใหม่ (modern) โดยใช้ โทนมิลชีเซียวอ่อน และ สีขาว เป็นหลัก ตกแต่งเป็นแถบสีคล้าย barcode เน้นความสบายตา โปร่ง โล่งสบาย เป็น การเปลี่ยนแปลงร้านขนมไทยจากเดิมที่จะตกแต่งร้านแบบไทย ให้เป็นร้านที่มีความทันสมัย สีสันสดใส ติดไฟสว่าง

กลยุทธ์ทางการตลาด ร้านชั้นขนมหวาน เป็นร้านขนมไทยใส่ไอเดีย ให้บริการขนมไทย ขนมไทยประยุกต์ รวมถึงขนมหวาน ประเภทเบเกอรี่ โดยมี concept คือ "ขนมไทยใส่ไอเดีย ขนมหวานพอดีคำ" ปรับเปลี่ยนรูปลักษณะขนมไทยให้แปลกตา มีรสชาติใหม่ นำเสนอช่องทางการ บริโภคขนมไทยให้กับคนรุ่นใหม่ เช่นการบริโภคขนมไทยในช่วงเวลาอาหารว่าง แทนการ บริโภคขนมฝรั่ง

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

1. ถุงพลาสติก



ด้านโครงสร้าง : ใช้ถุงพลาสติกใส ส่วนใหญ่บรรจุขนมประเภททานหมดในครั้งเดียว เพราะ เปิดแล้วไม่สามารถปิดได้สนิทสร้างความต่างของผลิตภัณฑ์โดยการพับ ให้สอดคล้องกับ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น พับมุมเข้าหากันเป็นรูปสามเหลี่ยมแล้วมัดปากด้วย โบว์สีแดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกราฟฟิก : กราฟฟิกสื่อสารโดยใช้สายคาด หรือเป็นสติ๊กเกอร์พิมพ์ตราสินค้า ส่วนใหญ่ใช้ โทนสีเขียวอ่อนเป็นหลัก มีที่มาจากสีของใบตอง ที่เรียบง่าย แต่ดูทันสมัย เหมาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่

2. กล่องพลาสติก



ด้านโครงสร้าง : ใช้เป็นกล่องมาตรฐาน เป็นพลาสติกใส มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน

ด้านกราฟฟิก : กราฟฟิกสื่อสารโดยใช้สายคาด หรือเป็นสติ๊กเกอร์พิมพ์ตราสินค้า ส่วนใหญ่ใช้ โทนสีเขียวอ่อนเป็นหลัก มีที่มาจากสีของใบตอง ที่เรียบง่าย แต่ดูทันสมัย เหมาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่

3. กล่องกระดาษ



ภาพที่ 18 แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้าน軒ขนมหวาน

ด้านโครงสร้าง : เป็นกล่องกระดาษแบบ setup box มีทั้งแบบที่เจาะเป็นช่องหน้าต่าง เพื่อให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ และแบบที่ปิดทึบ ด้านในเป็นถาดหลุมเทอร์โมฟอร์ม ขนาดพอดีกับไซส์ขนม

ด้านกราฟฟิก : ส่วนใหญ่จะใช้โทนสีเขียวอ่อนเป็นหลัก มีที่มาจากสีของใบตอง ที่เรียบง่าย แต่ดูทันสมัย เหมาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ สื่อสารโดยใช้สายคาด หรือเป็นสติ๊กเกอร์พิมพ์ตราสินค้า ติดอยู่ด้านบนของกล่อง

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

ข้อดี

1. สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในที่มีสีสันทัน และรูปลักษณ์ที่สวยงาม ให้ผู้บริโภคเห็นคุณภาพของขนมได้มากขึ้น สร้างการตัดสินใจซื้อ
2. ส่วนใหญ่จะใช้โทนสีเขียวอ่อนเป็นหลัก มีที่มาจากสีของใบตอง เรียบง่าย แต่ดูทันสมัย เหมาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ สอดคล้องกับตราสินค้าและบรรยากาศภายในร้าน
3. เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสีย

1. ไม่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้อย่างเพียงพอ ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในแตกหักเสียหาย
2. รายละเอียดของสินค้าน้อย หรือไม่มีเลยบนบรรจุภัณฑ์
3. ถุงพลาสติกใส่สำหรับสินค้าบางชนิดที่มีปริมาณมาก เมื่อเปิดแล้วทานไม่หมด ไม่สามารถปิดได้สนิทเหมือนเดิม ทำให้อากาศภายนอกเข้าไปทำลายผลิตภัณฑ์

ด้านการสื่อถึงวัฒนธรรม หรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทย

รูปลักษณ์ของขนม บรรยากาศภายในร้านและบรรจุภัณฑ์ ถูกพัฒนาให้มีความร่วมสมัย โดยการผสมผสานกับขนมตะวันตก รวมไปถึงถึงวิธีการบริโภคใหม่ๆ เช่น ขนมชั้นใส่ในถ้วย บีบใส่ปาก ถึงขนมจะเป็นสูตรโบราณ แต่ก็ไม่สามารถสื่อถึงวัฒนธรรม หรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยได้เลย

ร้านขนมบ้านอัยการ



“สำเร็จได้ เพราะไม่เคยหยุดนิ่ง”

ผลิตภัณฑ์ภายในร้าน ขนมเบี๊ยะใส่ต่างๆ ลูกเกด ขนมไทยชนิดต่างๆ เช่น ข้าวเหนียวแก้ว ขนมสอดไส้

ช่องทางการจัดจำหน่าย



ปัจจุบันมีสาขามากมาย กว่า 20 สาขา ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ใช้สีเขียวเป็นสีพื้นหลัก ในการตกแต่งร้าน ดัดด้วยสีชมพู

กลยุทธ์ทางการตลาด

การตลาด จากการสร้างประสบการณ์ ให้ผู้บริโภค (Experiential Marketing) จากความเข้าใจที่ว่า ความประทับใจในตัวสินค้าชนิดนี้ มักจะมาจากเสน่ห์ของการทำขนมในบ้าน เพราะรู้ว่าธรรมชาติของลูกค้าขนมไทย ต้องการขนมต้นตำรับที่ทำกับมือ การเริ่มต้นจากร้านที่เป็นบ้านเพียงร้านเดียวอยู่ในซอยลึก จนลูกค้าต้องใช้ความพยายามมากกว่าการไปซื้อขนมไทยปกติ ความเร่งรีบและความยากในการซื้อหาได้สร้างคุณค่าและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์โดยไม่รู้ตัว แม้ว่าการเป็น“โฮมเมด” ขายอยู่ที่บ้านจะเป็นฐานในการสร้างแบรนด์ แต่การขยายสาขาของ“บ้านอัยการ”กลับไม่ได้เป็นการลดทอนคุณค่าของแบรนด์ลงแต่อย่างใด เพราะการนำขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

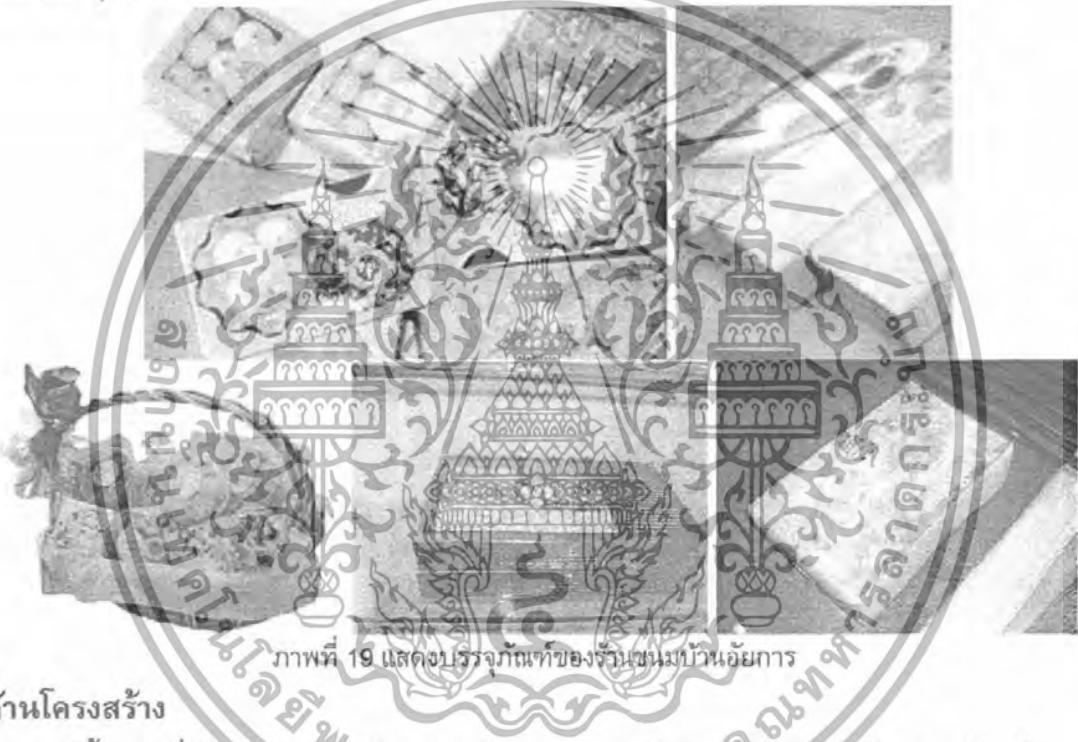
ซึ่งกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น“ไปส่งให้ใกล้มือ” เป็นมูลเพิ่มที่คำนึงถึงความต้องการ
ความสะดวกของลูกค้าเป็นหลัก

นับเป็นเจ้าแรกที่นำระบบอุตสาหกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิต จนสามารถยืดอายุ
ขนมได้นานขึ้น และค้นพบว่าการทำที่เก็บขนมได้นานขึ้นนั้น มาจากกระบวนการทำที่พิถีพิถัน
และสะอาดที่สุด

การวางตำแหน่ง วางตำแหน่งของตัวเองไว้เป็นของฝากในระดับพรีเมียม ทั้งคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

เป็นกล่องกระดาษพิมพ์ลายสวยงาม มีทั้งแบบที่เป็นดั้งเดิม นำความเป็นโบราณมาสะท้อน
ลงในบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงแบบที่ปรับเปลี่ยนให้มีความร่วมสมัยขึ้น



ภาพที่ 19 แสดงบรรจุภัณฑ์ของขนมบ้านอัยการ

ด้านโครงสร้าง

มีทั้งแบบที่เป็นกล่องพลาสติกและกล่องกระดาษ กล่องพลาสติกจะใช้เป็นบรรจุภัณฑ์
มาตรฐานโดยทั่วไป นิยมนำมาใส่ขนมที่เป็นคุกกี้หรือขนมแห้งกรอบ ส่วนกล่องกระดาษ จะ
สั่งทำขึ้นพิเศษ ตามขนาดของชั้นขนม มีหลายขนาด ขึ้นอยู่กับปริมาณบรรจุ

ด้านกราฟฟิก

ถ้าเป็นแบบดั้งเดิม จะนำภาพวาดจิตรกรรม ที่สะท้อนชีวิตความเป็นอยู่คนไทยใน
สมัยก่อนมาใช้ รวมไปถึงการนำภาชนะโบราณมาแล้วเจาะเป็นช่องหน้าต่างมองเห็นขนมด้านใน
เหมือนใส่ขนมอยู่ในจาน สีนบรรจุภัณฑ์จะมีสีชมพูเป็นสีหลัก แต่ถ้าเป็นแบบร่วมสมัยจะนำ
ภาพถ่ายขนมที่จัดอยู่ในภาชนะที่สมัยใหม่ขึ้น เสริฟพร้อมชา สีเส้นแตกต่างกันออกไปตามรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

ข้อดี

1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกมาใช้สื่อถึงความเป็นไทยได้ดี สามารถบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยสมัยก่อนได้ เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นขนมเปียะ

2. นำภาพกราฟฟิกของภาชนะในสมัยโบราณมาเจาะช่องหน้าต่าง เห็นขนมที่อยู่ภายในเหมือนวางอยู่ในจาน สร้างเอกลักษณ์และการจดจำได้ดี

3. มีขนาดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย

ข้อเสีย

1. กล่องกระดาษมีระบบล็อกทางด้านข้าง แต่ก็ยังต้องใช้สกอตเทปมาช่วยยึดด้านหน้า เพื่อให้ปิดสนิท สร้างความยุ่งยากในการเปิดออก และไม่สามารถปิดสนิทได้เหมือนเดิม
2. ขาดความเป็นหนึ่งเดียวกันของบรรจุภัณฑ์และการตกแต่งร้าน

ขนมแม่เอย

ผลิตภัณฑ์หลัก :

ขนมเปียะไส้ต่างๆ ขนมเปียะที่เป็นรูปการ์ตูน

ผลิตภัณฑ์รอง :

ขนมไทยชนิดแห้ง เช่น วันกรอบ ปันลิบ โสมนัส

ช่องทางการจัดจำหน่าย : ข้างๆศาลเจ้าพ่อเสือ ห้างดิโอลด์สยามพลาซ่า เซ็นทรัลเวิลด์



รูปแบบบรรจุภัณฑ์

1. กล่องกระดาษ



ด้านโครงสร้าง: เป็นกล่องกระดาษพิมพ์สีสวยงาม สามารถพับแบนราบได้ และมีส่วนที่ล็อกในตัวบรรจุภัณฑ์เองโดยที่ไม่ต้องใช้กาว มีตั้งแต่ขนาดเล็กบรรจุ 1 ชิ้น ไปจนถึงขนาดใหญ่บรรจุ 20 ชิ้น ด้านในเป็นถาดหลุมเทอร์โมฟอร์ม ขนาดพอดีกับไส้ขนม และห่อด้วยพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง เพื่อกันอากาศและความชื้นเข้าไปทำลายตัวขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกราฟฟิก : แบ่งออกเป็น 2 แบบ

แบบที่ 1 นำภาพศิลปะที่สื่อถึงวิถีชีวิตชาวสยาม มาประยุกต์ใช้เข้ากับบรรจุภัณฑ์ เพื่อสะท้อนวิถีการดำเนินชีวิต และการทำขนมของคนไทยสมัยก่อน

แบบที่ 2 นำภาพถ่ายจริงของผลิตภัณฑ์มาใช้

กล่องผ้าไหม :



กล่องพลาสติก

ด้านโครงสร้าง : เป็นกล่องกระดาษแบบ setup box แล้วนำมาห่อด้วยผ้าไหมทั้งสองด้าน

ด้านกราฟฟิก : เป็นลวดลายหรือเนื้อผ้าที่เกิดจากผ้าไหมที่นำมาใช้ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์



ด้านโครงสร้าง : เป็นถาดหลุมเทอร์โมฟอร์ม ด้านบนใสกมมองเห็นผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ภายใน พร้อมมีฉลากติด

กลยุทธ์ทางการตลาดผ่านทางบรรจุภัณฑ์

สร้างความสนใจและติดตามสินค้าอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบ 3 มิติ เช่น กล่องขนมแม่เอยสามารถนำมารีไซเคิลมาทำเป็นงานศิลปะ เพื่อช่วยให้บรรจุภัณฑ์ของขนมแม่เอยเกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภค หากสะสมกล่องบรรจุขนมแม่เอยครบ 4 กล่อง สามารถนำมาประดิษฐ์ภาพวิถีชีวิตไทยรูป 3 มิติ ได้อย่างสวยงาม หรือหากไม่มีฝีมือในการทำก็สามารถสะสมให้ครบ 20 กล่อง เพื่อรับแลกฟรีพร้อมใส่กรอบรูป



ตรงฝากล่องด้านใน อธิบายวิธีประกอบ โดยต้องใช้อย่างน้อย 4 กล่องเพื่อให้ภาพสมบูรณ์ภาพที่ 20 แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านขนมแม่เอย

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

ข้อดี

1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกมาใช้สื่อถึงความเป็นไทยได้ดี สามารถบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยสมัยก่อนได้ เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นขนมเปียะ

2. มีส่วนที่ล๊อคในตัวบรรจุภัณฑ์เองโดยที่ไม่ต้องใช้กาว

3. มีขนาดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

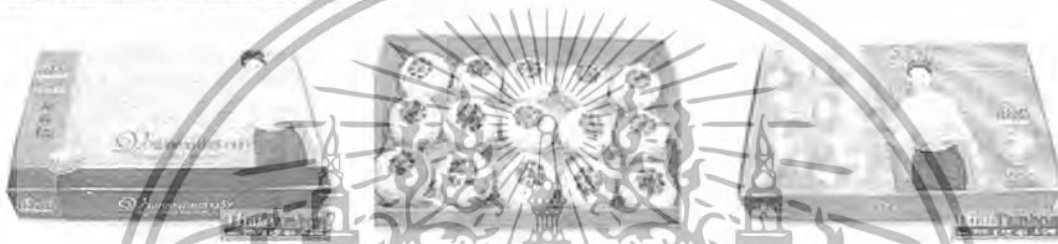
ข้อเสีย

1. มองไม่เห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน ว่ามีรูปร่างลักษณะจริงเป็นอย่างไร ไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างของไส้ขนมได้
2. บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้สามารถนำมาต่อเป็นภาพ 3 มิติได้นั้น ทำได้ยาก มีขั้นตอนที่ยุ่งยากมาก ต้องใช้อุปกรณ์เสริมเยอะ ผู้บริโภคไม่สามารถทำได้ด้วยตัวเอง
3. บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลาย ขาดความเป็นเอกลักษณ์ร่วมของบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

ด้านการสื่อถึงวัฒนธรรม หรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทย

กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกมาใช้สื่อถึงความเป็นไทยได้ดี สามารถบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยสมัยก่อนได้

ขนมเปียะชาววัง ของร้านเป็งกี้



ภาพที่ 21 แสดงบรรจุภัณฑ์ของร้านเป็งกี้

ด้านโครงสร้าง: เป็นกล่องกระดาษพิมพ์สีสวยงาม สามารถพับแบนราบได้ และมีส่วนที่ล็อกในตัวบรรจุภัณฑ์เองโดยที่ไม่ต้องใช้กาว มีขนาดบรรจุ 15 ชิ้น ด้านในเป็นภาชนะพลาสติกโมฟอรัม ขนาดพอดีกับไส้ขนม และห่อด้วยพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง เพื่อกันอากาศและความชื้นเข้าไปทำลายตัวขนม

ด้านกราฟฟิก: จุดเด่นอยู่ตรงภาพของผู้หญิงไทยที่มีลักษณะเป็นชาววังถือถาดขนมพร้อมเสิร์ฟ ด้านหลังเป็นภาพบรรยากาศในวัง อีกรูปแบบหนึ่งจะเป็นเหมือนผ้า幔เปิดออกเพื่อเห็นภาพถ่ายของผลิตภัณฑ์ด้านใน

วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของบรรจุภัณฑ์คู่แข่ง

ข้อดี

1. กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่เลือกมาใช้สื่อถึงความเป็นชาววังได้ดี ใช้จุดเด่นของภาพเป็นผู้หญิงที่อยู่ในชุดไทย พร้อมถาดขนมในมือ ดูสวย สะอาด แสดงออกถึงขนมที่มีคุณภาพ ประกอบกับแบบลวดลายที่ให้ความรู้สึก ดูหรูหรา ชั้นสูง เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นขนมเปียะ

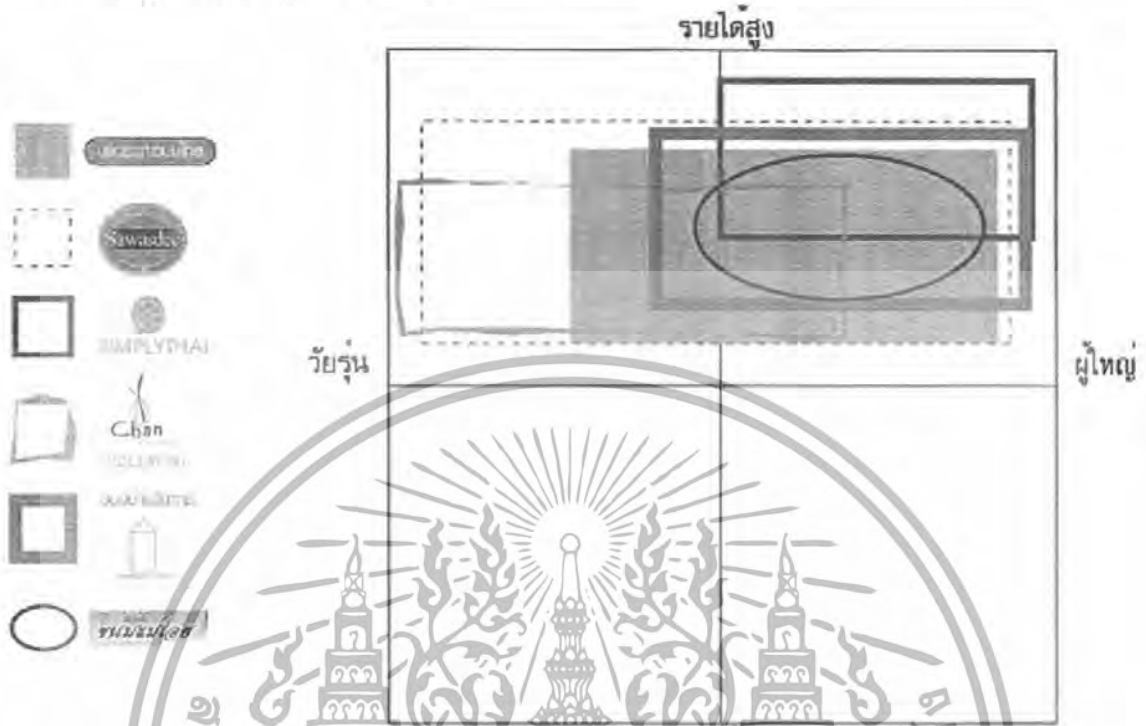
2. มีส่วนที่ล็อกในตัวบรรจุภัณฑ์เองโดยที่ไม่ต้องใช้กาว

ข้อเสีย

1. มองไม่เห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน ว่ามีรูปร่างลักษณะจริงเป็นอย่างไร
2. ด้านในของกล่อง ไม่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ภายนอกที่ดูหรูหรา มีระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวางตำแหน่งสินค้าของร้านนพวรรณชนมไทย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
 แบ่งออกตามหัวข้อที่พิจารณาได้ดังนี้
1. ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย



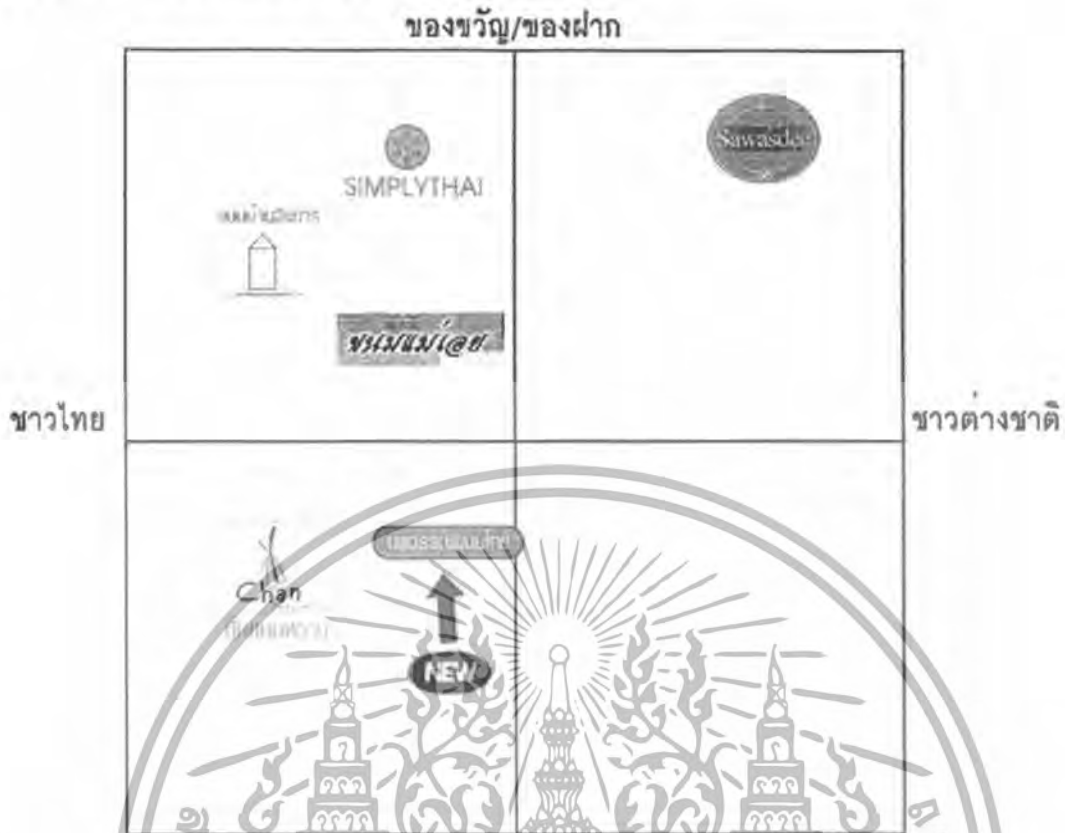
ภาพที่ 22 แสดงการวางตำแหน่งกลุ่มเป้าหมายของร้านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

วิเคราะห์เปรียบเทียบการวางตำแหน่งของลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

คู่แข่ง : โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ วัยกลางคน มีเพียง “ร้านชั้นขนมหวาน” ที่เลือกวางกลุ่มเป้าหมายไว้ที่วัยรุ่นเป็นส่วนมาก ส่วน “ร้านรอยัลสวีตตี้” จะครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม เนื่องจากมีลักษณะของสินค้าและบริการที่เจาะจงไปในแต่ละกลุ่มโดยตรง และกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด มีรายได้ตั้งแต่ปานกลางจนถึงสูง

นพวรรณชนมไทย : วางกลุ่มเป้าหมายให้ขยายจากเดิมไปยังกลุ่มวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงาน เป็นวัยที่มีอาชีพและรายได้ มีกำลังซื้อและมีอำนาจการตัดสินใจสูง นอกจากการซื้ออาหารเพื่อบริโภคเองแล้ว ยังมีเหตุปัจจัยอื่นๆที่ต้องตัดสินใจเลือกซื้อในวาระโอกาสต่างๆ และยังไม่ค่อยให้ความสนใจกับเรื่องราวของขนมไทยมากนัก จึงจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่ ที่ผลิตภัณฑ์ขนมไทยจะมีโอกาสขยายตลาดเข้าไปสู่คนกลุ่มนี้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

2. วาระและโอกาสในการซื้อ



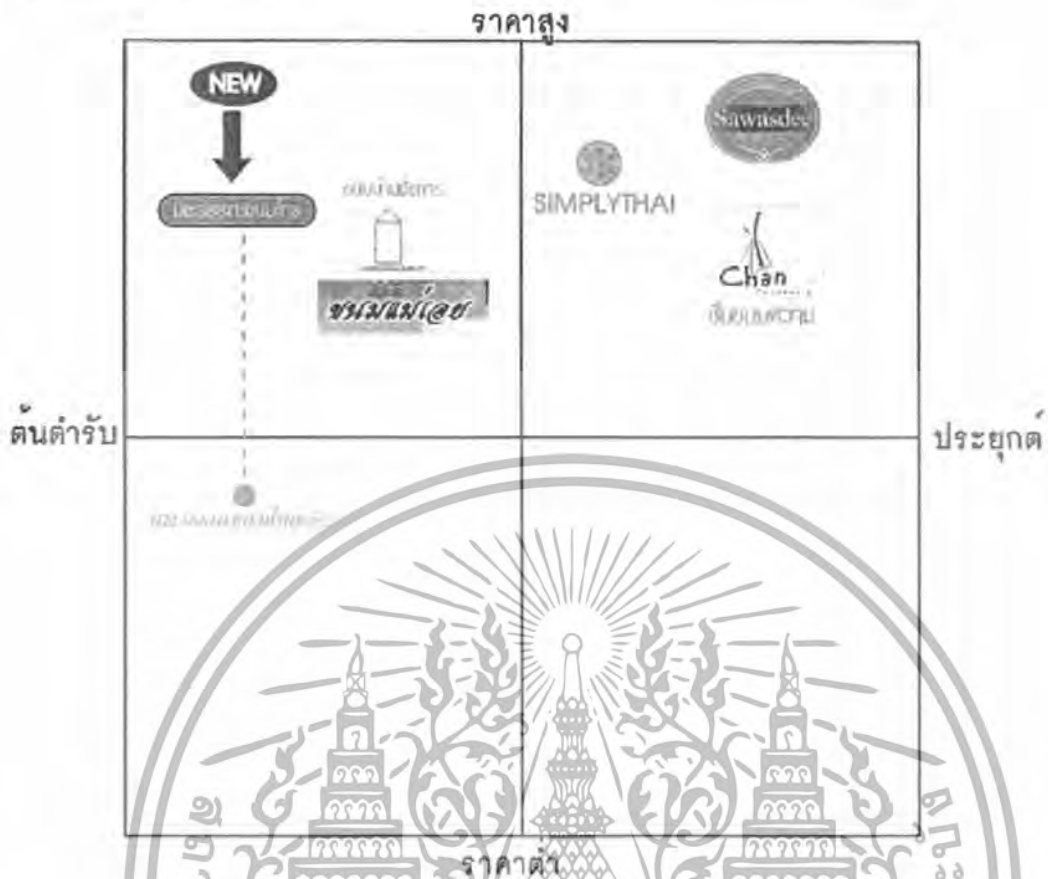
ภาพที่ 23 แสดงการวางตำแหน่งวาระโอกาสในการซื้อเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

วิเคราะห์เปรียบเทียบวาระและโอกาสในการซื้อ

คู่แข่ง : โดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทย วางตำแหน่งไว้ในกรซื้อกลับไปเป็นของขวัญของฝาก มากกว่าซื้อเพื่อบริโภคเอง มีเพียง “ร้านชั้นขนมหวาน” ที่เน้นไปทางการซื้อเพื่อบริโภคเองมากกว่า ส่วนร้าน “รอยัลสวีตส์” มีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติเป็นหลัก ซึ่งนิยมซื้อกลับไปเป็นของฝากหรือของที่ระลึกมากกว่า

นพวรรณขนมไทย : จะเน้นไปทางการซื้อเพื่อบริโภคเอง บรรจุดึงจึงต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีชุดสำหรับซื้อเป็นของขวัญหรือของฝากอยู่ด้วยอีกประเภทหนึ่ง

3. ลักษณะผลิตภัณฑ์



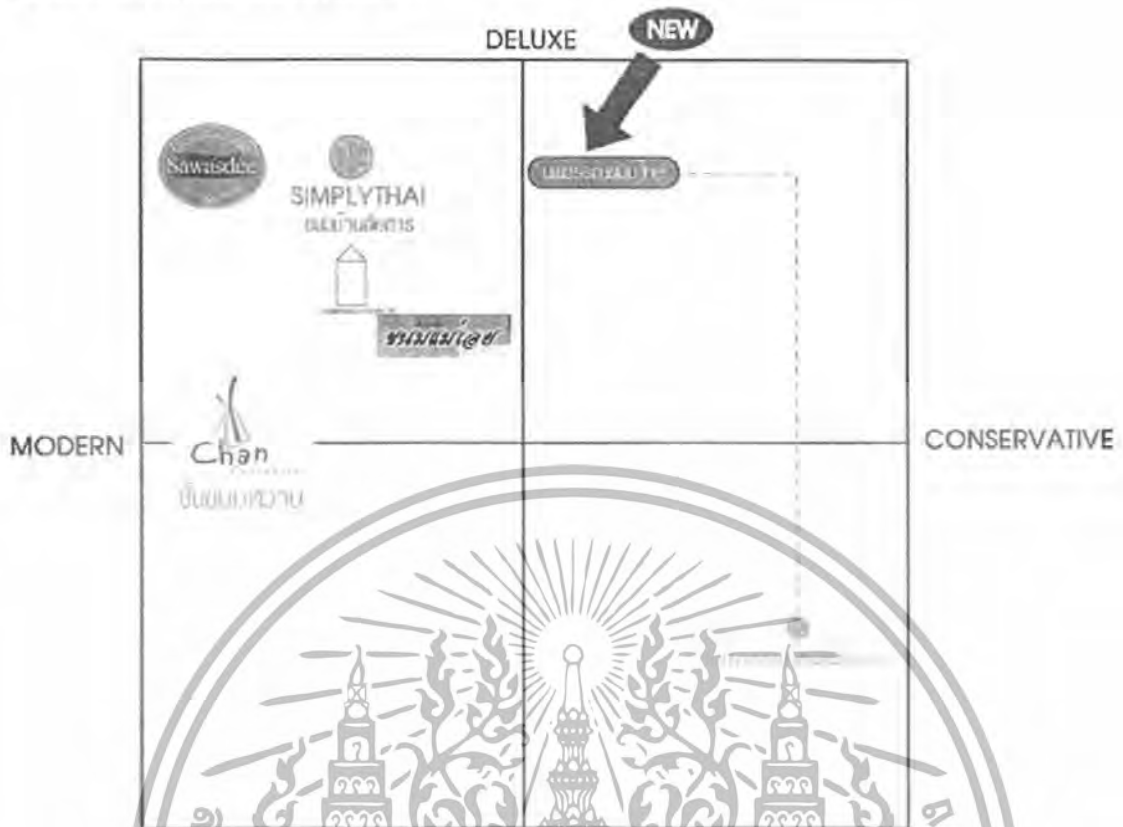
ภาพที่ 24 แสดงการวางตำแหน่งลักษณะผลิตภัณฑ์ของร้านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

วิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะของผลิตภัณฑ์

คู่แข่ง : จะเห็นว่าร้านที่ขายขนมไทยเป็นสินค้าหลัก (ขนมบ้านอัยการและขนมแม่เอ๋ย มีขนมเปี๊ยะเป็นผลิตภัณฑ์หลัก) จะไม่ใช่สูตรต้นตำรับที่คิดค้นขึ้น หรือเติบโตมากับขนมไทยโดยตรง แต่เป็นการขอซื้อสูตร หรือจ้างคนอื่นผลิตให้แล้วนำมาแต่งตัวใหม่ รวมไปถึงการนำสูตรมาประยุกต์เข้ากับขนมจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนด้านราคาทุกกลุ่มจะวางไว้ระดับค่อนข้างสูง

นพวรรณขนมไทย : เป็นสูตรต้นตำรับอย่างแท้จริง เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านขนมไทยมามากกว่า 30 ปี ขนมทุกชนิดทางร้านเป็นผู้คิดค้นสูตรขึ้นเอง เขียนสูตรตำราออกมามากมาย รวมไปถึงกรรมวิธีการผลิตที่เน้นคุณภาพแบบชาววังดั้งเดิม

4. ลักษณะภาพลักษณ์ของสินค้า



ภาพที่ 25 แสดงการวางตำแหน่งภาพลักษณ์ของสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

วิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะภาพลักษณ์ของสินค้า

คู่แข่ง : โดยส่วนใหญ่จะวางตำแหน่งภาพลักษณ์เป็นสินค้าในระดับพรีเมียม และมีความเป็นสมัยใหม่ เปลี่ยนภาพลักษณ์ของขนมไทยไปจากเดิมให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น และมีบางกลุ่มที่ภาพลักษณ์ยังคงความเป็นไทยไว้ แต่นำมาผสมผสานให้ดูร่วมสมัยขึ้น ตามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทยและคนต่างชาติ

หนพวรรณขนมไทย : กำหนดให้เป็นสินค้าในระดับพรีเมียม ปรับให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น แต่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมความเป็นดั้งเดิมของไทย

2.5.4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลด้านคู่แข่งที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการเปรียบเทียบข้อมูลคู่แข่งในด้านต่างๆ พบว่ามีคู่แข่งที่มีการวางตำแหน่งคล้ายคลึงกันอยู่มาก คือ “SIMPLYTHAI” และ “ร้านชั้นขนมหวาน” จึงนำมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดที่แตกต่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

เปรียบเทียบจุดที่แตกต่างจาก “SIMPLYTHAI”

“SIMPLYTHAI” ไม่ได้เริ่มต้นมาจากความเป็นต้นตำรับขนมไทย ไม่มีการอ้างอิงถึงเรื่องราวหรือตำนานในอดีต รวมไปถึงกรรมวิธีการผลิตต่างๆ ซึ่งต่างจาก “ร้านนพวรรณขนมไทย” ที่เป็นการริเริ่มเองทั้งหมด รวมไปถึงการนำเสนอคุณค่าแบบชาວັງ ตำนานเรื่องราวในอดีตรวมถึงประสบการณ์ มานำเสนอผ่านทางบรรจุภัณฑ์

เปรียบเทียบจุดที่แตกต่างจาก “ร้านชั้นขนมหวาน”

“ร้านชั้นขนมหวาน” มีการพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทย จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงามหรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป

เปรียบเทียบจุดที่แตกต่างจาก “ร้านขนมบ้านอัยการ” และ “ขนมแม่เออย”

มีจุดเริ่มต้นมาจากความเป็นต้นตำรับเหมือนกัน และนำประเด็นนี้มาเป็นจุดขาย แต่ผลิตภัณฑ์หลักที่มีภายในร้านและสร้างชื่อเสียงให้กับขนมบ้านอัยการ เน้นไปทางขนมเบี๊ยะไส้ต่างๆ และคุกกี้ มากกว่าขนมไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกับร้านนพวรรณขนมไทยที่ขายขนมไทยเป็นผลิตภัณฑ์หลัก

เปรียบเทียบจุดที่แตกต่างจาก “ร้านรอยัลสวีตตี”

แม้ภาพลักษณ์ของสินค้าจะวางไว้ในตำแหน่งใกล้เคียงกัน แต่กลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ร้านรอยัลสวีตตี มีกลุ่มเป้าหมายหลัก ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งนิยมซื้อเป็นของฝากหรือของที่ระลึกในการมาเที่ยวประเทศไทย แต่ทางร้านนพวรรณขนมไทยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทย ซึ่งเป็นการซื้อเพื่อบริโภคเองหรือของฝากตามวาระต่างๆ มากกว่า

สรุปผลข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการวิเคราะห์คู่แข่งดังกล่าวมานี้ จะเห็นว่าคู่แข่งที่มีความเป็นต้นตำรับขนมไทยนั้น การแข่งขันในระดับสูงยังมีไม่มากนัก มีเพียงขนมบ้านอัยการซึ่งก็ไม่ได้ขายขนมไทยเป็นหลัก แต่มีคู่แข่งในระดับต่ำถึงกลางที่มีราคาถูกลงอยู่มาก ภาพรวมของตลาดขนมไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการสร้างจุดขายโดยการประดิษฐ์ตกแต่งขนมให้ประณีต สวยงาม ปรับให้ทันสมัย บริโภคง่ายขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ แต่โดยรวมยังไม่มีร้านใดที่คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยในอดีตอย่างจริงจัง จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงามหรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้เริ่มต้นมาจากความเป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริง ซึ่งต่างจาก “ร้านนพวรรณขนมไทย” ที่เติบโตมากับขนมไทย ได้รับการยอมรับในด้านของขนมไทยรูปแบบชาววังแท้ๆมายาวนาน จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมให้จุดขายเหล่านี้ให้เด่นชัดขึ้น แม้ในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตที่นำชื่อของชาววังมาสร้างเป็นจุดขาย แต่ด้วยภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ไม่สร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภค มีผู้ผลิตขนมไทยน้อยรายให้ความสำคัญ ทว่าร้านนพวรรณขนมไทยได้สังเกตเห็นช่องว่างตรงจุดนี้ ในการสร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ของทางร้าน ซึ่งเป็นจุดขายที่ช่วยสร้างชื่อเสียงและความแตกต่างจากคู่แข่ง ที่ผู้บริโภคยอมจ่ายในราคาที่สูงกว่าได้ จึงนำไปสู่โอกาสทางการค้าที่มีความเป็นไปได้

ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ในช่องทางการจำหน่ายเดิม กลุ่มลูกค้าเก่าจะรับรู้ในชื่อเสียงของนพวรรณในเรื่องของความเป็นขนมชาววังแท้ๆอยู่แล้ว ชื่อเพราะเชื่อถือในภาพลักษณ์ คุณค่าของแบรนด์ แต่สำหรับช่องทางการจำหน่ายใหม่ ที่เป็นคนรุ่นใหม่ ไม่เคยรู้จักนพวรรณมาก่อนเลย รวมถึงส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกแยะหรือรับรู้ความแตกต่างระหว่างขนมไทยชาววังกับขนมไทยทั่วไปได้ จึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่จะเข้ามาสนองตอบในส่วนนี้ได้ดี จึงต้องสามารถสร้างเอกลักษณ์ สร้างการจดจำให้กับคนรุ่นใหม่ แสดงออกถึงความเป็นชาววังที่เป็นคุณค่าของแบรนด์ และส่งเสริมคุณค่าตรงนี้ให้เด่นชัดขึ้น ทำให้คนรุ่นใหม่เชื่อถือ และรับรู้ถึงความพิเศษแตกต่างจากขนมไทยร้านอื่นๆ ในรูปแบบที่ร่วมสมัยขึ้น

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครวมเป้าหมาย

2.6.1 ลักษณะของผู้บริโภครวมเป้าหมาย

ผู้บริโภครวมเป้าหมายหลักใหม่

เพศหญิง (ประมาณ 70 %) เพศชาย (ประมาณ 30 %)

อายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 25 ปีขึ้นไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการดำรงชีวิต

มีวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น มีความเป็นอนุรักษ์นิยม เป็นตัวของตัวเอง

ลักษณะอุปนิสัย

รักความเป็นไทย ชื่นชอบในงานศิลปะ งานฝีมือ ต้องการในสิ่งที่ดีที่สุด ความพิเศษแตกต่าง แสดงออกถึงรสนิยมที่ดี มีระดับการศึกษาดี

ลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภค

ขึ้นอยู่กับประเภทของขนม ถ้าเป็นขนมประเภทแห้ง เมื่อผู้บริโภคซื้อแล้วมักจะรับประทานทันที แต่ถ้าเป็นขนมประเภทเปียก หรือกึ่งเปียก ผู้บริโภคมักนำกลับไปรับประทานที่บ้านหรือที่ทำงาน และมักเก็บไว้ไม่เกิน 3 วัน

วิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อขนมไทย

โดยแบ่งตามช่วงอายุที่มีความเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหาร รวมทั้งความสามารถของการรับประทาน รสนิยมในการรับประทานอาหาร รวมไปถึงเรื่องการดูแลสุขภาพร่างกาย ซึ่งมีความแตกต่างกันเล็กน้อยตามช่วงอายุ ทั้งเพศหญิงและเพศชาย

ผู้ใหญ่ตอนต้น (อายุมากกว่า 20 ปี)

จัดเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่อยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาวหรือวัยทำงาน เป็นวัยที่มีอาชีพและรายได้ มีกำลังซื้อและมีอำนาจการตัดสินใจสูง ส่วนใหญ่เป็นวัยที่เริ่มมีครอบครัว ทำให้มีภาระหน้าที่เพิ่มมากขึ้น จากการรับผิดชอบคนในครอบครัว นอกจากการซื้ออาหารเพื่อบริโภคเองแล้ว ยังมีเหตุปัจจัยอื่นๆที่ต้องตัดสินใจเลือกซื้อในวาระการซื้อต่างๆ ทั้งการเลือกซื้อเพื่อเป็นของฝาก และของขวัญในโอกาสต่างๆ จึงจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่ ที่ผลิตภัณฑ์ขนมไทยจะมีโอกาสขยายตลาดเข้าไปสู่คนกลุ่มนี้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

ผู้ใหญ่ตอนปลาย (อายุมากกว่า 40 ปี)

อยู่ในช่วงวัยเข้าสู่วัยสูงอายุ ในวัยนี้จะมีความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และรสนิยมในการรับประทานค่อนข้างมาก เนื่องจากบางครั้งต้องปรับให้เหมาะกับระบบการทำงานของร่างกาย รวมไปถึงการดูแลสุขภาพร่างกายมากเป็นพิเศษ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เริ่มมีข้อจำกัดทางด้านการรับประทาน การรับประทานขนมไทยจะเลือกซื้อรับประทานที่สะอาด ง่ายๆ ไม่หวานจนเกินไป เน้นส่วนผสมของพวกธัญพืชที่ดีต่อสุขภาพ ส่วนใหญ่เป็นการเลือกซื้อเพราะมีความคุ้นเคยกับขนมไทยอยู่แล้ว มีโอกาสได้ระลึกถึงเรื่องราวในอดีต เป็นการซื้อเพื่อนำไปรับประทานเอง หรือเป็นของฝากก็ได้

ลักษณะผู้ซื้อ

- คนไทยประมาณ 80 %
- นักท่องเที่ยวจากต่างชาติ 20 %

ระดับการศึกษา : เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปานกลางขึ้นไป (ตั้งแต่ระดับอุดมศึกษาขึ้นไป)

2.6.2 วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

1. จุดประสงค์ในการซื้อ

- เพื่อบริโภคเอง

เป็นการซื้อเพื่อนำมารับประทานเอง กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มักจะเป็นคนโสด ครอบครัวขนาดเล็ก และหนุ่มสาววัยรุ่นที่มีกำลังซื้อไม่มากนัก ซื้อสินค้าปริมาณน้อยชิ้น แต่อาจซื้อหลายประเภท ขึ้นอยู่กับกำลังการซื้อ การออกแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ จะต้องคำนึงถึงปริมาณต่อบรรจุภัณฑ์ที่น้อย มีความสะดวกในการใช้และเก็บหลังการใช้ เหมาะกับการบริโภคหมดในครั้งเดียว และต้องตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

- เพื่อซื้อเป็นของฝาก

เป็นการซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ซื้อให้กันเหมือนการแสดงความรักที่มีน้ำใจให้กัน บรรจุภัณฑ์มีความพิเศษกว่าการซื้อมารับประทานเองในระดับหนึ่ง โดยคำนึงถึงความรู้สึกของผู้รับเป็นหลัก

- เพื่อซื้อเป็นของขวัญ

เป็นการซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญมอบให้กันในโอกาสพิเศษ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความพิถีพิถันในการเลือกซื้อ บรรจุภัณฑ์นั้นต้องดูดี มีคุณค่า สื่อถึงเรื่องราว หรือความหมายที่ดีที่สุด

2. จำนวนผู้บริโภค

เป็นปัจจัยหลักที่จะกำหนดปริมาณของสินค้าและขนาดบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของการเลือกซื้อสินค้า ทำให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่าง แบ่งออกเป็น

จำนวน 1 คน ปริมาณของผลิตภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ เหมาะสำหรับบุคคลเดียวรับประทาน บรรจุภัณฑ์ไม่ซับซ้อน ราคาไม่แพง

จำนวน 2-4 คน จำนวนสินค้ามีมากเพียงพอสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเล็ก รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาจมีการแบ่งหน่วยย่อย เพื่อความสะดวกในการซื้อ การนำไปแจกจ่ายเพื่อแบ่งบริโภคให้กับกลุ่มคน

มากกว่า 4 คน ผลิตภัณฑ์มีมากเพียงพอสำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์อาจมีการจัดเป็นชุดรวมรส มีผลิตภัณฑ์หลายชนิด หรือการแบ่งหน่วยย่อย เพื่อความสะดวกในการซื้อ การนำไปแจกจ่ายเพื่อแบ่งบริโภคให้กับกลุ่มคน

3. สถานการณ์ในการบริโภค

ประเมินพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายของขนมไทยในลักษณะต่าง ๆ กัน ที่อาจเป็นปัจจัยในการพิจารณาที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรคพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกัน โดยมีขอบเขตงานที่ชัดเจน

เวลา ในที่นี้จะกล่าวถึงเวลาของกิจกรรมการบริโภค เช่น บริโภคแทนอาหารเช้า อาหารว่างระหว่างมื้อ ช่วงเวลาพัก หรือทานเล่นนอกมื้อปกติ เป็นต้น

โอกาส หมายถึงวาระหรือโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น เทศกาลต่างๆ การแสดงความรักและเคารพญาติผู้ใหญ่ หรือผู้มีตำแหน่งสูงกว่า รวมไปถึงซื้อเพื่อบริโภคเองชีวิตประจำวัน ก่อให้เกิดพฤติกรรม การซื้อเพื่อจุดประสงค์ต่างๆกันตามเหตุการณ์ รวมถึงการทำหน้าที่ของบรรจุกภัณฑ์ที่ต่างกันออกไปด้วย

สถานที่ ในที่นี้จะแบ่งอย่างกว้างๆออกเป็น

- การรับประทานภายในอาคาร เช่น ที่ร้าน ตามบ้านพักอาศัย สำนักงาน
- การรับประทานภายนอกอาคาร เช่น รับประทานระหว่างเดินทาง

ซึ่งจะมีผลเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมรับประทานและลักษณะที่น่าจะเป็นของบรรจุกภัณฑ์ที่ต้องคำนึงถึง ให้ครอบคลุมในการใช้งาน

2.6.3 ลักษณะการใช้งานบรรจุกภัณฑ์หลังการซื้อ

บรรจุกภัณฑ์ประเภทพลาสติกหรือกล่องกระดาษที่ไม่คงทน เมื่อผู้บริโภคเปิดรับประทานจนหมดแล้ว มักจะทิ้งเลย เนื่องจากมีการเปราะ ละเอียดของขนม บรรจุกภัณฑ์ประเภทนี้จึงมักเป็นขนมที่รับประทานหมดในครั้งเดียว ส่วนบรรจุกภัณฑ์ที่เป็นกล่องพลาสติกที่สามารถเปิดและปิดได้ดังเดิม นั้น หลังจากบริโภคเสร็จแล้วมักจะเก็บไว้ นำมาใส่สิ่งของอย่างอื่นต่อไป

สรีระในการอ่านและประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกภัณฑ์

ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบบรรจุกภัณฑ์จะได้รับการอ่านโดยทางประสาทตา ประสาทความรู้สึก ของคนจะอ่านข้อมูลเปรียบเทียบกับประสบการณ์เดิมที่มี เช่น ตราสินค้า สีสรรในการออกแบบ

ขั้นตอนความประทับใจในบรรจุกภัณฑ์จะเกิดในระยะไม่เกิน 3 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่กลุ่มเป้าหมาย เริ่มอ่านได้ว่าเป็นสินค้าอะไร ผลิตโดยใคร ในช่วงระยะไม่เกิน 3 เมตรที่กลุ่มเป้าหมาย เริ่มอ่านรายละเอียด บนบรรจุกภัณฑ์ได้ ส่วนประกอบในการออกแบบที่สำคัญ คือ ต้องทราบจุดเด่นของสินค้าที่เรียกว่า Unique Selling Point ซึ่งบรรจุกภัณฑ์พยายามจะอวด และเชิญชวนให้ติดตามรายละเอียดบนบรรจุกภัณฑ์ ด้วยการหยิบขึ้นมาพิจารณา และพิจารณาและเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรืออื่นที่อยู่เคียงข้าง

การจัดสรรเลือกตำแหน่งของส่วนประกอบ การออกแบบบรรจุกภัณฑ์ เรียงตามลำดับก่อนหลังว่าจะไว้ที่ไหนบนบรรจุกภัณฑ์แต่ละด้าน นั้นจะต้องเข้าใจ ถึงสรีระการอ่านของสายตาคน เพ่งมองสิ่งของใด ๆ ในระยะไม่เกิน 1 เมตร

สรีระในการอ่านบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการทดลองโดยใช้อุปกรณ์วัดการเคลื่อนไหวของสายตาค้นพบว่า คนส่วนใหญ่มีการเคลื่อนไหว ของลูกนัยน์ตาในการอ่านคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ

1. เมื่อสายตาเริ่มเฟื่องจากจุดเริ่มต้นจุดใดจุดหนึ่งเหมือน ๆ กัน สายตาจะเริ่มอ่านจาก ทางซ้ายมือขึ้น สู่อ่านบน
2. การกวาดสายตาจะเริ่มกวาดจากด้านซ้ายไปยังด้านในทางตามเข็มนาฬิกา
3. สายตาจะเสาะหาจุดสิ้นสุดในการอ่านซึ่งมักจะเป็นขวามือข้างล่าง การค้นพบสรีระการอ่าน ดังกล่าวแล้วนี้ จะพบว่าตำแหน่งของบรรจุภัณฑ์ทางซ้ายมือ จะได้รับการอ่านก่อนทางขวามือ ในขณะที่เดียวกันตำแหน่งทางส่วนบนของบรรจุภัณฑ์จะได้เปรียบกว่าส่วนล่างของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากข้อมูลที่ได้รับ เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่น ๆ ผู้ออกแบบจะสามารถ จัดเรียงส่วนประกอบต่าง ๆ ของการออกแบบให้สอดคล้อง กับเป้าหมายในการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างดี

วิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้บริโภค

การมีทัศนคติที่ดีต่อขนมไทยย่อมควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการเลือกผู้ขายของขนมไทย ยังมีทัศนคติที่ดีมากขึ้นเท่าไร ความพึงพอใจต่อผู้ขายขนมไทยก็สูงตาม ที่เป็นเช่นนี้ เพราะผู้ที่มีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งดี ย่อมต้องการคาดหวังจากสิ่งเหล่านั้นสูงตามไปด้วย เพื่อตอบสนองความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งที่ตนเองคาดหวังว่าดีมีคุณภาพ ด้วยความพึงพอใจต่อสิ่งที่ตนเอง คิดว่าจะซื้อเพื่อนำมาเป็นของตน เช่น ต้องการเข้าร้านที่สะอาด ชอบร้านที่ได้มาตรฐาน ให้ ความสำคัญกับผู้ขายที่มีชื่อเสียง นอกจากนี้การเลือกผู้ผลิตหรือตราสินค้ายังบ่งบอกถึง ภาพลักษณ์ของตนเองว่ามีระดับ แสดงถึงบทบาททางสังคมอีกด้วย เป็นมากกว่าความใหม่ ทันสมัย แต่ตัดสินใจซื้อเพราะเห็นคุณค่า ความพิเศษที่ไม่เหมือนใคร อยากรลิ้มรสขนมที่พิเศษ แตกต่าง แบบชาววัง

วิเคราะห์และสรุปผลความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบ

จากการศึกษาพฤติกรรมต่างๆของผู้บริโภค สามารถสรุปความต้องการและวิเคราะห์ แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

สรุปวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยทั้งในด้าน สินค้าและด้านบรรจุภัณฑ์

ส่งแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับมา 90 ฉบับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม พนักงานในบริษัทเอกชน คิดเป็น 100%

-โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์

-บริษัทเอกชนทั่วไป

แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่2 พฤติกรรมการเลือกซื้อขนมไทย

ส่วนที่3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไทยชาววัง

ส่วนที่4 ความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์

สรุปผลวิเคราะห์จากส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อขนมไทย

- ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อขนมไทย

นอกจากรสชาติของขนมแล้ว รูปลักษณ์ความสวยงามของขนม เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ รวมไปถึงอายุการเก็บของขนมด้วย

ส่วนของบรรจุภัณฑ์

1.บรรจุภัณฑ์จะต้องมีส่วนที่เปิดให้เห็นรูปลักษณ์ของขนม ให้ผู้บริโภคได้เห็นความประณีต ความงามของขนมไทยชาววัง

2.ป้องกันอากาศภายนอกที่จะเข้าไปทำลายตัวขนม ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ขนมเสื่อมคุณภาพ

-จุดประสงค์ส่วนใหญ่ในการซื้อขนมไทย

เพื่อบริโภคสำหรับตนเองและครอบครัว มากที่สุด

ส่วนของบรรจุภัณฑ์

การจัดชุดขนม ต้องให้ความสำคัญกับการซื้อบริโภคเองมากที่สุด ปริมาณบรรจุต้องเหมาะสม แต่ชุดของฝากและชุดของขวัญก็ยังมีด้วย

-ลักษณะการบริโภคขนมไทยโดยส่วนใหญ่ มักจะซื้อแล้วนำกลับมาบริโภคที่บ้าน / ที่ทำงาน

ส่วนของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองรักษาขนมในการขนส่ง หักกลับ จนถึงที่บ้าน / ที่ทำงาน โดยขนมไม่เสียหาย หน้าที่ารูปลักษณ์ของขนมต้องยังสวยงามอยู่

-ปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทย คือ

เป็นปัญหามากที่สุดคือ

1.ขาดการให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ (วันหมดอายุ / ส่วนผสม / ชนิดของขนม)

2.ไม่สามารถมองเห็นสินค้าจากภายนอกบรรจุภัณฑ์ได้

ปัญหาปานกลาง

- 1 ปริมาณบรรจุในบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (มากไป/น้อยไป)
ความเห็นส่วนใหญ่ (63.35%) เห็นว่าควรให้บริโภคหมดในครั้งเดียว
- 2.บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดผู้บริโภค

- ชื้อมาแล้วบริโภคไม่หมด มักเก็บไว้ที่ใด

- ตู้เย็น

ส่วนของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุที่สามารถแช่เย็นได้ กระดาษเคลือบ / พลาสติก

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไทยชาววัง

1.ท่านคิดว่าขนมไทยชาววังแตกต่างจากขนมไทยทั่วไปหรือไม่
แตกต่าง(57.3%) ไม่แน่ใจ(26.96%) ไม่แตกต่าง(15.73%)

2.ขนมไทยชาววังแตกต่างกับขนมไทยทั่วไปอย่างไร ที่เห็นได้เด่นชัด

- ความปราณีต พิถีพิถัน 72.94

- สูตรขนม 63.75

- ความเป็นต้นตำรับ 62.19

- รูปลักษณ์ของขนม 50.60 (บรรจุภัณฑ์ต้องมีส่วนที่เปิดให้เห็นขนมด้านใน)

4.ส่วนใหญ่เคยรับประทานขนมไทยชาววังจากงานเลี้ยง / ตามโรงแรม

5.ช่องทางใดบ้างที่จะช่วยให้ท่านรับรู้ถึงความเป็นขนมไทยชาววัง

- รับรู้ผ่านทางรูปลักษณ์ของตัวขนม 61.17 (บรรจุภัณฑ์ต้องมีส่วนที่เปิดให้เห็นขนมด้านใน)

- รับรู้ผ่านทางบรรจุภัณฑ์ *** (ภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความเป็นชาววัง)

6.หากเอ่ยถึงขนมไทยชาววังในด้านคุณค่าของสินค้า ท่านนึกถึงสิ่งใด

- ความประณีต พิถีพิถัน 73.56

- ศิลปะการจัดตกแต่ง อาหาร เช่น การแกะสลักผัก ผลไม้ 70.1

- ความเป็นเอกลักษณ์ของไทย 64.55 (วัฒนธรรม / ประเพณี)

- การจัดชุดสำหรับอาหาร (ภาชนะเบญจรงค์ / ชันโตก / เครื่องเสวย) 57.31

7.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรหากมีโอกาสได้สัมผัส ลิ้มลอง ขนมไทยชาววัง

- รับรู้ถึงคุณค่า ความพิเศษ ที่แฝงมาพร้อมกับตัวขนมไทย 87.20%

- เฉยๆ ไม่แตกต่างจากขนมไทยทั่วไป 11.62%

ส่วนที่ 4 ความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์

1. ปัญหาที่ท่านพบเจอจากบรรจุภัณฑ์ขนมไทยทั่วไปคืออะไร

- ขาดข้อมูลที่จำเป็น สำหรับสื่อสารผู้บริโภค 45.55%
- บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดใจผู้ซื้อ

2. หากมีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ควรพัฒนาด้านใดบ้าง

- การบอกข้อมูล (วันผลิต วันหมดอายุ) 65.55 % ขนมสดผลิตวันต่อวันยังมีความจำเป็นมากขึ้น ในการให้ข้อมูล
- คุณภาพในการเก็บรักษาขนม 57.78 %
- แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย 57.77
- ภาพลักษณ์ความเป็นสากล และร่วมสมัย 52.22%

3. ท่านคิดว่าลักษณะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยชาวจังหวัดบุรีรัมย์ ควรจะเป็นแบบใดจึงเหมาะสม

- ให้ความรู้สึกร่วมถึงความเป็นชาวจังหวัดบุรีรัมย์ดั้งเดิม 68.88%
- มีความหมายของขนม บอกประวัติความเป็นมาของขนมแต่ละชนิด(ถ้ามี) 53.33
- มีภาพลักษณ์ความหรูหราแบบชาวจังหวัดบุรีรัมย์ 35.55%

4. ท่านชื่นชอบบรรจุภัณฑ์ใดในแต่ล่ะข้อต่อไปนี้

- แนวทางการออกแบบสะท้อนถึงความเป็นดั้งเดิม 41.11%
- แนวทางที่เป็นความร่วมมือ 40%

สรุปข้อกำหนดที่จะนำไปใช้ในการออกแบบ

ด้านโครงสร้าง

1.บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องขนมไม่ให้โดนอากาศภายนอก ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ขนมเสื่อมคุณภาพเร็ว

2.รูปลักษณ์ความสวยงามของขนม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บรรจุภัณฑ์จะต้องมีส่วนที่เปิดให้เห็นรูปลักษณ์ของขนม ให้ผู้บริโภคได้เห็นความประณีต ความงามของขนมไทยชาวจังหวัดบุรีรัมย์ หรือ

ไม่เหมาะสมที่จะทำลักษณะใส อาจใช้รูปภาพหรือรูปถ่ายที่สามารถสื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจนแทน

3.การจัดชุดขนม ต้องให้ความสำคัญกับการซื้อบริโภคเองมากที่สุด ปริมาณบรรจุต้องเหมาะสมพอเหมาะกับบริโภคหมดในครั้งเดียว

4.บรรจุภัณฑ์ต้องคุ้มครองรักษาขนมในการขนส่ง หักกลับ จนถึงที่บ้าน / ทำงาน โดยขนมไม่เสียหาย หน้าตารูปลักษณ์ของขนมต้องยังสวยงามอยู่

5.บรรจุภัณฑ์เลือกใช้วัสดุที่สามารถแช่เย็นได้ กระดาษเคลือบ / พลาสติก

6.คำนึงถึงการลดต้นทุนในการผลิต

7.บรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างสวยงาม สร้างความสนใจให้กับผู้บริโภค มีความโดดเด่นจากคู่แข่งในท้องตลาด สังเกตได้ง่าย

ด้านกราฟฟิก

1. การให้ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ (วันหมดอายุ/ วันผลิต / ส่วนผสม เป็นต้น) สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม
- 2.สามารถแยกแยะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ไม่ทำให้เกิดความสับสน
- 3.มีความหมายของขนม บอกประวัติความเป็นมาของขนมแต่ละชนิด(ถ้ามี)
- 4.มีรูปแบบกราฟฟิกที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ได้ถึง Brand Concept

การสื่อสารภาพลักษณ์ของความเป็นชาวจีน ที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ง่าย เพื่อนำมาสร้างเป็นแนวทางการออกแบบ

- 1.ความประณีต พิถีพิถัน กวระแกะสลัก ศิลปะการจัดตกแต่ง อาหาร เช่น การแกะสลักผัก ผลไม้ 70.1 %
- 2.ความหรูหราของภาชนะ ชุดสำหรับอาหาร (ภาชนะเบญจรงค์ / ชันโตก / เครื่องเสวย) 57.31%



2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและระบบการพิมพ์ที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการมีความหลากหลายทางด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ฉะนั้นผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจึงมีความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสม เพื่อที่จะคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในราคาที่ประหยัดเหมาะสมและความสะดวกในการผลิต การบรรจุ ตลอดจนถึงการขนส่ง ในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด มีรายการที่ต้องวิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุสำหรับผลิตภัณฑ์ในโครงการ ดังนี้

1. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทถาดหลุม
2. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องพลาสติก
3. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง
4. วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทซอง
5. วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลาก และกล่องกระดาษ

2.7.1 วิเคราะห์การเลือกใช้วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทถาดหลุม

วัสดุที่เหมาะสมนำมาวิเคราะห์มี 2 ชนิด คือ

1. PS
2. OPS

เงื่อนไขในการพิจารณา

1. ต้นทุนการผลิตต่ำ
2. สามารถป้องกันการผ่านเข้าออกของน้ำและอากาศได้อย่างเหมาะสม
3. ขึ้นรูปได้ง่าย
4. ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์
5. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน ได้ตลอดอายุการใช้งาน

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการวิเคราะห์วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทถาดหลุม

เงื่อนไข	ความสำคัญ	PS	OPS
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	3	4
ป้องกันการผ่านเข้าออกของไอน้ำ	4	3	3
ป้องกันการผ่านเข้าออกของก๊าซ	4	3	4
ขึ้นรูปได้ง่าย	4	3	3
ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์	3	4	4
ความแข็งแรง ทนต่อแรงกระทำต่างๆ	3	3	3
	รวม	59	69

หมายเหตุ: 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุป: เลือกใช้พลาสติก OPS (Oriented polystyrene) ขึ้นรูปด้วยความร้อน (Thermofoming)

2. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องพลาสติก

วัสดุที่เหมาะสมนำมาวิเคราะห์มี 2 ชนิดคือ

1. PP
2. PE
3. PVC

เงื่อนไขในการพิจารณา

1. ทนทานต่อรอยขีดข่วน
2. ความใส
3. สวยงาม
4. ผลิตง่าย
5. ต้นทุนต่ำ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงการวิเคราะห์วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องพลาสติก

เงื่อนไข	ความสำคัญ	PP	PE	PVC
ทนทานต่อรอยขีดข่วน	2	2	2	4
ความใส	4	4	3	3
สวยงาม	4	4	3	3
ผลิตง่าย	2	3	4	5
ต้นทุนต่ำ	3	3	4	3
	รวม	51	45	44

หมายเหตุ: 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุป : เลือกใช้พลาสติก PP (Polypropylene) พับขึ้นรูป

3. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

วัสดุที่เหมาะสมนำมาวิเคราะห์มี 2 ชนิดคือ

1. กระดาษแข็งเคลือบ
2. กระดาษอาร์ตการ์ด

เงื่อนไขในการพิจารณา

1. มีความแข็งแรงเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน
2. พับขึ้นรูปได้ง่าย
3. ออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ
4. พิมพ์สีได้สวยงาม
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ
6. สวยงาม โดดเด่น เสริมภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า

ตารางที่ 5 ตารางแสดงการวิเคราะห์วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

เงื่อนไข	ความสำคัญ	กระดาษแข็งเคลือบ	กระดาษอาร์ตการ์ด
คุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ตลอดอายุการใช้งาน	4	3	4
พับขึ้นรูปง่าย	4	4	4
การ Die Cut	4	4	4
พิมพ์สีได้สวยงาม	3	3	4
ต้นทุนการผลิตต่ำ	3	4	2
เสริมภาพพจน์ที่ดีให้สินค้า	3	3	4
	รวม	74	78

หมายเหตุ: 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

สรุป : เลือกใช้กระดาษอาร์ตการ์ด

วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

4. วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลาก และกล่องกระดาษ

ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติ ดังนี้คือ

1. มีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
2. สามารถผสมสีได้ดี
3. เก็บรายละเอียดได้ชัดเจน และสวยงาม
4. ทนทาน คงทน
5. ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตารางที่ 6 ตารางแสดงการวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ฉลากและกล่องกระดาษ

เงื่อนไข	ความสำคัญ	กราเวียร์	ออฟเซต	ซิลด์สกรีน	เฟล็กโซกราฟฟิก
ความคมชัดของภาพผสมเม็ดสี	4	3	4	1	2
การผสมสี	4	2	4	1	2
เก็บรายละเอียดได้มาก	4	4	4	2	3
ความละเอียดต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่	3	3	4	2	3
ความทนทานและคงทน	3	4	4	3	1
ต้นทุนการผลิตต่ำ	2	1	3	2	2
	รวม	59	78	35	44

หมายเหตุ*: 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

หมายเหตุ **: กระดาษที่ใช้ทำฉลากคือกระดาษเคลือบหน้าเดียว และยึดติดกับบรรจุภัณฑ์ด้วยกาว

สรุป : เลือกใช้การพิมพ์ระบบออฟเซต (OFFSET) ฉลากและกล่องกระดาษ

5. วิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ซอง

ระบบการพิมพ์ที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติ ดังนี้คือ

1. มีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
2. เก็บรายละเอียดได้ชัดเจน และสวยงาม
3. ทนทาน คงทน
4. ต้นทุนการผลิตต่ำ

ตารางที่ 7 ตารางแสดงการวิเคราะห์การเลือกใช้ระบบการพิมพ์ของ

เงื่อนไข	ความสำคัญ	กราเวียร์	ออฟเซต
ความคมชัดของภาพผสมเม็ดสี	4	4	3
เก็บรายละเอียดได้มาก	4	4	4
ความละเอียดต่อหนึ่งหน่วยพื้นที่	3	4	4
ความทนทานและคงทน	3	4	4
ต้นทุนการผลิตต่ำ เมื่อพิมพ์เป็นจำนวนมาก	2	4	3
	รวม	64	58

หมายเหตุ*: 4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = ปานกลาง 1 = ไม่ดี

หมายเหตุ **: กระดาษที่ใช้ทำฉลากคือกระดาษเคลือบหน้าเดียว และยึดติดกับบรรจุภัณฑ์ด้วยกาว

สรุป: เลือกใช้การพิมพ์ระบบกราเวียร์ (GRAWIRE) ในการพิมพ์ของ



2.7.3 สรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

ตารางที่ 8 ตารางสรุปผลการเลือกใช้วัสดุสำหรับบรรจุภัณฑ์ และระบบการพิมพ์สำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	วัสดุ
จ๋ามงกุฎ ซ่อม่วง บุษบัน ตันเมฆ อลัดดอก กุหลาบ	5 ซัน	- primary package - secondary package	ถาด : ops กระดาษเคลือบหน้าเตียว
ทองม้วนรสตั้งเดิม ทองม้วนรสทุเรียน	60 กรัม 60 กรัม	- primary package	ขวด : PP
โสมนัส ขนผิง	150 กรัม	- primary package - secondary package	ห่อ : LDPE กล่อง : กระดาษอาร์ต การ์ด
วุ้นกรอบ	12 ซัน	- primary package	กล่อง : กระดาษอาร์ต การ์ด
ทองหยิบ ทองหยอก ทองเอก หยกมณี เสนห์จันทร์ เกสรลำเจียก	16 ซัน 500 กรัม	- primary package - secondary package	ถาด : ops กระดาษเคลือบหน้าเตียว
อลัดเม็ด	30 กรัม	- primary package	กล่อง : กระดาษอาร์ต การ์ด
ข้าวเหนียวมูน -หน้ากุง -หน้าปลา	300 กรัม	- primary package - secondary package	ถาด : ops กล่อง : กระดาษอาร์ต การ์ด
ลำบันนี	12 ซัน	- primary package	กล่อง : กระดาษอาร์ต การ์ด

2.8 ข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

(ฉบับที่ ๓๐๕) พ.ศ. ๒๕๕๐

เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีบางชนิด

เพื่อให้ข้อมูลด้านโภชนาการแก่ผู้บริโภค และสนับสนุนมาตรการป้องกันปัญหาด้านโภชนาการอาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ และมาตรา ๖ (๑๐) แห่งพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขโดยคำแนะนำของคณะกรรมการอาหาร ออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีบางชนิดในภาชนะบรรจุพร้อมจำหน่ายต่อผู้บริโภคดังต่อไปนี้ เป็นอาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ

- (๑) มันฝรั่งทอดหรืออบกรอบ
- (๒) ข้าวโพดคั่วทอดหรืออบกรอบ
- (๓) ข้าวเกรียบหรืออาหารขบเคี้ยวชนิดอบพอง (Extruded snack)
- (๔) ขนมปังกรอบหรือแครกเกอร์หรือบิสกิต
- (๕) เวเฟอร์สอดไส้

ข้อ ๒ การแสดงฉลากของอาหารตามข้อ ๑ ต้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่อง ฉลาก และฉลากเฉพาะสำหรับอาหารนั้น และต้องปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ด้วย

ข้อ ๓ การแสดงฉลากโภชนาการของอาหารตามข้อ ๑ ต้องปฏิบัติอย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้

(๑) แสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มตามข้อ ๑.๑ ของบัญชีหมายเลข ๑ รูปแบบและเงื่อนไขการแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องฉลากโภชนาการ หรือ

(๒) แสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบย่อ ตามรูปแบบของข้อ ๑.๒ ของบัญชีหมายเลข ๑ รูปแบบและเงื่อนไขของการแสดงฉลากกรอบข้อมูลโภชนาการของประกาศกระทรวงสาธารณสุข หน้า ๗ เล่ม ๑๒๔ ตอนพิเศษ ๑๑๘ ง ราชกิจจานุเบกษา ๑๙ กันยายน ๒๕๕๐

ว่าด้วยเรื่องฉลากโภชนาการ สำหรับข้อมูลโภชนาการให้แสดงเฉพาะ พลังงานทั้งหมด ไขมันทั้งหมด โปรตีน คาร์โบไฮเดรตทั้งหมด น้ำตาล โซเดียม และแสดงปริมาณโคเลสเตอรอลเพิ่มเติม หากอาหารดังกล่าวมีปริมาณโคเลสเตอรอลต่อปริมาณ หนึ่งหน่วยบริโภคตั้งแต่ ๒ มิลลิกรัมขึ้นไป

กรณีที่ฉลากของอาหาร ตามข้อ ๓ (๒) แสดงข้อความการกล่าวอ้างทางโภชนาการ มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขาย หรือระบุกลุ่มผู้บริโภคในการส่งเสริมการขาย ต้องแสดงกรอบข้อมูลโภชนาการแบบเต็มตามข้อ ๑.๑ ของบัญชีหมายเลข ๑ รูปแบบและเงื่อนไขของการแสดงฉลากกรอบข้อมูลโภชนาการของประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยเรื่อง ฉลากโภชนาการ

ข้อ ๔ การแสดงฉลากของอาหารตามข้อ ๑ ต้องแสดงข้อความว่า “บริโภคแต่น้อยและ
ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ” ด้วยตัวอักษรหนาที่มองเห็นได้ชัดเจน สีของตัวอักษรตัดกับสีพื้นของ
กรอบและสีของกรอบตัดกับสีพื้นฉลาก

ข้อ ๕ ให้ผู้ผลิตหรือนำเข้าอาหารตามข้อ ๑ อยู่ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับปฏิบัติ
ให้เป็นไปตามประกาศฉบับนี้ ภายในหนึ่งปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ และให้ใช้ฉลากเดิม
ที่เหลืออยู่ต่อไปได้ แต่ไม่เกินหนึ่งปี นับแต่วันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ

ข้อ ๖ ประกาศฉบับนี้ ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวัน นับแต่วันถัดจากวันประกาศ
ในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๐

มรกต กรเกษม

รัฐมนตรีช่วยว่าการ ฯ ปฏิบัติราชการแทน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

สาระสำคัญในพระราชบัญญัติฉบับนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร
และการขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร

1. การขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดให้ผู้ผลิตหรือ
ผู้นำเข้าซึ่งอาหารควบคุมเฉพาะ ต้องนำอาหารนั้นมาขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารก่อน เมื่อได้รับ
ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนแล้ว จึงผลิตหรือนำเข้าเพื่อจำหน่ายได้ หากฝ่าฝืนต้องระวางโทษจำคุก

ไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งปรับทั้งจำ ประเภทอาหารที่ต้องขอขึ้น

ทะเบียนตำรับอาหาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1.1 อาหารควบคุมเฉพาะ มี 39 ประเภท

1.2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานมี 9 ประเภท

1.3 อาหารที่กำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลาก มี 2 กลุ่มคือ

- กลุ่มอาหารที่ต้องส่งมอบฉลากให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) พิจารณาก่อนนำใช้

- กลุ่มอาหารที่ไม่ต้องส่งมอบให้คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) พิจารณา

2. การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหาร อาหารควบคุมเฉพาะที่กำหนดคุณภาพ และที่กำหนดให้มี
ฉลากต้อง ขึ้นทะเบียนอาหารและ ขออนุญาตใช้ฉลาก เมื่อได้รับ อนุญาตแล้วจึงทำการผลิต
อาหารที่ต้องขออนุญาตใช้ ฉลากอาหารมี 4 กลุ่มคือ

2.1 อาหารควบคุมเฉพาะที่ผลิตจากสถานที่ผลิตที่ไม่เข้าข่ายเป็นโรงงาน คือ มีเครื่องจักรตั้งแต่
5 แรงม้า หรือ คนงาน 7 คนขึ้นไป ฉลากอาหารที่ใช้ของกลุ่มนี้จะเริ่มต้นด้วยตัวอักษร "ผ" โดยที่
"นป" หมายถึง น้ำปลา "ช" หมายถึง น้ำส้มสายชูซึ่งเป็นอาหารควบคุมเฉพาะใน 39 ประเภท

ในกรณีที่เกิดจาก ผู้ผลิตในประเทศที่ไม่เข้าชาย โรงงาน อุตสาหกรรมจะใช้อักษรย่อ "ฉผ" หมายถึง ฉลากผลิต ดังนั้นบนทะเบียนฉลากอาหารจะกลายเป็น "ฉผนป" และ "ฉผช" ตามลำดับ ส่วนหมายเลขที่ตาม คือ หมายเลขที่และปีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฉลากอาหารนั้น ๆ ส่วนอาหารที่นำเข้า จะใช้อักษร "ส" แทน "ผ" และ "ฉผ" ในปี พ.ศ. 2536 กระทรวงสาธารณสุข อนุญาต ให้ขึ้นทะเบียนที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ของแต่ละที่ได้ ดังนั้นจึงเกิดอักษร ดัวยย่อ ของจังหวัด นำหน้าอักษรรหัส เช่น การขอขึ้นทะเบียนฉลากอาหารที่นครปฐม จะมีตัวอักษรย่อ นฐ. ระบุไว้ในเครื่องหมาย อย. ด้วย

2.2 อาหารที่ถูกกำหนดคุณภาพหรือมาตรฐาน

2.3 อาหารที่ถูกนำเข้าประเทศเพื่อจำหน่ายซึ่งไม่ใช่อาหารควบคุมเฉพาะ

2.4 อาหารอื่นที่มีการจำหน่ายและ รัฐมนตรีออกประกาศกำหนดให้เป็นอาหารที่ต้องมีฉลากคือ อาหารประเภทที่ 1 ที่ 2 และบางส่วนของประเภทที่ 4 ตามที่ประกาศกำหนดให้มี ฉลากที่ได้รับ อนุญาต จากสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา ซึ่งต้องมีข้อมูลดังต่อไปนี้

2.4.1 เครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตใช้ฉลากอาหาร พร้อมปีที่ให้อนุญาต ซึ่ง อาจเขียนเต็ม เช่น 2541 หรือเขียนย่อ เช่น 41 ก็ได้ ผู้ที่ได้รับใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร แล้ว ให้แสดงเลขที่อนุญาต ในฉลากอาหาร ด้วยตัวอักษรขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตรในกรอบพื้น สี ขาว โดยสีของกรอบให้ตัดกับพื้นฉลาก

2.4.2 น้ำหนักสุทธิ หรือปริมาณสุทธิ ซึ่งหมายถึง น้ำหนักหรือปริมาตรของอาหารที่ไม่ รวมภาชนะบรรจุ ส่วนน้ำหนักอีกประเภทที่ให้แสดง คือ น้ำหนักเนื้ออาหาร (Drained Weight) ซึ่งเป็นน้ำหนักของอาหารที่เป็นเนื้อหรือของแข็งโดยได้กรองส่วนที่เป็นของเหลวแยกออกแล้ว

2.4.3 ชื่อภาษาไทย กำหนดให้ใช้อักษรสีเดียวกัน ซึ่งอาจมีชื่อได้ 2 ส่วนคือ ชื่อตาม กฎหมายที่กำหนดให้เรียกผลิตภัณฑ์นั้น เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และ ชื่อทางการค้า (Brand Name)

2.4.4 ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ การระบุส่วนประกอบนี้ต้องระบุปริมาณ เป็น ร้อยละของน้ำหนัก และเรียงจากปริมาณมากไปหาน้อย

2.4.5 การระบุส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร ส่วนประกอบของอาหาร บาง ประเภท ที่ใช้เติมลงในอาหาร อาจเป็นอันตรายหรือก่อให้เกิดอาการแพ้ แก่ผู้บริโภคบางกลุ่ม ดังนั้น จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องแจ้งชนิด หรือ ปริมาณของส่วนประกอบหรือวัตถุปรุงแต่ง รส อาหารต่าง ๆ เช่น การใช้ผงชูรส การใช้วัตถุกันเสีย การเจือสี การแต่งรสหรือกลิ่น เป็นต้น

2.4.6 ระบุวันที่ผลิตหรือวันที่หมดอายุ โดยปกติอาหารที่มีอายุการเก็บยาวนาน เช่น อาหารกระป๋อง มักจะระบุวันที่ผลิต ในทางตรงกันข้าม อาหารที่มีอายุการเก็บสั้น เช่น อาหาร นม เป็นต้น จะระบุวันที่หมดอายุหรือวันที่ควรบริโภคก่อน

2.4.7 ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย หรือผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่

2.4.8 คำแนะนำในการเก็บรักษา และในการปรุงอาหาร หรือการเตรียมเพื่อบริโภค เช่น อาหารบางจำพวกอาจจะต้อง เก็บในสภาพเย็น หรือ อาหารที่ใช้อุ่นในไมโครเวฟ จำต้องบอก

วิธีการปรุง คำแนะนำสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นมาก ในการที่ผู้บริโภค จะสามารถบริโภคอาหาร ที่มีคุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการตามที่ได้คาดหวังไว้

2.4.9 ข้อควรระวังหรือคำเตือน และวิธีป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้น (ถ้ามี) คำเตือนเหล่านี้ พบได้ จากอาหารจำพวกซูก้าล้าง หรืออาหารที่ทานแล้วทำให้อยากทานอีก เช่น เครื่องดื่ม ผสม คาเฟอีน เป็นต้น

2.4.10 สัญลักษณ์รหัสแท่ง (Bar Code)

บาร์โค้ด (Barcode) หมายถึง ระบบสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายประจำตัวของสินค้า แทนเลขรหัส ซึ่งเป็นระบบที่เป็นมาตรฐานสากล ประกอบด้วยแถบสีดำสลับขาวหลายๆ เส้น ซึ่ง มีความหนาบางไม่เท่ากัน แถบเส้นเหล่านี้ถูกกำหนดและสร้างขึ้นโดยตัวเลขทั้งชุด เพื่อปกป้อง ประเทศที่ผลิต ผู้ผลิต และชนิดสินค้า

รหัสบาร์โค้ดประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

1. ส่วนลายเส้น ซึ่งเป็นลายเส้นสีขาว (โปร่งแสง) และสีดำ มีขนาดความกว้างของลายเส้นตาม มาตรฐานแต่ละชนิดของบาร์โค้ด
2. ส่วนข้อมูลตัวอักษร เป็นส่วนที่แสดงความหมายของชุดข้อมูลลายเส้นสำหรับให้อ่านเข้าใจ
3. ส่วนแถบว่างเป็นส่วนที่เครื่องอ่านบาร์โค้ดใช้กำหนดขอบเขตของบาร์โค้ดและกำหนดค่าให้ กับสีขาว (ความเข้มของการสะท้อนแสงในสีของพื้นผิวแต่ละชนิดที่ใช้แทนสีขาว) โดยทุกเส้น จะมีความยาวเท่ากันเรียงตามลำดับในแนวนอนจากซ้ายไปขวา

บาร์โค้ดประกอบด้วยแถบสีดำและสีขาว โดยความกว้างของแถบสีดำสลับขาวเป็นรหัส แทนข้อมูลเรียงจากซ้ายไปขวา การถอดรหัสจำเป็นต้องทราบความกว้างของแถบดำและแถบขาว นำไปเทียบกับตารางมาตรฐานเครื่องอ่านบาร์โค้ด ประกอบด้วยหัวอ่านอินฟาเรด แบบปากกา และแบบวงจรถอดรหัสการใช้งานเริ่มต้นด้วยการกวาดหัวอ่านผ่านบาร์โค้ด ซึ่งหัวอ่านจะมีตัว ตรวจจับแสงสะท้อน ไปจุดขนวนวงจรถอดรหัส ทำให้เกิดคลื่นสัญญาณไฟฟ้าแบบพัลส์ โดยความกว้างของรูปคลื่นจะเป็นสัดส่วนกับความกว้างของแถบ โค้ดต่อจากนั้นวงจรถอดรหัส จะตรวจสอบความกว้างของรูปคลื่นแล้ว นำไปเปรียบเทียบกับแถบขาวค่าทั้งหมด ที่แทนข้อมูล ตัวเลขหรือตัวอักษร โดยปกติเครื่องอ่านจะต่อเข้ากับคอมพิวเตอร์ ดังนั้นวงจรถอดรหัส จะส่งข้อมูลตัวเลขที่ถอดรหัสได้ไปยังคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลต่อไป

การเลือกใช้สีสำหรับบาร์โค้ด

เครื่องอ่านบาร์โค้ดทำงานโดยการแยกความกว้างระหว่างพื้นที่สว่างและพื้นที่มืด ขณะที่ เครื่องอ่านรหัสแท่ง โดยมีแสงส่องจากเครื่องไปตกกระทบบริเวณแท่งสีทึบ ซึ่งเป็นพื้นที่มืดและ บริเวณแท่งสีขาว ซึ่งเป็นพื้นที่สว่าง แสงที่สะท้อนออกมาจากพื้นที่มืดจะน้อยกว่าพื้นที่สว่าง เนื่องจากสีมืดมีเปอร์เซ็นต์ในการสะท้อนต่ำ เช่นบาร์เป็นสีดำพื้นเป็นสีขาว แสงที่สะท้อนกลับไปยังเครื่องอ่านจะถูกแปลงเป็นรหัสไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์

สีที่ควรใช้สำหรับพื้นที่ว่างด้านหลัง (Background) ของแท่ง เช่น ขาว แดง ส้ม และเหลือง เป็นต้น สีที่ควรเลือกใช้เป็นแท่งบาร์ เช่น ดำ น้ำเงิน ม่วง และเขียว เป็นต้น

คู่สีที่ใช้กับบาร์โค้ดไม่ได้

สีเหลือง บน สีขาว สีส้ม บน สีขาว

สีแดง บน สีขาว สีน้ำตาลอ่อน บน สีขาว

สีแดง บน สีเขียว สีน้ำเงิน บน สีเขียว

สีดำ บน สีเขียว สีแดง บน สีน้ำเงิน

สีแดง บน สีน้ำตาลอ่อน สีดำ บน สีน้ำเงิน

สีดำ บน สีน้ำตาลเข้ม สีเหลือง บน สีขาว

รหัสประจำประเทศไทยคือ 885 ระบบ EAN ตามระบบสากล ของ EAN International ภายใต้การบริหารงานของสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย EAN Thailand หมายเลข 885 จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าไทยในตลาดต่างประเทศ โดยที่ผู้ประกอบการจะสามารถตรวจสอบได้ว่า 885 เป็นของประเทศไทย ช่องทางหรือโอกาสทางการตลาดของสินค้าไทยจะกว้างขึ้นสามารถนำสินค้าไทยไปสู่ตลาดใหญ่ๆ ได้โดยง่าย รหัสแท่งประจำประเทศเปรียบเสมือนการประกาศเอกราชในทางระบบเศรษฐกิจ เพราะสินค้าจากกว่า 91 ประเทศทั่วโลกใช้ระบบ EAN มีเลขหมายประจำแต่ละประเทศ หมายเลขจะพิมพ์อยู่ 2 หรือ 3 ตำแหน่งแรกที่อยู่ใกล้รหัสแท่ง การใช้หมายเลข EAN ประจำประเทศ ทำให้คู่แข่งทางการค้าทั่วโลกทราบว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมาตรฐานการผลิตสูงระดับหนึ่งที่สามารถแข่งขันการผลิตสินค้า

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งหน่วยงาน ของรัฐขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกฎหมายอื่น ๆ ที่บัญญัติขึ้นควบคุมผู้ประกอบการนั้น เป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการ ต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินการ ทางแพ่ง ก็เป็นภาระ และเสียค่าใช้จ่ายมาก อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตนเองได้

วิธีการดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแลและประสานงาน การปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภค ได้ใช้สิทธิร้องเรียนเพื่อขอให้ได้รับการพิจารณา และชดเชยความเสียหาย เมื่อถูกผู้ประกอบการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

1. สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อ ดังนี้

1.1 สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้อง และเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

1.2 สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ โดยปราศจากการผูกขาด

1.3 สิทธิที่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

1.4 สิทธิที่จะได้ชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการ

2. องค์การของรัฐตาม พ.ร.บ. องค์การของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น 2 ด้าน คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) ต่างก็มีคณะกรรมการย่อยลงไปอีก เพื่อสอดส่องดูแลรับเรื่องร้องทุกข์ พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ

3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า ความหมายของฉลากตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้ คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่ง พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้ หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษ หรือสิ่งอื่นใด ที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อ บรรจุสินค้า สอดแทรกหรือรวมไว้ กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุสินค้า และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า พร้อมทั้งป้าย ที่ติดตั้ง หรือแสดง ไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อที่บรรจุสินค้านั้น ส่วนสินค้าควบคุมฉลากจากต่างประเทศ ที่นำเข้ามาขายในประเทศไทย ต้องทำฉลากเป็นข้อความภาษาไทย มีความหมายตรงกับ ข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อพร้อมสถานที่ ประกอบการของผู้ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้น และต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตามประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้ กำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า สินค้าที่กำหนดให้เป็นสินค้าควบคุมฉลาก มีดังนี้

1. สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตราย ต่อสุขภาพร่างกาย หรือจิตใจเนื่องจากการใช้สินค้าหรือสภาพของสินค้านั้น เช่น ภาชนะพลาสติก - เตารีด - เต้าเสียบ เครื่องใช้ไฟฟ้า หลอดฟลูออเรสเซนต์ เครื่องตัดวงจรไฟฟ้า เป็นต้น

2. สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้น จะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบข้อเท็จจริง ในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น เช่น สีส้มอาหาร สมุดปากกาลูกลื่น ภาชนะ กระดาษที่ใช้กับอาหาร กระดาษเช็ดหน้า กระดาษชำระ เป็นต้น

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมไทย

1. ขอบข่าย

1.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ไม่ครอบคลุมขนมไทยประเภทอื่นที่ได้มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น

2. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ มีดังต่อไปนี้

2.1 ขนมไทย หมายถึง อาหารที่ทำจากวัตถุดิบต่างๆ เช่น แป้ง ข้าว กะทิ น้ำตาล ไข่ หรืออื่นๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สี สันสวยงาม มีรสหวานอร่อย มีกลิ่นหอม อาจมีการเติมแต่งสี กลิ่น และรส

3. ประเภท

3.1 ขนมไทย แบ่งออกเป็น 9 ประเภท คือ

3.1.1 ขนมหวาน เช่น ลูกชุบ เปียกปูน ลี้มกลืน กะละแม ตะโก้ ข้าวเหนียวแก้ว ผลไม้กวนชนิดต่างๆ

3.1.2 ขนมเชื่อมสด เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน กล้วยเชื่อม มันสำปะหลังเชื่อม ลูกตาลเชื่อม สาเกเชื่อม

3.1.3 ขนมเชื่อมแห้ง เช่น ฟักกรอบ มะยมเชื่อมแห้ง ลูกหยีเชื่อมแห้ง

3.1.4 ขนมทอด เช่น ดอกจอก ผักบัว มันฝรั่ง กล้วยแขก ขนมกง ทองพลุ

3.1.5 ขนมผิง เช่น หม้อแกง บ้าบิ่น ขนมผิง

3.1.6 ขนมต้ม เช่น ต้มแดง ต้มขาว ข้าวต้มน้ำจืด

3.1.7 ขนมปัง/ย่าง เช่น ทองม้วน ทองพับ

3.1.8 ขนมเนือง เช่น ขนมชั้น ปุยฝ้าย ถ้วยฟู ใส้ใส้ ขนมตาล ขนมกล้วย ขนมถ้วย

3.1.9 อื่นๆ เช่น จ่ามงกุฎ ทองเอก กลีบลำดวน วุ้นกะทิ แป้งจี่

4. คุณลักษณะที่ต้องการ

4.1 ลักษณะทั่วไป

มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวถูกต้องตรงตามชื่อเรียกขนมไทยที่ระบุไว้ที่ฉลาก

4.2 สี กลิ่น รส

ต้องมีสี กลิ่น รส เป็นไปตามเอกลักษณ์เฉพาะตัวของขนมไทยนั้นๆ

4.3 ลักษณะเนื้อ

ต้องเป็นไปตามเอกลักษณ์เฉพาะของขนมไทยนั้นๆ

เมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนตามข้อ 9.1 แล้ว ต้องได้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละลักษณะจากผู้ตรวจสอบทุกคนไม่น้อยกว่า 3.25 คะแนน และไม่มีลักษณะใดได้ 1 คะแนน จากผู้ตรวจสอบคนใดคนหนึ่ง

4.4 สิ่งแปลกปลอม

ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอม เช่น ลวดเย็บกระดาษ ไม้กลัด เส้นผม ชิ้นส่วนของแมลง

4.5 วัตถุเจือปนอาหาร

4.5.1 วัตถุกันเสีย ให้ใช้ได้ตามชนิดและปริมาณตามที่กฎหมายกำหนด

4.5.2 สีผสมอาหาร ให้ใช้ได้ตามชนิดและปริมาณตามที่กฎหมายกำหนด

4.6 จุลินทรีย์

4.6.1 จำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด ต้องไม่เกิน 1×10^4 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม

4.6.2 ต้องไม่มีราปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน

5 สุขลักษณะ

5.1 สุขลักษณะในการทำขนมไทย ให้เป็นไปตามคำแนะนำตามภาคผนวก ก.

6. การบรรจุ

6.1 ให้บรรจุขนมไทยในภาชนะบรรจุที่สะอาดแห้ง ผึ่งแดดได้เรียบร้อย โดยต้องไม่ใช้ลวดเย็บกระดาษ ป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกหรือความชื้น และไม่ดูดซึมไขมันจากขนมไทย กรณีใช้ภาชนะบรรจุที่ทำด้วยโลหะต้องไม่เป็นสนิม

6.2 ปริมาณสุทธิของขนมไทยในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

7. เครื่องหมายและฉลาก

7.1 ที่ภาชนะบรรจุขนมไทยทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมี เลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

(1) ชื่อเรียกขนมไทย

(2) ชนิดและปริมาณวัตถุเจือปนอาหาร (ถ้ามี)

(3) ปริมาณสุทธิ

(4) ข้อแนะนำในการเก็บรักษา เช่น ควรเก็บไว้ในตู้เย็น

(5) วัน เดือน ปีที่ทำ และ วัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)”

(6) ชื่อผู้ทำ หรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

8. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

8.1 รุ่น ในที่นี้ หมายถึง ขนมไทยที่มีชื่อเรียกอย่างเดียวกัน ทำโดยกรรมวิธีเดียวกัน ที่ทำหรือส่งมอบหรือซื้อขายในระยะเวลาเดียวกัน

8.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับ ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้

8.2.1 การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบลักษณะทั่วไป สี กลิ่น รส ลักษณะเนื้อสัมผัสแปลกปลอมการบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน 3 หน่วยภาชนะบรรจุ เมื่อตรวจสอบแล้วทุกตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 4.1 ถึงข้อ 4.4 ข้อ 6. และข้อ 7. จึงจะถือว่าขนมไทยรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

8.2.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบวัตถุเจือปนอาหาร และจุลินทรีย์ ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน 5 หน่วยภาชนะบรรจุนำมาทำเป็นตัวอย่างรวม เมื่อตรวจสอบแล้วตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 4.5 และข้อ 4.6 จึงจะถือว่าขนมไทยรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

8.3 เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างขนมไทยต้องเป็นไปตามข้อ 8.2.1 และข้อ 8.2.2 ทุกข้อ จึงจะถือว่าขนมไทยรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้

9. การทดสอบ

9.1 การทดสอบลักษณะทั่วไป สี กลิ่น รส และลักษณะเนื้อ

9.1.1 ให้แต่งตั้งคณะผู้ตรวจสอบ ประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบขนมไทยอย่างน้อย 5 คนแต่ละคนจะแยกกันตรวจและให้คะแนนโดยอิสระ

9.1.2 หลักเกณฑ์การให้คะแนน ให้เป็นไปตามภาคผนวก ข.

9.2 การทดสอบวัตถุเจือปนอาหาร จุลินทรีย์ และปริมาณสุทธิ ให้ปฏิบัติตามวิธีวิเคราะห์ที่หน่วยตรวจสอบใช้ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ

9.3 การทดสอบสิ่งแปลกปลอม ภาชนะบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก ให้ตรวจพินิจ

ภาคผนวก ก.

สุขลักษณะ

(ข้อ 5.1)

ก.1 สถานที่ตั้งและอาคารผลิต

ก.1.1 สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียง ควรอยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้ขนมไทยที่ผลิตเกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดย

ก.1.1.1 สถานที่ตั้งตัวอาคารและบริเวณโดยรอบ สะอาด ไม่มีน้ำขังแฉะและสกปรก

ก.1.1.2 ควรอยู่ห่างจากบริเวณหรือสถานที่ที่มีฝุ่นมากผิดปกติ

ก.1.1.3 ไม่ควรอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่น่ารังเกียจ

ก.1.2 อาคารผลิตมีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายแก่การ

บำรุงรักษา การทำความสะอาด และสะดวกในการปฏิบัติงาน โดย

ก.1.2.1 พื้น ฝาผนัง และเพดานของอาคารสถานที่ผลิต ควรก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทน ทำความสะอาด และซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ตลอดเวลา

ก.1.2.2 ควรแยกบริเวณผลิตขนมไทยออกเป็นสัดส่วน ไม่ควรอยู่ใกล้ห้องสุขา ไม่ควรมีสิ่งของที่ไม่ใช้แล้วหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอยู่ในบริเวณผลิต

ก.1.2.3 พื้นปฏิบัติงาน ควรมียุทธรณ์เพียงพอ แสงสว่าง และการระบายอากาศที่เหมาะสม

ก.2 เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการผลิต

ก.2.1 ภาชนะหรืออุปกรณ์ในการผลิตที่สัมผัสกับขนมไทย ทำจากวัสดุมีผิวเรียบ ไม่เป็นสนิม ไม่กัดกร่อนหรือทำปฏิกิริยากับขนมไทย ล้างทำความสะอาดได้ง่าย

ก.2.2 เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ สะอาด และเหมาะสมกับการใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนติดตั้งได้ง่าย มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งสามารถทำความสะอาดได้ง่ายและทั่วถึง

ก.3 การควบคุมกระบวนการผลิต

ก.3.1 วัตถุประสงค์และส่วนผสมในการผลิตขนมไทย สะอาด มีคุณภาพดี มีการล้างหรือทำความสะอาดก่อนนำไปใช้

ก.3.2 การผลิต การเก็บรักษา ขนย้าย และขนส่งขนมไทย มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมเสียของขนมไทย

ก.4 การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด

ก.4.1 น้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ และมือผู้ประกอบการขนมไทย เป็นน้ำสะอาดและมีปริมาณเพียงพอ

ก.4.2 มีวิธีการป้องกันและกำจัดสัตว์นำเชื้อ แมลงและฝุ่น ไม่ให้เข้าในบริเวณผลิตตามความเหมาะสม

ก.4.3 มีการกำจัดขยะ สิ่งสกปรก และน้ำทิ้ง อย่างเหมาะสม เพื่อไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนกลับลงสู่ขนมไทย

ก.4.4 สารเคมีที่ใช้ล้างทำความสะอาด และใช้กำจัดสัตว์นำเชื้อและแมลง ควรใช้ในปริมาณที่เหมาะสม และเก็บแยกจากบริเวณที่ผลิตขนมไทย เพื่อไม่ให้ปนเปื้อนลงสู่ขนมไทยได้

ก.5 บุคลากรและสุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน

ผู้ทำขนมไทยทุกคนต้องรักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดี เช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผ้าคลุมผม เพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในขนมไทย ไม่ไว้เล็บยาว และล้างมือให้สะอาดก่อนสัมผัสขนมไทยทุกครั้ง



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ

จากการรวบรวมข้อมูลในบทที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์เพื่อนำมา กำหนดแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาจากผู้ผลิต คือ บริษัทนพวรรณขนมไทย จากเดิมที่เคยทำในรูปแบบของการจัดเลี้ยงกับการรับทำขนมไทยตามสั่ง ปัจจุบันมีความต้องการจะขยายไปยังช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่คือ เปิดเป็นร้านขนมไทยครบวงจรขึ้นตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ และขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปจากเดิมที่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่วัยกลางคน ออกไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงานมากขึ้น เพื่อให้คนเหล่านี้มีโอกาสได้สัมผัสกับขนมไทยรสชาติแบบชาววังดั้งเดิม จึงเป็นสิ่งสำคัญพื้นฐานสำหรับการกำหนดจุดขาย และมีผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

กลุ่มเป้าหมายเดิมของนพวรรณขนมไทยถูกจำกัดอยู่แค่กลุ่มผู้จัดเลี้ยงและกลุ่มสั่งทำเป็นของฝาก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิงวัยกลางคน อายุประมาณ 40 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ยังต้องรักษาไว้ ถึงแม้จะเป็นสัดส่วนที่น้อย (30%) เพราะลูกค้าในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความไว้วางใจในสินค้าของนพวรรณ ส่วนกลุ่มเป้าหมายใหม่ (70%) เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงาน เน้นการซื้อเพื่อรับประทานเองมากขึ้น รวมไปถึงช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ในรูปแบบร้านค้าของตนเองในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ ที่ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ของตัวเองที่มารองรับ และมีคู่แข่งที่ครองตลาดอยู่บ้างแล้ว

ดังนั้น โครงการนี้จึงเป็นการออกแบบตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ให้กับบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม รวมถึงการหาช่องว่างทางการตลาดสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อสร้างเอกลักษณ์อันเด่นชัดให้กับร้านนพวรรณ โดยสามารถกำหนดลักษณะภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในโครงการได้ดังนี้ คือ **คุณค่าหลักของ Brand “นพวรรณ”**

- ร้านนพวรรณขนมไทย จัดว่าเป็นต้นตำรับขนมไทยชาววังดั้งเดิม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านขนมและอาหารไทยมานานกว่า 30 ปี

- วัตถุดิบ และกรรมวิธีในการผลิตเป็นรูปแบบเดียวกับกรรมวิธีชาววังในสมัยก่อน

- ได้รับการยอมรับในเรื่องการจัดตกแต่งขนมที่เป็นเอกลักษณ์ นำพื้นฐานของชาววังดั้งเดิม มาผสมผสานกับรูปแบบในปัจจุบันได้อย่างลงตัว รวมถึงการคิดค้นสูตรขนมใหม่ๆ ขึ้นด้วย

จากข้อมูลดังกล่าว ได้นำมากำหนดเป็น Brand concept เพื่อกำหนดขอบเขตและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้ คือ

Brand concept

เป็นขนมไทยโบราณที่ใช้วัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตแบบชาววังดั้งเดิม ที่นอกจากจะให้รสชาติความอร่อยแบบต้นตำรับแล้ว ยังสอดแทรกด้วย สาระความรู้ที่แสดงถึงคุณค่า ตำนานความเป็นมา ให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนัก และเกิดความรู้สึกร่วม ด้วยการนำเสนอในแบบร่วมสมัย ดังสโลแกนที่ว่า **“เผยคุณค่าจากอดีต งานประณีตร่วมสมัย”**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Product concept

นำรูปแบบของวัฒนธรรมการบริโภคในแบบฉบับของชาววังโบราณมาปรับใช้ โดยปรับขนาดของขนมให้เป็นลักษณะพอดีคำ รวมไปถึงรูปแบบการจัดวางจัดเสิร์ฟเป็นชุด ขนมที่เลือกมามีทั้งชนิดโบราณหาทานยาก จนถึงแบบที่ทำขายกันอยู่ แต่ต้องเป็นขนมที่ล้วนแล้วแต่มีประวัติเรื่องราว ความเป็นมา ที่สามารถนำมาถ่ายทอดบอกเล่าได้ สดุดีและชวนผสมก็คงไว้ซึ่งรสชาติของเดิมให้มากที่สุด

Unique Selling Point

ความเป็นต้นตำรับขนมไทยสูตรโบราณที่ปรับให้สอดคล้องกับยุคสมัย นำเสนอผ่านการจัดวางจัดขนม ในการนำพื้นฐานของชาววังดั้งเดิมมาผสมผสานกับรูปแบบในปัจจุบัน ที่เป็นเอกลักษณ์ของนพวรรณขนมไทย สอดแทรกด้วยตำนานเรื่องราวเพื่อสร้างความรู้สึกร่วม นำมาเป็นจุดขายที่มีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ

เมื่อได้พิจารณาถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์ในขอบเขตทั้งหมด รวมถึงคุณสมบัติที่บรรจุภัณฑ์ควรมี 4 ประการ จึงสามารถสรุปเงื่อนไข และความต้องการในการออกแบบภาพรวมของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้ คือ

ด้านการบรรจุ (Containment)

บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถบรรจุสินค้าตามขนาดที่กำหนดได้ โดยสามารถจัดเรียงสินค้าได้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย

ด้านการคุ้มครอง (Protection)

บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสียหาย ทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพ ซึ่งส่งผลต่อความสวยงาม ความสดใหม่ และอายุขนม ก่อนถึงมือผู้บริโภคได้

ด้านการอำนวยความสะดวก (Convenience)

สำหรับผู้ผลิต

1. การผลิต

- การผลิตต้องผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม
- ผลิตได้ง่าย ในราคาที่เหมาะสม

2. การบรรจุ

- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่สะดวกต่อการบรรจุสินค้า
- มีโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุได้ด้วยแรงงานคน

3. การขนส่ง

- บรรจุภัณฑ์สามารถพับแบนราบ หรือสามารถซ้อนทับได้ เพื่อประหยัดเนื้อที่

4. การจัดจำหน่าย

- บรรจุภัณฑ์มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อสร้างความโดดเด่นบนชั้นวาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่าย โดยยังคงต้องสามารถแยกชนิดและความแตกต่างของสินค้าได้

- มีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้า เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ คำโฆษณา ในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจ โน้มน้าวให้ผู้บริโภคอยากซื้อ โดยนำเสนอจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง

สำหรับผู้บริโภค

1. การสื่อความหมายต่อผู้บริโภค

- มีรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจในตัวสินค้าได้โดยง่าย

- มีข้อมูลสำคัญบอก เช่น วันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ เป็นต้น

2. การขนส่ง

- มีขนาดเหมาะสมต่อการซื้อสินค้าแล้วนำกลับไป หรือมีสิ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการขนย้ายผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวก

3. การใช้งาน

- มีโครงสร้างที่สามารถใช้งานได้สะดวก ไม่ซับซ้อนจนเกินความเข้าใจ
อำนวยความสะดวกหลังการเปิดใช้บรรจุภัณฑ์ เช่นการปิดเก็บรักษา

- มีขนาดที่เหมาะสมในการบริโภคต่อครั้ง

4. การกำจัดซาก

- สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์อื่นได้ใหม่

- วัสดุที่นำมาผลิต ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า (Promotion)

บรรจุภัณฑ์ควรทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาต่อผู้บริโภคโดยตรง และควรมีข้อความแสดงรายละเอียดของสินค้าไว้ในฉลากดังนี้ คือ

1. ชื่อตราหรือสินค้า (Brand name)

ในกรณีที่เป็นชื่อตราสินค้า และทำการจดทะเบียนแล้ว จำเป็นต้องมีคำว่า “เครื่องหมายการค้า” หรือ Registration mark กำกับไว้ด้วย

2. ชื่อสามัญของสินค้า

ให้มีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน อาจแยกเป็นหลายบรรทัดได้ในกรณีที่ไม่สามารถแสดงได้หมดในบรรทัดเดียว ขนาดของตัวอักษรต้องเท่ากัน ใช้สีเดียวกัน ความเข้มของสีเท่ากัน และแสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก

3. ข้อความแสดงรสชาติหรือชนิดอาหาร มีสีตัดกับพื้นฉลาก เพื่อให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน

4. ข้อความบรรยายคุณประโยชน์และลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็นข้อความที่ไม่โอ้อวด ไม่เป็นเท็จ และไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ โดยใช้สีที่ตัดกับพื้นฉลาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ข้อมูลทางโภชนาการ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในโครงการเป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายของผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขอันได้แก่

- 1) เป็นอาหารที่มีการกล่าวอ้างโภชนาการ
 - 2) อาหารที่มีการใช้คุณค่าในการส่งเสริมการขายเป็นคุณค่าอาหารหรือโภชนาการ
6. ปริมาณสุทธิ ให้แสดงไว้ที่ส่วนสำคัญของฉลาก ในกรณีอาหารเป็นผงหรือแห้ง หรือก้อน ให้แจ้งเป็นน้ำหนักสุทธิในระบบเมตริก (กรัม)
7. ส่วนประกอบสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อย
8. ชื่อและที่อยู่ ของบริษัทผู้ผลิต
9. วันที่ผลิต วันหมดอายุ หรือวันที่ควรบริโภคก่อน แสดงไว้ที่ส่วนหน้าของฉลาก
10. เลขทะเบียนตำรับอาหาร สีของกรอบต้องติดกับสีพื้นฉลาก สีพื้นภายในกรอบต้องเป็นสีขาว ขนาดตัวอักษรที่แสดงเลขทะเบียน หรือเลขอนุญาตใช้ฉลากต้องอยู่ภายในกรอบ และมีขนาดไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร

หลังจากการพิจารณาในตัวผลิตภัณฑ์ของสินค้าในขอบเขตของโครงการ จนได้เงื่อนไขที่เป็นส่วนสำคัญในการออกแบบแล้ว จึงเริ่มวิเคราะห์ทางด้านการตลาดต่อไป

จากการศึกษาเพื่อหาช่องว่างทางการตลาดของขนมไทย พบว่า ภาพรวมของตลาดขนมไทยในปัจจุบัน แม้จะมีการสร้างจุดขายโดยการประดิษฐ์ตกแต่งขนมให้ประณีต สวยงาม และมีการปรับให้ทันสมัย บริโภคง่ายขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ แต่โดยรวมแล้วยังไม่มีร้านใดที่คำนึงถึงตำนานหรือเรื่องราวของขนมไทยในอดีตอย่างจริงจัง จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคที่งดงามหรือคุณค่าความเป็นดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่ได้เริ่มต้นมาจากความเป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริง ซึ่งต่างจาก “ร้านนพวรรณขนมไทย” ที่เติบโตมากับขนมไทยมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในด้านของขนมไทยรูปแบบชาววังแท้ๆมายาวนาน จึงต้องการบรรจุกุณณ์ที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมให้จุดขายเหล่านี้เด่นชัดขึ้น แม้ในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตที่นำชื่อของชาววังมาสร้างเป็นจุดขาย แต่ด้วยภาพลักษณ์และบรรจุกุณณ์ที่ใช้ไม่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ทางร้านนพวรรณขนมไทยได้เล็งเห็นช่องว่างตรงจุดนี้ จึงเป็นไปได้ในการที่จะสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับสินค้าได้

กลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้า คือ การเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่ของร้านนพวรรณขนมไทย ที่เป็นต้นตำรับขนมไทยอย่างแท้จริงอยู่แล้ว ขยายความเป็นชาววังดั้งเดิม ความเป็นขนมไทยในระดับสูงสุดหรือพรีเมียม มาตราฐานเดียวกับชาววังในอดีต ช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภค ว่าได้บริโภคของดี ของชั้นสูงที่เป็นพิเศษแตกต่าง เพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของตนเองที่พิเศษไม่เหมือนใคร ทำให้ยอมที่จะจ่ายในราคาที่แพงกว่าปกติ รู้สึกคุ้มค่า เพิ่มคุณค่าให้กับขนม โดยการออกแบบให้บรรจุกุณณ์ ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภค สะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันดีงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์สภาพตลาดในปัจจุบัน สรุปถึงข้อได้เปรียบ เสียเปรียบของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

จุดแข็ง(Strengths)

1. อาจารย์นพวรรณ ผู้ผลิต เจ้าของและผู้ก่อตั้ง"นพวรรณขนมไทย" คลุกคลีกับขนมไทย ตั้งแต่เกิด มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านขนมไทยมานานถึง 30 ปี สามารถทำขนมหรือจัดสำหรับ ได้ทั้งในรูปแบบชาววังโบราณ หรือจะเป็นในรูปแบบที่นิยมในปัจจุบัน มีสูตรขนมไทยโบราณ มากมาย สามารถทำขนมได้หลากหลายขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภค จัดเป็นต้นตำรับ อย่างแท้จริง

2. ได้รับการยอมรับในเรื่องการจัดตกแต่งขนมที่เป็นเอกลักษณ์ นำพื้นฐานของชาววัง ดั้งเดิมมาผสมผสานกับรูปแบบในปัจจุบันได้อย่างลงตัว รวมถึงการคิดค้นสูตรขนมใหม่ๆขึ้นด้วย

จุดอ่อน(Weaknesses)

1. กลุ่มตลาดเดิมถูกจำกัดอยู่ในกลุ่มของผู้จัดเลี้ยงและสั่งทำเพื่อเป็นของขวัญ เนื่องจาก ร้านนพวรรณขนมไทยมีรูปแบบการจำหน่ายแบบ รับทำขนมตามสั่งไม่มีการขายหน้าร้าน จึง ยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาดมากนัก

2. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่จะใช้บรรจุภัณฑ์กลาง เช่น ตะกร้า กล่องผ้าไหม รวมไปถึงกล่องพลาสติก ซึ่งบรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายมาก ไม่มี ความเป็นเอกลักษณ์ร่วม ขาดโอกาสในการประชาสัมพันธ์

3. ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของขนม ที่มีสูตรและส่วนผสมของขนมไทย รวมถึง กรรมวิธีการผลิต ที่เป็นแบบชาววังดั้งเดิม บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขายได้

โอกาสทางการค้า (Opportunities)

1. กระแสการมานิยมของไทยมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้บริโภคสนใจหันมาใช้สินค้าที่ทำ จากในประเทศ รวมถึงการบริโภคขนมไทยมากขึ้น ขนมไทยในปัจจุบันล้วนแล้วแต่ พยายาม พัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น โดยไม่ได้คำนึงถึง ดำนานหรือเรื่องราวของตัวสินค้า จนทำให้วัฒนธรรมการบริโภคทั้งดั้งเดิมหรือคุณค่าความเป็น ดั้งเดิมของขนมไทยในอดีตถูกมองข้ามไป รวมไปถึงขนมไทยโบราณบางชนิดหาทานได้ยาก แล้วในปัจจุบัน ประกอบกับตลาดของขนมไทยจะเน้นไปทางของฝากมากกว่า มีเพียงส่วนน้อยที่ เป็นการซื้อเพื่อบริโภคเอง จึงทำให้ขนมไทยของร้านนพวรรณขนมไทย มีความแตกต่างจากร้าน อื่นๆ จึงมีโอกาที่จะยึดครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ง่าย

อุปสรรค(Threat)

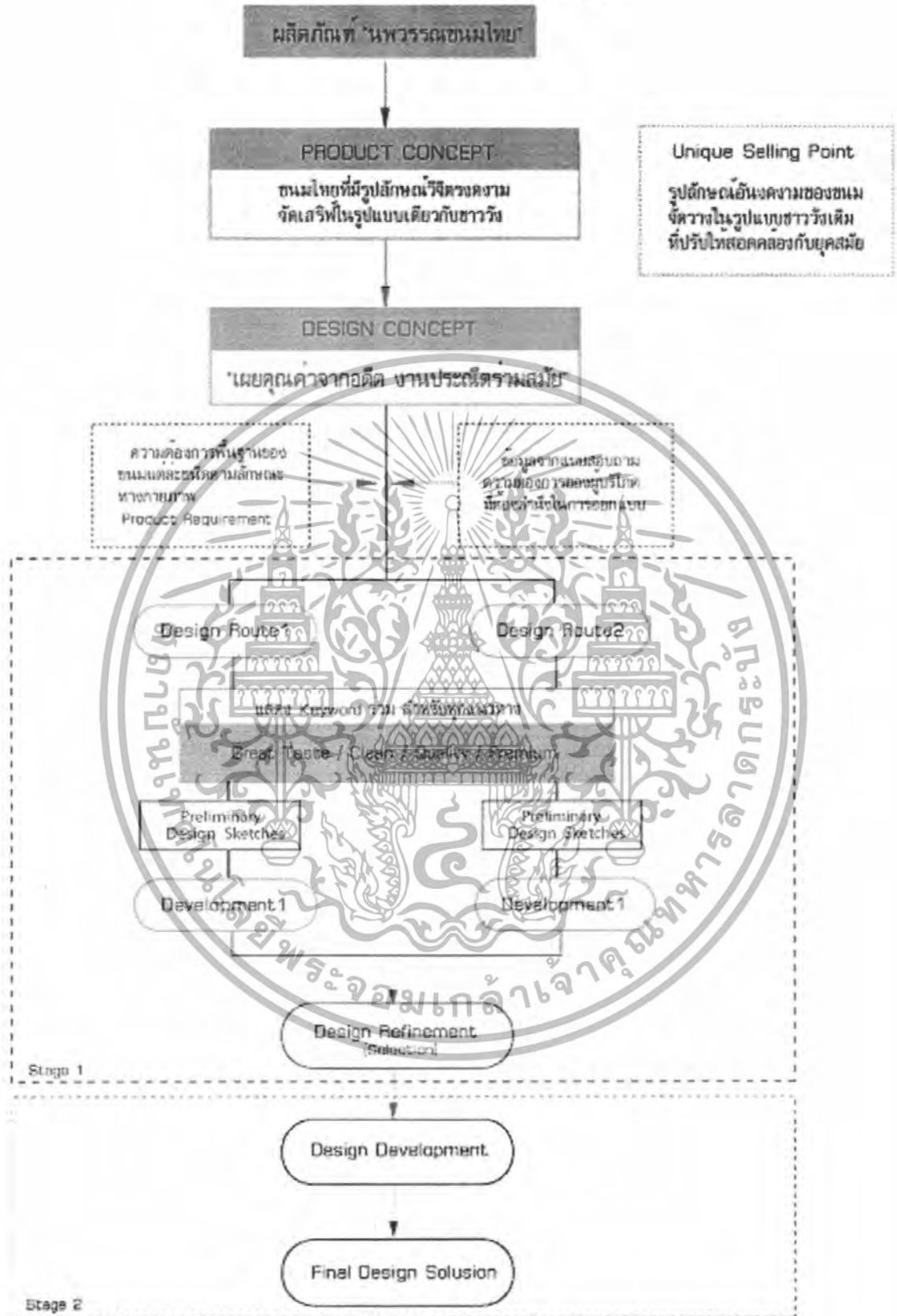
1. ในปัจจุบันจะมีผู้ผลิตที่นำชื่อของชาววังมาสร้างเป็นจุดขาย แต่คุณภาพของขนมไม่ได้เป็นอย่างดีที่กล่าวอ้าง รวมถึงภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ไม่สร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภค สร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้บริโภคให้กับขนมไทยชาวมัง
2. การรับเอาวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามามากขึ้น ทำให้มีผลกระทบไปถึงวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไทยตามไปด้วย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการบริโภคขนมชนิดอื่นที่ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จากข้อมูลในขั้นต้นทั้งหมดดังกล่าวมาแล้ว ได้นำมาสรุปเพื่อนำมาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบขั้นต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 แนวความคิดในการออกแบบ



**หมายเหตุ ทั้งโครงสร้างและกราฟฟิก จะใช้แนวทางการออกแบบเดียวกัน

ภาพที่ 27 แสดงแนวความคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ : คำภายในกรอบสี่เหลี่ยมเป็น Keyword ร่วม สำหรับทุกแนวทางการออกแบบที่ควรจะพยายามสื่อให้เห็น เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับสินค้า โดยจะส่งผลต่อความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเมื่อพบเห็น

Keyword เหล่านี้ ได้แก่

1. Great Taste แสดงถึงความน่ารับประทาน ให้รสชาติที่อร่อย ถูกปากคนไทย
2. Clean แสดงถึง ความพิถีพิถันในเรื่องของความสะอาดเป็นสำคัญ ตลอดจนกรรมวิธีในการผลิต
3. Quality แสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้าคุณภาพเยี่ยม เป็นสินค้าเกรดเอ เมื่อเทียบกับสินค้านี่ห้ออื่นๆ
4. Premium แสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ในระดับสูง มีคุณค่า

เมื่อสามารถสรุปหาแนวทางการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การพัฒนาโลโก้เพื่อทำการเลือกสำหรับนำไปใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในลำดับต่อไป

ตราสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของนพวรรณ จะประกอบด้วย รูปขนมจ่ามงกุฎ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของร้าน ที่บ่งบอกถึงความเป็นขนมไทยในระดับสูงสุด มีลวดลายไทยวิจิตรบรรจงที่แสดงออกถึงความประณีต พิถีพิถัน ซึ่งดูเก่าแก่ ไม่เข้ากับยุคสมัย ทางร้านนพวรรณจึงมีนโยบายในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ให้ร่วมสมัยมากขึ้น ทั้งยังคงความรู้สึกความเป็นขนมไทยในระดับสูง ความรู้สึกวิจิตรบรรจง งดงาม แบบไทยประยุกต์ เพื่อขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น รวมถึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าสู่ชุมชนเมือง แต่ยังคงความเป็นขนมไทยนพวรรณ เพื่อรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมที่มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ แบบที่ได้มีดังนี้

โลโก้เดิม
ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ที่ต้องคงไว้ดังนี้

1. รูปอเนกจำนงกฏ ที่แสดงถึง ความเป็นชนมไทย ในระดับสูงสุด
2. ลวดลายไทย ที่แสดงถึง ความพิถีพิถันประณีต อ่อนช้อย
3. ตัวอักษรที่บ่งบอกชื่อของผู้ผลิต อนุญาตให้แก้ไข นวัตกรรมอย่างเพื่อความกระชับ

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.

ภาพที่ 28 แบบร่างการพัฒนาโลโก้จากของเดิมที่ข้อ ๑

จากนั้นจึงวิเคราะห์เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา ๖ ข้อ ดังนี้ คือ

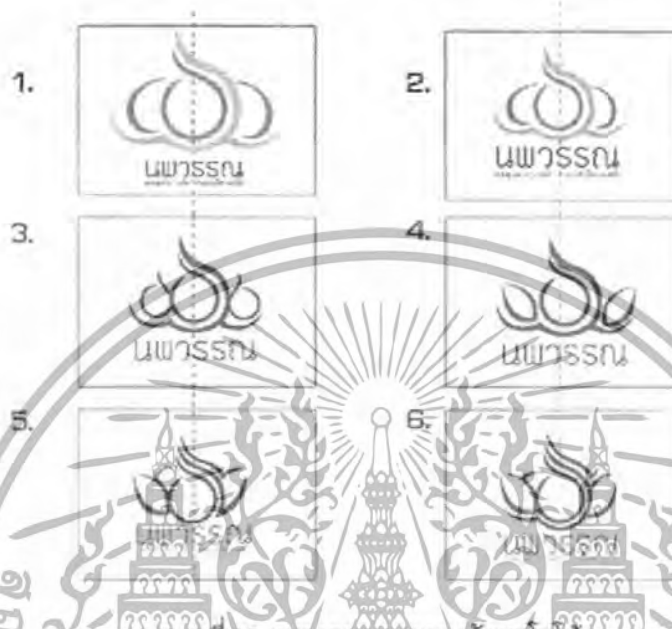
1. มีความเหมาะสมกับลักษณะและบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ไม่ทำให้เข้าใจผิด
3. สวยงามและแสดงภาพลักษณ์สินค้าได้ดี
4. มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำได้
5. ย่อ ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี
6. เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์สินค้า

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4	แบบที่ 5	แบบที่ 6	แบบที่ 7	แบบที่ 8	แบบที่ 9	แบบที่ 10
1. มีความเหมาะสมกับลักษณะและบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย	2	2	1	3	2	2	2	2	2	4
2. สามารถสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ไม่ทำให้เข้าใจผิด	1	1	2	3	2	1	2	2	2	3
3. สวยงามและแสดงภาพลักษณ์สินค้าได้ดี	2	2	1	3	3	2	3	3	3	4
4. มีเอกลักษณ์เป็นที่จดจำได้	2	2	1	3	3	2	3	3	2	4
5. ย่อ ขยาย เพื่อนำไปใช้งานได้ดี	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
6. เหมาะแก่การนำไปจัดวางบนบรรจุภัณฑ์สินค้า	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
รวมคะแนน	14	14	11	19	18	14	18	16	16	22

ตารางที่ 9 ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับขั้นตอนการพัฒนาแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางคะแนนพบว่า แบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด คือ แบบที่ 10 จึงเป็นแบบที่ถูกเลือก แต่ทั้งนี้แล้วก็ยังขาดความสมบูรณ์บางประการทั้งในเรื่องของการจัดวางตำแหน่ง รวมทั้งขนาดรูปและพื้นที่ที่เหมาะสม และยังสื่อภาพของจำมงกุฎได้ไม่ชัดเจน นักจึงนำแบบที่ 10 ไปพัฒนาต่อ แบบที่พัฒนาได้มีดังนี้



ภาพที่ 29 แสดงการออกแบบพัฒนาโลโก้

จากนั้นจึงวิเคราะห์ที่เลือกแบบ โดยใช้เงื่อนไขในการพิจารณา 6 ข้อ ดังนี้ คือ

1. Proportion ที่สวยงาม
2. สัดส่วนของ Figure & Ground ที่มีความเหมาะสม
3. สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน
4. มีความสวยงามและแสดงภาพลักษณ์สินค้าได้ดี
5. นำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบกราฟิกได้ง่าย
6. มีความสะอาดตา

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	อันดับ					
	1	2	3	4	5	6
1. Proportion ที่สวยงาม	2	2	1	3	2	4
2. สัดส่วนของ Figure & Ground ที่มีความเหมาะสม	1	1	2	3	2	3
3. สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	2	2	1	3	3	4
4. มีความสวยงามและแสดงภาพลักษณ์สินค้าได้ดี	2	2	1	3	3	4
5. นำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบกราฟิกได้ง่าย	3	3	3	3	3	3
6. มีความสะอาดตา	4	4	3	4	3	4
รวมคะแนน	14	14	11	19	18	22

ตารางที่ 10 ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบสำหรับขั้นตอนการพัฒนาแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางคะแนนพบว่า แบบโลโก้ที่สามารถสื่อได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด คือ แบบที่ 6 จึงเป็นแบบที่ถูกเลือกไปใช้ในการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป



ภาพที่ 30 เปรียบเทียบโลโก้ใหม่กับโลโก้เดิม

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

หลังจากได้พิจารณาเลือกแบบโลโก้แล้ว จึงเริ่มออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยแบ่งขั้นตอนการออกแบบเป็น 3 ส่วน คือ

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

ซึ่งมีขั้นตอนรายละเอียดดังต่อไปนี้

โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์หาเอกลักษณ์ที่เหมาะสมชาววังในแบบของนพวรรณ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ดังต่อไปนี้

วิเคราะห์หาเอกลักษณ์ที่เหมาะสมชาววัง
ในแบบของนพวรรณ กับเอกลักษณ์ของข้าวตอก
พาคัดเลือกของนพวรรณ



นพวรรณเป็นชาววังแบบประยุกต์ โดยการออกแบบรายละเอียดของข้าวตอกดั้งเดิม นำความดีในลักษณะกับขนมเข่ง เช่น การไปรู้นมกับนมรสอำมาตย์กับกรวยชั้นบนดั้งเดิม การจัดเรียงในรูปแบบตวงน้ำตก สีสันที่ดูรื่นรมย์ขึ้น แต่ยังคงไว้ซึ่งความรู้สึกแบบชาววังอยู่ในรูปแบบชาววังประยุกต์

ภาพที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างนพวรรณของไทยกับขนมไทยโดยทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อได้เอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เป็นสไตล์ของนพวรรณ จากนั้นก็เริ่มต้นออกแบบโครงสร้างจาก Design Route ที่ได้กำหนดขึ้น

Stage 1

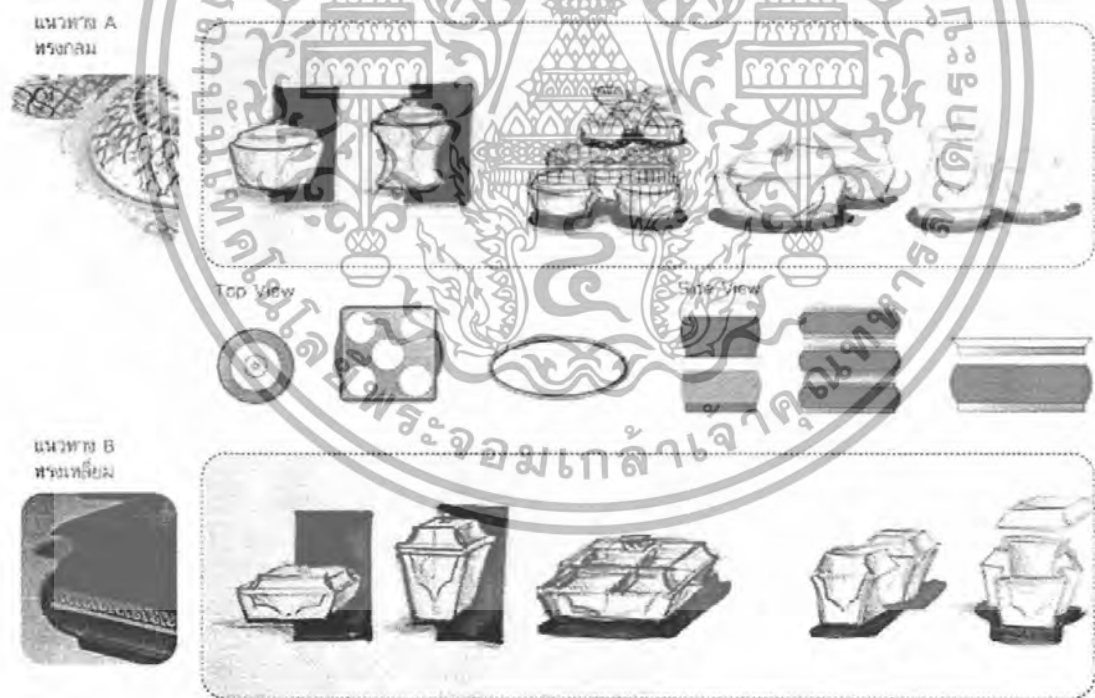
- Preliminary Design Sketch (Structure)

Design Route 1: เพยคุณค่าความหรูหราแบบชาววังไม่ว่าจะเป็นการจัดสำรับ ศิลปะตกแต่งบนภาชนะ การนำใช้ภาชนะที่หรูหรา ลวดลายงดงามจัดเฉพาะสำหรับชนชั้นสูงแสดงออกถึงการเลือกวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิตแบบชาววังของนพวรรณ ที่คัดสรรในสิ่งที่ดีที่สุด



ภาพที่ 32 แสดงภาพ Motif ของ Design Route 1

จากภาพ เป็นการนำเอกลักษณ์ของนพวรรณมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ โดยการลดทอนรายละเอียดต่าง ๆ ลง เพื่อให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น



ภาพที่ 33 แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 2: เฝยคุณค่าด้านศิลปะการตกแต่งอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาววัง แสดงออกถึงความพิถีพิถันปราณีตในการทำขนมของพวพรรณ ที่สวยงามทั้งรูปลักษณ์ภายนอก และรสชาติที่อร่อย



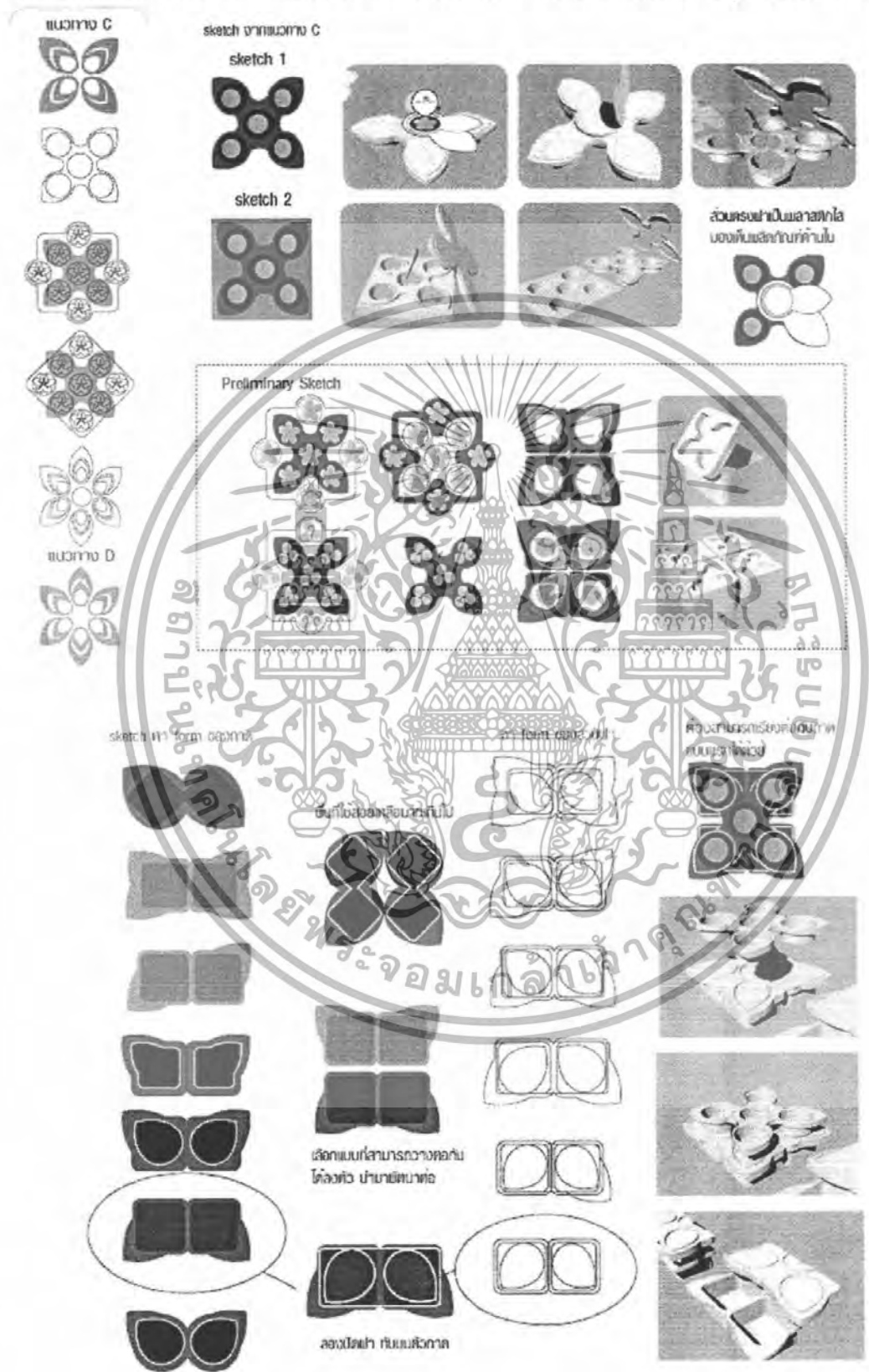
ภาพที่ 34 แสดงภาพ Motif ของ Design Route 2

	การประยุกต์	รูปทรง	สี		
สีชมพู					
สีชมพู 1					
สีชมพู 2					
สีชมพู 3					

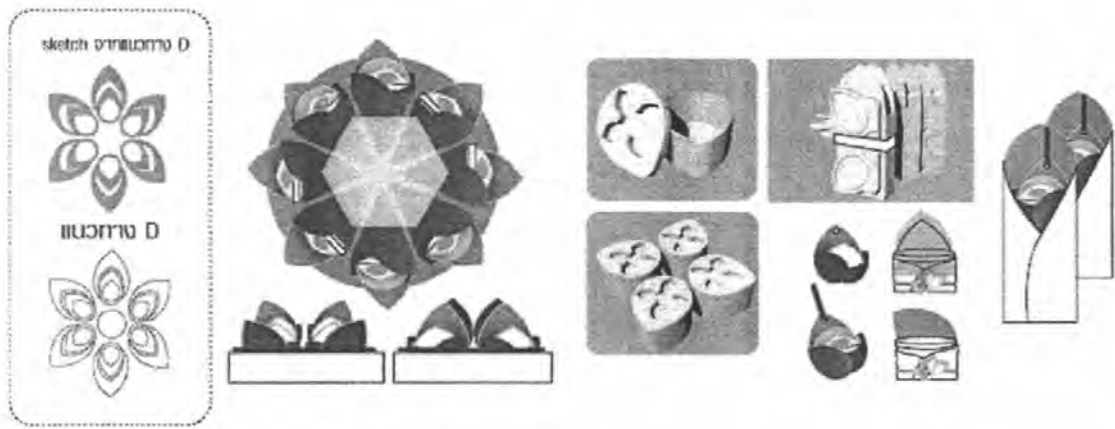
ภาพที่ 35 แบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพ เป็นการนำเอกลักษณ์ของนพวรรณมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ โดยการลดทอนรายละเอียดต่างๆลง เพื่อให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น แล้วนำมาจัดเรียงเข้าด้วยกันตามหลักของการแกะสลัก จัดวางแบบชาววังในสมัยก่อน ทำให้เกิด Form ใหม่ๆที่เป็นเอกลักษณ์ขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ทำการวิเคราะห์จากแบบร่างในขั้น Preliminary Design Sketch เพื่อนำมาทำการพัฒนา
ในขั้นต่อไป สรุปลงเป็นตารางด้านล่าง



ภาพที่ 36 แสดงแบบร่างโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch ที่ได้จาก Design Route 2
ขั้นต่อไปได้ทำการวิเคราะห์จากแบบร่างในขั้น Preliminary Design Sketch เพื่อ
นำมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไป โดยมีเงื่อนไขของภาควิเคราะห์ 6 ข้อ ดังนี้

1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดดเด่น สะดุดตา
3. สามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วมในบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นต่อไป
4. สื่อตรงแนวความคิดในการออกแบบ
5. ด้านความสะดวกในการใช้งานขั้นพื้นฐาน เช่น การหยิบถือจับ วางตั้งหลังขณะใช้งาน
6. ด้านการผลิต เช่น
 - ผลิตสะดวกในระบบอุตสาหกรรม
 - ประหยัดพื้นที่ในการจัดเรียง
 - บรรจุสินค้าได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	Design Route1		Design Route2	
	A	B	C	D
1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย	3	2	4	2
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดดเด่น สะดุดตา	3	2	3	2
3. สามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วมในบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นต่อไป	3	3	4	3
4. สื่อตรงแนวความคิดในการออกแบบ	3	3	4	3
5. ด้านความสะดวกในการใช้งานขั้นพื้นฐาน	3	3	3	3
6. การผลิต เช่น				
- ผลิตสะดวกในระบบอุตสาหกรรม	4	3	4	3
- ประหยัดพื้นที่ในการจัดเรียง	4	3	4	1
- บรรจุในคำได้ง่าย	2	3	4	3
รวมคะแนน	25	22	30	21

ตารางที่ 11 ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch หลังจากการวิเคราะห์เงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุด ของแต่ละ Design Route ได้แก่ แบบ A และ แบบ C ซึ่งจะนำแบบทั้งสองไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

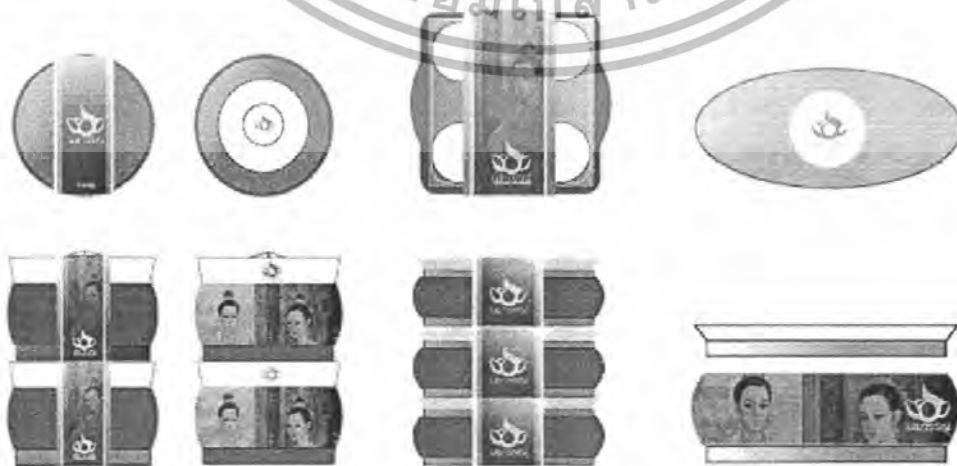
Graphic Design

- Preliminary Design Sketch (Structure)

Design Route 1: - เพื่อยุติค่าความหรรษาแบบชาววังไม่ว่าจะเป็นการจัดสำหรับ ศิลปะ ตกแต่งบนภาชนะ การนำใช้ภาชนะที่หรรษา สดุดลยงดงามจัดเฉพาะสำหรับชั้นสูงแสดงออก ถึงการเลือกวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิตแบบชาววังของนพวรรณ ที่คิดสรรในสิ่งดีที่สุดใน



ออกแบบกราฟฟิกโดยนำแบบลวดลายเอกลักษณ์แบบไทยๆ บนพื้นผิวของภาชนะ ปังบอกถึงความประณีต วิจิตร รวมถึงเรื่องราวต่างๆ มาใช้ในการออกแบบ แนวทาง A เลือกใช้เรื่องราวเป็นรูปของหญิงชาววัง ที่เขียนลงบนถ้วยชาม



ภาพที่ 37 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch แนวทาง A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

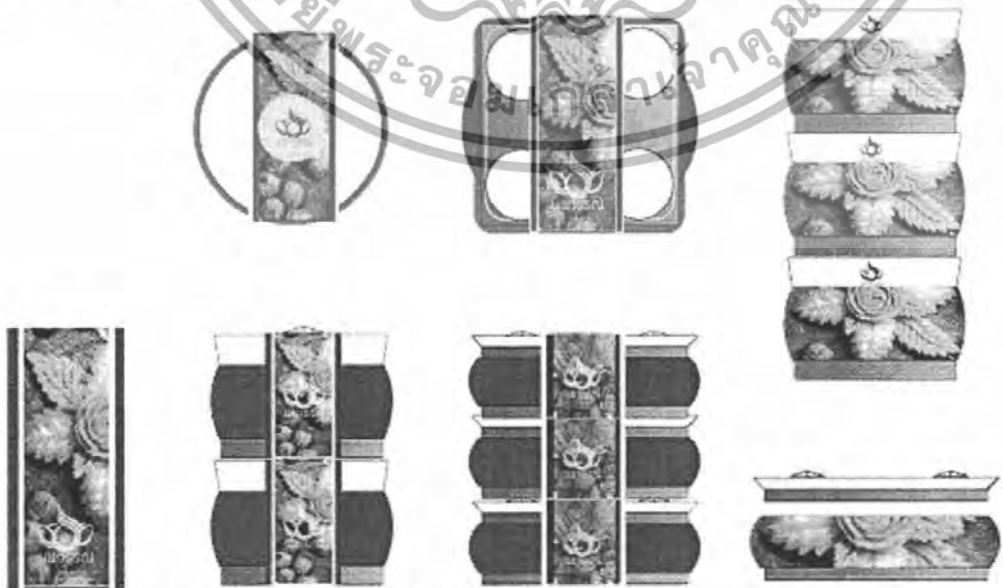
Design Route 2: เผยคุณค่าด้านศิลปะการตกแต่งอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาววัง แสดงออกถึงความพิถีพิถันประณีตในการทำขนมของนพวพรรณ ที่สวยงามทั้งรูปลักษณะภายนอก และรสชาติที่อร่อย

แนวทาง B นำหลักการแกะสลักผลไม้ อันเป็นเอกลักษณ์ของงานฝีมือชาววัง มาใช้ในการ ออกแบบกราฟฟิก เช่น การเรียงซ้อน การสอดแทรก รวมไปถึงการใช้โทนสี ที่ไล่ตั้งแต่โทนเข้ม ของเปลือกไปจนถึงเนื้อผลไม้ขาว ๆ



ภาพที่ 38 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch แนวทาง B

แนวทาง C นำภาพถ่ายเสมือนจริงของผลไม้แกะสลักมาใช้เป็นพื้นหลัง เพื่อความหรูหรา นำ รับประทาน



ภาพที่ 39 แบบร่างกราฟฟิกขั้น Preliminary Design Sketch แนวทาง C

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบจากแต่ละแนวทาง เพื่อนำมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไป โดยมีเงื่อนไขของการวิเคราะห์ 5 ข้อ ดังนี้

1. เหมาะสมกับบุคลิกภาพกลุ่มเป้าหมาย
2. สื่อความหมายผลิตภัณฑ์ชัดเจน
3. สวยงาม ดึงดูด บนชั้นวาง
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อื่นๆในโครงการภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน
5. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า

เงื่อนไขการเลือกแบบ	A	B	C
1. เหมาะสมกับบุคลิกภาพกลุ่มเป้าหมาย	3	4	4
2. สื่อความหมายผลิตภัณฑ์ชัดเจน	3	4	3
3. สวยงาม ดึงดูด บนชั้นวาง	3	4	4
4. มีเอกลักษณ์ร่วมกับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์อื่นๆในโครงการ	3	4	4
5. สร้างความน่าเชื่อถือให้สินค้า	3	4	3
รวมคะแนน	15	20	18

ตารางที่ 12 ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบกราฟฟิกชั้น Preliminary Design Sketch หลังจากการวิเคราะห์เงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแนวทางที่มีคะแนนสูงสุด ได้แก่ แนวทาง B ซึ่งจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป



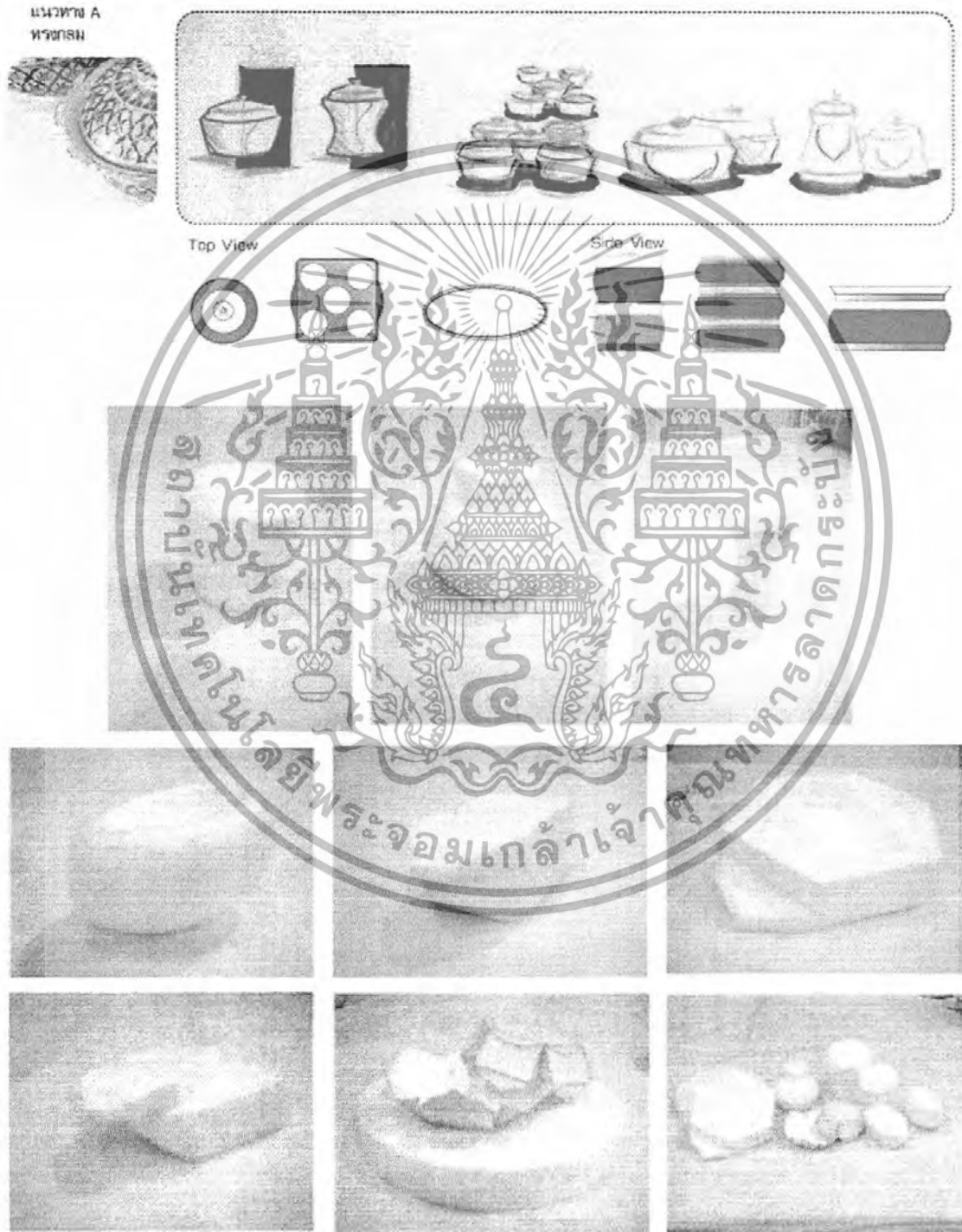
ภาพที่ 40 แบบร่างกราฟฟิกชั้น Preliminary Design Sketch ที่เลือกมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development (Structure)

จากการเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในขั้นต้นนั้นที่ได้รับเลือกนั้น ได้แก่ แบบ A และแบบ C ซึ่งนำมาศึกษาพัฒนาต่อ โดยเลือกมาศึกษาในรูปแบบของโมเดลสตูดี้เพื่อหาจุดบกพร่อง แล้ววิเคราะห์ตามเงื่อนไขในขั้นต่อไป

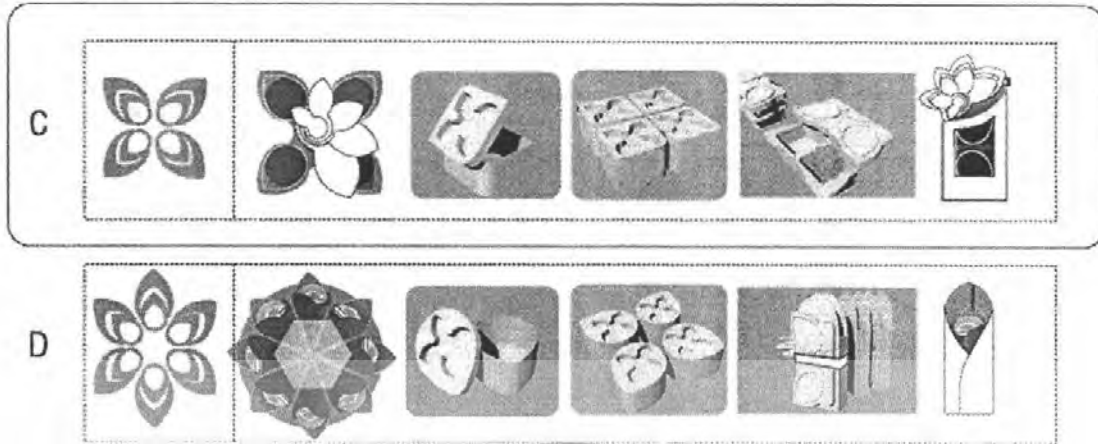
Design Route 1 แนวทาง A



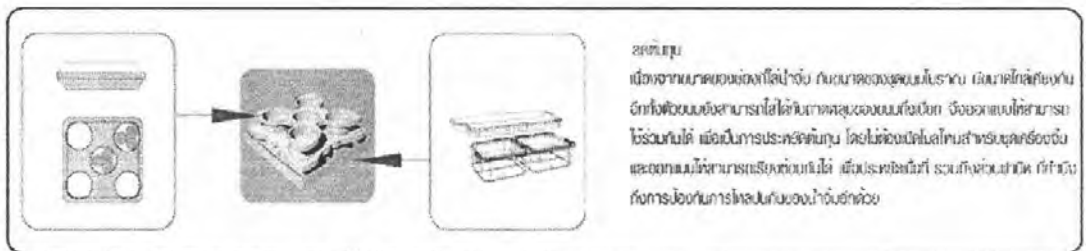
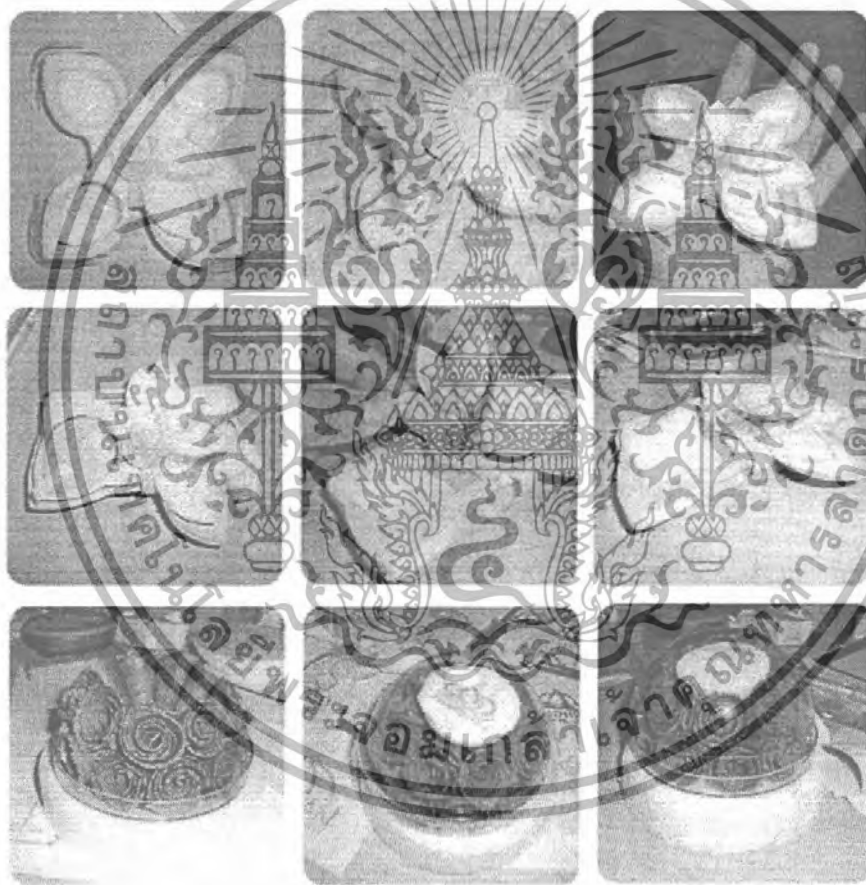
ภาพที่ 41 แบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development แนวทาง A

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จาก Design Route 2 แนวทาง C



ศึกษาจากการทำโมเดลสแตตัสขนาด 1:1 เพื่อทดลองใช้งานและหาข้อผิดพลาด



ภาพที่ 42 แบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development แนวทาง C

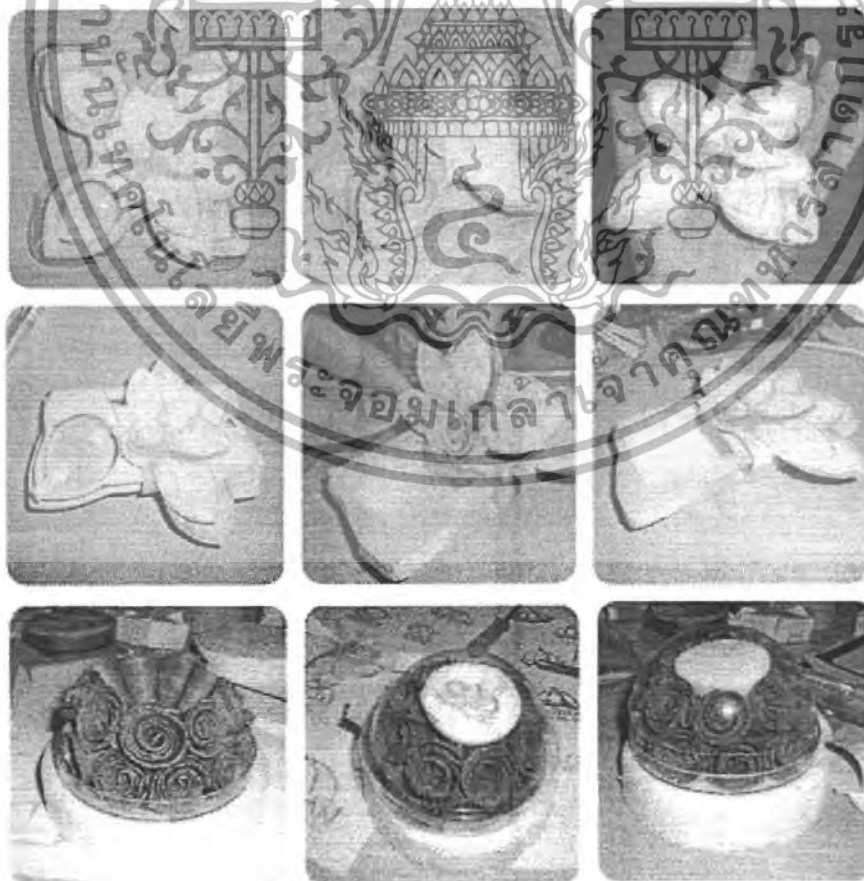
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เลือกแบบจากแต่ละแนวทาง เพื่อนำมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไป โดยมีเงื่อนไขของการวิเคราะห์ 4 ข้อ ดังนี้

1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดดเด่นสะดุดตา
3. สามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วม ในบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นภายใต้ตราสินค้าเดียวกัน
4. สื่อตรงกับแนวความคิดการออกแบบ

เงื่อนไขในการเลือกแบบ	A	C
1. สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย	3	4
2. มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดดเด่นสะดุดตา	3	4
3. สามารถสร้างเอกลักษณ์ร่วม ในบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นต่อไป	3	4
4. สื่อตรงกับแนวความคิดการออกแบบ	3	4
รวมคะแนน	12	16

ตารางที่ 13 ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกแบบโครงสร้างขั้น Preliminary Design Sketch หลังจากวิเคราะห์ตามเงื่อนไขข้างต้นแล้ว พบว่าแบบที่มีคะแนนสูงสุด ได้แก่ แบบ C ซึ่งเป็นการออกแบบใน Design Route 2 : ผลไม้แกะสลัก โดยจะนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป แนวทาง C จาก Design Route 2 : ผลไม้แกะสลัก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Development (Graphics)

สรุปผลการเลือกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ในแนวทาง C จาก Design Route 2: เผยคุณค่าด้านศิลปะการตกแต่งอาหาร จึงนำมาพัฒนาต่อในส่วนของรายละเอียด รวมถึงการปรับใช้ในรูปแบบอื่นๆต่อไป



ภาพที่ 43 แบบร่างกราฟฟิกชั้น Design Development

แต่จากการวิเคราะห์ในแง่การผลิตจริงแล้ว พบว่า

วิธีที่ 1 ค่อนข้างยุ่งยากเนื่องจากมีหลายวัสดุประกอบอยู่ด้วยกัน ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

วิธีที่ 2 ฉลากบรรจุภัณฑ์ขาดง่าย เนื่องจากพื้นที่ที่เชื่อมต่อระหว่างกระดาษมีน้อยมาก

วิธีที่ 3 ในแง่การผลิต สามารถผลิตได้จริง ไม่ยุ่งยาก ในด้านการใช้งาน สามารถสื่อสาร

ข้อมูลให้ผู้บริโภค เข้าใจได้ง่าย จึงเลือกนำวิธีที่ 3 มาพัฒนาต่อในการออกแบบขั้นตอนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

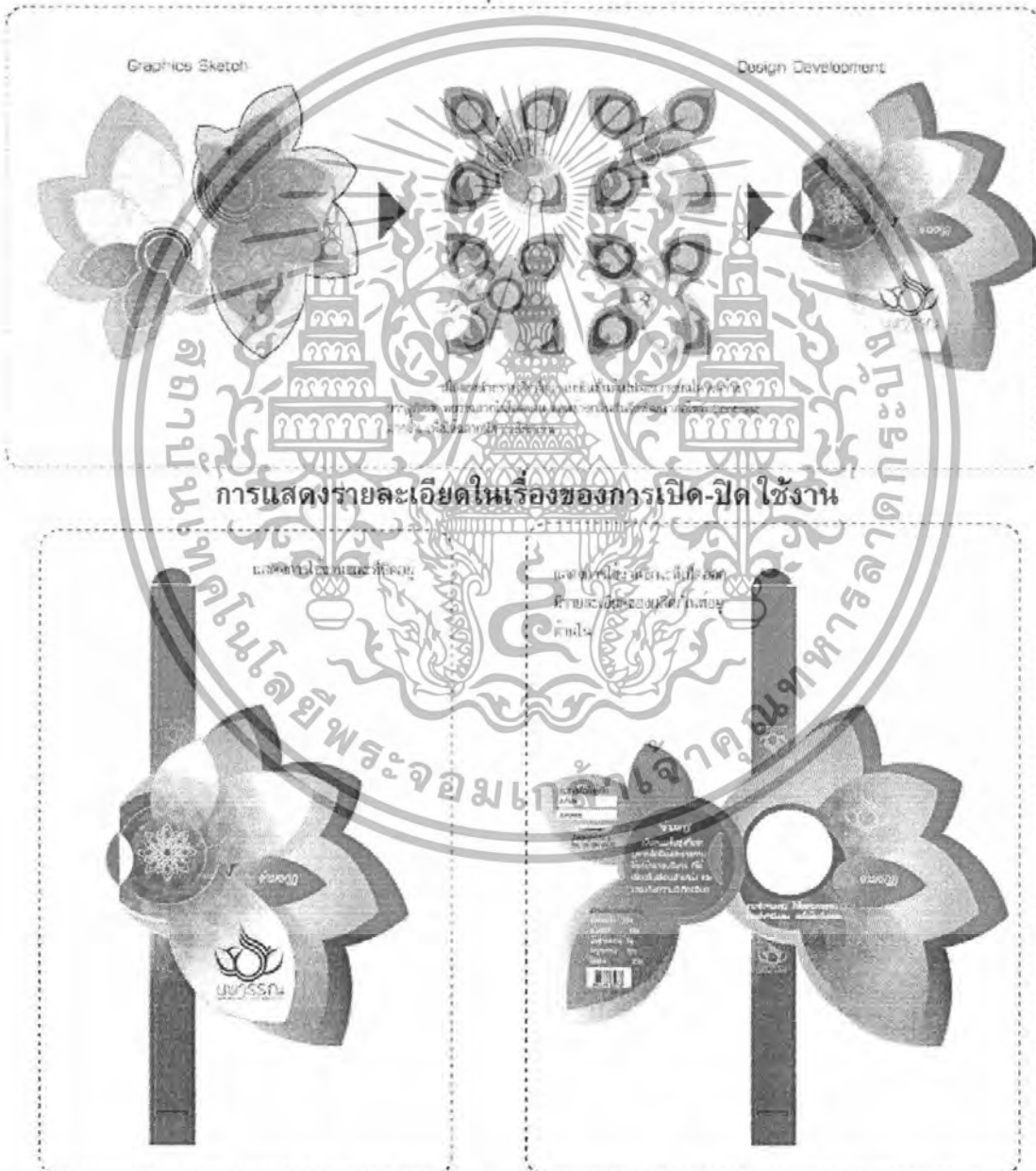
Design Development 2 (Graphics)

นำวิธีที่ 3 มาพัฒนาต่อ โดยใส่รายละเอียดทางด้านข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลงไป รวมทั้งการแสดงรายละเอียดในเรื่องของการใช้งาน



วิธีที่ 3 ฉลากพิมพ์ 2 หน้า ให้อธิบายเปิดแบบการ์ด จากขวาไปซ้าย ด้านในจะเป็นรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

การออกแบบกราฟฟิกในส่วนของฉลากบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 44 แสดงรายละเอียดในเรื่องของการเปิด-ปิด ใช้งาน

การนำกราฟฟิกหลักที่ได้ไปใช้ในโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

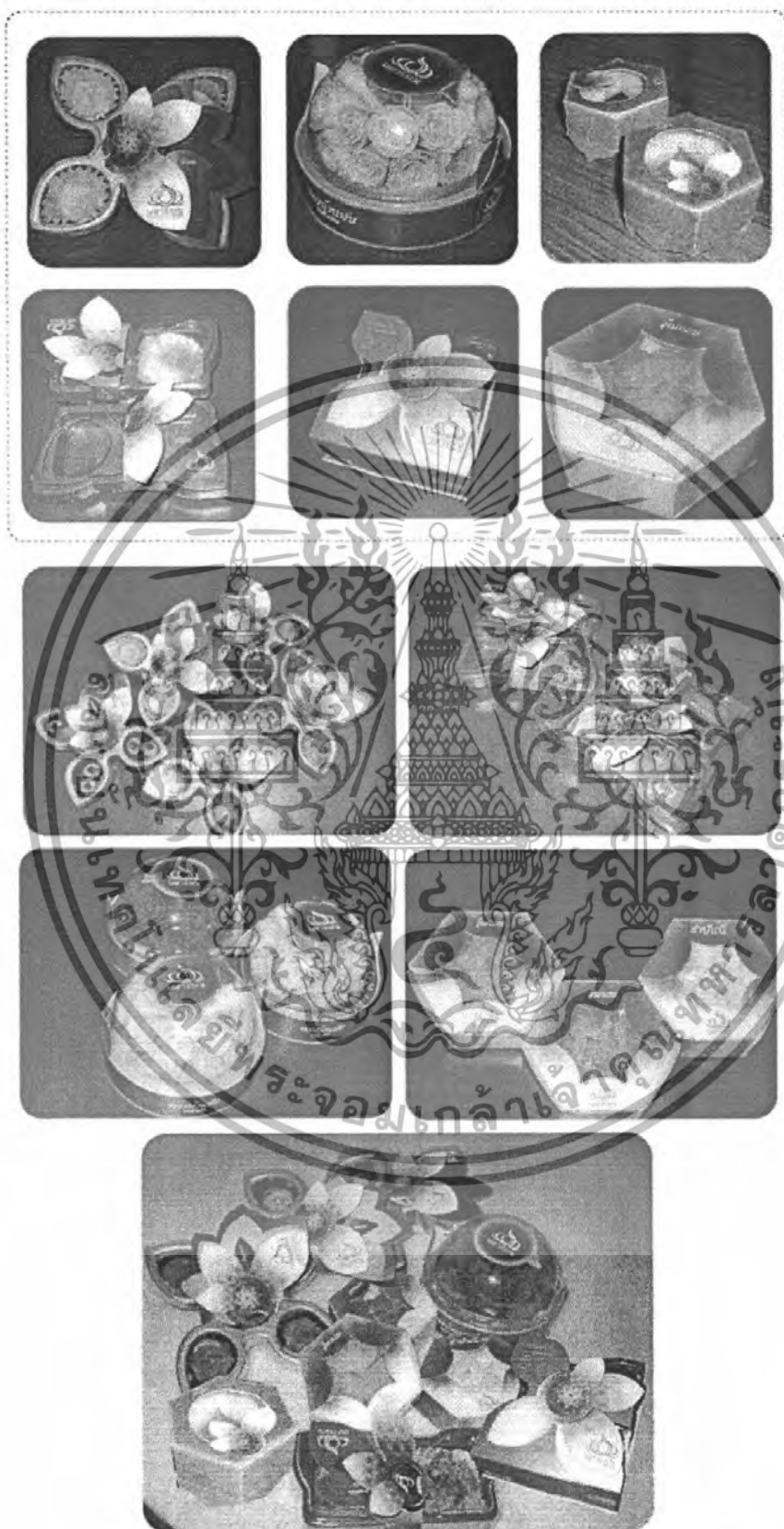


ภาพที่ 45 แสดงการนำกราฟฟิกหลักที่ได้ไปใช้ในโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ลักษณะต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Refinement (Structure & Graphics)

การพัฒนาทางด้านกราฟฟิกตามโครงสร้างบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทสินค้า



ภาพที่ 46 แสดง Design Refinement (Structure & Graphics)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นต่อไปเป็นการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียของผลงานในขั้นนี้ เพื่อสรุปหาแนวทางที่จะนำมาทำการพัฒนาในขั้นต่อไป โดยผลการวิเคราะห์เป็นดังต่อไปนี้

ด้านโครงสร้าง

ข้อดี

- มี corporate Identity ที่ชัดเจนระหว่างสินค้าในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งแตกต่างจาก Brand อื่นๆ
- ภาพลักษณ์มีความเป็นชาววังและสื่อถึงขนมไทยในระดับสูงได้ดี

ข้อเสีย

- การใช้โครงสร้างร่วมของบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคเกิดความสับสน รวมไปถึงการเลือกใช้สีของถาด
- โครงสร้างบางชนิดมีปริมาณบรรจุที่น้อยเกินไป ไม่ส่งเสริมการขาย
- การตัดสินใจทำได้ยาก โดยเฉพาะประเภทถาด ต้องพลิกด้านหลังของถาดขนมขึ้นมาแล้วคิด อาจทำให้ขนมหกเลอะเทอะ เสียรูป

แนวทางการแก้ไขปรับปรุง

- ปรับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันชัดเจนมากยิ่งขึ้น และกำหนดระบบสีที่ใช้ในแต่ละโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างกัน
- แสวงหาเอกลักษณ์จากการแกะสลัก หรือการจัดเรียงอื่นๆ มาพัฒนาแบบให้แปลกใหม่อิ่งขึ้น
- ปรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้บรรจุขนมได้ในปริมาณที่เหมาะสมกับการรับประทาน
- ปรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถตัดสินใจได้ โดยไม่ต้องพลิกด้านหลังของถาดขนมขึ้นมา

ด้านกราฟฟิก

ข้อดี

- มี Corporate Identity ที่ชัดเจน
- ภาพลักษณ์มีความเป็นชาววังและสื่อถึงขนมไทยในระดับสูงได้ดี

ข้อเสีย

- กราฟฟิกยังไม่สามารถช่วยให้ผู้บริโภคแยกแยะชนิดของขนมได้ดีเท่าที่ควร เนื่องจากลักษณะฉลากหรือโทนสี ดูคล้ายคลึงกันหมด ผู้บริโภคเกิดความสับสน
- ในส่วนของฉลาก มีขนาดเทอะทะ มีส่วนที่ยื่นเกินออกมาจากตัวบรรจุภัณฑ์ อาจทำให้เกิดความเสียหายระหว่างขนส่งได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ใช้ระบบการพิมพ์ 2 หน้า ซึ่งทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงเกินความจำเป็น
 - ภาพรวมของฉลากมีสีสันทึบไม่สดชื่น ไม่น่ารับประทานเท่าที่ควร
- แนวทางการแก้ไขปรับปรุงงานออกแบบกราฟฟิก**
- กำหนดระบบสี หรือระบบฉลากที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของสินค้าที่แตกต่างกันได้ชัดเจนมากขึ้น
 - แสวงหาเอกลักษณ์จากการแกะสลัก หรือการจัดเรียงอื่นๆ มาพัฒนาฉลากให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่ยิ่งขึ้น
 - ปรับสีสันทึบของกราฟฟิกในภาพรวมให้มีความสดใส น่ารับประทานมากขึ้น
 - ปรับสัดส่วนและรูปทรงของฉลากให้มีขนาดพอดีกับบรรจุภัณฑ์ ไม่ให้มีส่วนที่ยื่นเกินออกมา
 - คิดฉลากให้สามารถใช้ระบบพิมพ์แค่หน้าเดียวได้ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

หลังจากได้แนวทางในการแก้ไขปรับปรุงทั้งทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการออกแบบใน Stage 2 ต่อไป



Stage 2: Design Development

เนื่องจากการใช้โครงสร้างร่วมของบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคเกิดความสับสน รวมไปถึงโครงสร้างบางชนิดมีปริมาณบรรจุที่น้อยเกินไป จึงแสวงหาแนวทางอื่นๆ เพื่อนำมาใช้ออกแบบโครงสร้างให้มีความหลากหลายเพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่ต้องยังคงไว้ซึ่งความเป็น corporate Identity

นำ Element จากของเดิม มาพัฒนาต่อ เพื่อให้เกิดโครงสร้างที่มีความหลากหลายขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด แต่ยังคงความเป็น Corporate Identity ไว้

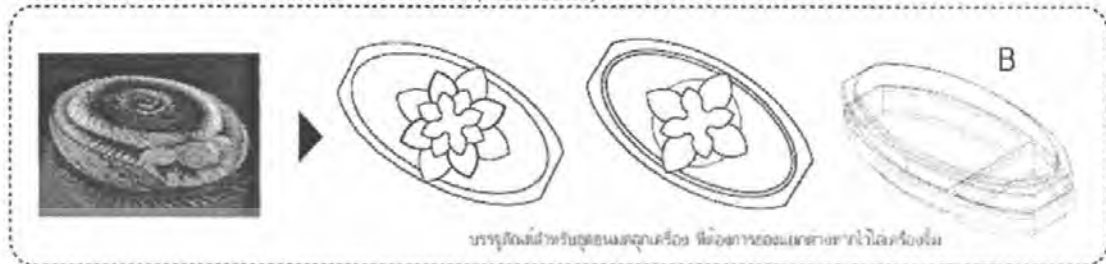


ภาพที่ 47 แสดงแบบร่างโครงสร้างขั้น Design Development 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

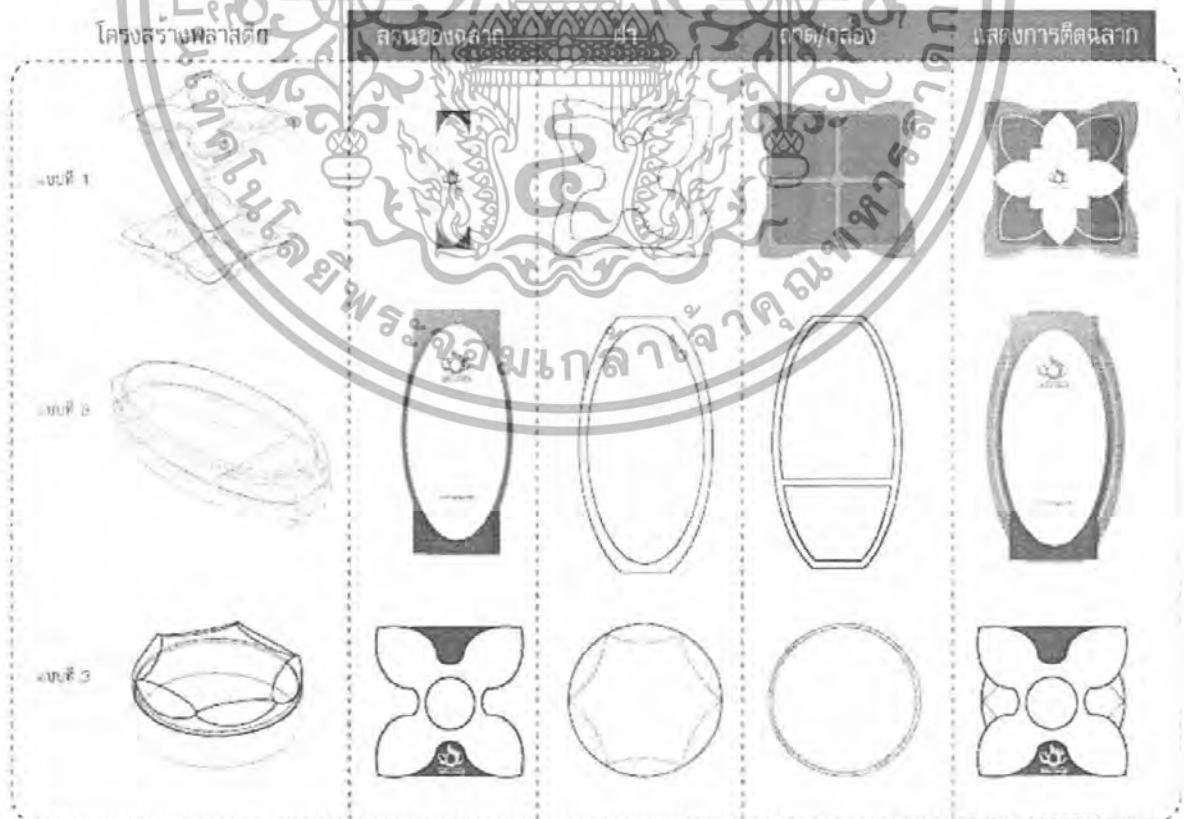
แสดงที่มาของการนำแนวทางการแกะสลักหรือการจัดเรียงแบบใหม่ๆ ภายใต้ Design Route ของเดิม ที่สามารถนำมาใช้แก้ปัญหาที่มีอยู่เดิมได้

แสวงหาวิธีการแกะสลัก จัดเรียงผลไม้นิรูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้ร่วมในการออกแบบได้ เพื่อสร้างความแตกต่าง ให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด แต่ก็ยังคงความเป็น Corporate Identity ไว้



ภาพที่ 48 แสดงแบบร่างโครงสร้างชั้น Design Development 2


สรุปเป็นรายละเอียดของโครงสร้างใหม่ที่เกิดขึ้น ดังนี้
การพัฒนาในส่วนขอโครงสร้างพลาสติก




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


การพัฒนาในส่วนของการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระดาษ


โครงสร้างกระดาษ



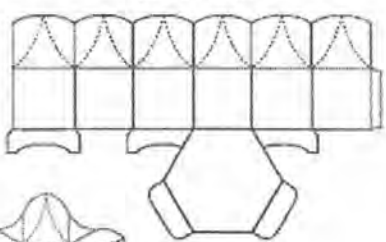
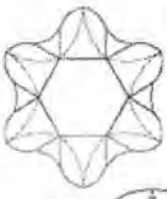
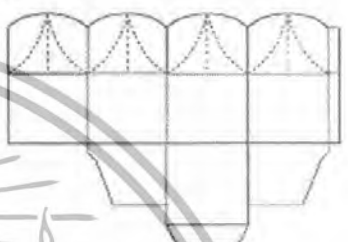
จะเปิดจากด้านบน ยึดกันด้วยเชือก สามารถมองเห็นหนังสือ/กระดาษไม่ได้

แบบที่ 4 

แบบที่ 5 

แบบที่ 6 

แสดงภาพคัส

ภาพที่ 49 แสดงรายละเอียดของโครงสร้างใหม่ที่เกิดขึ้น

การพัฒนาในส่วนของการออกแบบกราฟฟิก

ในขั้นตอนนี้ก็กล่าวมาได้แสวงหาเอกลักษณ์จากกราฟิกหรือการจัดเรียงอื่นๆ มาพัฒนาฉากให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่ยิ่งขึ้นแล้ว จากนั้นจึงเริ่มพัฒนากราฟฟิกในส่วนต่างๆ ต่อ ดังต่อไปนี้



1. กราฟฟิกยังไม่สามารถช่วยให้ผู้บริโภคแยกแยะชนิดของขนมได้ดี ลักษณะฉลากโทนสี ตูคล้ายคลึงกันหมด ผู้บริโภคเกิดความสับสน จึงกำหนดระบบสีที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของสินค้าได้ชัดเจนมากขึ้น
2. ปรับสีฉลากกราฟฟิกในภาพรวมให้มีความสดใส น่ารับประทานมากขึ้น
3. ปรับส่วนของฉลากให้มีขนาดพอดีกับบรรจุภัณฑ์ ไม่ให้มีส่วนที่ยื่นเกินออกมา
4. คิดฉลากให้สามารถใช้ระบบพิมพ์แค่หน้าเดียวได้ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การกำหนดระบบผลากที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะชนิดของสินค้าได้ชัดเจนขึ้น

ชื่อของชาด

- จะแบ่งออกตามความละเอียด
- ชั้นอ่อนในการทำขนม โดบเซน
- มีชั้นนอกการทำที่ละเอียดชั้นอ่อน
- ภาชนะชาก จะมีความสูง ไซกาด
- ที่มีสีทอง
- ชั้นเมที่พบเห็นได้ทั่วไปและมีขั้นตอน
- การทำที่ไม่ละเอียด บูดยากมาก จะใช้
- กาลสีเขียว






จากซ้าย

- ชั้นกลาง
- บุกริมชั้นนอก
- ชั้นนอกม่วง
- คลุม (ขาว)

พวยก

- พวยก
- พวยก
- เมที่ชั้น
- ทอง
- ทอง
- ทอง

ทอง

- ทอง
- ทอง
- ทอง

ข้าวเหนียว (งั่ว)




- ทอง
- ทอง
- ทอง

สีของชาก

- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง

สีเขียว

- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง

สีของชาก

- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง

สีของชาก



- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง

สีของชาก

- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง

สีของชาก

- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง





สีของชาก


- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง

สีของชาก


- สีทอง
- สีทอง
- สีทอง




วิทยาลัยศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร



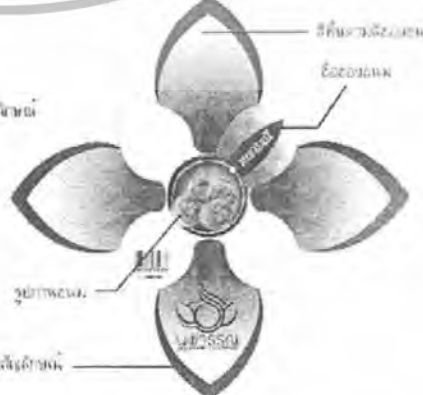
รูปภาพ



ตราสัญลักษณ์



ตราสัญลักษณ์

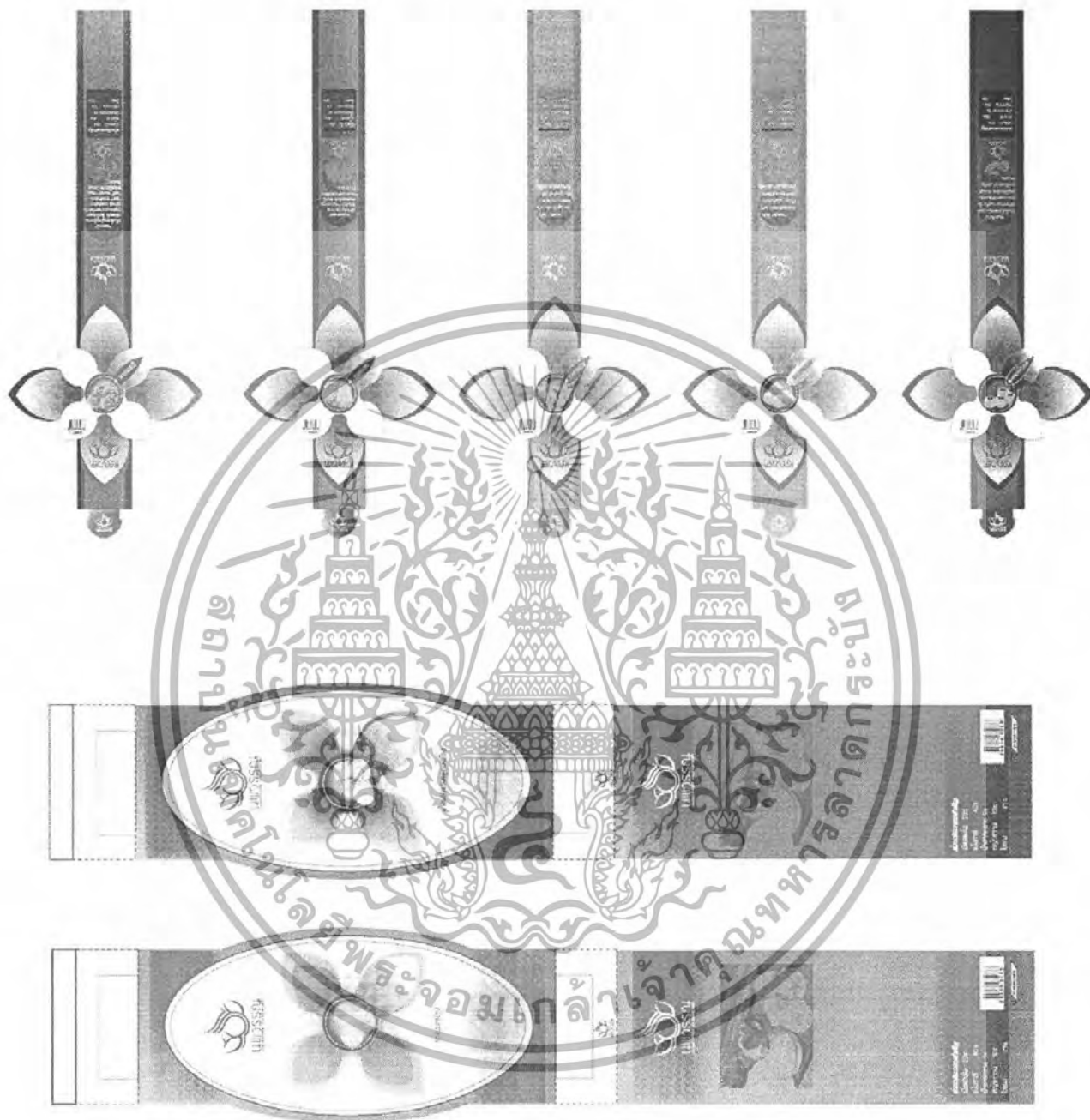


รูปภาพ

ตราสัญลักษณ์

ภาพที่ 50 แสดง Design Refinement ของโครงสร้างและกราฟฟיקทั้งโครงการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

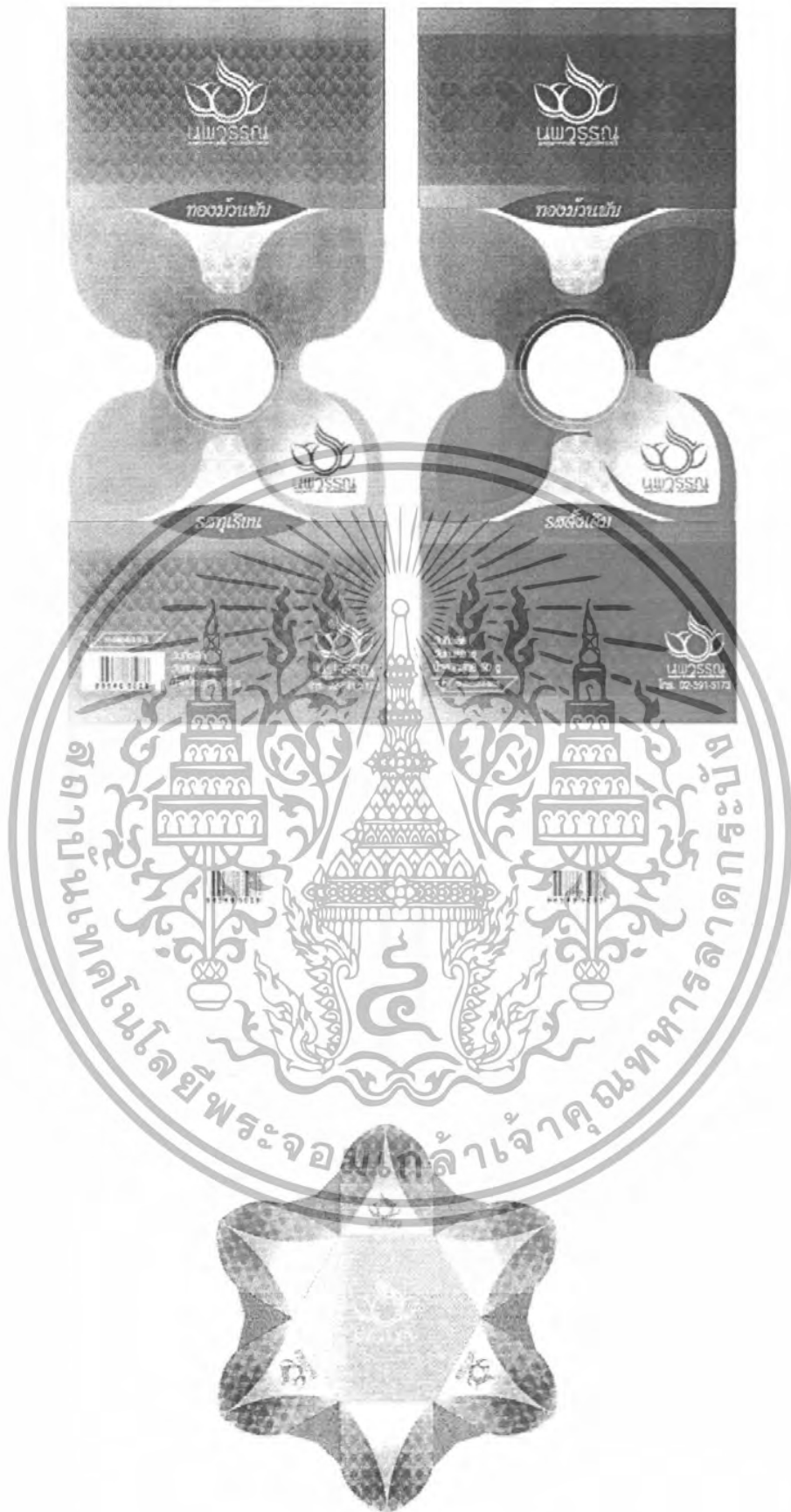
เมื่อสามารถกำหนดระบบการใช้สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ได้แล้ว จงนำไปใช้ในการ
ออกแบบกราฟฟิกบนฉลากบรรจุภัณฑ์ ในขั้นตอนต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 51 แสดงฉลากบรรจุภัณฑ์ทั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากฉลากเดิมของขนมจำมงกุฏ บุหลันต้นเมฆ อาลัวดอกกุหลาบ ซ่อม่วง ใช้ระบบการพิมพ์ 2 หน้า ซึ่งทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงเกินความจำเป็น ทำการปรับเปลี่ยนแบบ ให้สามารถใช้ระบบพิมพ์แค่หน้าเดียวได้ เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

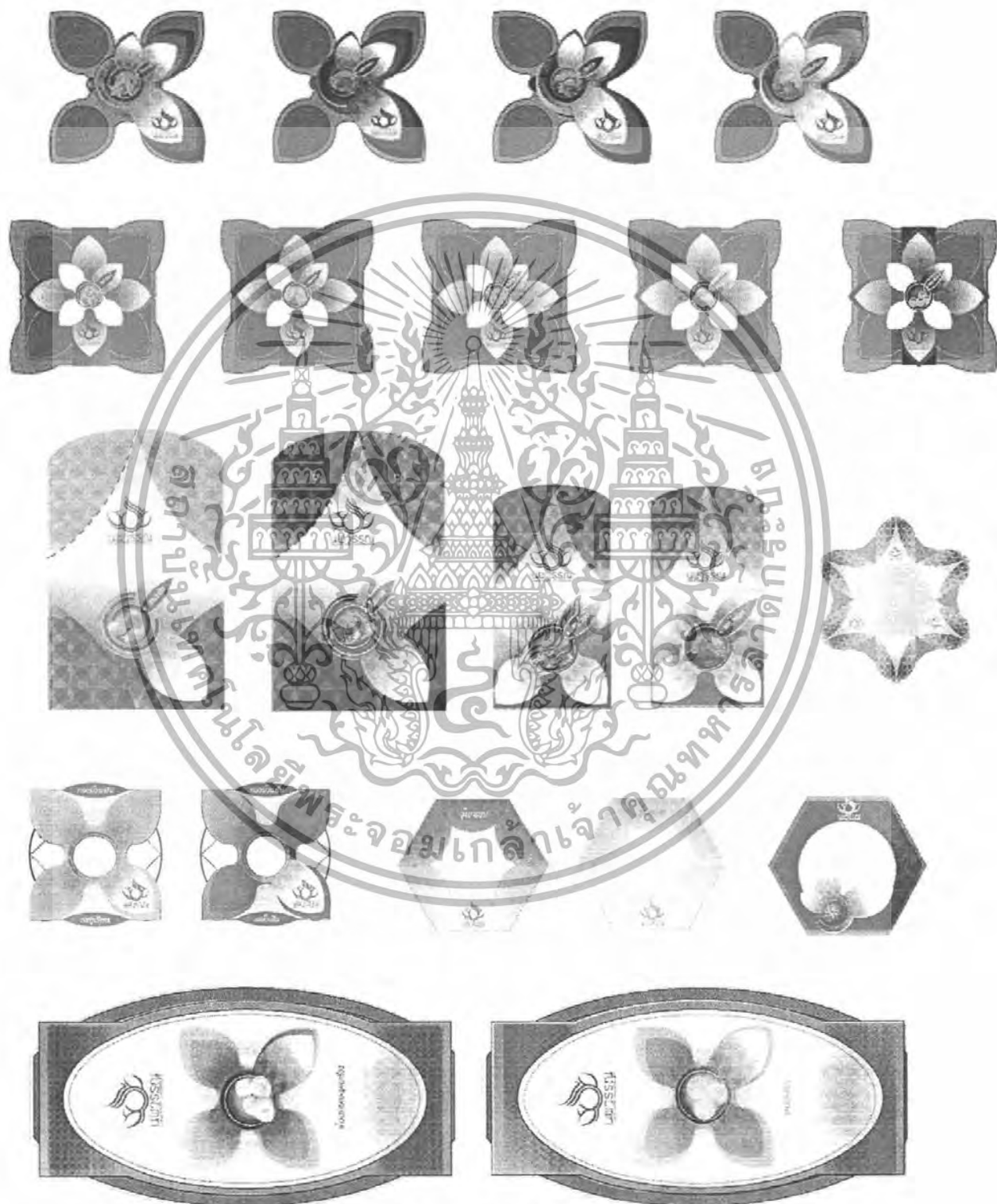


ภาพที่ 52 เปรียบเทียบฉลากที่พัฒนาแล้วกับของเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเห็นว่าไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้องหรือไม่ควรเผยแพร่ให้แจ้งไปยังฝ่ายที่เกี่ยวข้องทันที

Design Refinement (Structure & Graphic)

เป็นการนำการออกแบบโครงสร้างจากการทำ Design Development 2 มาจัดวางฉลาก โดยใช้กราฟฟิกที่ปรับปรุงพัฒนามาจากแบบที่เลือกในการทำ Preliminary Design Sketches โดยมีรายละเอียดดังนี้



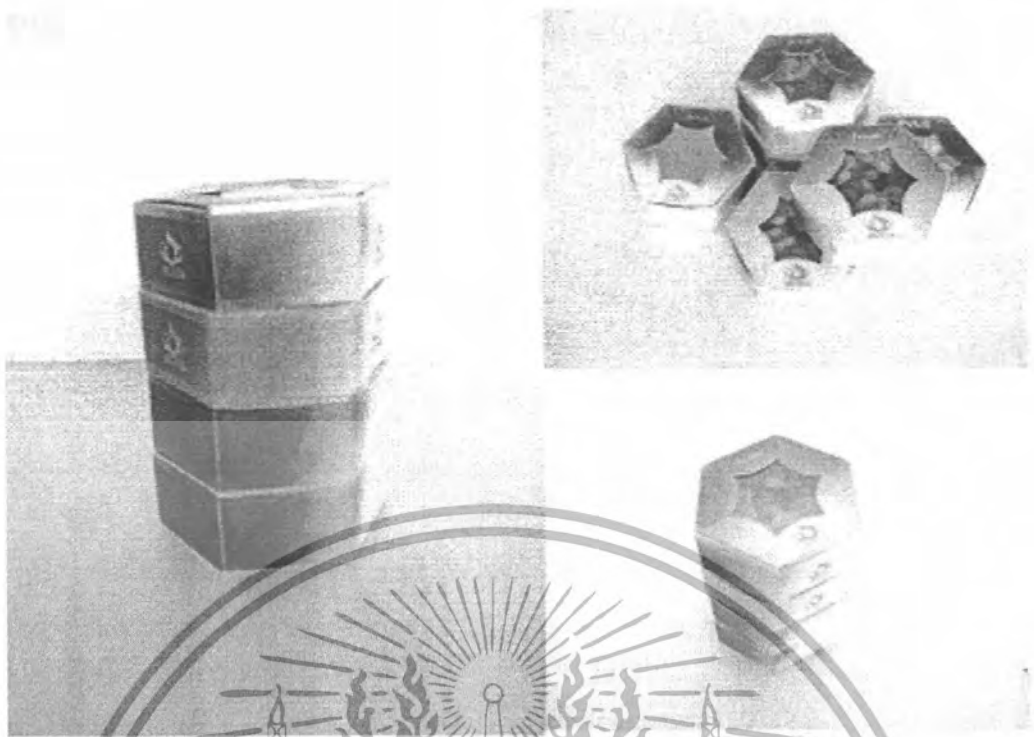
ภาพที่ 53 แสดง Design Refinement ของโครงสร้างและกราฟฟิกทั้งโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงผลงานชั้นสุดท้ายด้วยแบบจำลองสามมิติของชิ้นงานในโครงการทั้งหมด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์การออกแบบและการประเมินค่า

จากขั้นตอนของการพัฒนาแนวความคิดและการออกแบบที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถนำมาสรุปเป็นผลการออกแบบในขั้นสำเร็จทั้งทางด้านกราฟฟิก และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

ด้านกราฟฟิก

1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจในตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็ว
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผู้ผลิตได้อย่างเหมาะสม ด้วยรูปแบบที่สื่อถึงความประณีต หุหราว ดงามตามแบบชาววัง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของนพวรรณ
3. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ได้อย่างเหมาะสม ด้วยแนวทางการออกแบบที่ร่วมสมัย
4. บรรจุภัณฑ์สามารถแสดงความแตกต่างของสินค้าได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ยังมีเอกลักษณ์ร่วมเดียวกันอยู่ ด้วยการใช้องค์ประกอบของกราฟฟิกและอักษรที่มีเอกลักษณ์ร่วม แต่สามารถจำแนกได้ด้วยสีที่แตกต่างกัน
5. บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากออกแบบด้วยองค์ประกอบของแนวทางการออกแบบที่แตกต่างออกไปจากคู่แข่งอย่างชัดเจน โดยใช้ภาพที่เป็นลักษณะของภาพกราฟฟิกที่ลดทอนรายละเอียดลงแล้ว
6. บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เนื่องจากภาพรวมของบรรจุภัณฑ์มีการใช้สีที่สะดุดตา เมื่อนำสินค้ามาวางเรียงบนชั้นจึงเกิด Shelf Impact ที่ดี

ด้านโครงสร้าง

1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากดัดแปลงมาจากองค์ประกอบแต่ละส่วนของผลไม้แกะสลัก ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาววังที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ได้ สื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณค่าของขนมไทยรูปแบบชาววัง
2. บรรจุภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการตรวจสอบขนมก่อนซื้อ เนื่องจากขนมไทยมีอายุสั้น บรรจุภัณฑ์ที่มีความใส บางส่วนเปิดเผยให้เห็นตัวสินค้าได้ และมีการ display ทำให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบขนมได้อย่างดี
3. วัสดุที่ใช้ในการผลิตเหมาะสมกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิด เนื่องจากลักษณะของวัตถุดิบ สถานะ และความต้องการของขนมที่แตกต่างกันออกไป แต่ยังคงความสวยงาม เสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า และมีความใส สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในได้อย่างดี ทั้งยังสามารถปกป้องคุ้มครองขนมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



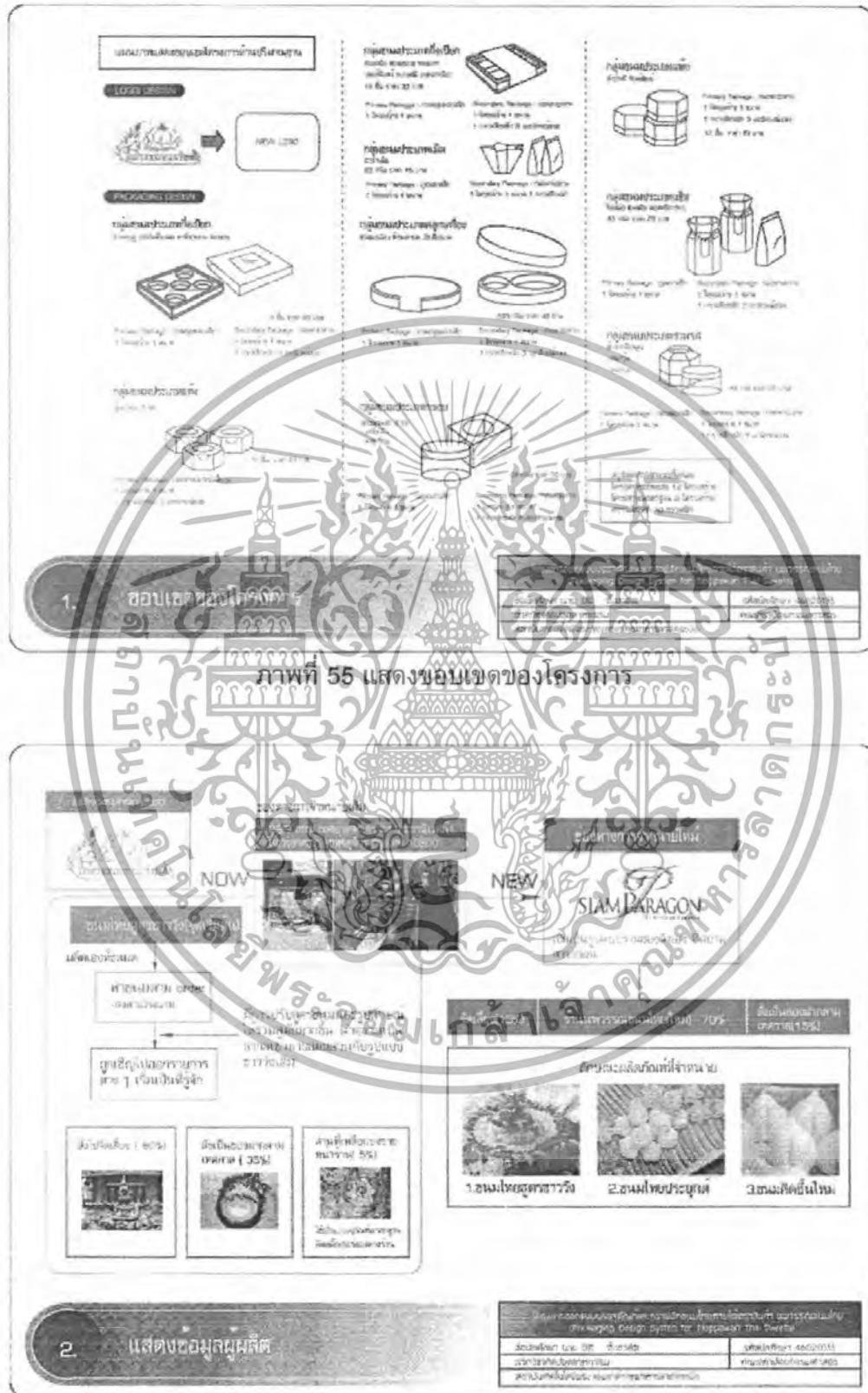
บทที่ 4

การเสนอผลงานการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

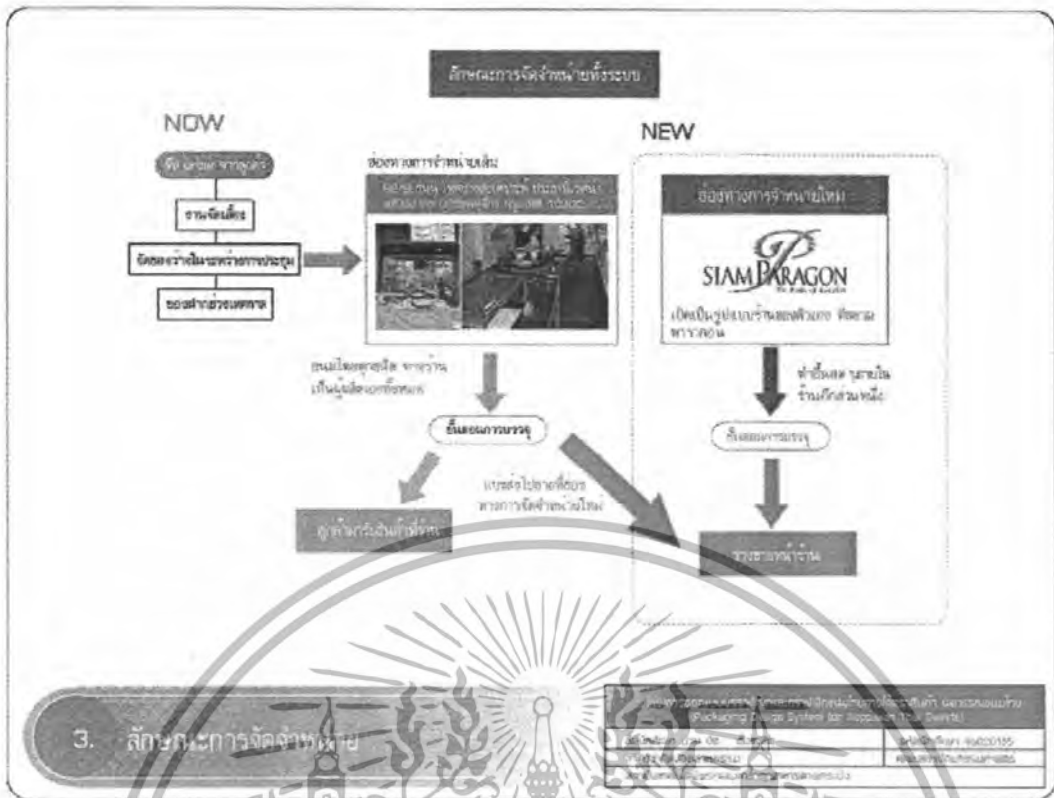
4.1 ภาพถ่ายย่อแผ่นนำเสนองานและแบบแสดงรายละเอียด

จากการพัฒนาการออกแบบที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 3 สามารถนำเสนอผลงานการออกแบบได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 56 แสดงข้อมูลผู้ผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3. ลักษณะการจัดการจำหน่าย

ภาพที่ 57 แสดงลักษณะการจัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันและอนาคต

Marketing Mix Strategy

Product

เป็นงานดีไซน์การออกแบบงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ (มีระบบงานดีไซน์งานออกแบบบรรจุภัณฑ์) รวมถึงงานดีไซน์และกราฟิกการพิมพ์ การบรรจุภัณฑ์และงานดีไซน์ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์และทันสมัย พยายามเน้นรูปแบบที่ดูดี และทันสมัยใหม่ ๆ มากขึ้น และใส่ใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Place

ขยายช่องทางจำหน่ายทั้งออกไปยัง ทางสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น สยามพารากอน เทคเวิลด์ด้วยรูปแบบที่ทันสมัยใหม่มากขึ้น เปิดเป็นบูธในห้างสรรพสินค้าไทย ส่วนช่องทางกระจายและสั่งทำเป็นระบบที่ทันสมัย และติดตามความพึงพอใจของลูกค้า

Price

เป็นสินค้าที่มีราคาอยู่ในระดับกลางถึงสูง เพราะเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานสูง โดยระดับราคาจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของงานการดีไซน์ต่าง ๆ และความยากง่ายในการทำออกมาแต่ละชิ้น

Promotion

ออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกที่สื่อสารข้อความและคอนเทนต์ของแบรนด์ให้ทันสมัยที่ทันสมัยให้ได้อย่างชัดเจน โดยแสดงถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ รวมถึงประชาสัมพันธ์ถึงมาตรฐานในการผลิตแบบเต็มแบบรางวัล ทั้งทางด้านบรรจุภัณฑ์ ทางสื่อต่าง ๆ การออกงาน รวมไปถึงการนำบรรจุภัณฑ์ของทางร้าน เข้าไปใช้ในการจัดแสดง การจัดชุดของฝากเป็นต้น สร้างการจดจำและส่งเสริมยอดขายของร้าน นวัตกรรมของไทยเด่นชัดขึ้น

โครงการออกแบบและสร้างระบบงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design System for Coppapar Tree Swirls)	
ผู้รับผิดชอบ: นาย อ. ศิวะสิทธิ์	วันที่จัดทำ: ๒๕๖๐-๒๕๖๑
ทีมที่ปรึกษา: ทีมงานออกแบบ	วันที่จัดทำ: ๒๕๖๐-๒๕๖๑
เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของคณะผู้จัดทำ	

4. Marketing Mix Strategies

ภาพที่ 58 แสดงถึงส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนมเค้กเปียก ขนาด 1.5x1.5

เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต

ขนมประเภทคุกกี้โต

คุกกี้ช็อคโกแลต / คุกกี้ช็อคโกแลต / คุกกี้ช็อคโกแลต

Design Requirement

Context
 คุกกี้ช็อคโกแลต เป็นขนมที่ได้รับความนิยมสูง มีรสชาติอร่อยและนุ่มลิ้น จึงเป็นที่นิยตรับประทานกันมากที่สุด สำหรับการทำขนมช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยม มีหลายรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น คุกกี้ช็อคโกแลต คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ผลไม้ และ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ครีม

Concept
 คุกกี้ช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยมสูง มีรสชาติอร่อยและนุ่มลิ้น จึงเป็นที่นิยตรับประทานกันมากที่สุด สำหรับการทำขนมช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยม มีหลายรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น คุกกี้ช็อคโกแลต คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ผลไม้ และ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ครีม

Production
 คุกกี้ช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยมสูง มีรสชาติอร่อยและนุ่มลิ้น จึงเป็นที่นิยตรับประทานกันมากที่สุด สำหรับการทำขนมช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยม มีหลายรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น คุกกี้ช็อคโกแลต คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ผลไม้ และ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ครีม

ขนมเค้กเปียก ขนาด 3x3

เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต / เค้กช็อคโกแลต

5. แสดงลักษณะทางกายภาพ และ Design Requirement

Packaging Design System for Applesauce Bread

ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมเค้กเปียก	ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมเค้กเปียก
ชื่อแบรนด์: ขนมเค้กเปียก	ชื่อแบรนด์: ขนมเค้กเปียก
ชื่อผู้ประกอบการ: ขนมเค้กเปียก	ชื่อผู้ประกอบการ: ขนมเค้กเปียก

ภาพที่ 59 แสดงลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

ขนมปังกรอบ

ขนมปังกรอบ / ขนมปังกรอบ

ขนมปังกรอบรสช็อคโกแลต

ขนมปังกรอบรสช็อคโกแลต / ขนมปังกรอบรสช็อคโกแลต

Design Requirement

Context
 ขนมปังกรอบ เป็นขนมที่ได้รับความนิยมสูง มีรสชาติอร่อยและนุ่มลิ้น จึงเป็นที่นิยตรับประทานกันมากที่สุด สำหรับการทำขนมช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยม มีหลายรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น คุกกี้ช็อคโกแลต คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ผลไม้ และ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ครีม

Concept
 ขนมปังกรอบที่ได้รับความนิยมสูง มีรสชาติอร่อยและนุ่มลิ้น จึงเป็นที่นิยตรับประทานกันมากที่สุด สำหรับการทำขนมช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยม มีหลายรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น คุกกี้ช็อคโกแลต คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ผลไม้ และ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ครีม

Production
 ขนมปังกรอบที่ได้รับความนิยมสูง มีรสชาติอร่อยและนุ่มลิ้น จึงเป็นที่นิยตรับประทานกันมากที่สุด สำหรับการทำขนมช็อคโกแลตที่ได้รับความนิยม มีหลายรูปแบบและรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น คุกกี้ช็อคโกแลต คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ผลไม้ และ คุกกี้ช็อคโกแลตสอดไส้ครีม

ขนมปังกรอบ

ขนมปังกรอบ / ขนมปังกรอบ / ขนมปังกรอบ

ขนมปังกรอบรสช็อคโกแลต

ขนมปังกรอบรสช็อคโกแลต / ขนมปังกรอบรสช็อคโกแลต

6. แสดงลักษณะทางกายภาพ และ Design Requirement

Packaging Design System for Applesauce Bread

ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมเค้กเปียก	ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมเค้กเปียก
ชื่อแบรนด์: ขนมเค้กเปียก	ชื่อแบรนด์: ขนมเค้กเปียก
ชื่อผู้ประกอบการ: ขนมเค้กเปียก	ชื่อผู้ประกอบการ: ขนมเค้กเปียก

ภาพที่ 60 แสดง Design Requirement ของผลิตภัณฑ์โดยแยกตามประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเสี่ยง (Strength)

1. มีชื่อเสียงของตราพระนเรศวร ที่จัดอันดับสำหรับอาหารหรือขนมทำครัว มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านขนมทำขนมมาเกิน 30 ปี
2. คุณภาพของขนมเป็นแบบไทยชาวจีน ที่หากทำเองยากแล้วในปัจจุบัน มีผู้ผลิตขนมที่ทำสามารถผลิตได้
3. มีการพัฒนาด้านคุณภาพสินค้า เช่น การคิดค้นขนมทำขนมไทยขึ้น การบริการหลากหลายให้ทันสมัยผลิตภัณฑ์แตกต่างกับร้านอื่นๆ

จุดอ่อน (Weakness)

1. กลุ่มตลาดผู้คนที่ทำขนมอยู่ในชุมชนของผู้จัดตั้งและในทำเลที่ตั้งของร้านยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ของตลาดมากมิก คนรุ่นใหม่ที่สนใจ ยังไม่ใส่ใจกับไทยชาวจีน
2. ปัจจุบันมีผู้ผลิตขนมที่ทำขนมไทยชาวจีนมีมากขึ้นทำให้ขนมของแบรนด์ที่ตนกำลังทำขาดความแตกต่าง ทำให้ถูกมองว่าเป็นขนมธรรมดาสามัญ
3. แผนการขายออนไลน์มีการแข่งขันที่สูง ในประเทศไทยคนปรารถนาให้ธุรกิจของตนแข่งขันได้โดย

โอกาสทางการค้า

1. ยังมีร้านอาหารตราสินค้า ที่มีคุณภาพขนมไทยชาวจีน มาสร้างเป็นเอกลักษณ์หรือจุดขายของแบรนด์ตัวเอง เป็นโอกาสที่แบรนด์จะเพิ่มยอดขายผู้บริโภค
2. กระแสในการกลับมานิยมของไทยมีมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้บริโภคสนใจกลับมาซื้อสินค้าที่ทำจากในประเทศ รวมถึงทรัพย์สินไทยมากขึ้น

อุปสรรค (Threat)

1. ทัศนคติของชุมชนที่คิดว่าสินค้าของขนมไทยชาวจีนเป็นขนมที่ทานแล้วอ้วน จึงต้องได้เวลาของขนมที่อร่อยอย่างอื่นไปเสียหน่อย
2. การรับเอาวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามามากขึ้น ทำให้มีผลกระทบไปถึงวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไทยตามไปด้วย ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการบริโภคขนมชนิดอื่นที่เข้าถึงได้ในประเทศและต่างประเทศ

7. SWOT ANALYSIS

Packaging Design System for (Appetite) (T&B) Savories	
ชื่อผลิตภัณฑ์ และ ประเภทสินค้า	ชนิดของผลิตภัณฑ์
วัตถุประสงค์ของการออกแบบ	วัตถุประสงค์ของการออกแบบ
ชื่อลูกค้า/แบรนด์/ชื่อผู้ประกอบการ	

ภาพที่ 61 แสดง SWOT ANALYSIS ของผลิตภัณฑ์ในโครงการ

กลุ่มเป้าหมายเดิม 30% ผู้หญิงวัยกลางคน อายุประมาณ 40-55 ปี ระดับฐานะ 8 อันโม่



life style ใช้ชีวิตเรียบง่าย สนุกสนาน เป็นคนเห็นอกเห็นใจสังคมไทย พิถีพิถัน รักครอบครัว คัดสรรงานสิ่งที่ดี มีคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมายใหม่ 70% คนรุ่นใหม่วัยทำงาน ระดับฐานะ 6-8 อันโม่ อายุ ตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีอาชีพการงานมั่นคง



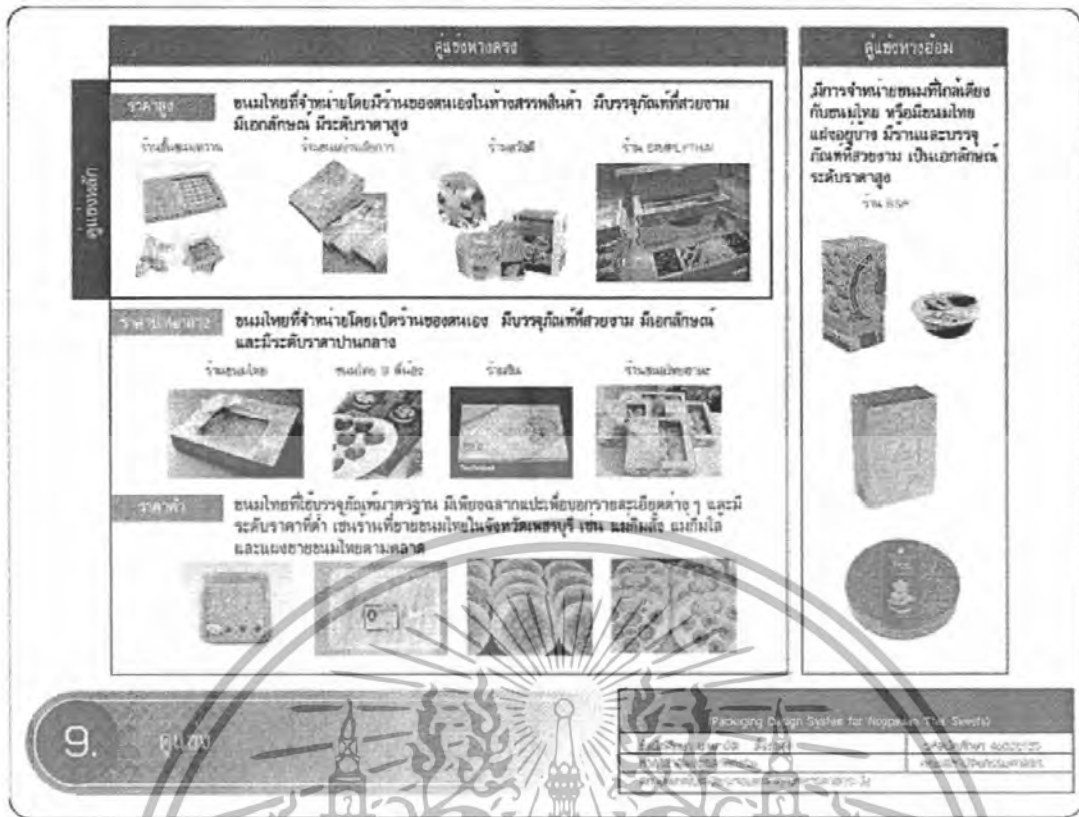
life style มีชีวิตที่เร่งรีบยุ่งๆ สนุกสนาน รักความเป็นไทย ชื่นชอบในงานที่สนุก ช่างมีฝีมือ ชอบการโม้ถึงของตัวเอง ความพิเศษ แดงตา แดงตาแดงตาแดง น่ารัก น่ารักน่ารักน่ารัก

8. Target Group

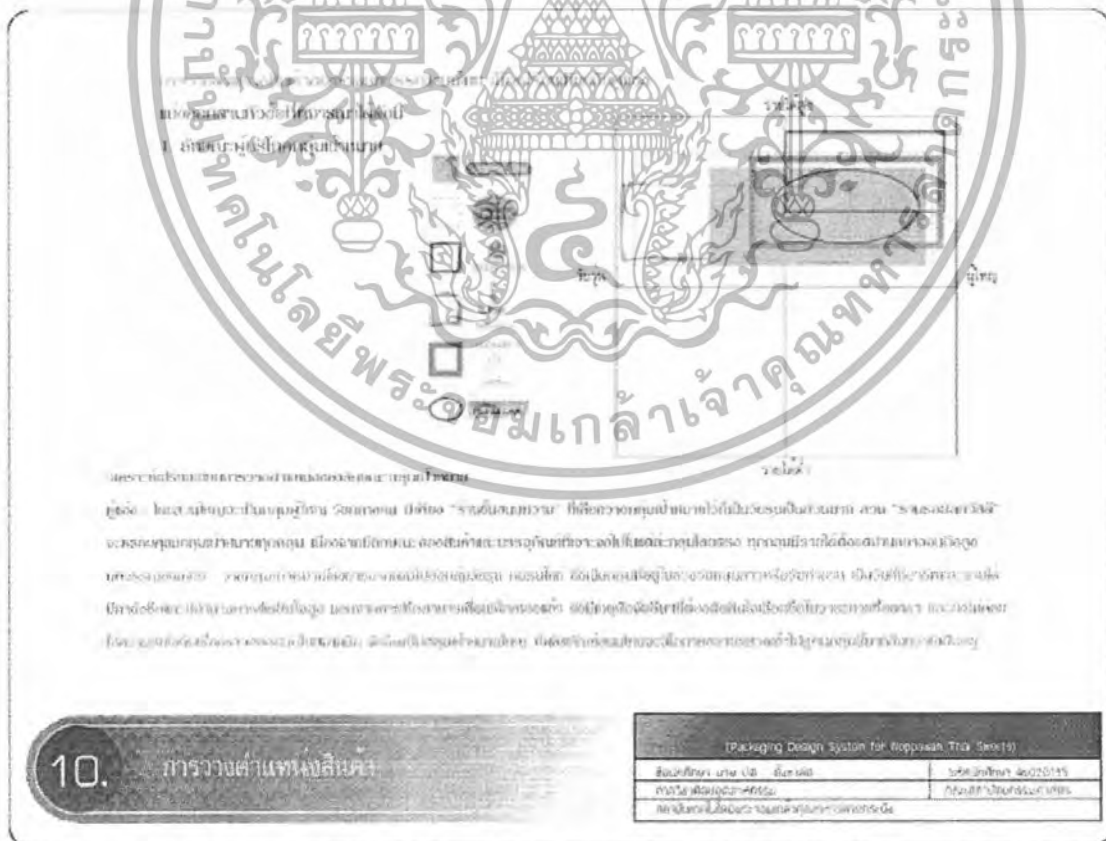
Packaging Design System for (Appetite) (T&B) Savories	
ชื่อผลิตภัณฑ์ และ ประเภทสินค้า	ชนิดของผลิตภัณฑ์
วัตถุประสงค์ของการออกแบบ	วัตถุประสงค์ของการออกแบบ
ชื่อลูกค้า/แบรนด์/ชื่อผู้ประกอบการ	

ภาพที่ 62 แสดงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



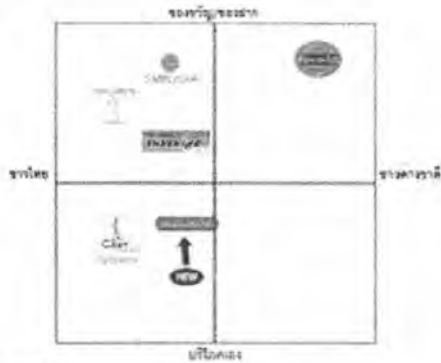
ภาพที่ 63 แสดงคู่แข่งของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 64 แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กระดาษโพลีเอสเตอร์



วิเคราะห์ปริมาณที่กระดาษโพลีเอสเตอร์

ผู้ซื้อ : โดยทั่วไปผู้ซื้อกระดาษโพลีเอสเตอร์ อาจสนใจในการซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ มากกว่าที่จะซื้อสินค้าของ "ดีทิว" "รับเงินชดเชย" สินค้าที่ราคาถูกหรือที่ซื้อของราคาถูกกว่า ส่วนรับ "กระดาษโพลีเอสเตอร์" เป็นที่นิยมมากที่สุดเพราะกระดาษโพลีเอสเตอร์ ที่ใช้มีคุณภาพดีไม่เหมือนกับกระดาษโพลีเอสเตอร์ราคาถูก

กระดาษโพลีเอสเตอร์ : กระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตจากกระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตในประเทศจีนมีราคาถูกกว่ากระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตจากกระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตจากกระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตในประเทศจีน

11.

การวางตำแหน่งสินค้า

Packaging Design System for Newspaper 'The Siam'	
ชื่อวิชา/รายวิชา : 5000000000	ชื่อผู้จัดทำ : 5000000000
ชื่อผู้จัดทำ : 5000000000	ชื่อผู้จัดทำ : 5000000000

ภาพที่ 65 แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องวาระโอกาสในการซื้อ

3. กระดาษโพลีเอสเตอร์



วิเคราะห์ปริมาณที่กระดาษโพลีเอสเตอร์

ผู้ซื้อ : โดยทั่วไปผู้ซื้อกระดาษโพลีเอสเตอร์ อาจสนใจในการซื้อสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ มากกว่าที่จะซื้อสินค้าของ "ดีทิว" "รับเงินชดเชย" สินค้าที่ราคาถูกหรือที่ซื้อของราคาถูกกว่า ส่วนรับ "กระดาษโพลีเอสเตอร์" เป็นที่นิยมมากที่สุดเพราะกระดาษโพลีเอสเตอร์ ที่ใช้มีคุณภาพดีไม่เหมือนกับกระดาษโพลีเอสเตอร์ราคาถูก

กระดาษโพลีเอสเตอร์ : กระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตจากกระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตในประเทศจีนมีราคาถูกกว่ากระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตจากกระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตจากกระดาษโพลีเอสเตอร์ที่ผลิตในประเทศจีน

12.

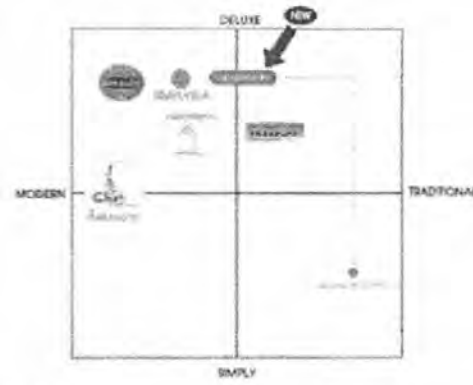
การวางตำแหน่งสินค้า

Packaging Design System for Newspaper 'The Siam'	
ชื่อวิชา/รายวิชา : 5000000000	ชื่อผู้จัดทำ : 5000000000
ชื่อผู้จัดทำ : 5000000000	ชื่อผู้จัดทำ : 5000000000

ภาพที่ 66 แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องลักษณะผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์



วิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์

จุดแข็ง : โฉมหน้าผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตามลักษณะที่เป็นที่นิยมในระดับสินค้า 500 และได้รับความนิยมในหมู่คนไทย มีโอกาสทางการตลาดที่ค่อนข้างดีเนื่องจากมีคู่แข่งน้อย
 จุดอ่อน : โฉมหน้าผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตามลักษณะที่เป็นที่นิยมในระดับสินค้า 500 และได้รับความนิยมในหมู่คนไทย มีโอกาสทางการตลาดที่ค่อนข้างดีเนื่องจากมีคู่แข่งน้อย
 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ : บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้ดูทันสมัยและดูดี มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสามารถใช้ได้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆได้

13.

การวางตำแหน่งสินค้า

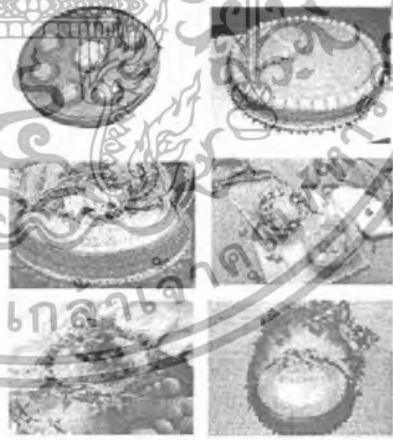
(Packaging Design Cycle for Nopparat Thai Sweets)	
ผู้จัดทำ: นางสาว น. น.	วันที่จัดทำ: ๑๕/๐๓/๒๕๖๕
สาขาวิชา: ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์	คณะ: คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	

ภาพที่ 67 แสดงการวางตำแหน่งสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในเรื่องภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หวานแบบโบราณของไทย
 ผลิตภัณฑ์รสเปรี้ยว (รสผลไม้รสเปรี้ยว) และรส
 สดชื่นแบบรสเปรี้ยว



บุคลิกภาพของแบรนด์
 หนึ่งใจซาวร์ที่มาจากใจอันเมื่อง แสงตะวันมีฐาน
 เจ้ากินเขลาคะขี้ ไข่สดตัว เป็นที่นออง คนรุ่นใหม่
 อายใจเขาตา



แบรนด์สินค้าของแบรนด์นี้ จุดนี้คือการออกแบบที่เน้นความ
 พิถีพิถัน ปกติของสินค้าแต่ละชนิด เช่น การปรุงรสและส่วนผสม
 ของกรรมวิธีดั้งเดิม การตั้งชื่อให้ดูเป็นเอกลักษณ์ และใช้
 พ้องเสียงใช้ภาษาถิ่นและคำขวัญ โฉมนั้นจะด้วยรสชาติ

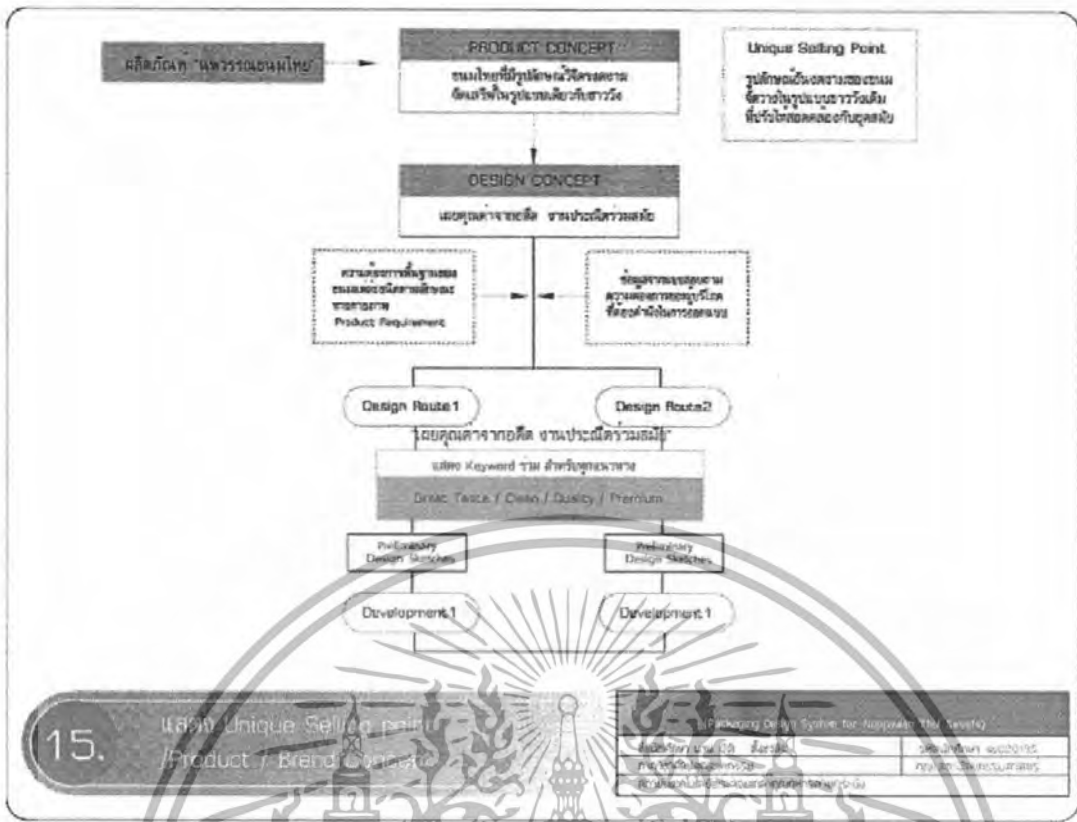
14.

แสดงเอกลักษณ์และบุคลิกภาพของตราสินค้า

(Packaging Design Cycle for Nopparat Thai Sweets)	
ผู้จัดทำ: นางสาว น. น.	วันที่จัดทำ: ๑๕/๐๓/๒๕๖๕
สาขาวิชา: ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์	คณะ: คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	

ภาพที่ 68 วิเคราะห์หาเอกลักษณ์ บุคลิกภาพของตราสินค้า เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 69 แผนภาพแสดงกระบวนการทางความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เมื่อได้แนวคิดหลักแล้ว ขั้นตอนถัดมาคือการหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถ Design Route 1 ได้จากแนวคิด

Design Route 1

Model Box Design Route 1

Design Route 2

Model Box Design Route 2

แสดงคุณค่าด้านศิลปะการตกแต่งอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวจีน และสอดรับความคึกคักในพิธี เติบโตในกาพย์ของชาวจีนโบราณ สีสวยงามที่รูปลักษณ์ภายนอก และรสชาติที่อร่อย

Keyword ที่ใช้ร่วมกับทุก Design Route

1. Great Taste แสดงถึงความพรีเมียมที่ประชาชน ไตรราชกิจของยุคปัจจุบัน
2. Chinese แสดงถึง ความคึกคักในพิธีของชาวจีนและเป็นสัญลักษณ์ของชาวจีนในการผลิต
3. Quality แสดงถึงคุณภาพชั้นสูงของชาวจีน เป็นลักษณะที่ดี เมื่อเทียบกับชาวจีนอื่น ๆ
4. Premium แสดงให้เห็นว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงในระดับสูงที่สุด


16. Design Route

(Packaging Design System for Appropriate Tea Variety)	
ผู้จัดทำ: อภิญญา นิลศิริ	ปีการศึกษา: ๒๕๖๒/๒๕๖๓
ที่ปรึกษา: อ.ดร.ศุภมาส งามนวล	หน่วยงาน: วิทยาลัยการอาชีพ
สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาได้	











ภาพที่ 70 แสดงที่มาของแนวความคิดในการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โลโก้เดิม
ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ที่ต้องคงไว้ดังนี้



1. รูปสมเด็จเจ้ามงกุฏ ที่แสดงถึง ความเป็นชนเผ่าไทยในระดับสูงสุด
2. ศูพรชวยไทย ที่แสดงถึง ความศรัทธาอันประณีตอันหมาย
3. ศำวักพราตึงของเอกอัยของมูลนิธิ อนุญาติให้ขอแนค นพรววดอย่างเท็ดความกระตือ

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 
6. 
7. 
8. 
9. 
10. 

สิ่งชี้แจงเพิ่มเติม	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ	อันดับ
1. รูปสมเด็จเจ้ามงกุฏ ที่แสดงถึง ความเป็นชนเผ่าไทยในระดับสูงสุด	1	2	3	4	5	6	7
2. ศูพรชวยไทย ที่แสดงถึง ความศรัทธาอันประณีตอันหมาย	1	2	3	4	5	6	7
3. ศำวักพราตึงของเอกอัยของมูลนิธิ อนุญาติให้ขอแนค นพรววดอย่างเท็ดความกระตือ	1	2	3	4	5	6	7
รวม	3	4	5	6	7	8	9

17. Logo Design

(Packaging Design System for Topowin Thai Sweets)

ชื่อโครงการ/แบบ/ปี	ชื่ออาจารย์/ผู้ควบคุม
ชื่อวิชา/ชื่อรายวิชา/ชื่อสอน	ชื่อสถาบัน/ชื่อมหาวิทยาลัย
วันที่ส่งงาน/วันที่ประเมิน/ชื่อผู้ประเมิน	

ภาพที่ 71 แสดงขั้นตอนพัฒนาการออกแบบโลโก้ของตราสินค้า

จากภาพจะเห็นได้ว่า ขั้นตอนพัฒนาการออกแบบตราสินค้าของตราสินค้า 10 ชิ้นเป็นแบบใช้เนื้อเดียวกันแล้วด้วย ๑๑ ๑๒ ๑๓ ๑๔ ๑๕ ๑๖ ๑๗ ๑๘ ๑๙ ๒๐ ๒๑ ๒๒ ๒๓ ๒๔ ๒๕ ๒๖ ๒๗ ๒๘ ๒๙ ๓๐ ๓๑ ๓๒ ๓๓ ๓๔ ๓๕ ๓๖ ๓๗ ๓๘ ๓๙ ๔๐ ๔๑ ๔๒ ๔๓ ๔๔ ๔๕ ๔๖ ๔๗ ๔๘ ๔๙ ๕๐ ๕๑ ๕๒ ๕๓ ๕๔ ๕๕ ๕๖ ๕๗ ๕๘ ๕๙ ๖๐ ๖๑ ๖๒ ๖๓ ๖๔ ๖๕ ๖๖ ๖๗ ๖๘ ๖๙ ๗๐ ๗๑ ๗๒ ๗๓ ๗๔ ๗๕ ๗๖ ๗๗ ๗๘ ๗๙ ๘๐ ๘๑ ๘๒ ๘๓ ๘๔ ๘๕ ๘๖ ๘๗ ๘๘ ๘๙ ๙๐ ๙๑ ๙๒ ๙๓ ๙๔ ๙๕ ๙๖ ๙๗ ๙๘ ๙๙ ๑๐๐ ๑๐๑ ๑๐๒ ๑๐๓ ๑๐๔ ๑๐๕ ๑๐๖ ๑๐๗ ๑๐๘ ๑๐๙ ๑๑๐ ๑๑๑ ๑๑๒ ๑๑๓ ๑๑๔ ๑๑๕ ๑๑๖ ๑๑๗ ๑๑๘ ๑๑๙ ๑๒๐ ๑๒๑ ๑๒๒ ๑๒๓ ๑๒๔ ๑๒๕ ๑๒๖ ๑๒๗ ๑๒๘ ๑๒๙ ๑๓๐ ๑๓๑ ๑๓๒ ๑๓๓ ๑๓๔ ๑๓๕ ๑๓๖ ๑๓๗ ๑๓๘ ๑๓๙ ๑๔๐ ๑๔๑ ๑๔๒ ๑๔๓ ๑๔๔ ๑๔๕ ๑๔๖ ๑๔๗ ๑๔๘ ๑๔๙ ๑๕๐ ๑๕๑ ๑๕๒ ๑๕๓ ๑๕๔ ๑๕๕ ๑๕๖ ๑๕๗ ๑๕๘ ๑๕๙ ๑๖๐ ๑๖๑ ๑๖๒ ๑๖๓ ๑๖๔ ๑๖๕ ๑๖๖ ๑๖๗ ๑๖๘ ๑๖๙ ๑๗๐ ๑๗๑ ๑๗๒ ๑๗๓ ๑๗๔ ๑๗๕ ๑๗๖ ๑๗๗ ๑๗๘ ๑๗๙ ๑๘๐ ๑๘๑ ๑๘๒ ๑๘๓ ๑๘๔ ๑๘๕ ๑๘๖ ๑๘๗ ๑๘๘ ๑๘๙ ๑๙๐ ๑๙๑ ๑๙๒ ๑๙๓ ๑๙๔ ๑๙๕ ๑๙๖ ๑๙๗ ๑๙๘ ๑๙๙ ๒๐๐ ๒๐๑ ๒๐๒ ๒๐๓ ๒๐๔ ๒๐๕ ๒๐๖ ๒๐๗ ๒๐๘ ๒๐๙ ๒๑๐ ๒๑๑ ๒๑๒ ๒๑๓ ๒๑๔ ๒๑๕ ๒๑๖ ๒๑๗ ๒๑๘ ๒๑๙ ๒๒๐ ๒๒๑ ๒๒๒ ๒๒๓ ๒๒๔ ๒๒๕ ๒๒๖ ๒๒๗ ๒๒๘ ๒๒๙ ๒๓๐ ๒๓๑ ๒๓๒ ๒๓๓ ๒๓๔ ๒๓๕ ๒๓๖ ๒๓๗ ๒๓๘ ๒๓๙ ๒๔๐ ๒๔๑ ๒๔๒ ๒๔๓ ๒๔๔ ๒๔๕ ๒๔๖ ๒๔๗ ๒๔๘ ๒๔๙ ๒๕๐ ๒๕๑ ๒๕๒ ๒๕๓ ๒๕๔ ๒๕๕ ๒๕๖ ๒๕๗ ๒๕๘ ๒๕๙ ๒๖๐ ๒๖๑ ๒๖๒ ๒๖๓ ๒๖๔ ๒๖๕ ๒๖๖ ๒๖๗ ๒๖๘ ๒๖๙ ๒๗๐ ๒๗๑ ๒๗๒ ๒๗๓ ๒๗๔ ๒๗๕ ๒๗๖ ๒๗๗ ๒๗๘ ๒๗๙ ๒๘๐ ๒๘๑ ๒๘๒ ๒๘๓ ๒๘๔ ๒๘๕ ๒๘๖ ๒๘๗ ๒๘๘ ๒๘๙ ๒๙๐ ๒๙๑ ๒๙๒ ๒๙๓ ๒๙๔ ๒๙๕ ๒๙๖ ๒๙๗ ๒๙๘ ๒๙๙ ๓๐๐ ๓๐๑ ๓๐๒ ๓๐๓ ๓๐๔ ๓๐๕ ๓๐๖ ๓๐๗ ๓๐๘ ๓๐๙ ๓๑๐ ๓๑๑ ๓๑๒ ๓๑๓ ๓๑๔ ๓๑๕ ๓๑๖ ๓๑๗ ๓๑๘ ๓๑๙ ๓๒๐ ๓๒๑ ๓๒๒ ๓๒๓ ๓๒๔ ๓๒๕ ๓๒๖ ๓๒๗ ๓๒๘ ๓๒๙ ๓๓๐ ๓๓๑ ๓๓๒ ๓๓๓ ๓๓๔ ๓๓๕ ๓๓๖ ๓๓๗ ๓๓๘ ๓๓๙ ๓๔๐ ๓๔๑ ๓๔๒ ๓๔๓ ๓๔๔ ๓๔๕ ๓๔๖ ๓๔๗ ๓๔๘ ๓๔๙ ๓๕๐ ๓๕๑ ๓๕๒ ๓๕๓ ๓๕๔ ๓๕๕ ๓๕๖ ๓๕๗ ๓๕๘ ๓๕๙ ๓๖๐ ๓๖๑ ๓๖๒ ๓๖๓ ๓๖๔ ๓๖๕ ๓๖๖ ๓๖๗ ๓๖๘ ๓๖๙ ๓๗๐ ๓๗๑ ๓๗๒ ๓๗๓ ๓๗๔ ๓๗๕ ๓๗๖ ๓๗๗ ๓๗๘ ๓๗๙ ๓๘๐ ๓๘๑ ๓๘๒ ๓๘๓ ๓๘๔ ๓๘๕ ๓๘๖ ๓๘๗ ๓๘๘ ๓๘๙ ๓๙๐ ๓๙๑ ๓๙๒ ๓๙๓ ๓๙๔ ๓๙๕ ๓๙๖ ๓๙๗ ๓๙๘ ๓๙๙ ๔๐๐ ๔๐๑ ๔๐๒ ๔๐๓ ๔๐๔ ๔๐๕ ๔๐๖ ๔๐๗ ๔๐๘ ๔๐๙ ๔๑๐ ๔๑๑ ๔๑๒ ๔๑๓ ๔๑๔ ๔๑๕ ๔๑๖ ๔๑๗ ๔๑๘ ๔๑๙ ๔๒๐ ๔๒๑ ๔๒๒ ๔๒๓ ๔๒๔ ๔๒๕ ๔๒๖ ๔๒๗ ๔๒๘ ๔๒๙ ๔๓๐ ๔๓๑ ๔๓๒ ๔๓๓ ๔๓๔ ๔๓๕ ๔๓๖ ๔๓๗ ๔๓๘ ๔๓๙ ๔๔๐ ๔๔๑ ๔๔๒ ๔๔๓ ๔๔๔ ๔๔๕ ๔๔๖ ๔๔๗ ๔๔๘ ๔๔๙ ๔๕๐ ๔๕๑ ๔๕๒ ๔๕๓ ๔๕๔ ๔๕๕ ๔๕๖ ๔๕๗ ๔๕๘ ๔๕๙ ๔๖๐ ๔๖๑ ๔๖๒ ๔๖๓ ๔๖๔ ๔๖๕ ๔๖๖ ๔๖๗ ๔๖๘ ๔๖๙ ๔๗๐ ๔๗๑ ๔๗๒ ๔๗๓ ๔๗๔ ๔๗๕ ๔๗๖ ๔๗๗ ๔๗๘ ๔๗๙ ๔๘๐ ๔๘๑ ๔๘๒ ๔๘๓ ๔๘๔ ๔๘๕ ๔๘๖ ๔๘๗ ๔๘๘ ๔๘๙ ๔๙๐ ๔๙๑ ๔๙๒ ๔๙๓ ๔๙๔ ๔๙๕ ๔๙๖ ๔๙๗ ๔๙๘ ๔๙๙ ๕๐๐ ๕๐๑ ๕๐๒ ๕๐๓ ๕๐๔ ๕๐๕ ๕๐๖ ๕๐๗ ๕๐๘ ๕๐๙ ๕๑๐ ๕๑๑ ๕๑๒ ๕๑๓ ๕๑๔ ๕๑๕ ๕๑๖ ๕๑๗ ๕๑๘ ๕๑๙ ๕๒๐ ๕๒๑ ๕๒๒ ๕๒๓ ๕๒๔ ๕๒๕ ๕๒๖ ๕๒๗ ๕๒๘ ๕๒๙ ๕๓๐ ๕๓๑ ๕๓๒ ๕๓๓ ๕๓๔ ๕๓๕ ๕๓๖ ๕๓๗ ๕๓๘ ๕๓๙ ๕๔๐ ๕๔๑ ๕๔๒ ๕๔๓ ๕๔๔ ๕๔๕ ๕๔๖ ๕๔๗ ๕๔๘ ๕๔๙ ๕๕๐ ๕๕๑ ๕๕๒ ๕๕๓ ๕๕๔ ๕๕๕ ๕๕๖ ๕๕๗ ๕๕๘ ๕๕๙ ๕๖๐ ๕๖๑ ๕๖๒ ๕๖๓ ๕๖๔ ๕๖๕ ๕๖๖ ๕๖๗ ๕๖๘ ๕๖๙ ๕๗๐ ๕๗๑ ๕๗๒ ๕๗๓ ๕๗๔ ๕๗๕ ๕๗๖ ๕๗๗ ๕๗๘ ๕๗๙ ๕๘๐ ๕๘๑ ๕๘๒ ๕๘๓ ๕๘๔ ๕๘๕ ๕๘๖ ๕๘๗ ๕๘๘ ๕๘๙ ๕๙๐ ๕๙๑ ๕๙๒ ๕๙๓ ๕๙๔ ๕๙๕ ๕๙๖ ๕๙๗ ๕๙๘ ๕๙๙ ๖๐๐ ๖๐๑ ๖๐๒ ๖๐๓ ๖๐๔ ๖๐๕ ๖๐๖ ๖๐๗ ๖๐๘ ๖๐๙ ๖๑๐ ๖๑๑ ๖๑๒ ๖๑๓ ๖๑๔ ๖๑๕ ๖๑๖ ๖๑๗ ๖๑๘ ๖๑๙ ๖๒๐ ๖๒๑ ๖๒๒ ๖๒๓ ๖๒๔ ๖๒๕ ๖๒๖ ๖๒๗ ๖๒๘ ๖๒๙ ๖๓๐ ๖๓๑ ๖๓๒ ๖๓๓ ๖๓๔ ๖๓๕ ๖๓๖ ๖๓๗ ๖๓๘ ๖๓๙ ๖๔๐ ๖๔๑ ๖๔๒ ๖๔๓ ๖๔๔ ๖๔๕ ๖๔๖ ๖๔๗ ๖๔๘ ๖๔๙ ๖๕๐ ๖๕๑ ๖๕๒ ๖๕๓ ๖๕๔ ๖๕๕ ๖๕๖ ๖๕๗ ๖๕๘ ๖๕๙ ๖๖๐ ๖๖๑ ๖๖๒ ๖๖๓ ๖๖๔ ๖๖๕ ๖๖๖ ๖๖๗ ๖๖๘ ๖๖๙ ๖๗๐ ๖๗๑ ๖๗๒ ๖๗๓ ๖๗๔ ๖๗๕ ๖๗๖ ๖๗๗ ๖๗๘ ๖๗๙ ๖๘๐ ๖๘๑ ๖๘๒ ๖๘๓ ๖๘๔ ๖๘๕ ๖๘๖ ๖๘๗ ๖๘๘ ๖๘๙ ๖๙๐ ๖๙๑ ๖๙๒ ๖๙๓ ๖๙๔ ๖๙๕ ๖๙๖ ๖๙๗ ๖๙๘ ๖๙๙ ๗๐๐ ๗๐๑ ๗๐๒ ๗๐๓ ๗๐๔ ๗๐๕ ๗๐๖ ๗๐๗ ๗๐๘ ๗๐๙ ๗๑๐ ๗๑๑ ๗๑๒ ๗๑๓ ๗๑๔ ๗๑๕ ๗๑๖ ๗๑๗ ๗๑๘ ๗๑๙ ๗๒๐ ๗๒๑ ๗๒๒ ๗๒๓ ๗๒๔ ๗๒๕ ๗๒๖ ๗๒๗ ๗๒๘ ๗๒๙ ๗๓๐ ๗๓๑ ๗๓๒ ๗๓๓ ๗๓๔ ๗๓๕ ๗๓๖ ๗๓๗ ๗๓๘ ๗๓๙ ๗๔๐ ๗๔๑ ๗๔๒ ๗๔๓ ๗๔๔ ๗๔๕ ๗๔๖ ๗๔๗ ๗๔๘ ๗๔๙ ๗๕๐ ๗๕๑ ๗๕๒ ๗๕๓ ๗๕๔ ๗๕๕ ๗๕๖ ๗๕๗ ๗๕๘ ๗๕๙ ๗๖๐ ๗๖๑ ๗๖๒ ๗๖๓ ๗๖๔ ๗๖๕ ๗๖๖ ๗๖๗ ๗๖๘ ๗๖๙ ๗๗๐ ๗๗๑ ๗๗๒ ๗๗๓ ๗๗๔ ๗๗๕ ๗๗๖ ๗๗๗ ๗๗๘ ๗๗๙ ๗๘๐ ๗๘๑ ๗๘๒ ๗๘๓ ๗๘๔ ๗๘๕ ๗๘๖ ๗๘๗ ๗๘๘ ๗๘๙ ๗๙๐ ๗๙๑ ๗๙๒ ๗๙๓ ๗๙๔ ๗๙๕ ๗๙๖ ๗๙๗ ๗๙๘ ๗๙๙ ๘๐๐ ๘๐๑ ๘๐๒ ๘๐๓ ๘๐๔ ๘๐๕ ๘๐๖ ๘๐๗ ๘๐๘ ๘๐๙ ๘๑๐ ๘๑๑ ๘๑๒ ๘๑๓ ๘๑๔ ๘๑๕ ๘๑๖ ๘๑๗ ๘๑๘ ๘๑๙ ๘๒๐ ๘๒๑ ๘๒๒ ๘๒๓ ๘๒๔ ๘๒๕ ๘๒๖ ๘๒๗ ๘๒๘ ๘๒๙ ๘๓๐ ๘๓๑ ๘๓๒ ๘๓๓ ๘๓๔ ๘๓๕ ๘๓๖ ๘๓๗ ๘๓๘ ๘๓๙ ๘๔๐ ๘๔๑ ๘๔๒ ๘๔๓ ๘๔๔ ๘๔๕ ๘๔๖ ๘๔๗ ๘๔๘ ๘๔๙ ๘๕๐ ๘๕๑ ๘๕๒ ๘๕๓ ๘๕๔ ๘๕๕ ๘๕๖ ๘๕๗ ๘๕๘ ๘๕๙ ๘๖๐ ๘๖๑ ๘๖๒ ๘๖๓ ๘๖๔ ๘๖๕ ๘๖๖ ๘๖๗ ๘๖๘ ๘๖๙ ๘๗๐ ๘๗๑ ๘๗๒ ๘๗๓ ๘๗๔ ๘๗๕ ๘๗๖ ๘๗๗ ๘๗๘ ๘๗๙ ๘๘๐ ๘๘๑ ๘๘๒ ๘๘๓ ๘๘๔ ๘๘๕ ๘๘๖ ๘๘๗ ๘๘๘ ๘๘๙ ๘๙๐ ๘๙๑ ๘๙๒ ๘๙๓ ๘๙๔ ๘๙๕ ๘๙๖ ๘๙๗ ๘๙๘ ๘๙๙ ๙๐๐ ๙๐๑ ๙๐๒ ๙๐๓ ๙๐๔ ๙๐๕ ๙๐๖ ๙๐๗ ๙๐๘ ๙๐๙ ๙๑๐ ๙๑๑ ๙๑๒ ๙๑๓ ๙๑๔ ๙๑๕ ๙๑๖ ๙๑๗ ๙๑๘ ๙๑๙ ๙๒๐ ๙๒๑ ๙๒๒ ๙๒๓ ๙๒๔ ๙๒๕ ๙๒๖ ๙๒๗ ๙๒๘ ๙๒๙ ๙๓๐ ๙๓๑ ๙๓๒ ๙๓๓ ๙๓๔ ๙๓๕ ๙๓๖ ๙๓๗ ๙๓๘ ๙๓๙ ๙๔๐ ๙๔๑ ๙๔๒ ๙๔๓ ๙๔๔ ๙๔๕ ๙๔๖ ๙๔๗ ๙๔๘ ๙๔๙ ๙๕๐ ๙๕๑ ๙๕๒ ๙๕๓ ๙๕๔ ๙๕๕ ๙๕๖ ๙๕๗ ๙๕๘ ๙๕๙ ๙๖๐ ๙๖๑ ๙๖๒ ๙๖๓ ๙๖๔ ๙๖๕ ๙๖๖ ๙๖๗ ๙๖๘ ๙๖๙ ๙๗๐ ๙๗๑ ๙๗๒ ๙๗๓ ๙๗๔ ๙๗๕ ๙๗๖ ๙๗๗ ๙๗๘ ๙๗๙ ๙๘๐ ๙๘๑ ๙๘๒ ๙๘๓ ๙๘๔ ๙๘๕ ๙๘๖ ๙๘๗ ๙๘๘ ๙๘๙ ๙๙๐ ๙๙๑ ๙๙๒ ๙๙๓ ๙๙๔ ๙๙๕ ๙๙๖ ๙๙๗ ๙๙๘ ๙๙๙ ๑๐๐๐

18. Logo Design Development

(Packaging Design System for Topowin Thai Sweets)

ชื่อโครงการ/แบบ/ปี	ชื่ออาจารย์/ผู้ควบคุม
ชื่อวิชา/ชื่อรายวิชา/ชื่อสอน	ชื่อสถาบัน/ชื่อมหาวิทยาลัย
วันที่ส่งงาน/วันที่ประเมิน/ชื่อผู้ประเมิน	

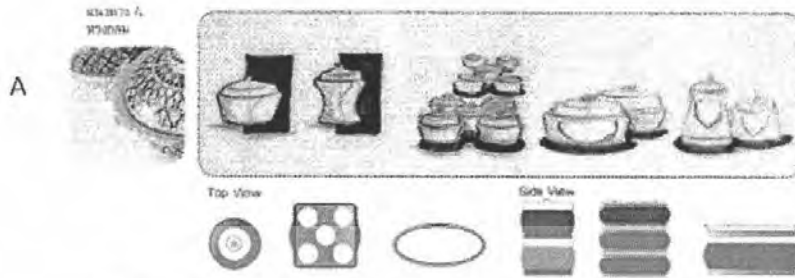
ภาพที่ 72 แสดงการพัฒนาแบบโลโก้ของตราสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Stage 1

- Preliminary Design Sketch (Structure)

Design Point 1: แสดงองค์ความรู้ทางแบบชาววังไม่ว่าจะเป็นการจัดสำรับ ศิลปะตกแต่งภาชนะ การเลือกภาชนะที่หรูหรา สวยงามลงชนิดเฉพาะคำรับชั้นสูงและออกเชิงทางการเกิดด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบชาววังของหลวง ผลิตสรรในสิ่งที่ดีที่สุด



19. Preliminary Design Structure

(Packaging Design System for 'ออกแบบบรรจุภัณฑ์')

ผู้จัดทำ นาย อธิษฐ์ อธิษฐ์	สาขาวิชา ทัศนศิลป์
ผู้ควบคุมโครงงาน อาจารย์ ดร. อธิษฐ์ อธิษฐ์	คณะศิลปกรรมศาสตร์
วิทยาลัยการอาชีพสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี	

ภาพที่ 73 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 1

Stage 1

- Preliminary Design Sketch (Structural)

Design Point 2:

แสดงองค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรม ที่ใช้เอกลักษณ์ของชาวไทย และแสดงองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับประเพณีในการทำของหลวงที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบชาววัง และวัสดุที่นิยม



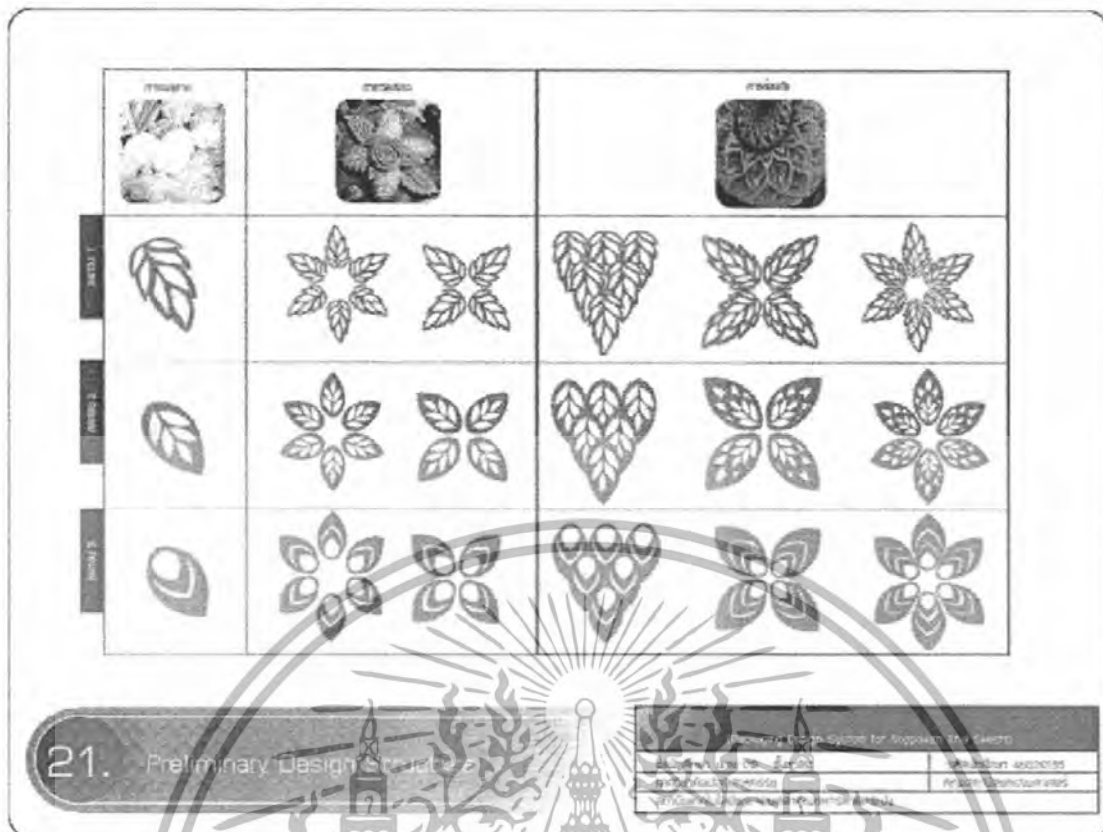
20. Preliminary Design Structure

(Packaging Design System for 'ออกแบบบรรจุภัณฑ์')

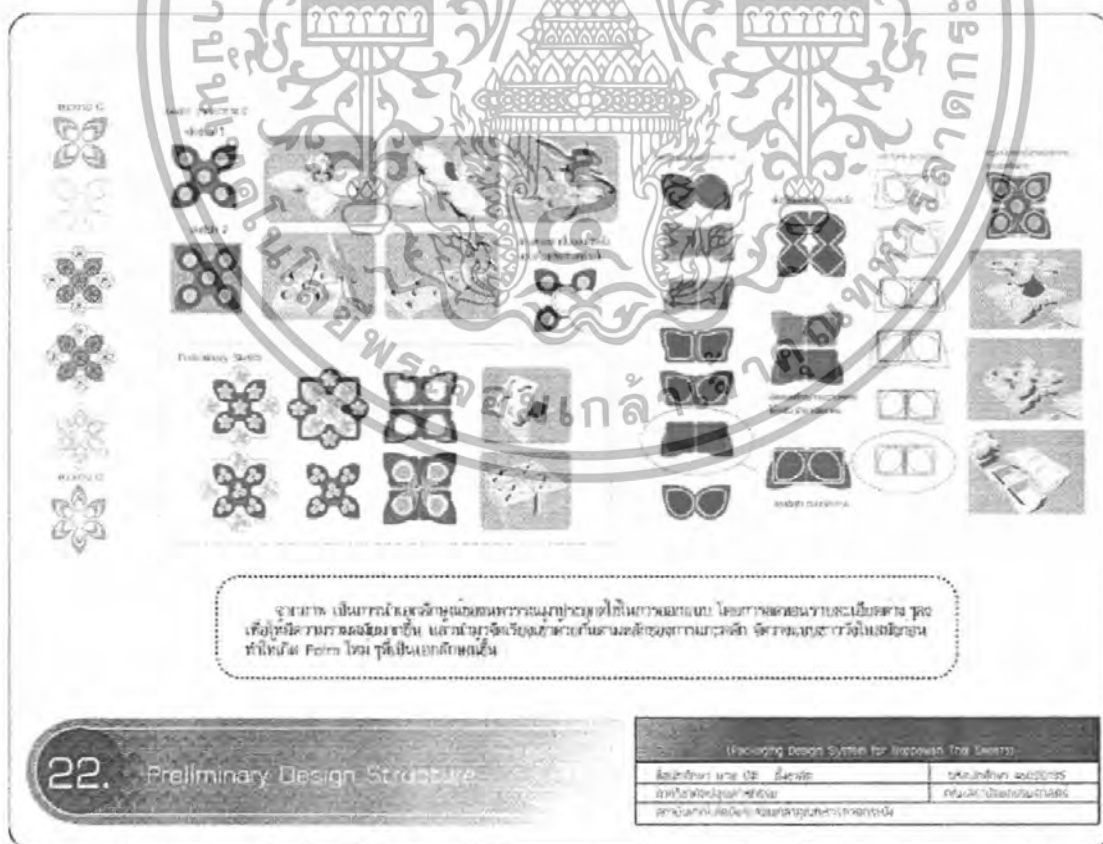
ผู้จัดทำ นาย อธิษฐ์ อธิษฐ์	สาขาวิชา ทัศนศิลป์
ผู้ควบคุมโครงงาน อาจารย์ ดร. อธิษฐ์ อธิษฐ์	คณะศิลปกรรมศาสตร์
วิทยาลัยการอาชีพสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี	

ภาพที่ 74 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

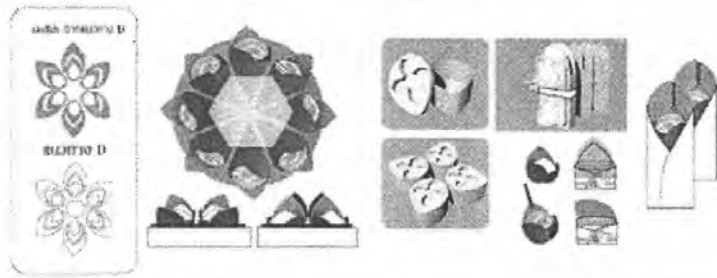


ภาพที่ 75 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2

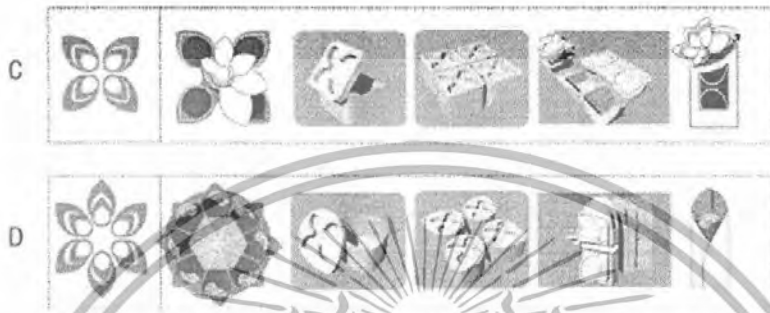


ภาพที่ 76 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



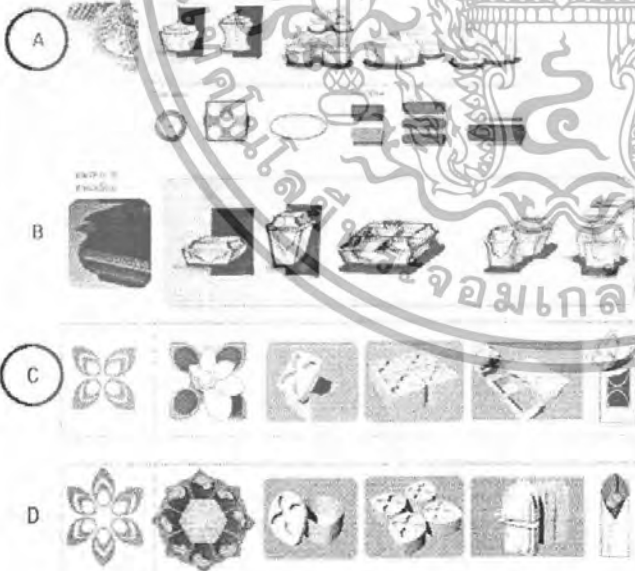
งานวิจัยการวิเคราะห์จากแบบร่างเพื่อเลือก Preliminary Design Sketch เพื่อใช้ยกยอการพัฒนารูปแบบอื่นต่อไป สรุปเป็นตารางดังแสดง



23. Preliminary Design Structure

Packaging Design System for Appaman Thai Sweets		
นักวิจัย นาย ก. น. น. น.	ปี พ.ศ. ๒๕๖๕	หน้า ๑๖ จาก ๑๖
ภาควิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	

ภาพที่ 77 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างที่ 2



โครงสร้างที่นำมาออกแบบใช้จะเน้นรูปแบบที่ง่ายและสะดวกในการใช้งาน โดยเน้นที่ความสะดวกสบายในการพกพา โดย A และ B เน้นที่ความสะดวกในการพกพา และ C และ D เน้นที่ความสวยงาม

Packaging Design System for Appaman Thai Sweets			
นักวิจัย นาย ก. น. น. น.	ปี พ.ศ. ๒๕๖๕	หน้า ๑๗ จาก ๑๗	
ภาควิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี		

24. Preliminary Design Structure

Packaging Design System for Appaman Thai Sweets		
นักวิจัย นาย ก. น. น. น.	ปี พ.ศ. ๒๕๖๕	หน้า ๑๘ จาก ๑๘
ภาควิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	

ภาพที่ 78 แสดงการวิเคราะห์เพื่อเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Graphic Design

- Preliminary Design Sketch (Structure)

Design Route 1: แอ๊ดดาศาพวงศุภรา
แบบชาวไทมากระเป็นการจัดสำรับ ศิลปะตกแต่งบน
ภาชนะ การนำใช้ภาชนะที่หตุทรา สดกลายดอกผลไม้
และสำรับชนเผ่าเผ่าแสดงออกถึงการถือคติคุณ
กรรมวิธีการคิดแบบชาวไทของอาหารชน พืชสัตว์
ในพื้นถิ่นสูง



A



ออกแบบกราฟฟิคโดยนำแบบ
ลวดลายพื้นถิ่นแบบไทย ๆ มา
พื้นผิวของภาชนะ ขอบอกถึงความ
ประณีต วัสดุ รอยพับหรือรอยตะขง ๆ
มาใช้ในการออกแบบ
แนวทาง A เน้นใช้สีจางขาว
เป็นจุดของตัวอักษร ที่ใช้กลอน
กันสาม

25.

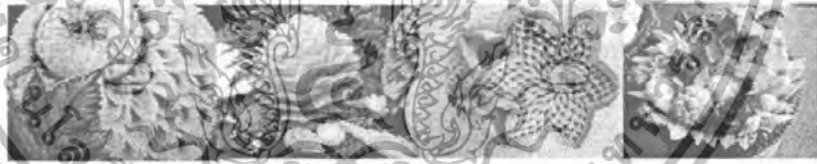
Preliminary Design Graph

(Packaging Design System for Approval Thai Sweets)	
ชื่อผลิตภัณฑ์: คุกกี้	ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมหวาน
ชื่อผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ:	ชื่อผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต:
สามารถใช้งานได้ทั้งในรูปแบบกระดาษและไฟล์ดิจิทัล	

ภาพที่ 79 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์กราฟฟิคที่ 1

Design Route 2

ออกแบบกราฟฟิคและการตกแต่งภาพ ที่เน้นเป็นจุดดึงดูดของบรรจุภัณฑ์และลวดลายพื้นถิ่นแบบ ไทยโบราณ การนำของอาหาร, พืช สัตว์
ที่รู้จักกันดี มาออกแบบ และตกแต่งภาพ



B

แนวทาง B นำหลักการศิลปะพื้นถิ่น มาใช้ในการ
ออกแบบกราฟฟิค เช่น การเรียงของ กาง
ดอกผลาก รวมไปถึงการใช้โทนสี ที่ไม่แข็งแรงแทน
ด้วยของแข็งไปจนถึงเนื้อผลไม้ต่าง ๆ

26.

Preliminary Design Graph

(Packaging Design System for Approval Thai Sweets)	
ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนม คุกกี้	ชื่อผลิตภัณฑ์: ขนมหวาน
ชื่อผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ:	ชื่อผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต:
สามารถใช้งานได้ทั้งในรูปแบบกระดาษและไฟล์ดิจิทัล	

ภาพที่ 80 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์กราฟฟิคที่ 2

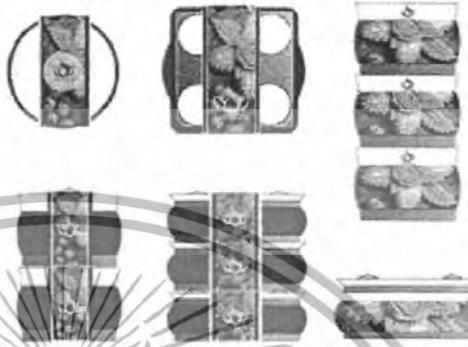
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 2

แนวคิด สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมหวาน
ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวจีน และออกสื่อ
ความคิดที่ตีความได้ในการทำงานของ
แพคเกจ ที่สวยงามหรือรูปสัญลักษณ์
และรสชาติด้วย



แนวคิด C นำภาพลายดอกไม้หรือผลไม้
มาใส่เป็นลวดลาย เรียบความหรูหรา น่ารักๆ



27. Preliminary Design Brain

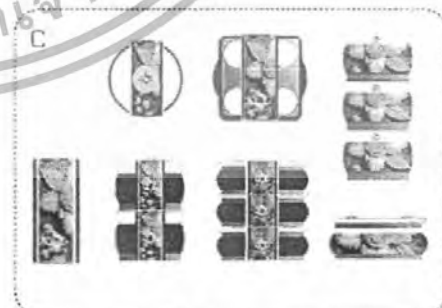
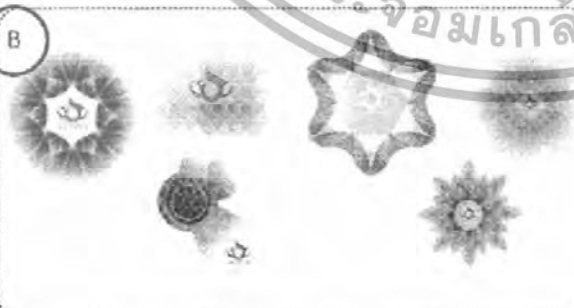
Packaging Design System for Noppoon Thai Savaria	
ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์	ชื่อผลิตภัณฑ์ : นอปพูน
กลุ่มสินค้า : ผลิตภัณฑ์	ประเภท : ผลิตภัณฑ์
ลักษณะการบรรจุภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์	

ภาพที่ 81 แสดงที่มาของแนวคิดสำหรับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์กราฟฟิกที่ 2



ข้อเสนอแนะการออกแบบ		
1. รูปแบบการออกแบบที่โดดเด่น	1	4
2. สีที่โดดเด่นและใช้กันอย่างกว้างขวาง	4	4
3. รูปแบบการออกแบบที่เรียบง่าย	1	4
4. รูปแบบการออกแบบที่เรียบง่ายและใช้กันอย่างกว้างขวาง	3	4
รวมทั้งหมด	15	19

หลังจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณแล้ว พบว่าแนวทางที่มีคะแนนสูงสุด
ได้แก่แนวทางที่ 2 ซึ่งมีคะแนนคือ 19



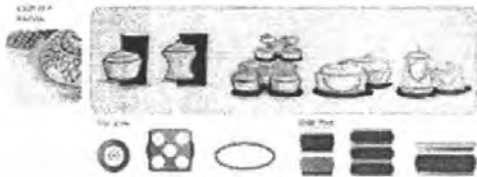
28. Preliminary Design Brain

Packaging Design System for Noppoon Thai Savaria	
ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์	ชื่อผลิตภัณฑ์ : นอปพูน
กลุ่มสินค้า : ผลิตภัณฑ์	ประเภท : ผลิตภัณฑ์
ลักษณะการบรรจุภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์	

ภาพที่ 82 แสดงการวิเคราะห์เพื่อเลือกแบบกราฟฟิก

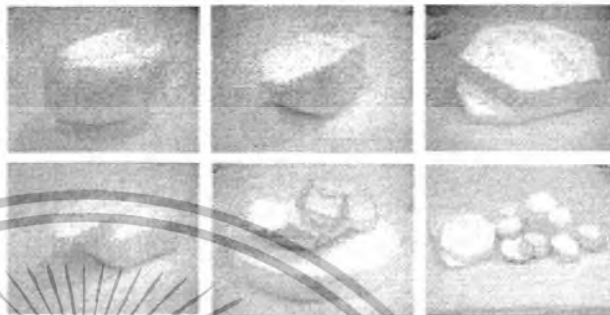
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Route 1 แนวทาง A



Design Development (Structura)

จากการเลือกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในขั้นต้นนั้น ได้แก่ แบบ A และแบบ C ซึ่งร่วมศึกษาพัฒนาต่อ โดยเลือก วัสดุจากปรีโมคอสติงส์เพื่อหาคุณสมบัติ และวิเคราะห์หาแนวทางไปใช้เลือกไปแบบที่มีคุณลักษณะเฉพาะจากแบบ Design Route



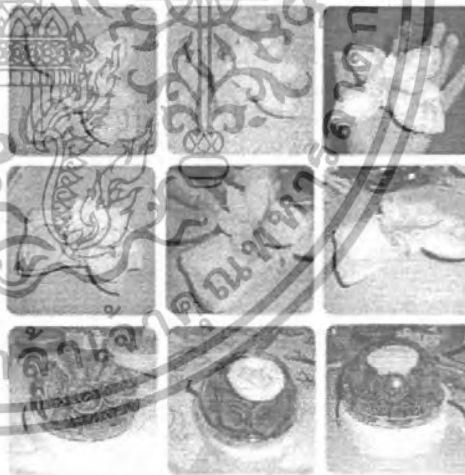
29.

Design Development (Structura)

(Packaging Design System for Reppress Thai Sweets)	
ชื่อผู้จัดทำ นาย ชัย สันติสุข	ชื่อผู้จัดทำ นางสาวศุภมาส
ชื่อวิชา ปรีโมคอสติงส์	ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์
สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	

ภาพที่ 83 ขั้นตอนการพัฒนาโครงสร้างจาก Design Route 1

แนว Design Route 2 แนวทาง C



ศึกษาวิธีการทำโมเดลกระดาษ 3 มิติ เพื่อทดลองใช้งานและหาค่าปริมาตร



ข้อควรระวังในการใช้โมเดลกระดาษ 3 มิติ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ การเลือกใช้กระดาษที่มีความหนาเหมาะสม เพื่อให้สามารถใช้งานได้จริง และต้องคำนึงถึงน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ด้วย

30.

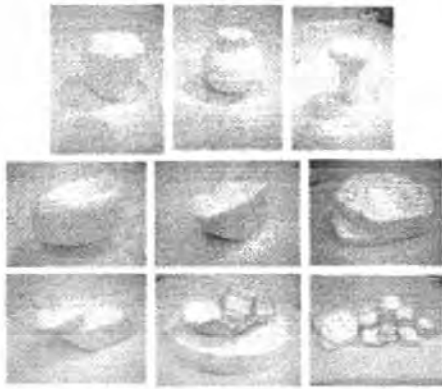
Design Development (Structura)

(Packaging Design System for Reppress Thai Sweets)	
ชื่อผู้จัดทำ นาย ชัย สันติสุข	ชื่อผู้จัดทำ นางสาวศุภมาส
ชื่อวิชา ปรีโมคอสติงส์	ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์
สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	

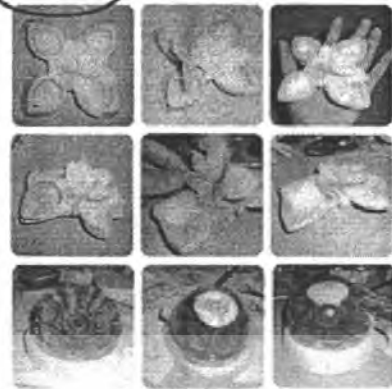
ภาพที่ 84 ขั้นตอนพัฒนาการโครงสร้างจาก Design Route 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทาง A



แนวทาง C



เชิงใช้ภาพสื่อจริง	A	C
1. ใช้สื่อภาพสื่อจริง	3	4
2. สื่อภาพสื่อจริงใช้สื่อภาพสื่อจริง	3	4
2. สื่อภาพสื่อจริงใช้สื่อภาพสื่อจริง	2	4
4. สื่อภาพสื่อจริงใช้สื่อภาพสื่อจริง	3	4
รวมคะแนน	12	16

31.

Design Development (Graphic)

(Packaging Design System for Koppoan Thai Sweet)	
ชื่อวิชา/สาขา/ปี	ชื่อผู้จัดทำ/ปี
ชื่ออาจารย์ผู้สอน/ปี	ชื่อสถาบัน/ปี
ชื่อและตำแหน่ง/ปี	

ภาพที่ 85 แสดงการวิเคราะห์เพื่อเลือกแบบโครงสร้าง

Design Development (Graphic)

จากการวิเคราะห์ภาพที่ 85 เพื่อเลือกแบบโครงสร้าง Design Route 2 และเพื่อเตรียมการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ของขนมหวานชนิดนี้

Develop ส่วนของฉลาก



วิธี 3 เลือกใช้รูป 2 ขนาดของสื่อภาพสื่อจริง สื่อภาพสื่อจริง
เลือกใช้รูปสื่อภาพสื่อจริง สื่อภาพสื่อจริง

แสดงการวิเคราะห์ในการตัดสินใจเลือกแบบ

- วิธีที่ 1 คือการใช้รูปของสื่อภาพสื่อจริงที่มีอยู่ ทำให้ได้ภาพสื่อภาพสื่อจริง
- วิธีที่ 2 คือการใช้รูปของสื่อภาพสื่อจริงที่มีอยู่ ทำให้ได้ภาพสื่อภาพสื่อจริง
- วิธีที่ 3 ในการเลือก ใช้รูปของสื่อภาพสื่อจริง ที่มีอยู่ ทำให้ได้ภาพสื่อภาพสื่อจริง

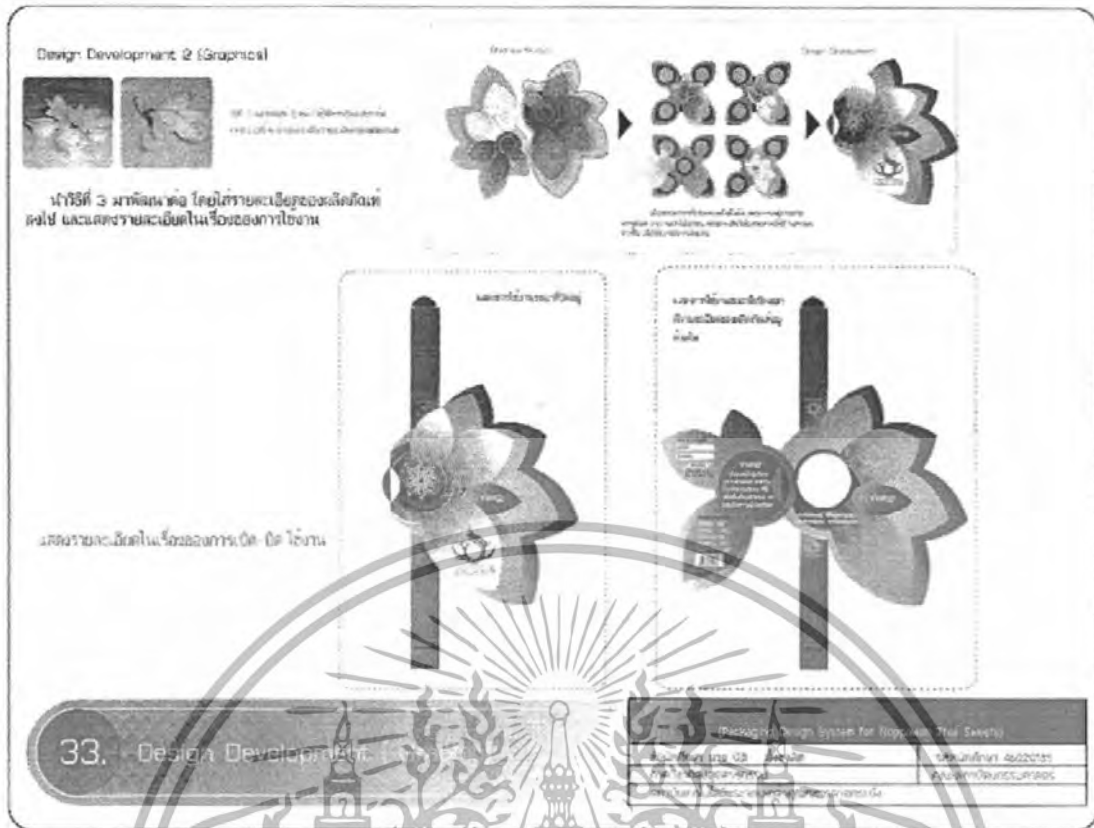
32.

Design Development (Graphic)

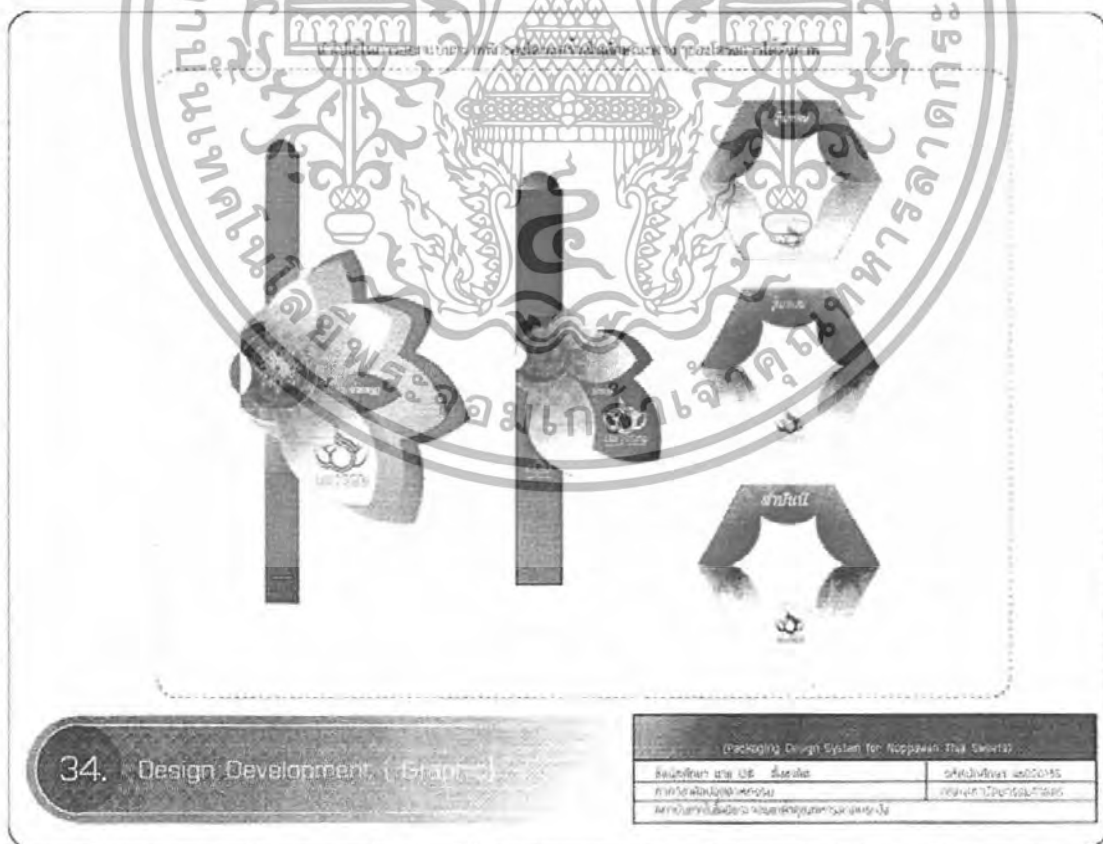
(Packaging Design System for Koppoan Thai Sweet)	
ชื่อวิชา/สาขา/ปี	ชื่อผู้จัดทำ/ปี
ชื่ออาจารย์ผู้สอน/ปี	ชื่อสถาบัน/ปี
ชื่อและตำแหน่ง/ปี	

ภาพที่ 86 แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิกจาก Design Route 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



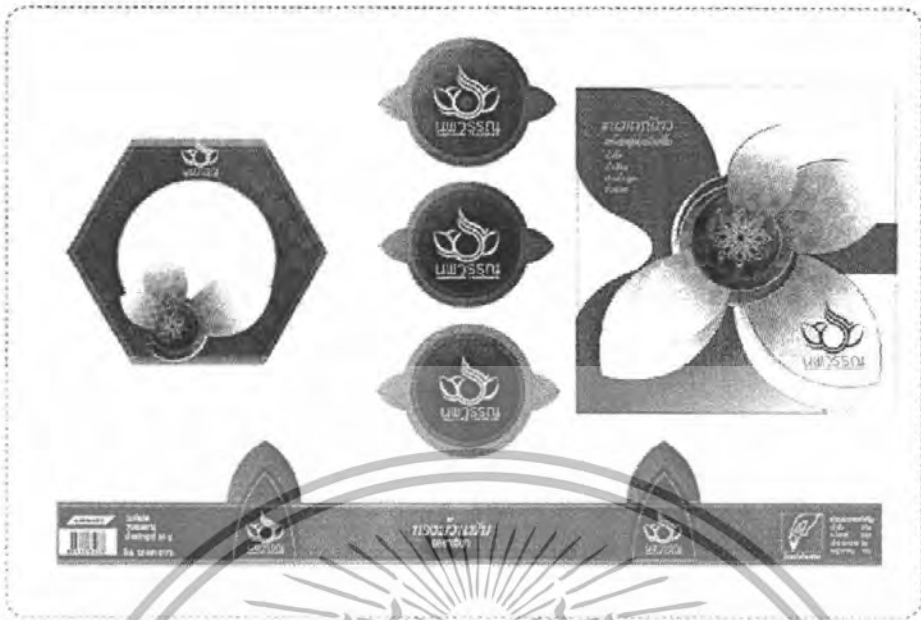
ภาพที่ 87 แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิคจาก Design Route 2



ภาพที่ 88 แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟฟิคจาก Design Route 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำไปใช้ในการออกแบบกราฟิกของโครงการในลักษณะต่าง ๆ ของโครงการได้ภาพ



35. Design Development (Packaging)

(Packaging Design System for Ropparat Thai Sweets)	
ชื่อโครงการ: รสดี รสอร่อย รสดี	ชื่อผลิตภัณฑ์: รสดี รสอร่อย รสดี
ชื่อผู้พัฒนา: รสดี รสอร่อย รสดี	ชื่อผู้ผลิต: รสดี รสอร่อย รสดี
สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาได้	

ภาพที่ 89 แสดงขั้นตอนพัฒนาการกราฟิกจาก Design Route 2

Design Refinement (Structure & Graphics)
นำผลงานการพัฒนารูปแบบและโครงสร้างโครงการไปใช้



36. Design Refinement (Structure & Graphics)

(Packaging Design System for Ropparat Thai Sweets)	
ชื่อโครงการ: รสดี รสอร่อย รสดี	ชื่อผลิตภัณฑ์: รสดี รสอร่อย รสดี
ชื่อผู้พัฒนา: รสดี รสอร่อย รสดี	ชื่อผู้ผลิต: รสดี รสอร่อย รสดี
สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาได้	

ภาพที่ 90 แสดง Design Refinement (Structure & Graphics)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานนี้จึงทำการวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของผลงานชิ้นนี้ เพื่อสรุปหาแนวทางที่จะนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผลการวิเคราะห์เป็นดังต่อไปนี้

ด้านโครงสร้าง

ข้อดี

- มี corporate identity ที่ชัดเจน แยกต่างจาก Brand อื่น ๆ
- ภาพลักษณ์ดีมีความเป็นสากลและสื่อถึงความเป็นไทยในระดับสูงได้ดี

แนวทางการปรับปรุง

- ปรับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดกะทัดรัดมากขึ้นชัดเจนมากขึ้น และกำหนดระบบสีที่ใหม่และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- แสวงหาเอกลักษณ์เฉพาะการแกะสลัก หรือการฉีกเรียงกัน ๆ มากพัฒนาแบบใหม่ไปพร้อมกัน
- ปรับโครงสร้างให้บรรจุภัณฑ์ไม่ไปมีขนาดที่หนาจนเกินไป
- ปรับโครงสร้างให้สามารถเปิดและปิด โดยไม่ต้องใช้เวลานานถึงสองภาคของเนื้อหา

ข้อเสีย

- การใช้โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถอ้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างกับของคู่แข่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคเกิดความสับสน รวมไปถึงการเลือกใช้สิ่งของต่าง
- โครงสร้างของผลิตภัณฑ์มีความบรรจุภัณฑ์น้อยเกินไป ไม่คงความสวยงาม
- การตีตลาดทำได้น้อย โดยเฉพาะประเทศไทย ต้องผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่ายขึ้นภาค แกร์คิด อาจทำให้ต้นทุนและราคาแพงเกินไป

ด้านกราฟิก

ข้อดี

- มี corporate identity ที่ชัดเจน
- มีการกำหนดมีความเป็นสากลและสื่อถึงความเป็นไทยในระดับสูงได้ดี

ข้อเสีย

- กราฟฟิกยังไม่สามารถช่วยให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างเต็มที่ เนื่องจากลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดูคล้ายกับขนมอื่น ผู้บริโภคเกิดความสับสน
- ในส่วนของฉลาก มีขนาดของฉลาก มีลักษณะที่เกินความจำเป็นการบรรจุภัณฑ์ อาจทำให้เกิดความเสียหายราคาของผลิตภัณฑ์
- ใช้ระบบการพิมพ์ 2 สีแล้ว ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นมากเกินไป
- สีสีนน้อย ดูไม่สดใส ไม่สามารถช่วยการนำพา

แนวทางการแก้ไขปรับปรุง

- กำหนดระบบสี หรือระบบกราฟิกที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะสีของสินค้าได้ชัดเจนมากขึ้น
- แสวงหาเอกลักษณ์จากการแกะสลัก หรือการฉีกเรียงกัน ๆ มากพัฒนาแบบใหม่ไปพร้อมกันมากขึ้น
- ปรับสีสีนให้มีความสดใส ปรับสีสีนมากขึ้น
- ปรับขนาดของฉลากให้เหมาะสมชัดเจนกับบรรจุภัณฑ์ ไม่ให้มีความที่เกินความจำเป็น
- ศึกษาให้มากขึ้นการวิเคราะห์ระบบพิมพ์สีมากขึ้น ได้ เป็นเป็นการลดต้นทุนการผลิต

เมื่อได้แนวทางการแก้ไขปรับปรุงดังกล่าวแล้ว จะนำกราฟิกเป็นที่ใช้ภายในเล่ม และเขียนรายละเอียดเป็น Stage 2 ต่อไป

37.

Design Refinement
(Structure & Graphic)

(Packaging Design System for Topkapien Thai Sweet)

ชื่อวิชา/สาขา/ปี	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้จัดทำ
ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์	ออกแบบบรรจุภัณฑ์	ศุภมาสวีต ๒๕๖๒๒๓
ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี		

ภาพที่ 91 แสดงการวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย และแนวทางการปรับปรุงแก้ไขแบบบรรจุภัณฑ์

Stage 2 Design Development

เมื่อทำการวิเคราะห์โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์และลักษณะของบรรจุภัณฑ์แล้ว จึงได้ศึกษาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ โดยมีการปรับปรุงโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นสากลและสื่อถึงความเป็นไทยในระดับสูงได้ดี



38.

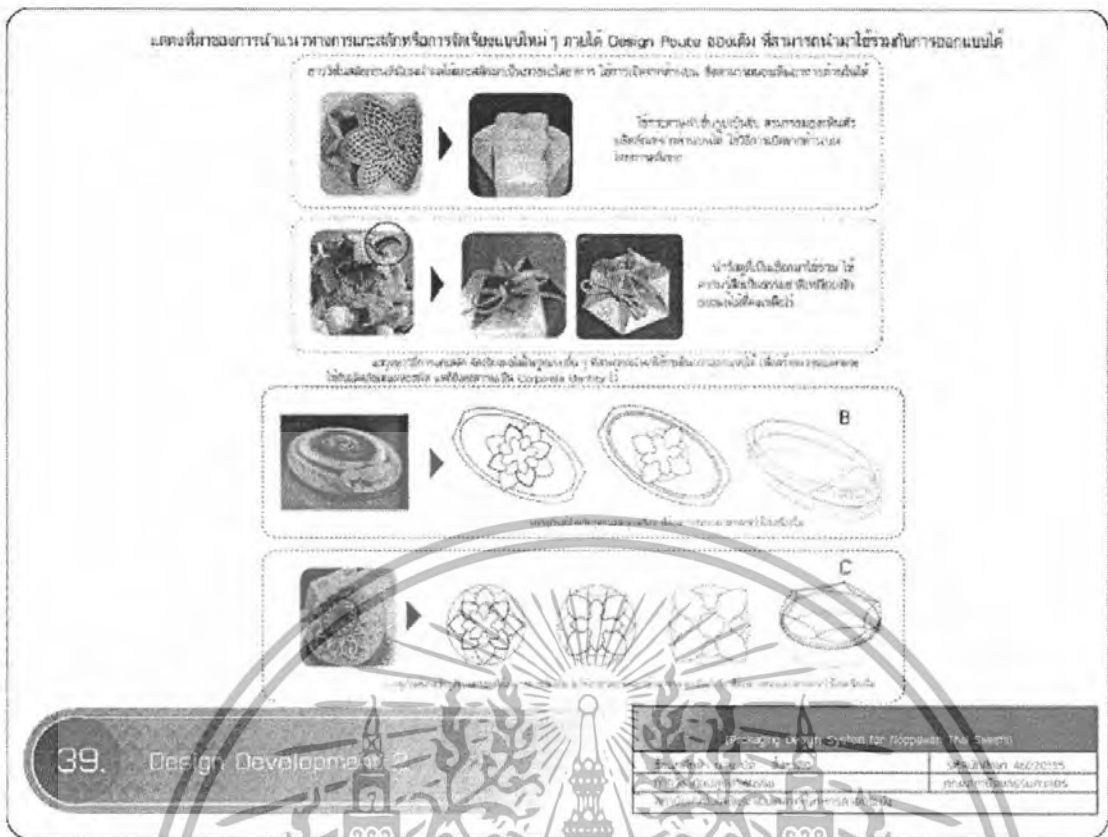
Design Development 2

(Packaging Design System for Topkapien Thai Sweet)

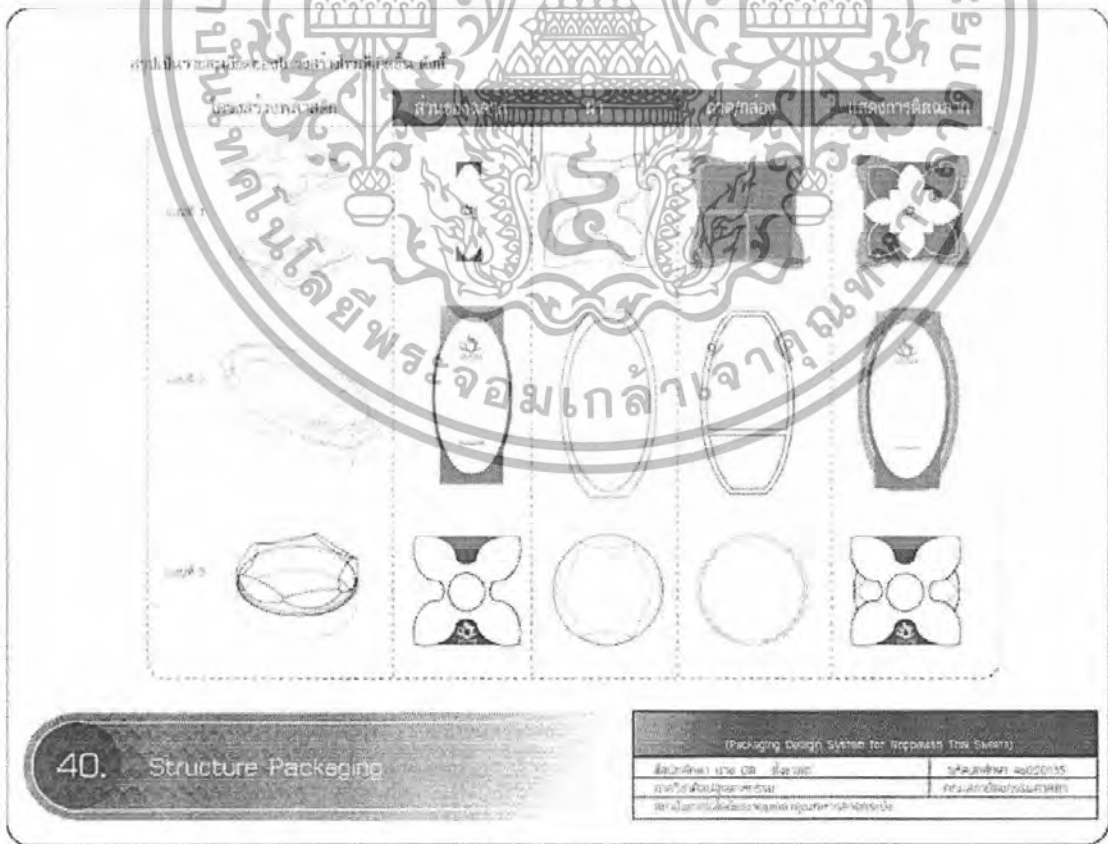
ชื่อวิชา/สาขา/ปี	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้จัดทำ
ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์	ออกแบบบรรจุภัณฑ์	ศุภมาสวีต ๒๕๖๒๒๓
ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี		

ภาพที่ 92 แสดง Design Development 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

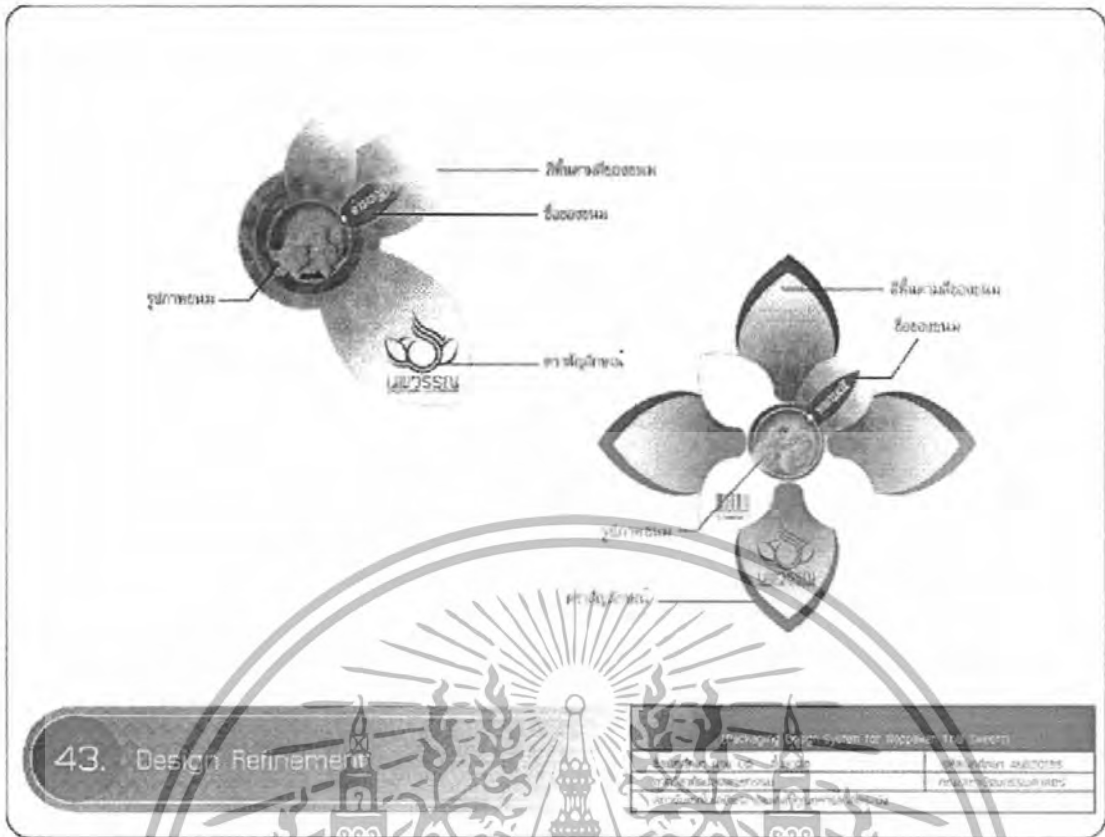


ภาพที่ 93 แสดง Design Development 2



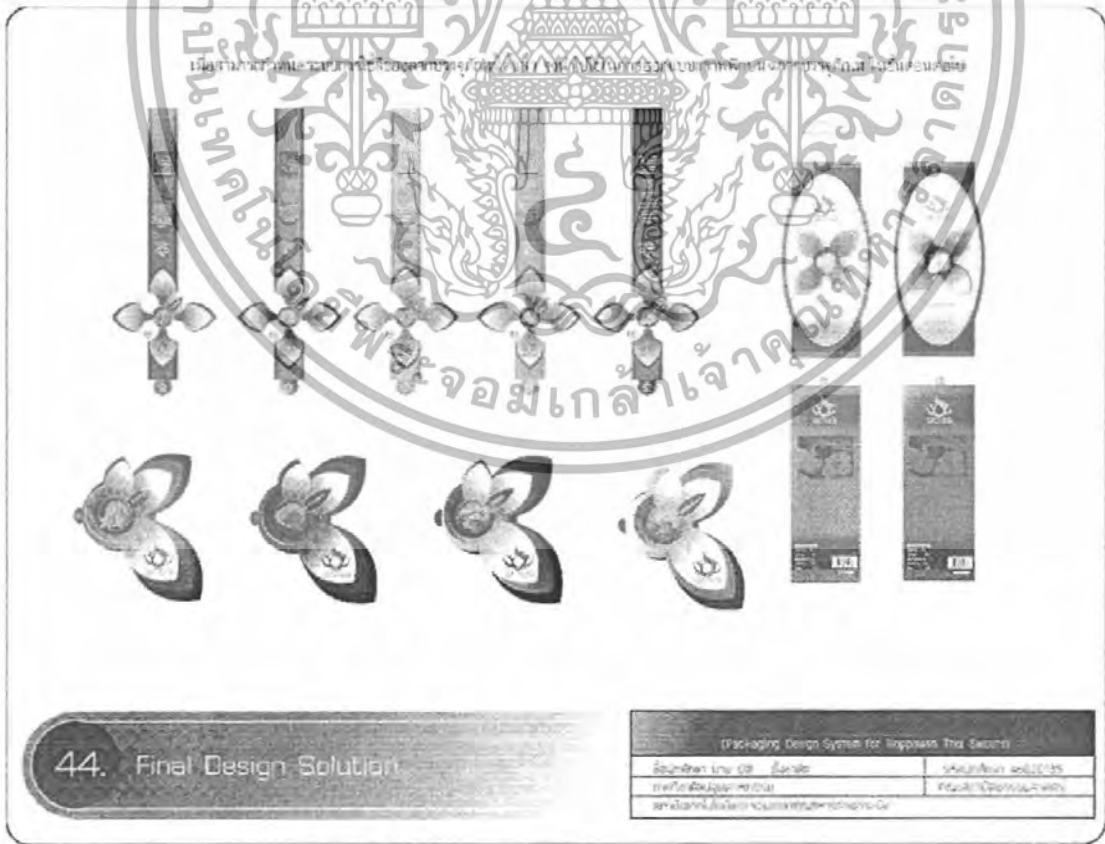
ภาพที่ 94 แสดงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์พลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



43. Design Refinement

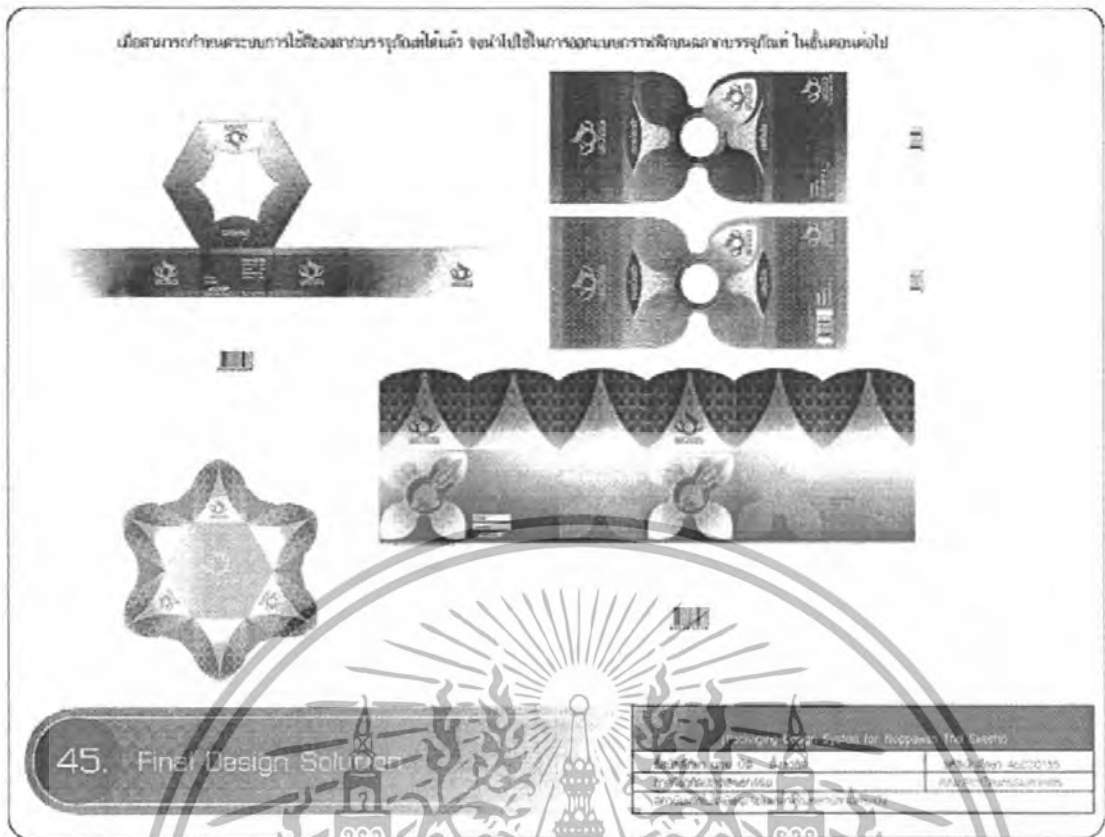
ภาพที่ 97 แสดง Design Refinement ในด้านของฉลาก



44. Final Design Solution

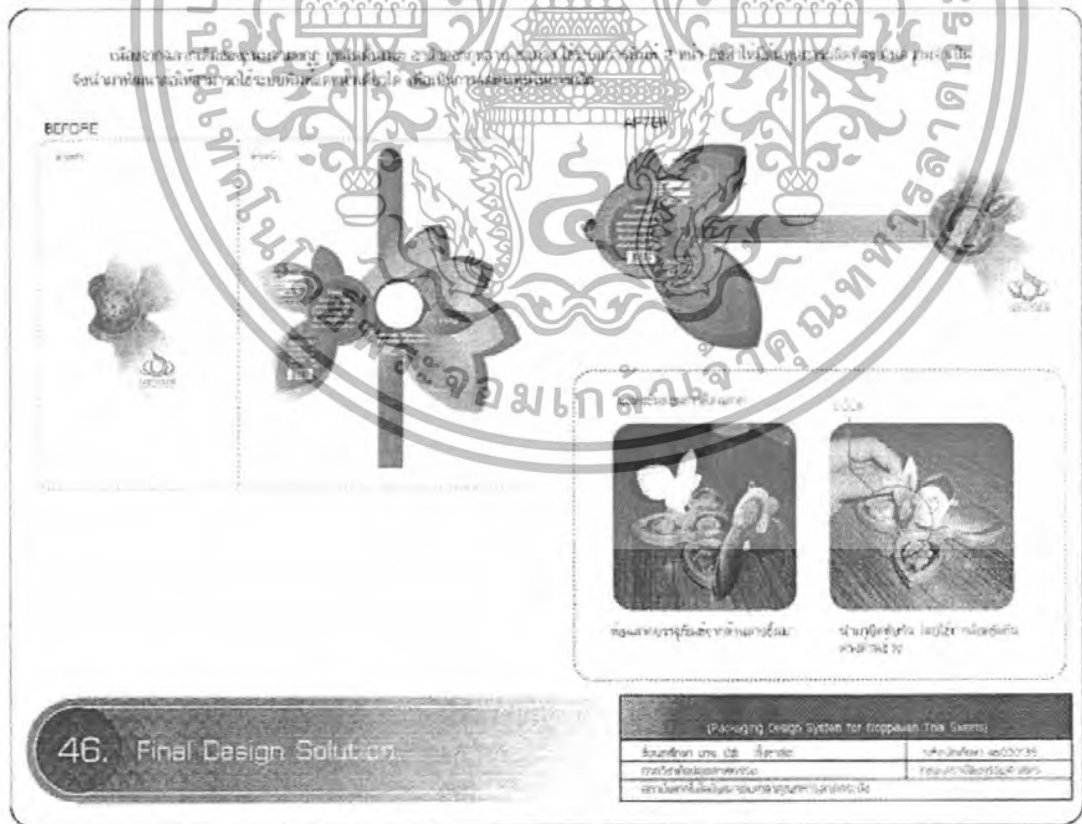
ภาพที่ 98 แสดง Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



45. Final Design Solution

ภาพที่ 99 แสดง Final Design Solution

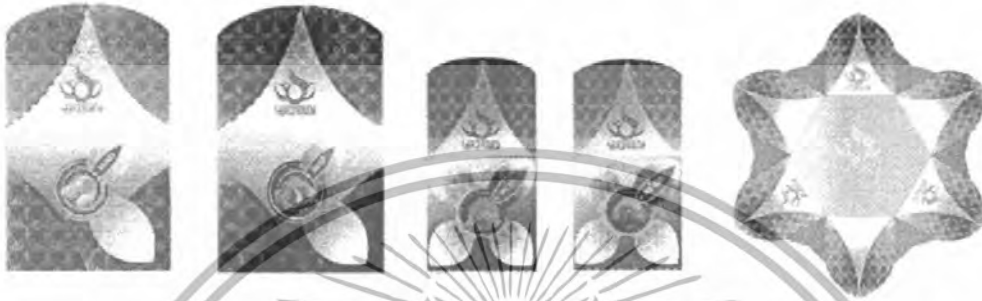


46. Final Design Solution

ภาพที่ 100 แสดง Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Design Refinement (Structure & Graphic)
 เป็นการนำโครงร่างจากกราฟิก Design Development 2 มาจัดวางผลงโดยใช้กราฟิกที่มีรูปทรงหลากหลายแบบใส่ในภาพทำ
 Preliminary Design Sketches โดยที่ขนาดเป็นดังนี้



47. Design Refinement (Structure & Graphic)

(Packaging Design System for Noppakorn Thai Skewer)

ชื่อผู้ศึกษา นาย อ.บ. อธิวัฒน์	เลขที่นักศึกษา 46020195
ภาควิชา ศิลปกรรมศาสตร์	สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จ. สิงห์บุรี	

ภาพที่ 101 แสดง Final Design Solution

Design Refinement (Structure & Graphic)
 เป็นการนำโครงร่างจากกราฟิก Design Development 2 มาจัดวางผลงโดยใช้กราฟิกที่มีรูปทรงหลากหลายแบบใส่ในภาพทำ
 Preliminary Design Sketches โดยที่ขนาดเป็นดังนี้



48. Design Refinement (Structure & Graphic)

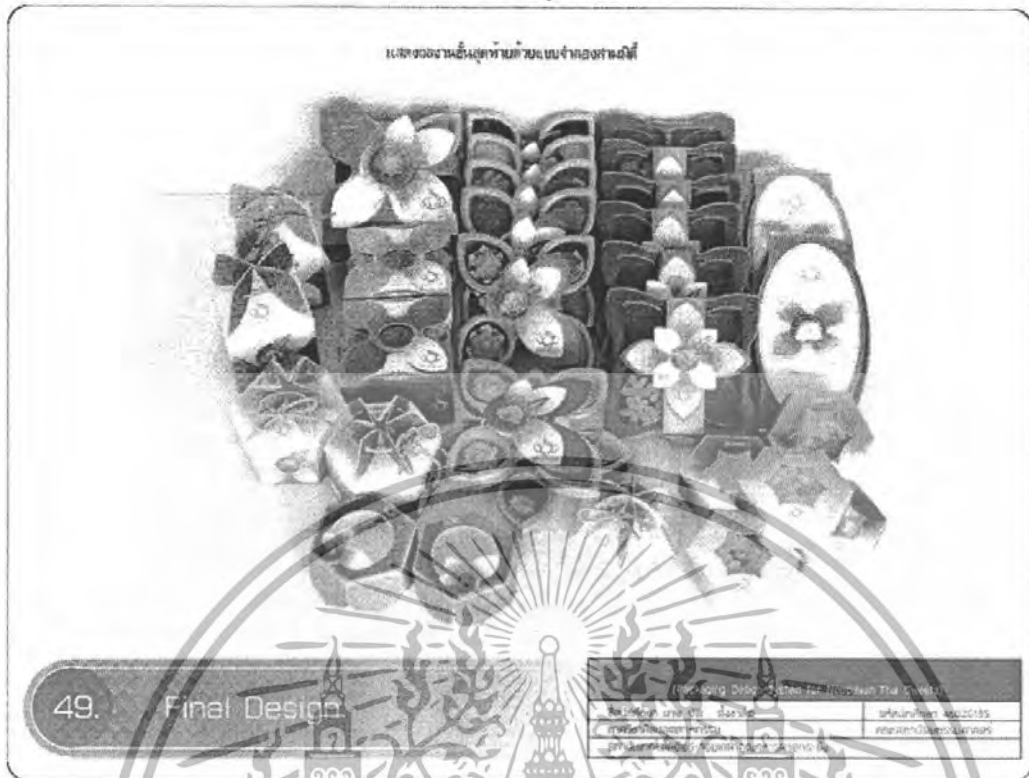
(Packaging Design System for Noppakorn Thai Skewer)

ชื่อผู้ศึกษา นาย อ.บ. อธิวัฒน์	เลขที่นักศึกษา 46020195
ภาควิชา ศิลปกรรมศาสตร์	สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จ. สิงห์บุรี	

ภาพที่ 102 แสดง Final Design Solution

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง



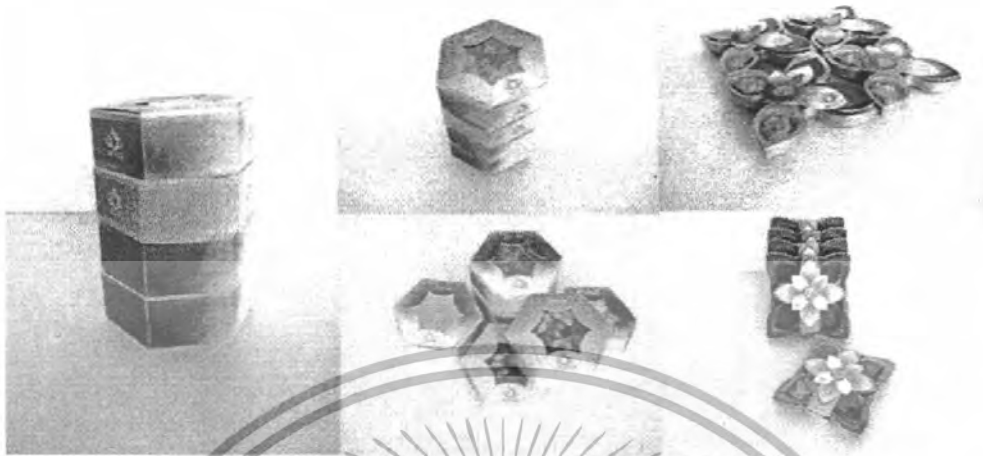
ภาพที่ 103 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



ภาพที่ 104 แสดงภาพถ่ายหุ่นจำลองของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่



51. Final Design

(Packaging Development for Soap and Life Savers)	
ชื่อผู้จัดทำ: ...	ชื่อผลิตภัณฑ์: ...
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา: ...	ชื่อสถาบัน: ...
ชื่อมหาวิทยาลัย: ...	ชื่อสาขาวิชา: ...

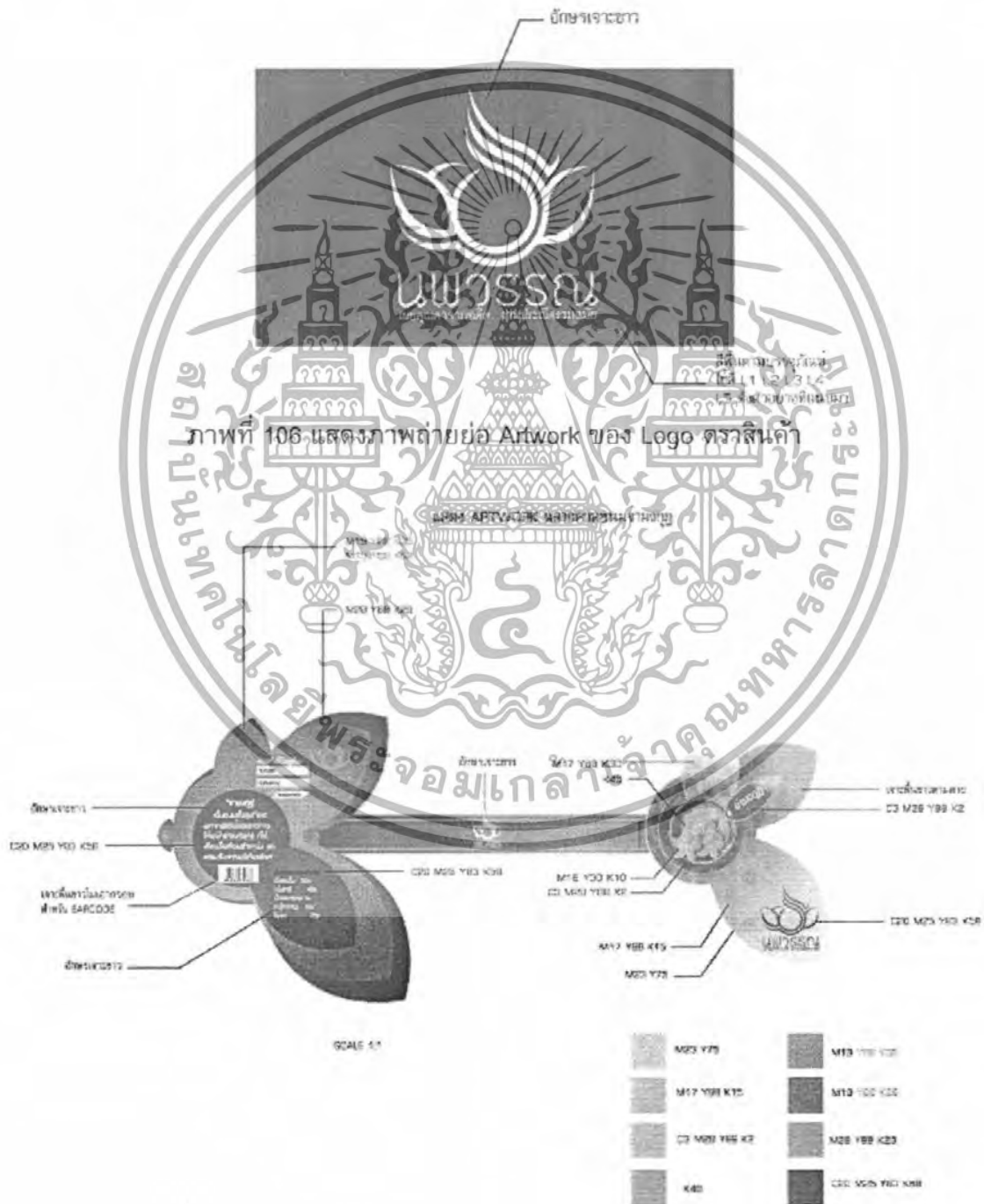
ภาพที่ 105 แสดงภาพถ่ายหีบห่อของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ภาพถ่ายย่อแผนเสนองานอาดเวิร์ค

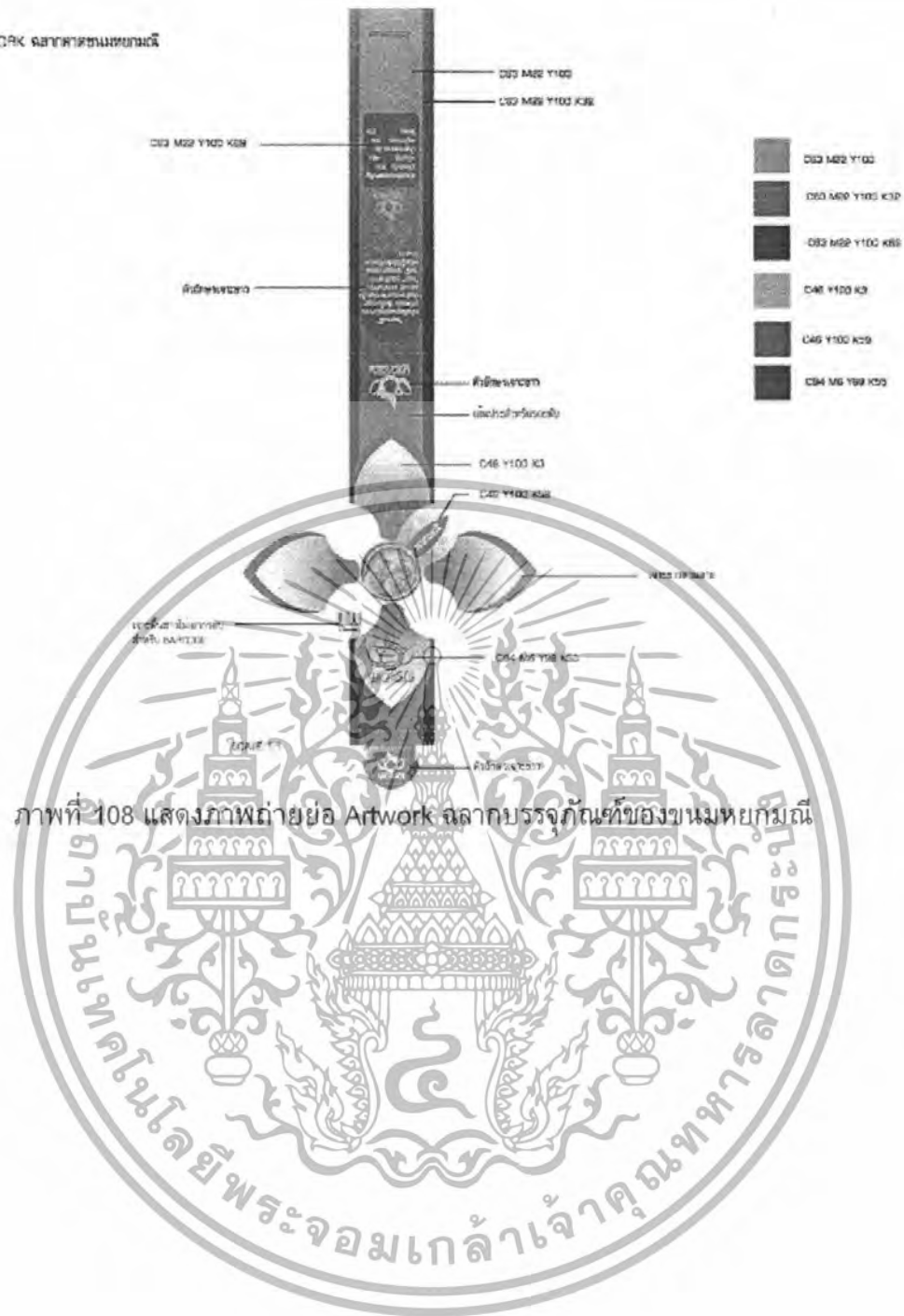
จากผลิตภัณฑ์ที่มีในโครงการออกแบบมากมายหลายชนิด ดังนั้นจึงเลือกมานำเสนอใน ส่วนของอาดเวิร์คดังต่อไปนี้



ภาพที่ 107 แสดงภาพถ่ายย่อ Artwork ฉลากบรรจุภัณฑ์ของขนมจ่ามงกุฏ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดง ARTWORK ฉลากยาของมหาวิทยาลัย



ภาพที่ 108 แสดงภาพถ่ายย่อ Artwork ฉลากยารรจกัณฑ์ของมหาวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ภาพการแสดงแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยละเอียด

จากบรรจุภัณฑ์ในโครงการทั้งหมดที่มีนั้น ได้เลือกโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันมาแสดงการเขียนแบบโดยละเอียด ดังนี้

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ถาดของขนมจ่ามงกุฎ ปริมาณบรรจุ 5 ชิ้น
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ถาดของขนมหยกมณี ปริมาณบรรจุ 16 ชิ้น
3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ถาดของขนมประเภทลูกเครื่อง
4. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์กล่องพลาสติกของขนมทองม้วนพับ

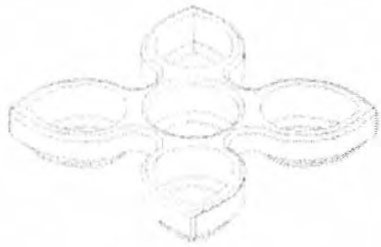


ASSEMBLY



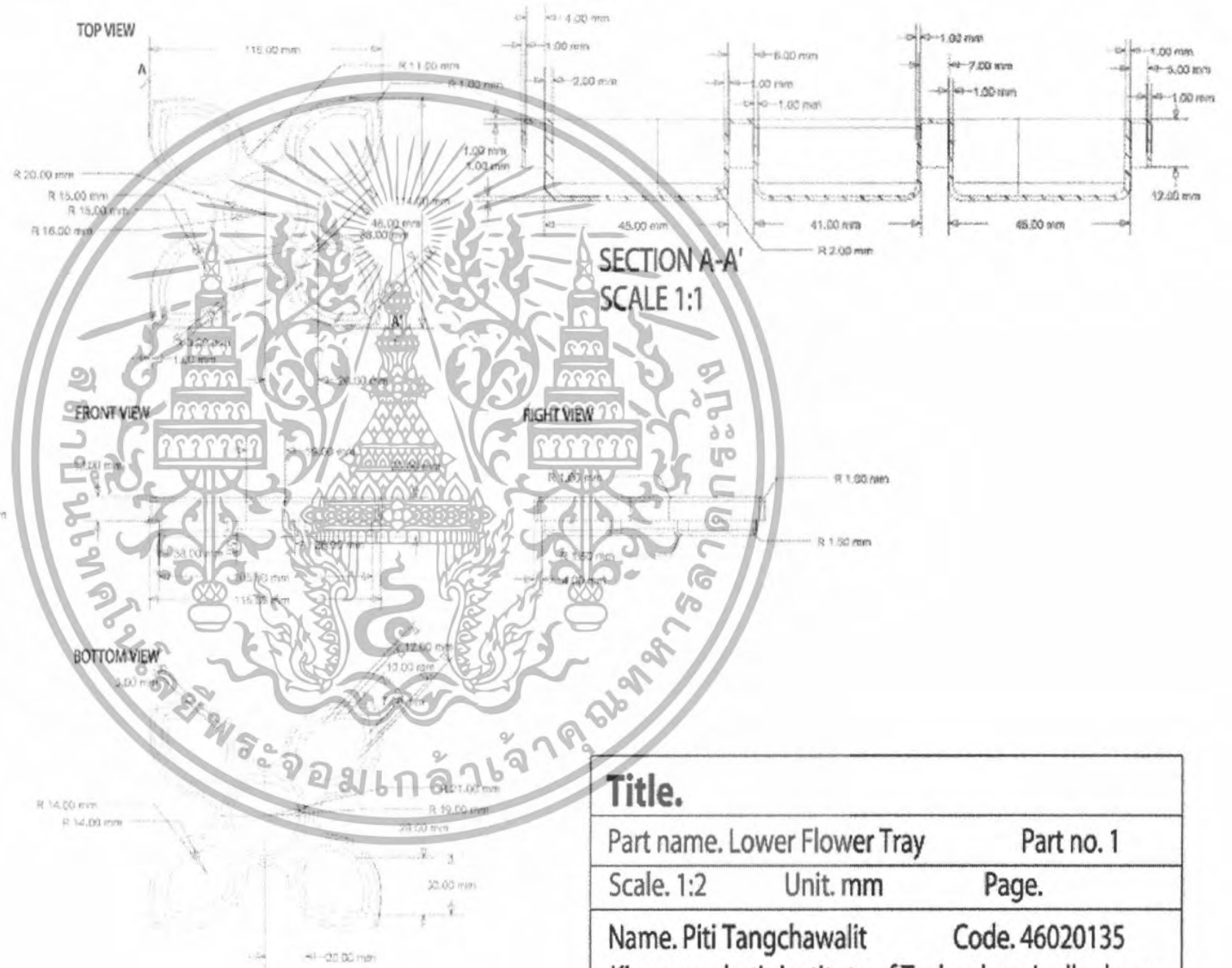
ASSEMBLY FLOWER		
Part name.		Part no. 1
Scale. 1:2	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit		Code. 46020135
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		

MULTVIEW



ISOMETRIC VIEW

LEFTVIEW

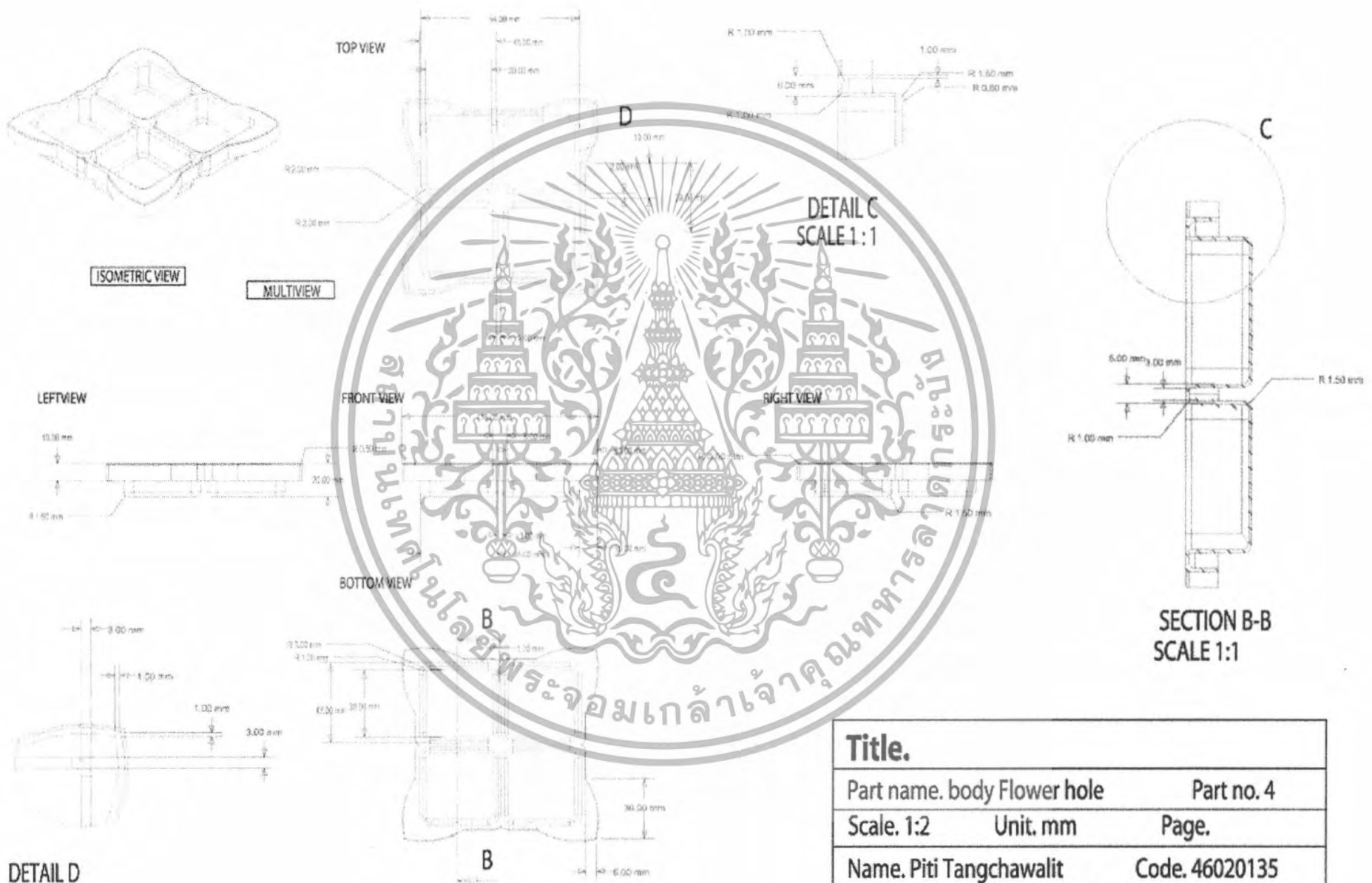


Title.		
Part name. Lower Flower Tray	Part no. 1	
Scale. 1:2	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit	Code. 46020135	
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		

ASSEMBLY



ASSEMBLY Flower hole		
Part name.		Part no.
Scale. 1:2	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit		Code. 46020135
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		



ISOMETRIC VIEW

MULTIVIEW

LEFTVIEW

FRONT VIEW

RIGHT VIEW

BOTTOM VIEW

DETAIL C
SCALE 1:1

SECTION B-B
SCALE 1:1

DETAIL D
SCALE 1:1

Title.

Part name. body Flower hole

Part no. 4

Scale. 1:2

Unit. mm

Page.

Name. Piti Tangchawalit

Code. 46020135

Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang

ASSEMBLY



ASSEMBLY TRAY		
Part name.	Part no.	
Scale. 1:2	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit	Code. 46020135	
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		



ISOMETRIC VIEW

34.00 mm

MULTIVIEW

LEFTVIEW



17.00 mm
19.00 mm

TOP VIEW



5.00 mm

A

FRONT VIEW



BOTTOM VIEW



16.00 mm
2.00 mm

C

4.00 mm



1.00 mm

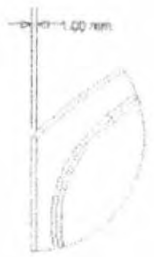
1.00 mm

SECTION A-A

B

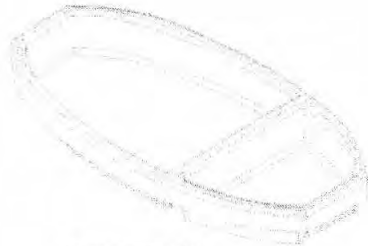


DETAIL B
SCALE 1:1



DETAIL C
SCALE 1:1

Title.		
Part name. body Flower hole	Part no. 4	
Scale. 1:2	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit	Code. 46020135	
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		

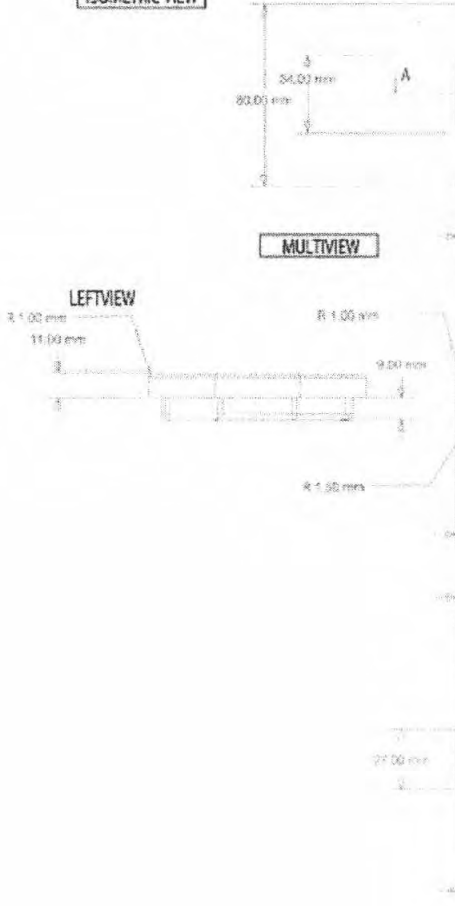


ISOMETRIC VIEW



SECTION A-A
SCALE 1:1

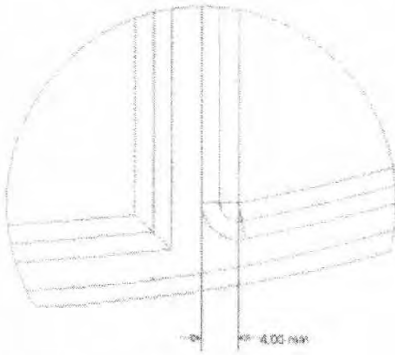
MULTIVIEW



FRONT VIEW

RIGHT VIEW

BOTTOM VIEW



DETAIL B
SCALE 2:1



Title.		
Part name. Tray	Part no. 5	
Scale. 1:2	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit	Code. 46020135	
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		

ASSEMBLY



ASSEMBLY TRANS PACK

Part name.	Part no.
Scale. 1:2	Unit. mm
Name. Piti Tangchawalit	Page.
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang	Code. 46020135



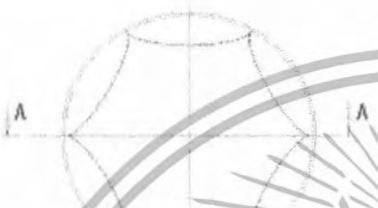
ISOMETRIC VIEW

MULTIVIEW

LEFTVIEW



TOP VIEW



SECTION A-A

SCALE 1:1

FRONT VIEW



RIGHT VIEW



BOTTOM VIEW



Title.

Part name. Tran Pack cover

Part no. 7

Scale. 1:2

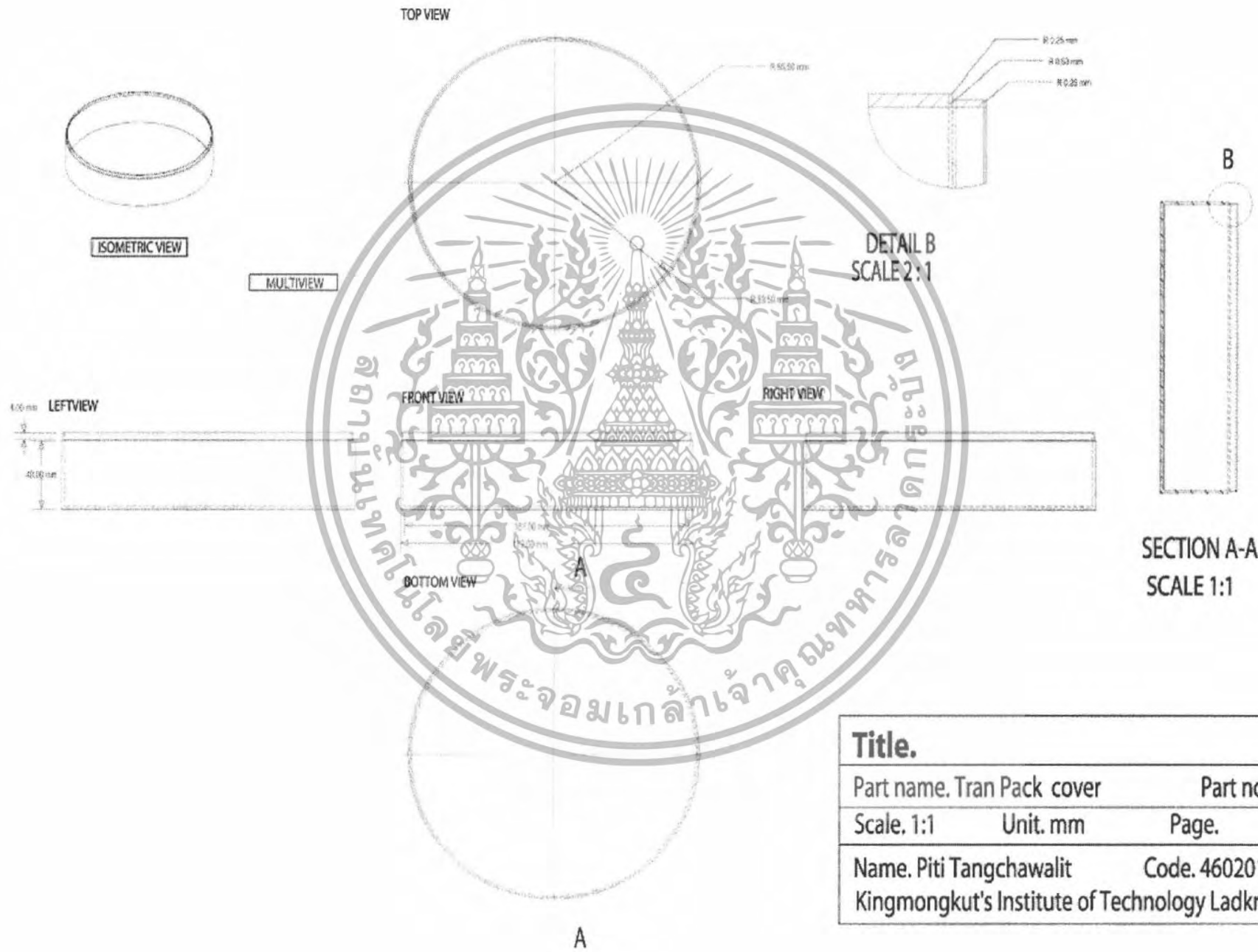
Unit. mm

Page.

Name. Piti Tangchawalit

Code. 46020135

Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang



Title.		
Part name. Tran Pack cover	Part no. 8	
Scale. 1:1	Unit. mm	Page.
Name. Piti Tangchawalit	Code. 46020135	
Kingmongkut's Institute of Technology Ladkrabang		



บทที่ 5

บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการออกแบบ

1. ต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์มีราคาสูงเกินความจำเป็น
2. การแยกแยะประเภทหรือชนิดของผลิตภัณฑ์ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร เนื่องจากสีของฉลากบรรจุภัณฑ์มีความใกล้เคียงกัน บางชนิดยังเกิดความสับสนอยู่

5.2 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ นอกเหนือจากคะแนนที่ได้มาแล้ว ยังทำให้ได้เรียนรู้การทำงานที่เป็นระบบ มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน มีการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน นอกจากนี้ยังมีโอกาสได้ศึกษาและสัมผัสถึงความเป็นมาของขนมไทยชาววังอย่างลึกซึ้ง เห็นถึงความยากลำบาก ความละเอียดประณีตของคนไทยในสมัยก่อน ทำให้เห็นคุณค่าของขนมไทยมากขึ้น และรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเผยแพร่ ส่งเสริมธุรกิจของขนมไทย ที่นับวันเริ่มจะได้รับความนิยมน้อยลงไปทุกที ให้กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้รับรู้ถึงคุณค่าตรงจุดนี้ และช่วยกันรักษาไว้ ให้ขนมไทยอยู่คู่กับสังคมไทยตลอดไป

เนื่องจากระยะเวลา และข้อจำกัดต่างๆ ในการทำวิทยานิพนธ์เป็นไปตามที่กำหนด จึงไม่สามารถที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยได้ทุกชนิด รวมถึงความต้องการของผู้ผลิตจริงที่ไม่สอดคล้องกับขอบเขตของงานในการทำวิทยานิพนธ์ ทำให้เกิดความสับสน ไม่ชัดเจนในช่วงแรก จึงทำให้ได้เรียนรู้ว่า การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์นั้น ต้องมีเหตุผลมีที่มา มีข้อมูลในหลายจุดด้านที่เกี่ยวข้อง เพื่อการออกแบบที่ตอบสนองต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค และตัวนักศึกษาที่เป็นนักออกแบบได้อย่างลงตัวที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะของอาจารย์

โดยภาพรวมของงานในโครงการวิทยานิพนธ์ที่นักศึกษาได้นำเสนอมานั้น นับว่าอยู่ในระดับสามารถสอบผ่านและจบการศึกษาได้ แต่ยังมีบางส่วนในเรื่องของคุณภาพและเนื้อหาของงานออกแบบที่ยังบกพร่องอยู่ อันได้แก่ ประเด็นของการนำวิธีการออกแบบมาใช้ในการแก้ปัญหาบรรจุภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นในทางด้านประสิทธิภาพของการใช้งาน ด้านการมีเอกลักษณ์ร่วมของบรรจุภัณฑ์ ด้านการประหยัดต้นทุนการผลิต หรือด้านความงามที่ลงตัวของงานออกแบบ และสิ่งสำคัญที่สุดอันเป็นที่มาที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ในการทำงานก็คือ การบริหารจัดการในเรื่องของเวลา

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่ายินดีประการหนึ่ง ที่การทำงานวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ได้ฝึกให้นักศึกษาได้รู้จักระบบการบริหารจัดการ และกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองในทุกด้าน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาตัวผู้เรียนอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

.....

บรรณานุกรม

- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 305) พ.ศ. 2550 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันทีบางชนิด
- สำนักพิมพ์แสงแดด ผู้รวบรวม ขนมไทย1 กรุงเทพฯ : แสงแดด 2545
- สำนักพิมพ์แสงแดด ผู้รวบรวม ขนมไทย2 กรุงเทพฯ : แสงแดด 2545
- การแกะสลักผักสดและผลไม้ : ผศ.อาภา จงจิตต์
- ศิลปะการแต่งผัก : อ. โสภภาพรณ อมตะเดชะ
- ขนมไทย : อ. นพวรรณ จงสุขสันติกุล





ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยทั้งในด้านสินค้าและด้านบรรจุภัณฑ์
----- คำชี้แจง -----

แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่2 พฤติกรรมการเลือกซื้อขนมไทย

ส่วนที่3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับขนมไทยชาวจังหวัด

ส่วนที่4 ความต้องการทางด้านบรรจุภัณฑ์

กรุณาทำเครื่องหมาย x ลงในช่องว่างหน้าคำตอบที่ต้องการ

ส่วนที่1 : ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ : ชายหญิง
2. อายุ : ต่ำกว่า 25 ปี 25-34 ปี 34ปีขึ้นไป
3. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ค้าขาย ข้าราชการ/พนักงานบริษัท
..... ประกอบธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 4.การศึกษา : ต่ำกว่ามัธยมปลาย มัธยมปลาย / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
.....ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
5. รายได้ :ต่ำกว่า 10,000 บาท10,001-20,000 บาท20,001-40,000 บาท
.....40,001- 60,000 บาท 60,000 บาทขึ้นไป
6. ที่พักอาศัย : กรุงเทพฯปริมณฑลต่างจังหวัด
- 7.พักอาศัยอยู่กับ.....ครอบครัวแยกพักอาศัยคนเดียว
- 8.สถานภาพ :โสด สมรส บุตร จำนวน.....คน
- 9.จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวเอง) คน
- 10.กิจกรรมที่ชื่นชอบ (สามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
.....เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย
.....ท่องเที่ยว (.....ธรรมชาติในเมืองต่างประเทศ)
.....ปลูกต้นไม้
.....เลี้ยงสัตว์
.....ชอบงานศิลปะ (เช่น วาดรูป ปักครอสติส จัดดอกไม้ งานฝีมือ ฯลฯ)
.....ชอบอ่านหนังสือ ประเภท.....นิตยสารดนตรีกีฬาหนังสือพิมพ์
.....อื่นๆ ระบุ.....
.....ชมภาพยนตร์ /ฟังเพลง
..... ช้อปปิ้ง
.....เล่นอินเทอร์เน็ต / เกมส์คอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
..... อื่นๆ ระบุ.....
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามจะแบ่งย่อยออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 จะเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบขนมไทยกับขนมตะวันตก เช่น ขนมเบเกอรี่

1. ข้อดีหรือข้อได้เปรียบของขนมไทยเมื่อเทียบกับขนมประเภทเบเกอรี่ คืออะไร

.....แสดงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ไทยรูปลักษณะที่สวยงามอื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ข้อด้อยหรือข้อเสียเปรียบของขนมไทย เมื่อเทียบกับขนมประเภทเบเกอรี่ คืออะไร

.....รสชาติหวานจัดราคาแพงความโบราณ เศษอื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ขนมไทย

1. หากท่านนิยมขนมไทย จงระบุเหตุผลที่ชอบ

.....รสชาติบรรจุภัณฑ์รูปลักษณะ
.....ความหมายเป็นมงคลหาซื้อได้ง่ายอื่นๆ โปรดระบุ.....

2. หากท่านไม่นิยมขนมไทย จงระบุเหตุผลที่ไม่ชอบ

.....รสชาติไม่อร่อยบรรจุภัณฑ์เก็บไว้รับประทานได้ไม่นาน
.....ความโบราณ เศษ ล้าสมัยราคาแพงกังวลเรื่องน้ำหนัก
.....อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อขนมไทยของท่านได้แก่อะไรบ้าง (กรุณาเขียนหมายเลข 1 – 3 ลงในช่องว่าง โดยกำหนดให้ หมายเลข 1 = มีผลมาก หมายเลข 2 = มีผลปานกลาง หมายเลข 3 = มีผลน้อย)

.....อายุการเก็บของขนมรสชาติขนม
.....ตราสัญลักษณ์อัตราส่วนของส่วนผสม
.....ความสวยงามและรูปลักษณะของตัวขนมความสวยงามและรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์
.....สื่อโฆษณาต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุการบอกต่อกันแบบปากต่อปาก
.....ความจำเป็นในการซื้อ เช่น เป็นของฝากงานขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น

4. ความถี่ของการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยของท่านเป็นอย่างไร

.....ทุกวัน 2-6 ครั้ง/สัปดาห์ 1 ครั้ง/สัปดาห์ น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์

5. อะไรคือจุดประสงค์ส่วนใหญ่ในการซื้อขนมไทยของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

.....เพื่อบริโภคสำหรับตนเอง / คนในครอบครัว
.....เพื่อเป็นของฝากญาติหรือผู้ใหญ่
.....เพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสที่เป็นมงคล เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ การเลื่อนตำแหน่ง

6. ลักษณะการบริโภคขนมไทยโดยส่วนใหญ่ของท่านมักเป็นแบบใด

.....ซื้อแล้วบริโภคทันทีบริโภคในระหว่างเดินทาง / ในรถ
.....ซื้อแล้วนำกลับมาบริโภคที่บ้าน / ที่ทำงาน

7. สถานที่ที่ท่านนิยมซื้อขนมไทย

.....ร้านค้าปลีกห้างสรรพสินค้าร้านสะดวกซื้อซูเปอร์มาร์เกต

เอกสารร้านขนมไทยโดยตรงของยี่ห้ออื่นๆ เช่น ขนมบ้านอัยการท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไป.....อื่นๆ โปรดระบุ.....
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ท่านชื่นชอบบรรพบุรุษที่มีรูปลักษณ์แบบใดในภาพแต่ละข้อต่อไปนี้

.....1. แนวทางการออกแบบที่สะท้อนถึงความเป็นดั้งเดิมของไทย แสดงศิลปะและความเป็นไทยในอดีต มีความวิจิตรบรรจง อาจสะท้อนออกมาทางภาพวาดวิถีชีวิตไทย หรือรูปแบบภาชนะไทยโบราณ เป็นต้น



..... 2 แนวทางการออกแบบสมัยใหม่ โดยประยุกต์ความเป็นไทยให้เข้ากับความเป็นสากลมากขึ้น โดยมีที่มาจาก การนำลวดลายไทยดั้งเดิม หรือภูมิปัญญาไทยในอดีต มาลดทอนให้น้อยลง มีความเรียบง่าย เกิดถึงกลางของรูปทรง และวัสดุ สีสันเป็นสากลมากขึ้น



..... 3.แนวทางที่เป็นความร่วมมือ คือเป็นการผสมผสานระหว่างลักษณะของศิลปะและความเป็นไทยดั้งเดิมในอดีตกับความเป็นสมัยใหม่ เรียบง่าย มีกลิ่นอายของความเป็นไทยอบอวลอยู่

ข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี
นาย ปิติ ตั้งขวลิต

นักศึกษาภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

ชื่อ ปิติ ตั้งสวัสดิ์

ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย (พศ. 2538 – 2541)

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนโยธินบูรณะ (พศ. 2542 – 2545)

อุดมศึกษา ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง (พศ. 2546 – พศ.2551)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้