

โครงการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า
และสื่อส่งเสริม ณ จุดขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ
ภายใต้ตราสินค้า Spice Story

Packaging Design, Display Design and Point of Purchase Media Design
for Spice's International food of Spice Story



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสันทะสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

โครงการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าและ
สื่อส่งเสริม ณ จุดขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ
ภายใต้ตราสินค้า Spice Story

โดย

นางสาวปรีชญารุมน แก้วมณี

สาขา

การออกแบบสหเทศสามมิติ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์นพิน มัณฑะจิตร

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้หัวข้อศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสหเทศสามมิติ

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเชฐ โสวิทยสกุล)

คณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์นิรรรณ รัตนวิจารณ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์นพิน มัณฑะจิตร)

.....กรรมการ
(อาจารย์ตฤภพ ไชยศิริ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาวรณ สวัสดิ์ชัย)

.....กรรมการ
(อาจารย์อรรถเวช บริรักษ์เลิศ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชัย มหานพวงศ์ชัย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์

โครงการเสนอแนะออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า และสื่อส่งเสริมการขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ภายใต้ตราสินค้า Spice Story

นักศึกษา

นางสาวปรีชญารุมน แก้วมณี

รหัสประจำตัว

56020270

ปริญญา

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา

การออกแบบสเนเทศสามมิติ

ปีการศึกษา

2559

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์

อ.นพิน มัณฑะจิตร

บทคัดย่อ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาในเรื่องของการพัฒนาสินค้าจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ของตราสินค้า Spice Story นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เพื่อกระตุ้นยอดขาย ความถี่ในการซื้อและความน่าสนใจในสายตาผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า Spice Story พฤติกรรมการซื้อและบริโภคเครื่องเทศของผู้บริโภค รวมไปถึงวิเคราะห์สถานที่จัดขายสินค้าและ วิเคราะห์พื้นที่ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอนซึ่งเป็นสาขาหลัก ทำให้พบช่องทางในการพัฒนาสินค้าใหม่ที่จะเป็นตัวแทนในการเล่าเรื่องราวของตราสินค้า นำไปสู่แนวทางในการเล่าเรื่องที่น่าความเป็นสากลมาเล่าเรื่องด้วยอาหารนานาชาติที่คัดสรรมาจากประเทศที่มีประวัติศาสตร์ในการใช้เครื่องเทศมาอย่างยาวนาน แสดงออกถึงความรู้ความเชี่ยวชาญของตราสินค้าที่สั่งสมมาเป็นเวลายาวนาน

โดยนำเอาเรื่องราวที่วิเคราะห์มาเกิดเป็นหัวข้อศิลปนิพนธ์นี้เพื่อเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าและสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย สำหรับชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะผลิตขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายของตราสินค้า Spice Story

เนื่องด้วยตราสินค้า Spice Story เป็นองค์กรที่ก่อตั้งมาอย่างยาวนาน มีความต้องการที่จะเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประสบการณ์ขององค์กรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคและจัดเรียงเรื่องราวออกมอย่างเป็นระเบียบ ประณีต เข้าใจง่ายแต่แฝงไปด้วยความจริงจัง กลายเป็นข้อความสำคัญ ที่ต้องการสื่อสารในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าและสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า และสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาตินี้เกิดขึ้นจากความตั้งใจของผู้จัดทำ ซึ่งได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ ศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จ ลุล่วงตามเป้าหมายได้ด้วยดี หากขาดแรงสนับสนุน กำลังใจ คำปรึกษา รวมไปถึงการช่วยเหลือ จากบุคคลหลากหลายฝ่าย จึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือไว้ ณ ที่นี้

ขอบพระคุณพ่อ แม่ อาม่าและหม่อมใหม่ สำหรับการสนับสนุนในทุกด้านทุกทาง ทุกรูปแบบและความเข้าใจตลอด 4 ปีที่ผ่านมา

ขอบพระคุณอาจารย์นิรวรรณ รัตนวิจารณ์ อาจารย์ดนูภ ไซยศิริ ผศ.ดร.นภาพรรณ สวัสดิชัย อาจารย์นพิน มัณฑะจิตร ผศ.ธวัชชัย มหานพวงศ์ชัยและอาจารย์อรรถเวศ บริรักษ์เลิศ ที่อบรมสั่งสอน ให้ความรู้ตั้งแต่ปี 1 ตลอดมาจน ปี 4 รวมไปถึงการทำศิลปะนิพนธ์นี้ที่คอย ให้คำปรึกษาและความห่วงใย ผู้จัดทำได้รวบรวมความรู้และประสบการณ์ที่อาจารย์ได้สั่งสอนมา นำมาใช้จนทำให้ศิลปะนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอบพระคุณคุณโบว์ สไปซ์สตอร์สำหรับการเอื้อเฟื้อข้อมูลในเบื้องต้นและการช่วยเหลือ ในด้านต่างๆ ที่เป็นส่วนช่วยในการทำศิลปะนิพนธ์ครั้งนี้

ขอบคุณเตย อ้อย ชูการ์ บู้ คิว น้อยหน้า พี่อึ้งค์ เป้ม เจมส์ พี่เนม พี่ไนต์ เอแคลร์ พี่แทน แพร ดวง พี่แคบ ปะเหงือก พี่มินท์ กานต์ แอน แแบง จีอบ จ๋อม พี่ลูกปิด พี่ไอห่ม พี่พาย หลิง โม โต้ น้องโบ พี่จู้ อัน บ้อง พี่ชมพู่ ลิลลี่ เบส ดิส คุณโย่ง หมี่ แสด พี่จ๊ะ นะโม พี่แพร โปะ น้องมาย พี่กูก ปอ ที่คอยให้คำปรึกษา คอยปลอบใจและช่วยทำให้มีสติจนกลายเป็นพลังที่ทำให้ลุกขึ้นมาทำงาน ในเวลาที่ท้อและหมดแรง

ขอบคุณพี่รหัส น้องรหัสทุกคน พี่เอิร์ธ น้องมาย น้องปลั้ม น้องพลั๊ก น้องโบ ที่คอยถามไถ่ ช่วยเหลือในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเรื่องเล็กเรื่องใหญ่ จนทำให้งานเราเสร็จทันเวลา

ขอบคุณพริม สำหรับคำปรึกษา คำแนะนำที่ดี การอยู่เคียงข้างกันและฝ่าฟันเรื่องยาก หลากๆ เรื่องในชีวิตไปด้วยกัน การมีพริมเป็นเพื่อนคู่คิดเป็นสิ่งที่ดีที่สุดและชีวิตในมหาวิทยาลัย คงไม่มีความสุขขนาดนี้ถ้าไม่มีพริม ขอขอบคุณมากนะ

ขอบคุณเพื่อนๆ สม.4 ทุกคนที่ยืนหยัดอยู่ด้วยกันมาจนถึงทุกวันนี้ ตั้งแต่ปี 1 ถึง ปี 4 ที่คอยร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมา

และสุดท้ายนี้ขอบคุณตัวเองที่อดทนและฟันฝ่าการเรียนมาทั้ง 4 ปี ขอขอบคุณที่เปิดใจ ยอมรับอะไรใหม่ๆ และพยายามพัฒนาและให้กำลังใจตัวเองมาจนตลอดศิลปะนิพนธ์นี้สำเร็จไปได้

สารบัญ

	หน้า
ใบรับรองศิลปนิพนธ์.....	I
บทคัดย่อภาษาไทย.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญรูป.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.3.1 ขอบเขตของเนื้อหา.....	2
1.3.2 ขอบเขตของประชากร.....	2
1.3.3 ขอบเขตของพื้นที่.....	2
1.4 วิธีดำเนินโครงการโดยย่อ.....	3
1.4.1 ศึกษาเกี่ยวกับองค์กร Spice Story.....	3
1.4.2 ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการ.....	3
ของผู้บริโภค	
1.4.3 ศึกษาข้อมูลในการจัดเซตชุดเครื่องเทศประกอบ.....	3
อาหารนานาชาติ	
1.4.4 ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย.....	3
1.4.5 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	3
1.4.6 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบการจัดแสดงสินค้า.....	3
1.4.7 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบสื่อส่งเสริม ฌ จุดขาย.....	3
1.4.8 วิเคราะห์และสรุปเพื่อการออกแบบ.....	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	5
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร Spice Story.....	5
2.1.1 วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง Spice Story.....	5
2.1.2 Brand Platform.....	6
2.1.3 Key Message.....	7
2.1.4 Unique Selling Point.....	7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.1.5 ความต้องการทางด้านการตลาดขององค์กร.....	7
2.1.6 สรุปเนื้อหาเรื่ององค์กร Spice Story.....	8
ที่เกี่ยวข้องโครงการออกแบบ	
2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ขององค์กร Spice Story.....	8
2.2.1 การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในร้าน Spice Story.....	8
2.2.2 Product Requirement และ Product Limitation.....	19
2.2.3 สรุปเนื้อหาเรื่องผลิตภัณฑ์ของ Spice Story.....	20
2.3 ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า.....	20
2.3.1 ร้านค้าของตัวเองที่ตั้งอยู่ ณ Gourment Market.....	21
2.3.2 วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต.....	21
2.3.3 สรุปเนื้อหาเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้า.....	22
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในโครงการ.....	22
2.4.1 กลุ่มคนอายุ 25-35 ปี ที่มีความต้องการ.....	23
ในการทดลองใช้เครื่องเทศประกอบอาหารรับประทาน	
2.4.2 กลุ่มคนอายุ 35-45 ปี ที่มีความต้องการ.....	24
ในการพัฒนาทักษะในการใช้เครื่องเทศประกอบอาหาร	
2.4.3 Value Proposition.....	26
2.4.4 สรุปเนื้อหาเรื่องกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค.....	26
2.5 ข้อมูลการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	27
2.5.1 แนวทางในการเล่าเรื่องราว.....	27
2.5.2 สรุปเนื้อหาการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	28
2.6 ข้อมูลเมนูอาหารที่ใช้ในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	28
2.6.1 ประเทศไทย.....	28
2.6.2 ประเทศจีน.....	32
2.6.3 ประเทศอินเดีย.....	36
2.6.4 ประเทศอิตาลี.....	40
2.6.5 ประเทศเม็กซิกัน.....	44
2.6.6 สรุปเนื้อหาเรื่องข้อมูลเมนูอาหารเซต.....	47
เครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ	
2.7 ข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	48
2.7.1 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์.....	48
2.7.2 Packaging Strategy 2P2C.....	48
2.7.3 การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ.....	49
2.7.4 Packaging Positioning.....	50
2.7.5 ข้อมูลเมนูอาหารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	50
2.7.6 สรุปเนื้อหาเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.8 ข้อมูลด้านการออกแบบการจัดแสดงสินค้า.....	57
2.8.1 Circulation.....	58
2.8.2 การจัดร้านของร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	58
2.8.3 Shelf Layout.....	59
2.8.4 สถานที่ที่การจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบจะไปตั้งอยู่.....	60
2.8.5 สรุปเนื้อหาเรื่องการออกแบบการจัดแสดงสินค้า.....	61
2.9 ข้อมูลด้านการออกแบบสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	61
2.9.1 ประเภทของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย บนชั้นวางสินค้า.....	62
2.9.2 ประเภทของสื่อส่งเสริม ณ จุดขายในบริเวณร้านค้า.....	64
2.9.3 วิเคราะห์การใช้สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	65
2.9.4 สรุปเนื้อหาเรื่องการออกแบบการจัดแสดงสินค้า.....	65
บทที่ 3 การดำเนินการออกแบบ.....	66
3.1 กำหนดเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบ.....	66
3.1.1 ส่วนของบรรจุภัณฑ์.....	66
3.1.2 ส่วนของการจัดแสดงสินค้า.....	67
3.1.3 ส่วนของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	67
3.2 การสร้างแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ.....	68
3.2.1 เนื้อหาในการออกแบบ.....	68
3.2.2 แนวคิดในการออกแบบ.....	69
3.3 การร่างแบบตามแนวทางการออกแบบ.....	69
3.3.1 การคัดเลือกแบบร่างนำมาทดลองทำชิ้นงานทดลอง.....	71
3.4 การจัดทำแบบจำลองตามแบบร่าง.....	74
3.4.1 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ.....	74
3.4.2 บรรจุภัณฑ์แบบร่างที่ 1.....	74
3.4.3 บรรจุภัณฑ์แบบร่างที่ 2.....	75
3.4.4 การจัดแสดงสินค้า แบบร่างที่ 1.....	76
3.4.5 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย แบบร่างที่ 1.....	77
3.4.6 สรุปการทำแบบจำลองแบบร่าง.....	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การพัฒนาผลงานหลังแบบร่าง.....	77
3.5.1 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิหลังแบบร่างครั้งที่ 1.....	77
3.5.2 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 1.....	78
3.5.3 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 2.....	79
3.5.4 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 3.....	80
3.5.5 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 4.....	81
3.5.6 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 5.....	82
3.5.7 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 6.....	83
3.5.8 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 7.....	84
3.5.9 การพัฒนาแบบร่างชั้นวางสินค้าหลังแบบร่างครั้งที่ 1.....	84
3.5.10 การพัฒนาแบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายหลังแบบร่างครั้งที่ 1.....	86
3.5.11 การพัฒนาแบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายหลังแบบร่างครั้งที่ 2.....	87
3.5.12 สรุปผลการทดลองทำหุ่นจำลองหลังพัฒนาแบบร่าง.....	87
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ.....	88
4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง.....	88
4.1.1 บรรจุภัณฑ์.....	88
4.1.2 ชั้นวางสินค้า.....	91
4.1.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	94
4.2 ภาพแสดงโครงสร้าง.....	95
4.3 การจัดแสดงผลงาน.....	102
บทที่ 5 การสรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	103
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการ.....	103
5.1.1 บรรจุภัณฑ์.....	103
5.1.2 ชั้นวางสินค้า.....	103
5.1.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	103
5.2 การอภิปรายผลงานออกแบบ.....	103
5.2.1 บรรจุภัณฑ์.....	103
5.2.2 ชั้นวางสินค้า.....	103
5.2.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	104
5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์.....	104
5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	104
5.5 การแก้ไขผลงานการออกแบบ.....	105
5.5.1 บรรจุภัณฑ์.....	105
5.5.2 ชั้นวางสินค้า.....	108

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.5.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย	111
บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก	113
ประวัติผู้เขียน.....	146



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb.....	9
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ).....	10
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ).....	11
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ).....	12
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ).....	13
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ).....	14
ตารางที่ 2.1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ).....	15
ตารางที่ 2.2 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Seasoning.....	16
ตารางที่ 2.3 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Yaowaraj Selection.....	16
ตารางที่ 2.4 : ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประเทศไทย.....	51
ตารางที่ 2.5 : ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประเทศจีน	52
ตารางที่ 2.6 : ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประเทศอินเดีย	52
ตารางที่ 2.6 : ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประเทศอินเดีย (ต่อ).....	53
ตารางที่ 2.7 : ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประเทศอิตาลี.....	53
ตารางที่ 2.8 : ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประเทศเม็กซิกัน.....	54
ตารางที่ 2.9 : ปริมาณการใช้เครื่องเทศในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	54
ตารางที่ 2.9 : ปริมาณการใช้เครื่องเทศในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ (ต่อ).....	55
ตารางที่ 2.9 : ปริมาณการใช้เครื่องเทศในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ (ต่อ).....	56
ตารางที่ 2.10 : สรุปข้อมูลเพื่อทำ Primary Packaging.....	56
ตารางที่ 2.10 : สรุปข้อมูลเพื่อทำ Primary Packaging (ต่อ).....	57
ตารางที่ 5.1 : ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจสอบนิพนธ์	104
ตารางที่ 5.2 : ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	104

สารบัญรูป

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : Journey Map แสดงข้อมูลการก่อตั้งแบรนด์ Spice Story.....	6
ภาพที่ 2.2 : หมวดยอดนิยมของร้าน Spice Story.....	9
ภาพที่ 2.3 : เครื่องเทศสัณฐานแบบแห้ง.....	17
ภาพที่ 2.4 : เครื่องเทศสัณฐานแบบเม็ด.....	17
ภาพที่ 2.5 : เครื่องเทศสัณฐานแบบดอก.....	17
ภาพที่ 2.6 : เครื่องเทศสัณฐานแบบผล.....	18
ภาพที่ 2.7 : เครื่องเทศสัณฐานแบบใบ.....	18
ภาพที่ 2.8 : เครื่องเทศสัณฐานแบบเส้น.....	18
ภาพที่ 2.9 : เครื่องเทศสัณฐานแบบแผ่น.....	19
ภาพที่ 2.10 : เครื่องเทศสัณฐานแบบก้อน.....	19
ภาพที่ 2.11 : เครื่องเทศสัณฐานแบบผง.....	19
ภาพที่ 2.12 : รูปการเก็บรักษาเครื่องเทศที่เหมาะสม.....	20
ภาพที่ 2.13 : ร้านค้า Spice Story ที่ตั้งอยู่ใน Gourmet Market สาขาสยามพารากอน.....	21
ภาพที่ 2.14 : ชั้นวางสินค้า Spice Story ที่ตั้งอยู่ใน Gourmet Market.....	21
ภาพที่ 2.15 : ชั้นวางสินค้า Spice Story ที่ตั้งอยู่ใน Eat Thai สาขาเซ็นทรัลเอ็มบาสซี.....	22
ภาพที่ 2.16 : กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการใช้เครื่องเทศเพื่อการทดลองประกอบอาหาร.....	23
ภาพที่ 2.17 : กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการพัฒนาทักษะในการใช้เครื่องเทศประกอบอาหาร....	24
ภาพที่ 2.18 : Value Proposition.....	26
ภาพที่ 2.19 : ต้มยำกุ้ง.....	29
ภาพที่ 2.20 : มีสมัน.....	30
ภาพที่ 2.21 : ลาบ.....	31
ภาพที่ 2.22 : ขนมชั้น.....	32
ภาพที่ 2.23 : พะโล้.....	33
ภาพที่ 2.24 : บักกุดเต๋.....	34
ภาพที่ 2.25 : หม่าล่าทั้ง.....	34
ภาพที่ 2.26 : บัวลอยน้ำแข็ง.....	35
ภาพที่ 2.27 : มาซาล่า.....	36
ภาพที่ 2.28 : ข้าวซีร่า.....	37
ภาพที่ 2.29 : ไก่แทนดอรี.....	38
ภาพที่ 2.30 : ขนมกุหลาบยามุน.....	39
ภาพที่ 2.31 : ริซอสโต้.....	40
ภาพที่ 2.32 : ลาซานญา.....	41
ภาพที่ 2.33 : พาสต้าเพสโต้.....	42
ภาพที่ 2.34 : ขนมปानीโตทอน.....	43

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.35 : ทาโก้.....	44
ภาพที่ 2.36 : นาโซ.....	45
ภาพที่ 2.37 : เคสติย่า.....	46
ภาพที่ 2.38 : พายเอ็มปานาดาส.....	47
ภาพที่ 2.39 : กลยุทธ์ 2P2C ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	49
ภาพที่ 2.40 : แสดงเส้นทางการเดินเข้าของร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	58
ภาพที่ 2.41 : การจัดร้านตามหมวดหมู่ที่ทางแบรนด์ได้กำหนดขึ้น.....	59
ภาพที่ 2.42 : Shelf Layout ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	60
ภาพที่ 2.43 : ที่ตั้งการจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	61
ภาพที่ 2.44 : Shelf Vision.....	62
ภาพที่ 2.45 : Shelf Talker.....	62
ภาพที่ 2.46 : Wobbler.....	63
ภาพที่ 2.47 : Special Rack.....	63
ภาพที่ 2.48 : Island Freezer.....	64
ภาพที่ 2.49 : Floor Vision.....	64
ภาพที่ 3.1 : การร่างแบบในแนวทางที่รวมเช็ตทุกวัฒนธรรมพร้อมกัน.....	69
ภาพที่ 3.2 : การร่างแบบในแนวทางที่รวมเช็ตทุกวัฒนธรรมพร้อมกัน.....	70
ภาพที่ 3.3 : การร่างแบบในแนวทางที่รวมเช็ตทุกวัฒนธรรมพร้อมกัน.....	70
ภาพที่ 3.4 : แบบร่างที่คัดเลือกมาทำขึ้นงานทดลอง.....	71
ภาพที่ 3.5 : แบบร่างที่คัดเลือกมาทำขึ้นงานทดลอง.....	72
ภาพที่ 3.6 : แบบร่างที่คัดเลือกมาทำขึ้นงานทดลอง.....	73
ภาพที่ 3.7 : แบบจำลองของแบบร่างของบรรจุภัณฑ์.....	74
ภาพที่ 3.8 : โครงสร้างของแบบจำลองของแบบร่างบรรจุภัณฑ์.....	75
ภาพที่ 3.9 : แบบจำลองของแบบร่างของบรรจุภัณฑ์.....	75
ภาพที่ 3.10 : แบบร่างของชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	76
ภาพที่ 3.11 : แบบจำลองแบบร่างชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	76
ภาพที่ 3.12 : แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย.....	77
ภาพที่ 3.13 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ.....	78
ภาพที่ 3.14 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาครั้งที่ 1 รูปแบบ Cookbook.....	79
ภาพที่ 3.15 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาครั้งที่ 1 รูปแบบ Transparency.....	79
ภาพที่ 3.16 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 2.....	80
ภาพที่ 3.17 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 3.....	80
ภาพที่ 3.18 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 3.....	81
ภาพที่ 3.19 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 4.....	81
ภาพที่ 3.20 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 4.....	82
ภาพที่ 3.21 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 5.....	82

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.22 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 5.....	83
ภาพที่ 3.23 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 6.....	83
ภาพที่ 3.24 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 6.....	84
ภาพที่ 3.25 : แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 7.....	84
ภาพที่ 3.26 : แบบร่างชั้นวางสินค้าที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 1.....	85
ภาพที่ 3.27 : แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 1.....	86
ภาพที่ 3.28 : แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 1.....	86
ภาพที่ 3.29 : แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 2.....	87
ภาพที่ 4.1 : บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	89
ภาพที่ 4.2 : บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	89
ภาพที่ 4.3 : บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	90
ภาพที่ 4.4 : บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ.....	90
ภาพที่ 4.5 : ชั้นวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	91
ภาพที่ 4.6 : ชั้นวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	92
ภาพที่ 4.7 : รายละเอียดชั้นวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน....	93
ภาพที่ 4.8 : ชั้นวางสินค้าเมื่อนำไปอยู่บริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน...	93
ภาพที่ 4.9 : ชั้นวางสินค้าเมื่อนำไปอยู่บริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน...	94
ภาพที่ 4.10 : สื่อส่งเสริม ณ จุดขายในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	95
ภาพที่ 4.11 : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศไทย ขนาดเล็ก.....	96
ภาพที่ 4.12 : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศจีน ขนาดเล็ก.....	96
ภาพที่ 4.13 : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศอินเดีย ขนาดเล็ก.....	97
ภาพที่ 4.14 : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศอิตาลี ขนาดเล็ก.....	97
ภาพที่ 4.15 : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศเม็กซิโก ขนาดเล็ก.....	97
ภาพที่ 4.16 : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่.....	98
ภาพที่ 4.17 : โครงสร้างของถาดล๊อคบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิแต่ละประเทศ.....	98
ภาพที่ 4.18 : โครงสร้างของชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	99
ภาพที่ 4.19 : โครงสร้างของชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน.....	99
ภาพที่ 4.20 : โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Wobbler.....	100
ภาพที่ 4.21 : โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Wobbler.....	100
ภาพที่ 4.22 : โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Shelf Talker.....	101
ภาพที่ 4.23 : โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Poster.....	101
ภาพที่ 4.24 : การจัดแสดงงาน.....	102
ภาพที่ 5.1 : เปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	105
ภาพที่ 5.2 : เปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	106
ภาพที่ 5.3 : เปรียบเทียบถาดล๊อคเครื่องเทศก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	106
ภาพที่ 5.4 : เปรียบเทียบถาดล๊อคเครื่องเทศประเทศจีนอาหารคาวและอาหารหวาน.....	107

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 5.5 : เปรียบเทียบขนาดบรรจุภัณฑ์ก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	107
ภาพที่ 5.6 : เปรียบเทียบชั้นวางสินค้าก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	108
ภาพที่ 5.7 : เปรียบเทียบชั้นวางสินค้าก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	109
ภาพที่ 5.8 : เปรียบเทียบชั้นวางสินค้าบริเวณ Spice and Herb ก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	110
ภาพที่ 5.9 : เปรียบเทียบสื่อส่งเสริม ณ จุดขายก่อนแก้ไขและหลังแก้ไข.....	111



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

องค์กร Spice Story เป็นองค์กรจำหน่ายเครื่องเทศระดับพรีเมียมของวงวนสุน พริกไทยตรามือที่ 1 ผู้นำด้านเครื่องเทศและพริกไทยมากกว่า 60 ปี จึงทำให้ Spice Story เป็นผู้สืบทอดความเชี่ยวชาญในด้านเครื่องเทศโดยเฉพาะ คัดสรรวัตถุดิบชั้นดีจากทั่วทุกมุมโลกและนำมาแปรรูปด้วยกระบวนการที่คิดค้นขึ้นมา โดยเฉพาะที่สามารถรักษาความสดใหม่ กลิ่นหอม รสชาติและคุณประโยชน์ของเครื่องเทศไว้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ Spice Story มีความต้องการที่จะกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้น จึงมีความคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีในปัจจุบันให้มีความหลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคจึงเริ่มหาแนวทางใหม่โดยการเล็งเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ตัวเองจำหน่ายมีความหลากหลายมาก แต่การขายในปัจจุบันมีรูปแบบที่เน้นการขายปลีกเป็นหลักและขายในปริมาณมากที่สามารถนำไปใช้งานได้นาน ทำให้ผู้บริโภคที่ซื้อไปมีความถี่ในการซื้อสินค้าน้อย ทาง Spice Story จึงสนใจในการพัฒนาสินค้าจากผลิตภัณฑ์เครื่องเทศที่มีวางจำหน่ายในปัจจุบันและวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเครื่องเทศ

โดยจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องเทศในปัจจุบันนั้นมีความต้องการใช้เครื่องเทศในปริมาณน้อย แต่ต้องการใช้เครื่องเทศหลากหลายประเภท อีกทั้งยังมีพฤติกรรมการบริโภคในรูปแบบการบริโภคอาหารที่หลากหลายและไม่บริโภคอาหารสำเร็จรูป มักจะประกอบอาหารรับประทานเองในเวลารว่าง เราจึงนำข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องเทศในปัจจุบันมาใช้ในการออกแบบชุดเครื่องเทศประกอบอาหาร โดยใช้หลักความเป็นสากลขององค์กร Spice Story นำมาสู่การคัดสรรเมนูอาหารนานาชาติ แสดงให้เห็นถึงการนำความรู้ความเชี่ยวชาญที่ทางองค์กร Spice Story มีมาต่อยอดโดยไม่ลืมที่จะใส่ใจในความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจและกระตุ้นยอดขายสินค้าขององค์กรให้มีความถี่มากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นที่ได้กล่าวมานั้นจึงเกิดเป็นประเด็นที่นำไปสู่หัวข้อศิลปนิพนธ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าและสื่อส่งเสริมการขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ภายใต้ตราสินค้า Spice Story

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้าและสื่อส่งเสริม ณ จุดขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ภายใต้ตราสินค้า Spice Story

1.2.2 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติและสื่อสารวิธีการนำเครื่องเทศไปใช้ในการประกอบอาหารให้กับผู้บริโภค

1.2.3 เพื่อออกแบบการจัดแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตของเนื้อหา

1.3.1.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์(Packaging Design)

1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ 5 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ประเทศอิตาลีและประเทศเม็กซิโก อาหารคาวประเทศละ 3 ชนิดและอาหารหวานประเทศละ 1 ชนิด รวมทั้งหมด 20 ชนิด ประกอบด้วยข้อมูลประวัติความเป็นมาของอาหาร ข้อมูลการนำเครื่องเทศไปใช้ในการประกอบอาหารและข้อมูลบนฉลากสินค้า ประเภทอาหารตามราชกิจจานุเบกษา ประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข

1.3.1.2 ออกแบบการจัดแสดงสินค้า(Display Design)

1) ออกแบบการจัดแสดงสินค้าที่ตั้งบริเวณหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอนประกอบด้วยข้อมูลส่งเสริมการขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ
2) ออกแบบการจัดแสดงสินค้าที่ตั้งภายในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน ประกอบด้วยข้อมูลส่งเสริมการขายชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

1.3.1.3 ออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย(Point of Purchase Media Design)

1) ออกแบบสื่อส่งเสริมการขายบนการจัดแสดงสินค้าที่ตั้งบริเวณหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน
2) ออกแบบสื่อส่งเสริมการขายภายในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

1.3.2 ขอบเขตของประชากร

1.3.2.1 คุณโบ ภครภัสสร ลิมประนะ ผู้จัดการทั่วไปองค์กร Spice Story สัมภาษณ์และขอข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร Spice Story และข้อมูลสินค้าของ Spice Story

1.3.2.2 คุณอ้อย ผู้จัดการ และคุณฝน พนักงานขายร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน สัมภาษณ์เพื่อสอบถามถึงพฤติกรรมซื้อและความต้องการของลูกค้าร้าน Spice Story

1.3.2.3 ประชากรที่ใช้ศึกษา คือกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าของร้าน Spice Story สัมภาษณ์และสอบถามถึงความต้องการและพฤติกรรมเกี่ยวกับสินค้าประเภทเครื่องเทศ

1.3.2.4 กลุ่มเป้าหมายในโครงการนี้ คือผู้บริโภคเครื่องเทศที่มีพฤติกรรมการใช้และบริโภคเครื่องเทศที่มีความถี่น้อยและมีความต้องการใช้จำนวนน้อยต่อครั้งแต่หลากหลายชนิด ชื่นชอบและสนใจในรสสัมผัสของเครื่องเทศซึ่งเป็นส่วนประกอบในอาหาร

1.3.3 ขอบเขตของพื้นที่

1.3.3.1 พื้นที่เก็บข้อมูลสนับสนุนโครงการคือ Spice Story สาขาสยามพารากอน Gourmet Market สาขาเทอร์มินัล 21, สาขาติเอ็มโพเรียม, สาขาติเอ็มควอเทียร์ อีทไทย สาขาเซนทรัลเอ็มบาซซี่ และเซนทรัลพลาซ่า สาขาเซนทรัลชิดลม เพื่อรวบรวมข้อมูลและสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคเครื่องเทศ

1.3.3.2 บรรจุกัณฑ์ การจัดวางสินค้าและสื่อส่งเสริมการขายที่ออกแบบจะจำหน่ายที่ร้านค้า Spice Story สาขาสยามพารากอน

1.4 วิธีดำเนินโครงการโดยย่อ

1.4.1 ศึกษาเกี่ยวกับองค์กร Spice Story

1.4.1.1 ศึกษาประวัติความเป็นมาขององค์กรจากคุณภัครภัตสร ลี้มประนะ ผู้จัดการทั่วไป องค์กร Spice Story และจากบทความขององค์กรง่วนสุนพริกไทยตราเมืองที่หนึ่งเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ การก่อตั้งองค์กร Spice Story

1.4.1.2 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและข้อมูลสินค้า จัดทำ Brand Platform นำไปให้คุณภัครภัตสร ลี้มประนะตรวจสอบพร้อมขอสัมภาษณ์

1.4.1.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านสัณฐาน วิธีการจัดเก็บและวิธีการนำไปใช้

1.4.2 ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค

1.4.2.1 สังเกตการณ์และสัมภาษณ์ลูกค้าในร้าน Spice Story ทุกสาขา

1.4.2.2 สัมภาษณ์คุณอ้อยผู้จัดการและคุณผ่นพนักงานขายร้าน Spice Story

สาขาสยามพารากอน

1.4.2.3 จัดทำ Persona กลุ่มเป้าหมายของโครงการ และวิเคราะห์เพื่อใช้ในการออกแบบ

1.4.3 ศึกษาข้อมูลในการจัดเขตชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

1.4.3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในองค์กร Spice Story

1.4.3.2 เชื่อมโยงเรื่องราวขององค์กรและแนวทางการจัดชุดเครื่องเทศ

1.4.3.3 นำเมนูอาหารนานาชาติมาเป็นตัวตั้งต้นในการจัดชุดผลิตภัณฑ์เครื่องเทศ

1.4.4 ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย

1.4.4.1 ศึกษาพื้นที่ร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

1.4.5 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.5.1 ศึกษาข้อมูลทางกฎหมายเกี่ยวกับฉลากบนบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทอาหาร

1.4.5.2 ศึกษาประเภทบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการจัดเก็บและสัณฐานของตัวผลิตภัณฑ์

1.4.5.3 ศึกษารายละเอียด ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องปรากฏบนบรรจุภัณฑ์

1.4.5.4 ศึกษาข้อมูลกลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.6 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

1.4.6.1 วิเคราะห์การใช้พื้นที่ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

1.4.7 ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบสื่อส่งเสริม ณา จุดขาย

1.4.8 วิเคราะห์และสรุปเพื่อการออกแบบ

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.5.1 Spice Story ได้มีผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติที่สามารถเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และเป็นช่องทางในการกระตุ้นยอดขายสินค้าของแบรนด์ได้
- 1.5.2 ได้ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ โดยออกแบบให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเดิมของร้าน
- 1.5.3 กลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องเทศ ที่มีความถี่ไม่มากและปริมาณไม่มาก ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง

1.6 นิยามศัพท์

- 1.6.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคโดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์
- 1.6.2 การออกแบบการจัดแสดงสินค้า หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของการจัดวางสินค้าเพื่อส่งเสริมในการขายสินค้า สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้สนใจในตัวสินค้าได้และเพื่อเป็นสถานที่วางสินค้าขณะทำการขาย
- 1.6.3 การออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย หมายถึง การจุดใจที่เสนอคุณค่าพิเศษ หรือการจุดใจผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างยอดขายในพื้นที่
- 1.6.4 กลุ่มเป้าหมายใหม่ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายในโครงการซึ่งมีความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเทศในปริมาณน้อยแต่หลากหลายประเภท มีความชื่นชอบต่อรสสัมผัสของเครื่องเทศในอาหารที่รับประทาน
- 1.6.5 Spice Story หมายถึง ชื่อตราสินค้าที่ทางโครงการใช้ข้อมูล ภาพลักษณ์และตัวผลิตภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบ

บทที่ 2

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศอาหารนานาชาติเพื่อการประกอบอาหารและการจัดแสดงสินค้าชุดเครื่องเทศสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ภายใต้แบรนด์ Spice Story มีการศึกษาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร Spice Story
- 2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ขององค์กร Spice Story
- 2.3 ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในโครงการ
- 2.5 ข้อมูลการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ
- 2.6 ข้อมูลเมนูอาหารที่ใช้ในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ
- 2.7 ข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.8 ข้อมูลด้านการออกแบบการจัดแสดงสินค้า
- 2.9 ข้อมูลด้านการออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร Spice Story

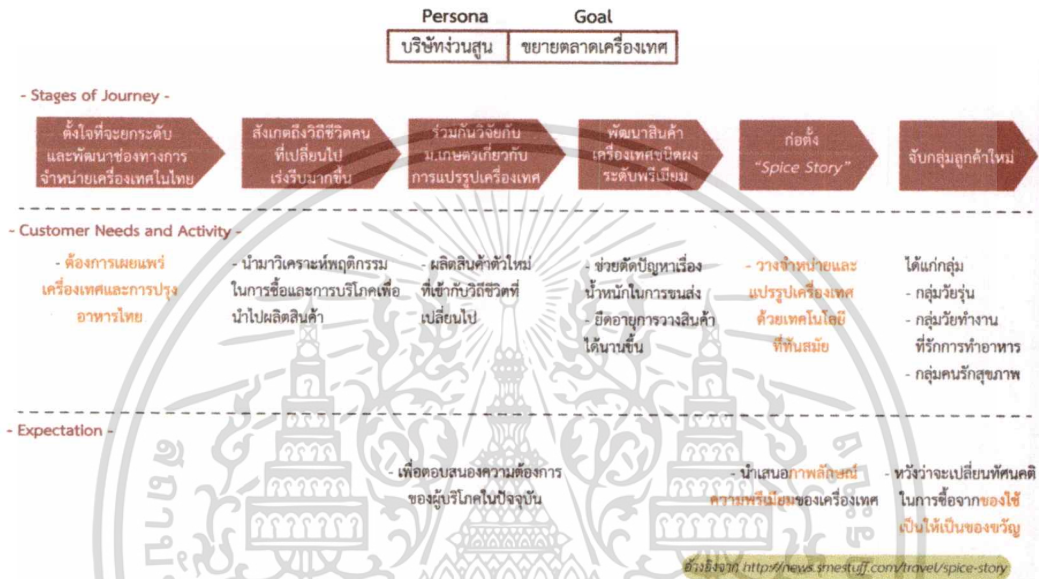
Spice Story เป็นองค์กรที่จัดจำหน่ายและแปรรูปเครื่องเทศจากทั่วทุกมุมโลกที่มีข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรดังนี้

2.1.1 วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง Spice Story

บริษัททวงสุนกรุปพยายามยกระดับและพัฒนาช่องทางจำหน่ายเครื่องเทศไทย จึงพัฒนาสินค้าเครื่องเทศให้สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น และก่อตั้งองค์กร Spice Story (สไปซ์ สตอรี) ที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวตรงที่เครื่องเทศไทยที่วางจำหน่ายได้รับการแปรรูปด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัยเพื่อยืดอายุการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์

เนื่องจากวิถีชีวิตคนในสังคมเปลี่ยนผู้คนเร่งรีบมากขึ้น สินค้าประเภท เรตตี้ทูคูก (Ready to Cook) มีมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นเพสต์ (Paste) คือมีน้ำเป็นองค์ประกอบซึ่งโรงงานทวงสุนกรุปมีความเชี่ยวชาญเรื่องสินค้าประเภทผง จึงได้ร่วมทำวิจัยกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (เรื่องการผลิตเครื่องเทศและเทคโนโลยีผลิต) พัฒนาเครื่องเทศชนิดผงระดับพรีเมียมเพื่อให้สะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น เมื่อสินค้าเป็นผงก็ตัดปัญหาเรื่องน้ำหนักในการส่งออก ยืดอายุการวางสินค้าได้นานขึ้นด้วย เนื่องจากผ่านกรรมวิธีอบความร้อนและฆ่าเชื้อ อายุการใช้งานนานกว่าสินค้าที่เป็นน้ำ เมื่อคิดเปิดร้านจำหน่ายเครื่องเทศแปรรูประดับพรีเมียม เพื่อไม่ให้ชื่องานสุนกรุปจำกัดกรอบอยู่แค่สินค้าเฉพาะแม่บ้านชื่อทีมผู้บริหารจึงได้ร่วมกันหาชื่อใหม่และตัดสินใจใช้ชื่อว่า สไปซ์ สตอรี นอกจากวางจำหน่ายเครื่องเทศ

ประเภท ‘เรตตี้ทุ๊ก’ หลากหลายชนิด ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สไปซ์ สตอรี่ ยังหวังว่าจะค่อยๆ เปลี่ยนทัศนคติในการซื้อเครื่องเทศเป็นของใช้อย่างเดียว สู่การซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญเช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ เพื่อจับกลุ่มคนใหม่ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนทำงานที่รักการทำอาหาร และคนรักสุขภาพ



ภาพที่ 2.1 Journey Map แสดงข้อมูลการก่อตั้งแบรนด์ Spice Story

2.1.2 Brand Platform

2.1.2.1 Brand Heritage

Spice Story องค์กรสินค้าระดับพรีเมียมภายใต้ “ง่วนสุน พริกไทยตรามือที่1”

ผู้นำด้านพริกไทยและเครื่องเทศมากกว่า 60 ปี จึงทำให้สไปซ์สตอรี่เป็นผู้สืบทอดความเชี่ยวชาญด้านเครื่องเทศคัดสรรและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีได้มาตรฐานเหมาะกับการปรุงอาหาร

2.1.2.2 Brand Vision

ตั้งใจรวบรวมเครื่องเทศและวัตถุดิบในการปรุงอาหารชั้นดี จากทุกมุมโลกผ่านกระบวนการคัดสรรอย่างพิถีพิถันพร้อมส่งมอบประสบการณ์ทุกสัมผัสของการปรุงอาหารชั้นเลิศให้กับทุกงานของคุณ

2.1.2.3 Brand Personality

เป็นผู้เชี่ยวชาญรอบรู้ในด้านเครื่องเทศโดยสืบทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษแต่มีความเปิดกว้างต่อโลกปัจจุบัน จึงนำเสนอและเล่าเรื่องราวถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของตัวเอง ความเชี่ยวชาญและสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดมาด้วยวิธีการสื่อสารที่เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Storyteller เชื่อมต่อผู้คนที่ประสบการณ่วมของมนุษย์ด้วยเรื่องราวที่ทรงพลังทางอารมณ์ สร้างความน่าเชื่อถือและเพื่อให้เรื่องราวที่ย่งยากดูน่าค้นหา มีการแต่งเติมอารมณ์ในการเล่า Ambassador มีความชำนาญในการจัดการปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนขององค์กร มีความฉลาดหลักแหลม สามารถอ่านคนและสถานการณ์และกระตุ้นให้เกิดการคิดระยะยาว

2.1.2.4 Brand Value

เป็นผู้นำและองค์กรเดียวที่เชี่ยวชาญในด้านเครื่องเทศมีการสืบทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น มาเป็นเวลานาน

2.1.2.5 Brand Mission

พัฒนาและใส่ใจคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

2.1.2.6 Brand Audience

เป็นกลุ่มคนที่มีความต้องการบริโภคและต้องการใช้เครื่องเทศในการประกอบอาหาร

2.1.2.7 Brand Benefit

องค์กรเราเป็นองค์กรที่สืบทอดความรู้เกี่ยวกับเครื่องเทศ ที่ผ่านการสั่งสมเป็นระยะเวลายาวนาน คัดสรรเครื่องเทศด้วยความเชี่ยวชาญของเรา และนำมาผลิตด้วยเทคโนโลยีทันสมัยที่เหมาะสมกับการแปรรูปเครื่องเทศ ดังนั้นเครื่องเทศของเราสามารถเก็บได้เป็นเวลานานอย่างสะอาดและปลอดภัย โดยสามารถรักษาความสดใหม่ กลิ่นหอม รสชาติและคุณประโยชน์ของเครื่องเทศไว้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

2.1.2.8 Brand Promise

เราคัดสรรเครื่องเทศทุกชนิดด้วยความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาอย่างยาวนานและเรานำเครื่องเทศที่คัดสรรมาผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาคุณภาพให้ดีที่สุดและทันสมัยตลอดเวลา ท่านจึงสามารถมั่นใจได้ว่าเครื่องเทศที่ท่านได้รับมีคุณภาพดีอย่างแน่นอน

2.1.3 Key Message

Spice Specialist ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเครื่องเทศ

2.1.4 Unique Selling Point

“ความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ขององค์กรและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์”

เนื่องจากองค์กรเราเป็นองค์กรเดียวที่มีการสั่งสมประสบการณ์ในเรื่องเครื่องเทศมาอย่างยาวนาน เราได้นำความรู้ที่มีมาคัดสรรเครื่องเทศอย่างพิถีพิถันจากทั่วทุกมุมโลก และนำมาแปรรูปด้วยเทคโนโลยีที่สามารถคงเอารสสัมผัสที่แท้จริงของเครื่องเทศไว้ได้อย่างดีที่สุด จึงทำให้เรามีผลิตภัณฑ์คุณภาพดีให้เลือกซื้ออย่างมากมายเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภค

2.1.5 ความต้องการทางการตลาดขององค์กร

เนื่องจากองค์กร Spice Story มีความต้องการที่จะกระตุ้นยอดขายสินค้าให้ผู้ซื้อมีความถี่ในการซื้อมากขึ้นและซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายชนิดมากยิ่งขึ้น จึงเล็งเห็นช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากของเดิมที่องค์กรมี พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่เพื่อเป็นการต่อยอดทั้งในด้านจุดเด่น วิสัยทัศน์ และภารกิจขององค์กร อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ขององค์กรอีกด้วย

2.1.6 สรุปเนื้อหาเรื่ององค์กร Spice Story ที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบ จาก Brand Platform ที่จัดทำขึ้นทำให้เข้าใจถึงความเป็นองค์กรมากขึ้น นำเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาขององค์กรซึ่งเป็นต้นกำเนิดของความรู้ความเชี่ยวชาญที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนานมาจัดเป็นหลักแนวทางในการออกแบบและการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติต่อไป

2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ขององค์กร Spice Story

เนื่องจาก Spice Story เป็นองค์กรที่มีวิสัยทัศน์ในเรื่องการนำความรู้ความเชี่ยวชาญที่ตนเองมีมาคิดสรรเครื่องเทศอย่างพิถีพิถันจากทั่วทุกมุมโลกเพื่อส่งมอบประสบการณ์ในการปรุงอาหารแก่ผู้บริโภคทุกคน ทำให้ Spice Story มีผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายอยู่จำนวนมาก ดังนี้

2.2.1 การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในร้าน Spice Story

การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ในร้าน Spice Story ใช้เกณฑ์การจัดหมวดหมู่คือ แบ่งตามประวัติศาสตร์ของแบรนด์ ดังนี้



ภาพที่ 2.2 หมวดหมู่สินค้าของร้าน Spice Story

2.2.1.1 หมวดหมู่ Spice and Herb

หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์เครื่องเทศและสมุนไพร มีรายการผลิตภัณฑ์ 124 ชนิด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb

ลำดับ	ชื่อภาษาไทย	ชื่อภาษาอังกฤษ	แหล่งที่มา	สีมาตรฐาน
1	กระชายป่น	Ground Krachai	ประเทศไทย	ผง
2	กระชายเส้น	Krachai	ประเทศไทย	เส้น
3	กระเทียมเกล็ด	Garlic Salt	ประเทศไทย	ผง
4	กระเทียมป่น	Ground Garlic	ประเทศไทย	ผง
5	กานพลู	Clove	ประเทศมาเลเซีย	เม็ด
6	ขมิ้นป่น	Ground Turmeric	ประเทศไทย	ผง
7	ข่าป่น	Ground Galangal	ประเทศไทย	ผง
8	ข่าแผ่น	Galangal	ประเทศไทย	แผ่น
9	ขิงป่น	Ground Ginger	ประเทศไทย	ผง
10	ขิงแผ่น	Ginger	ประเทศไทย	แผ่น
11	จูนิเปอร์	Juniper	ประเทศฝรั่งเศส	เม็ด
12	เผือก้วยจี	Brown Cardamom	ประเทศอินโดนีเซีย	เม็ด
13	เผือก้วยจีป่น	Ground Brown Cardamom	ประเทศอินโดนีเซีย	ผง
14	ขวงเจีย	Sichuan Pepper	ประเทศจีน	เม็ด
15	ขวงเจียเขียว	Green Sichuan Pepper	ประเทศจีน	เม็ด
16	ขวงเจียป่น	Ground Sichuan Pepper	ประเทศจีน	ผง
17	ชะเอมแผ่น	Liquorice	ประเทศจีน	แผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ)

18	ชุมค้ป่น	Ground Sumac	ประเทศตุรกี	ผง
19	ดอกจันทน์	Mace	ประเทศอินโดนีเซีย	ดอก
20	ตีปลี	Long Pepper	ประเทศไทย	เม็ด
21	ต้นหอมแห้ง	Green Onion Leaf	ประเทศไทย	ใบ
22	ตะไคร้ป่น	Ground Lemongrass	ประเทศอินโดนีเซีย	ผง
23	ตะไคร้ชิ้น	Lemongrass	ประเทศอินโดนีเซีย	แผ่น
24	ทารากอน	Tarragon	ประเทศฝรั่งเศส	ใบ
25	เทียนข้าวเปลือก	Fennel	ประเทศอินเดีย	เม็ด
26	ไทม์	Thyme	ประเทศอังกฤษ	ผง
27	บ๊วยผง	Prune Powder	ประเทศจีน	ผง
28	ใบกะหรี่	Curry Leaf	ประเทศไทย	ใบ
29	ใบเซเวอรี่	Savory Leaf	ประเทศตุรกี	ใบ
30	ใบเบซิล	Basil Leaf	สหราชอาณาจักร	ใบ
31	ใบผักชีลาว	Dill Leaf	ประเทศอังกฤษ	ใบ
32	ใบแมงลักแห้ง	Thai Lemon Basil Leaf	ประเทศอินโดนีเซีย	ใบ
33	ใบมินต์	Mint Leaf	ประเทศอียิปต์	ผง
34	ใบมะกรูดป่น	Ground Kaffir Lime Leaf	ประเทศไทย	ผง
35	ใบมะกรูดชิ้น	Kaffir Lime Leaf	ประเทศไทย	ใบ
36	ใบโหระพาป่น	Ground Sweet Basil Leaf	ประเทศไทย	ผง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ)

37	ใบโหระพาแห้ง	Sweet Basil Leaf	ประเทศไทย	ใบ
38	ใบเตยป่น	Ground Pandan	ประเทศไทย	ผง
39	ใบเสจ	Sage Leaf	ประเทศตุรกี	ใบ
40	ใบกระเทียม	Garlic Leaf	ประเทศไทย	ใบ
41	ใบกะเพราป่น	Ground Holy Basil Leaf	ประเทศไทย	ผง
42	ใบกะเพราแห้ง	Holy Basil Leaf	ประเทศไทย	ใบ
43	ใบลูกชืด	Fenugreek Leaf	-	ใบ
44	เบย์ลีฟ	Bay Leaf	ประเทศตุรกี	ใบ
45	เบย์ลีฟป่น	Ground Bay Leaf	ประเทศตุรกี	ผง
46	ปาปริก้าแห้ง	Paprika	ประเทศจีนและ แถบแอฟริกา	ผล
47	ปาปริก้าป่น	Ground Paprika	ประเทศจีนและ แถบแอฟริกา	ผง
48	เปราะหอม	Sand Ginger	ประเทศจีน	แผ่น
49	โป๊ยกั๊ก	Star Anise	ประเทศจีน	ดอก
50	โป๊ยกั๊กป่น	Ground Star Anise	ประเทศจีน	ผง
51	ผิวส้ม	Orange Peel	ประเทศจีน	แผ่น
52	ผิวส้มป่น	Ground Orange Peel	ประเทศจีน	ผง
53	พริกชี้หนูป่นละเอียด	Ground Chili	ประเทศไทย	ผง
54	พริกชี้หนูป่นหยาบ	Crushed Chili	ประเทศไทย	ผง
55	พริกชี้หนูแห้งเด็ดก้าน	Chili	ประเทศไทย	ผล
56	พริกชี้ฟ้าแห้งเด็ดก้าน	Dried Big Chili	ประเทศไทย	ผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ)

57	พริกไทยขาวป่น	Ground White Pepper	ประเทศไทย	ผง
58	พริกไทยขาวเกล็ด	Crushed White Pepper	ประเทศไทย	เม็ด
59	พริกไทยดำป่น	Ground Black Pepper	ประเทศไทย	ผง
60	พริกไทยดำเกล็ด	Crushed Black Pepper	ประเทศไทย	เม็ด
61	พริกไทยเม็ด 3 สี	Trio Color Peppercorn	ประเทศไทย	เม็ด
62	พริกไทยเม็ดขาว	White Peppercorn	ประเทศไทย	เม็ด
63	พริกไทยเม็ดดำ	Black Peppercorn	ประเทศไทย	เม็ด
64	พริกแห้งแฉ่น	Shredded Chili	ประเทศจีน	เม็ด
65	พริกแห้งเส้น	Sliced Chili	ประเทศไทย	เส้น
66	พาร์สลีย์	Parsley	ประเทศอังกฤษ	ผง
67	ผงมะขาม	Tamarind Powder	ประเทศไทย	ผง
68	ผงมะนาว	Lime Powder	ประเทศไทย	ผง
69	มาโจรัม	Majoram	ประเทศอียิปต์	ใบ
70	เม็ดขึ้นฉ่าย	Celery Seed	ประเทศอินเดีย	เม็ด
71	เม็ดผักชี	Coriander Seed	แถบเมดิเตอเรเนียน	เม็ด
72	เม็ดผักชีป่น	Ground Coriander Seed	แถบเมดิเตอเรเนียน	ผง
73	เม็ดผักชีลาว	Dill Seed	สหราชอาณาจักร	เม็ด
74	เม็ดแฟลกซ์	Flaxseed	ประเทศอินเดีย	เม็ด
75	เม็ดมัสตาร์ด	Mustard Seed	ประเทศอินเดีย	เม็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ)

76	เม็ดมาห์	Mahleb Seed	ประเทศตุรกี	เม็ด
77	เม็ดแมงลัก	Lemon Basil Seed	ประเทศไทย	เม็ด
78	ยี่หระ	Cumin Seed	ประเทศอินเดีย	เม็ด
79	ยี่หระป่น	Ground Cumin Seed	ประเทศอินเดีย	ผง
80	รากผักชี	Coriander Root	ประเทศไทย	เส้น
81	รากผักชีป่น	Ground Coriander Root	ประเทศไทย	ผง
82	โรสแมรี่	Rosemary	ประเทศฝรั่งเศส	ผง
83	ลูกกระวาน	Cardamom	ประเทศอินโดนีเซีย	เม็ด
84	ลูกกระวานเขียว	Green Cardamom	ประเทศ มาดากัสการ์	เม็ด
85	ลูกจันทน์	Nutmeg	ประเทศอินโดนีเซีย	เม็ด
86	ลูกจันทน์ป่น	Ground Nutmeg	ประเทศอินโดนีเซีย	ผง
87	ลูกชืด	Fenugreek Seed	ประเทศตุรกี	เม็ด
88	หญ้าฝรั่น	Saffron	ประเทศอิหร่าน	เส้น
89	หัวหอมแดงป่น	Ground Shallot	ประเทศไทย	ผง
90	อบเชยแห้ง	Cinnamon	ประเทศมาเลเซีย	แห้ง
91	อบเชยจีนป่น	Ground Chinese Cinnamon	ประเทศจีน	ผง
92	อบเชยป่น	Ground Cinnamon	ประเทศมาเลเซีย	ผง
93	ออริกาโน่	Oregano	ประเทศตุรกี	ใบ
94	อลสปซ์	Allspice	สหราชอาณาจักร	เม็ด
95	เกลือสีชมพู หิมาลัยัน	Himalayan Pink Salt	ประเทศอิหร่าน	เม็ด
96	เกลือสีชมพู หิมาลัยันป่น	Ground Himalayan Pink Salt	ประเทศอิหร่าน	ผง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ)

97	เกลือสีดำหิมาลายัน	Himalayan Black Salt	ประเทศอิหร่าน	เม็ด
98	เกลือทะเล	Sea Salt Crystal	-	เม็ด
99	กระเทียมป่นผสมเกลือ	Garlic Mix Salt Powder	ประเทศไทย	ผง
100	เครื่องเทศสำหรับ อาหารอิตาเลียน	Italian Mix Herbs	ประเทศอิตาลี	ผง
101	พริกป่นผสมเครื่องเทศ	Chili Mix Spices	ประเทศญี่ปุ่น	ผง
102	ผงกะหรี่	Curry Powder	ประเทศอังกฤษ	ผง
103	ผงข้าวหมกไก่	Biryani Seasoning	ประเทศไทย	ผง
104	ผงคาจูน	Cajun Powder	-	ผง
105	ผงปรุงต้มยำ	Tom Yum Mix	ประเทศไทย	ผง
106	ผงปรุงตุ๋น	Oriental Stew Mix	ประเทศจีน	ผง
107	ผงปรุงส้มตำ	Somtum Mix	ประเทศไทย	ผง
108	ผงปรุงหมัก กระเทียมพริกไทย	Pepper Garlic Marinade Mix	ประเทศไทย	ผง
109	ผงปรุงข้าว พระรามลงสร	Kao Praram Longsong Powder	ประเทศไทย	ผง
110	ผงปรุงหมักเนื้อสัตว์	Meat Marinade Seasoning Mix	ประเทศออสเตรเลีย	ผง
111	ผงผัดพริกไทยดำ	Black Pepper Stir-Fry Seasoning	ประเทศไทย	ผง
112	เฮิร์บเดอโพรวองซ์	Herbs de Provence	ประเทศฝรั่งเศส	ใบ
113	ต้มยำบูเก้	Tom yum Bouquet	ประเทศไทย	ก้อน

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Spice and Herb (ต่อ)

114	อิตาเลียนบูเก้	Italian Bouquet	ประเทศอิตาลี	ก้อน
115	เครื่องเทศ4ชนิด สำหรับแกง	Spices for Curry	-	-
116	เครื่องเทศ4ชนิด สำหรับพะโล้	Spices for Chinese Five Spice	-	-
117	เครื่องเทศ4ชนิด สำหรับต้มยำ ต้มข่า	Spice For Tom Yum & Tomkha	-	-
118	เครื่องเทศ4ชนิด สำหรับตุ๋น	Spices for Stew	-	-
119	เครื่องเทศ4ชนิดสำหรับ หมักกระเทียมพริกไทย	Spices for Pepper Garlic Marinated	-	-
120	เครื่องตุ๋นไก่	Herbs for Chickern Nourishing Soup	-	-
121	เครื่องตุ๋นปลา	Herbs for fish nourishing Soup	-	-
122	เครื่องตุ๋นซูปักกุดเต้	Bak Kut The Herbal Soup	-	-
123	ดอกอัญชัญ	Butterfly Pea Flower	-	ดอก
124	ดอกเก๊กฮวย	Chrysanthemum Flower	-	ดอก

2.2.1.2 หมวดหมู่ Seasoning

หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์เครื่องเทศปรุงรส มีรายการผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด ดังนี้

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Seasoning

ลำดับที่	ชื่อภาษาไทย	ชื่อภาษาอังกฤษ	แหล่งที่มา	สีถฐาน
1	ผงพะโล้	Chinese Five Spices Powder	ประเทศจีน	ผง
2	ผงมาซาล่า	Masala Seasoning Mix	ประเทศมาเลเซีย	ผง
3	ผงมัสตาร์ด	Mastard Powder	ประเทศอินเดีย	ผง

2.2.1.3 หมวดหมู่ Yaowaraj Selection

หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ขายดีจากสาขาเยาวราช สาขาก่อตั้งองค์กรง่วนสุน
มีรายการผลิตภัณฑ์ 8 ชนิด ดังนี้

ตารางที่ 2.3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์หมวดหมู่ Yaowaraj Selection

ลำดับที่	ชื่อภาษาไทย	ชื่อภาษาอังกฤษ	แหล่งที่มา	สีถฐาน
1	ข้าวคั่ว	Roasted Rice	ประเทศไทย	ผง
2	โกจิเบอร์รี่	Goji Berry	ประเทศจีน	เม็ด
3	ดอกลาเวนเดอร์	Lavender	-	ดอก
4	กระเจี๊ยบ	Roselle	-	ดอก
5	มะตูม	Bael Fruit	-	แผ่น
6	งาดำ	Black Sesame	ประเทศจีน	เม็ด
7	งาขาว	White Sesame	ประเทศจีน	เม็ด
8	พุทราจีน	Jujube	ประเทศจีน	เม็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.4 หมวดยุค Recipe Mixes

หมวดยุคผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงประเภทเรตดีทุคก ขององค์กรง่วนสูน

2.2.1.5 สัณฐานของผลัตภัณท์เครื่องเทศ

จากข้อมูลผลัตภัณท์ทั้งหมดสรุปลั้ได้ว่าสัณคัาของ Spice Story มั้ทั้งหมด 9 สัณฐาน

ได้แก่

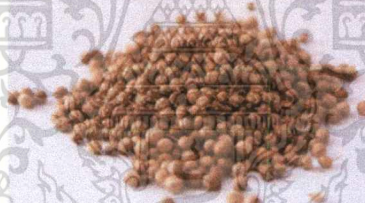
1) แท่ง



ภาพที่ 2.3 เครื่องเทศสัณฐานแบบแท่ง

ที่มา : <http://www.aroka108.com/อบเชย-เครื่องเทศ-สมุนไพร>

2) เม็ด



ภาพที่ 2.4 เครื่องเทศสัณฐานแบบเม็ด

ที่มา : <http://2.bp.blogspot.com/-W7CiiEAVfFQ/T5fJSqzu5ll/AAAAAAAAIU/welTf-jzN10/s1600/Coriander%2BSeeds.jpg>

3) ดอก



ภาพที่ 2.5 เครื่องเทศสัณฐานแบบดอก

ที่มา : http://pongprueksa.plazacool.com/attachments/product/images_2-1744975.jpg

4) ผล



ภาพที่ 2.6 เครื่องเทศสัณฐานแบบผล

ที่มา : <http://www.openudon.com/wp-content/uploads/2015/08/พริก.png>

5) ใบ



ภาพที่ 2.7 เครื่องเทศสัณฐานแบบใบ

ที่มา : http://www.kingfood.co.th/img_product/thumbnaill/product1193.jpg

6) เส้น



ภาพที่ 2.8 เครื่องเทศสัณฐานแบบเส้น

ที่มา : <http://www.europeansaffron.eu/archivos/20060525082557.jpg>

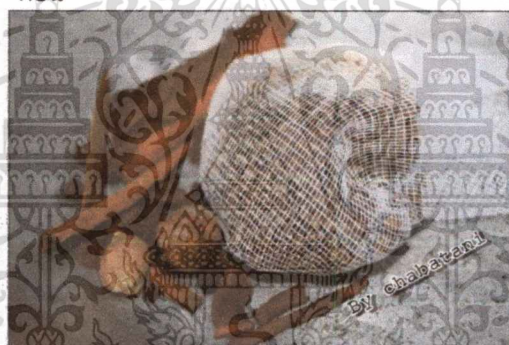
7) แผ่น



ภาพที่ 2.9 เครื่องเทศสัณฐานแบบแผ่น

ที่มา : http://herberrry.igetweb.com/catalog/p_1134200.jpg

8) ก้อน



ภาพที่ 2.10 เครื่องเทศสัณฐานแบบก้อน

ที่มา : <http://www.bloggang.com/data/chatchasa/picture/1222309033.jpg>

9) ผง



ภาพที่ 2.11 เครื่องเทศสัณฐานแบบผง

ที่มา : http://www.kingfood.co.th/img_product/fullsize/product2163.jpg

2.2.2 Product Requirement และ Product Limitation

เครื่องเทศเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความละเอียดอ่อนต่อแสง ความชื้นและจุลินทรีย์มาก จึงต้องมีการจัดเก็บเฉพาะตัวคือ ควรเก็บไว้ในขวดแก้ว โถดินเผาหรือวัสดุกระเบื้องเคลือบที่มีฝาปิดเพื่อไม่ให้ตัวเครื่องเทศโดนความชื้นมากเกินไป ควรเก็บรักษาในอุณหภูมิห้อง และไม่ควรถูกเก็บรักษาเครื่องเทศในวัสดุโลหะหรือไม่ควรให้เครื่องเทศโดนแสงสว่างจนมากเกินไป

การเก็บรักษาเครื่องเทศ		
	ควรทำ	ไม่ควรทำ
วัสดุ	ควรเก็บรักษาไว้ในขวดแก้ว โถดินเผา หรือวัสดุกระเบื้องเคลือบ	ไม่ควรเก็บรักษาไว้ในกระป๋องที่เป็นโลหะเพราะจะทำให้กลั่นเครื่องเทศเปลี่ยนไป
สภาพแวดล้อม	ปิดฝาให้สนิทเพื่อป้องกันความชื้น เนื่องจากเครื่องเทศขึ้นราง่าย ควรเก็บรักษาในอุณหภูมิห้อง	ไม่ควรให้เครื่องเทศถูกแสงสว่างมากเกินไปเพราะจะทำให้สีเปลี่ยน และไม่ควรถูกให้โดนความชื้น

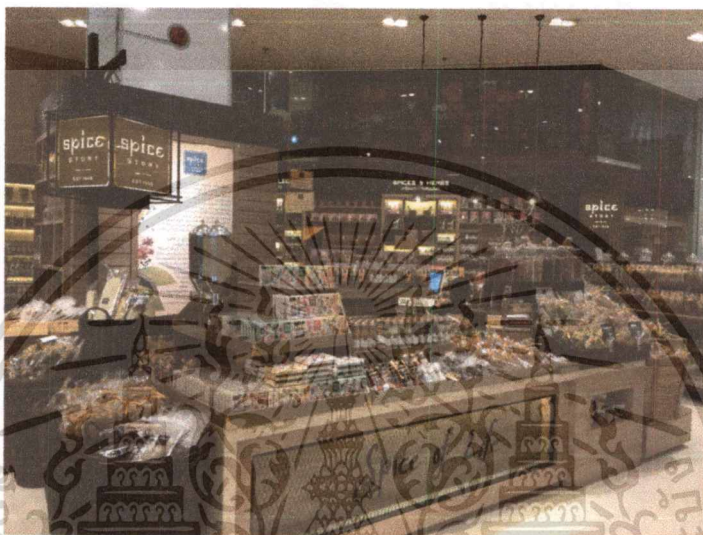
ภาพที่ 2.12 สรุปการเก็บรักษาเครื่องเทศที่เหมาะสม

2.2.3 สรุปเนื้อหาเรื่องผลิตภัณฑ์ของ Spice Story ที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบ จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงว่า Spice Story มีสินค้ามากมายหลากหลายชนิดมาก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากทั่วทุกมุมโลกมีความเป็นสากล สามารถเอาไปประยุกต์ทำอาหารได้หลายชนิดหลายประเภท ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องเทศของทาง Spice Story นั้นมีลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกันออกไป หลายสัณฐานจึงต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับสัณฐานของเครื่องเทศ การจัดเก็บและการนำเครื่องเทศนั้นๆไปใช้ ซึ่งการจัดเก็บเครื่องเทศนั้นควรเป็นไปตามข้อกำหนดของ Product Requirement และ Product Limitation

2.3 ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า

องค์กร Spice Story มีรูปแบบการจัดจำหน่ายสินค้าแบบวางขายในร้านของตัวเอง และวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต มีทั้งหมด 6 สาขา ดังนี้

2.3.1 Shop ของตัวเอง ตั้งอยู่ที่ Gourmet Market สาขาสยามพารากอน



ภาพที่ 2.13 ร้านค้า Spice Story ที่ตั้งอยู่ใน Gourmet Market สาขาสยามพารากอน

2.3.2 วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต

2.3.2.1 Gourmet Market สาขาเทอร์มินัล 21, สาขาดิเอ็มควอเทียร์, สาขาดิเอ็มโพเรียม

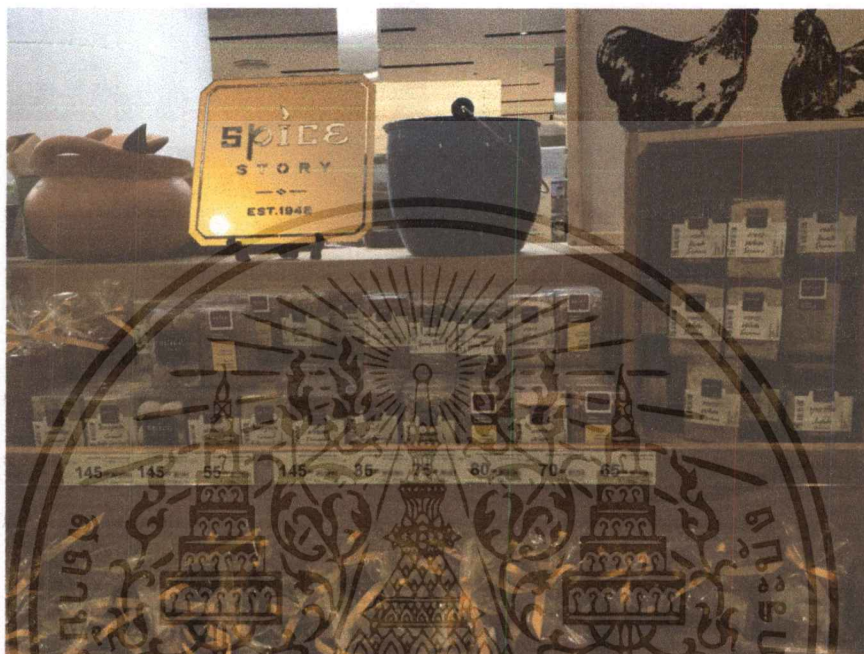


ภาพที่ 2.14 ชั้นวางสินค้า Spice Story ที่ตั้งอยู่ใน Gourmet Market สาขาเทอร์มินัล 21 (ซ้าย) และสาขาดิเอ็มโพเรียม (ขวา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.2 Central Market Hall สาขาเซนทรัลชิดลม

2.3.2.3 Eat Thai สาขาเซนทรัลเอ็มบาสซี



ภาพที่ 2.15 ชั้นวางสินค้า Spice Story ที่ตั้งอยู่ใน Eat Thai สาขาเซนทรัลเอ็มบาสซี

2.3.3 สรุปเนื้อหาเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าของ Spice Story ที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบสถานที่จำหน่ายสินค้าของ Spice Story ตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมืองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ซึ่งร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอนเป็นสาขาใหญ่ที่มีสินค้าผลิตภัณฑ์มากและครบถ้วนที่สุด

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในโครงการ

เนื่องจากองค์กร Spice Story มีความต้องการที่จะกระตุ้นยอดขายสินค้า จึงต้องไม่ลืมที่จะคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคด้วย เราจึงสำรวจและศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อวิเคราะห์และนำข้อมูลมาใช้ในโครงการ

2.4.1 กลุ่มคนอายุ 25-35 ปี ที่มีความต้องการในการทดลองใช้เครื่องเทศประกอบอาหาร รับประทาน



ภาพที่ 2.16 กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการใช้เครื่องเทศเพื่อการทดลองประกอบอาหาร

2.4.1.1 Demographic

อายุ	25-35 ปี
ที่อยู่อาศัย	พักในเมืองใหญ่ ย่านใจกลางเมือง
ขนาดของครอบครัว	ครอบครัวเดี่ยว
การศึกษา	ปริญญาตรีขึ้นไป

2.4.1.2 Psychographic

Motivation	ความท้าทายในการทดลองใช้เครื่องเทศหลายชนิด
Expectation	มีสินค้าที่น่าสนใจเหมาะกับการแสวงหาประสบการณ์ใหม่

2.4.1.3 Behavior

โอกาสในการซื้อ	ซื้อเพื่อการบริโภค/ซื้อในโอกาสพิเศษ
การแสวงหาผลประโยชน์	สะดวก (ทั้งในแง่การซื้อและการใช้)/การทดลอง ความแปลกใหม่
สถานะของผู้ใช้	ใช้ครั้งแรก/เคยใช้
อัตราการใช้	ใช้น้อย
ความถี่ในการใช้	น้อย
ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์	สนใจ/เชิงบวก

2.4.1.4 ความต้องการทางกายภาพของผู้บริโภค

ต้องการข้อมูลวิธีใช้ที่สามารถทำตามได้ด้วยตัวเอง

ขนาดปริมาณการใช้ที่เหมาะสมกับการทาน 1-2 คน แต่มีเครื่องเทศหลากหลายประเภท มีการเก็บรักษาที่ถูกต้องเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ หยิบใช้งานง่าย สะดวก ใช้งานง่ายแต่ไม่ถึงขั้นสำเร็จรูป ไม่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องเทศมากนัก แต่ชอบทดลองใช้

2.4.1.5 ความต้องการทางจิตภาพของผู้บริโภค

ต้องการภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของแบรนด์

รวมถึงความประทับใจในคุณภาพของสินค้า

รู้สึกว่าการกลิ่นสีและรสชาติของเครื่องเทศในอาหารมีความสำคัญ

2.4.1.6 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ต้องการผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ประกอบอาหารที่ตัวเองต้องการ

และข้อมูลการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้

2.4.1.7 Eating Habit

อาหารเช้า สลัดหรือแซนด์วิชง่ายๆ ที่ทำขึ้นเองกับกาแฟ

อาหารกลางวัน อาหารแกวที่ทำงานเช่นก๋วยเตี๋ยว อาหารจานเดียว

อาหารญี่ปุ่น สปาเก็ตตี้

อาหารเย็น ซื้อกับข้าวกลับมากินที่บ้าน/สังสรรค์กับเพื่อนที่ทำงาน/ ทำอาหารกินเองในวันหยุด เช่นสปาเก็ตตี้ ซุป สลัด บิงย่าง สุกี้

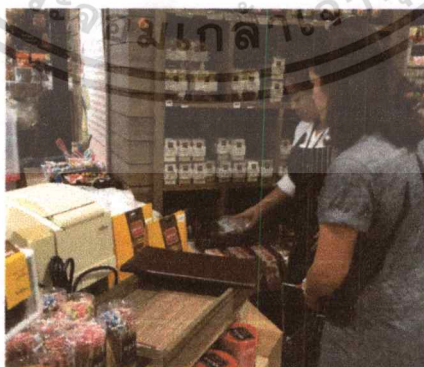
2.4.1.8 Frequent Location

อาหารเย็น Fuji/Aka/ร้านบิงย่าง

สถานที่ซื้อของ Top Supermarket/Gourmet Supermarket

Foodland/Big C

2.4.2 กลุ่มคนอายุ 35-45 ปี ที่มีความต้องการในการพัฒนาทักษะในการใช้เครื่องเทศประกอบอาหาร



ภาพที่ 2.17 กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการพัฒนาทักษะในการใช้เครื่องเทศประกอบอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.1 Demographic

อายุ	35-45 ปี
ที่อยู่อาศัย	พักในย่านเมือง/ชานเมือง
ขนาดของครอบครัว	ครอบครัวขนาดกลาง
การศึกษา	ปริญญาตรีขึ้นไป

2.4.2.2 Psychographic

Motivation	การใช้เครื่องเทศที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
Expectation	มีสินค้าครบถ้วนและหลากหลายตรงกับความต้องการในการซื้อ

2.4.2.3 Behavior

โอกาสในการซื้อ	ซื้อเพื่อการบริโภค
การแสวงหาผลประโยชน์	สะดวก (ทั้งในแง่การซื้อและการใช้)
สถานะของผู้ใช้	เคยใช้/ใช้บ่อย
อัตราการใช้	ใช้ปานกลาง
ความถี่ในการใช้	ปานกลาง/มาก
ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์	ผูกพันและยินดีบอกต่อ

2.4.2.4 ความต้องการทางกายภาพของผู้บริโภค

ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ซื้อง่าย มีครบถ้วน สามารถใช้งานได้อย่างสะดวก ขนาดปริมาณการใช้ที่เหมาะสมกับการทาน 4-5 คน ใช้เพื่อทำอาหารให้คนในครอบครัว ต้องการความสวยงามและมีระเบียบเรียบร้อยในการจัดเก็บ มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องเทศแบบปานกลาง ใช้เครื่องเทศพื้นฐานง่ายๆ เป็น

2.4.2.5 ความต้องการทางจิตภาพของผู้บริโภค

ความประทับใจต่อคุณภาพสินค้า
ใส่ใจในทุกรายละเอียดของการประกอบอาหาร

2.4.2.6 ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ต้องการผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ประกอบอาหารที่ตัวเองต้องการ และข้อมูลการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้

2.4.2.7 Eating Habit

อาหารเช้า	ข้าวต้มและอาหารง่ายๆที่ทำขึ้นเอง
อาหารกลางวัน	ข้าวผัดหรือแกงที่ทำขึ้นเอง กินที่ร้านอาหาร
อาหารเย็น	ทำอาหารกินเองพวกแกงต่างๆ ผัดผักร หมูทอด ฯลฯ กินข้าวที่ร้านอาหารนอกบ้านกับครอบครัว

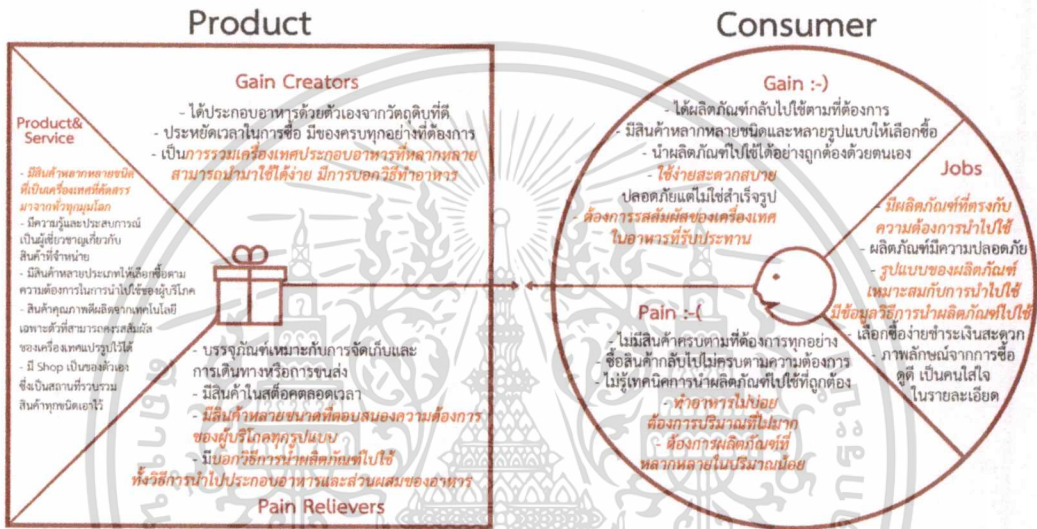
2.4.2.8 Frequent Location

อาหารเย็น MK/Fuji/Sukishi

สถานที่ซื้อของ Top Supermarket/Gourmet Supermarket/Foodland/BigC

2.4.3 Value Proposition

เมื่อเราได้ข้อมูลขององค์กรและกลุ่มผู้บริโภคมาแล้ว จึงนำมาจัดทำ Value Proposition เพื่อศึกษาและสรุปปัญหาและแนวทางแก้ไขที่เชื่อมโยงกันของทั้งสองฝ่าย



ภาพที่ 2.18 Value Proposition

2.4.4 สรุปเนื้อหาเรื่องกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในโครงการที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งสองกลุ่ม มีความคล้ายคลึงกันทั้งในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อคือซื้อไปใช้ในการประกอบอาหารเพื่อการบริโภค และบริโภคอาหารประเภทที่ทำง่ายแต่ไม่กินอาหารสำเร็จรูป โดยพฤติกรรมจะแตกต่างกันที่ปริมาณที่ใช้ในแต่ละครั้ง ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ที่มีในการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ สรุปออกมาเป็น User Requirement และ User Limitation ได้ดังนี้

2.4.4.1 User Requirement

- 1) ต้องการการใช้เครื่องต่อครั้งในปริมาณน้อยและใช้เครื่องเทศที่หลากหลาย
- 2) ต้องการข้อมูลในการนำเครื่องเทศไปใช้ประกอบอาหาร
- 3) ต้องการผลิตภัณฑ์ที่สะดวกขณะนำไปใช้งาน

2.4.4.2 User Limitation

- 1) ผลิตภัณฑ์ต้องมีการจัดเก็บที่ถูกต้องเหมาะสมไม่ทำให้เครื่องเทศเสียหาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

การจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ มีเกณฑ์คือความเป็นสากลขององค์กร Spice Story ที่รวบรวมคัดสรรเครื่องเทศวัตถุดิบชั้นดีจากทั่วทุกมุมโลก จนสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารหลากหลายมากมาย

2.5.1 แนวทางในการเล่าเรื่องราว

เนื่องจาก Spice Story เป็นองค์กรที่มีความเป็นสากล จึงนำเรื่องราวของความเป็นนานาชาติ มาเป็นแนวทางในการเล่าเรื่องราวความเป็นองค์กร Spice Story ผ่านการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ โดยใช้เรื่องราวของประเทศที่มีประวัติศาสตร์โดดเด่นในด้านการใช้เครื่องเทศประกอบอาหารมาถ่ายทอดด้วยเมนูอาหารที่โด่งดังของประเทศนั้นๆ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ความเชี่ยวชาญที่เรามีมาอย่างยาวนาน เป็นความเชี่ยวชาญที่รอบด้านเกี่ยวกับเครื่องเทศจากทั่วทุกมุมโลก และสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของเราที่สามารถนำไปสร้างสรรค์เมนูได้อีกหลากหลายมากมาย โดยประเทศที่เราได้คัดสรรมาเป็นตัวแทนในการถ่ายทอดเรื่องราวแห่งความเชี่ยวชาญนั้นคือ

2.5.1.1 ประเทศไทย มักใช้เครื่องเทศที่มีสรรพคุณทางยา เครื่องเทศที่มีรสชาติเผ็ดร้อน ประกอบอาหารประจำชาติหรือนำสีของเครื่องเทศมาใช้เพื่อทำให้อาหารดูน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น จึงคัดเลือกอาหารโด่งดังของประเทศไทยมาถ่ายทอดเรื่องราว ได้แก่

- ก) ต้มยำกุ้ง
- ข) มัสมั่น
- ค) ลาบ
- ง) ขนมหั่น

2.5.1.2 ประเทศจีน มักใช้เครื่องเทศพื้นถิ่นที่มีสรรพคุณทางยา ใช้ในการคั้นเคี้ยวเพื่อนำสรรพคุณของเครื่องเทศออกมาให้มากที่สุด จึงคัดเลือกอาหารโด่งดังของประเทศจีนมาถ่ายทอดเรื่องราว ได้แก่

- ก) พะโล้
- ข) บักกุดเต้
- ค) หม่าล่าทั้ง
- ง) บัวลอยน้ำจิง

2.5.1.3 ประเทศอินเดีย มักใช้เครื่องเทศที่มีสีสันทัดจ้าน กลิ่นหอมและรสชาติร้อนแรง ประกอบอาหารจานหลักในประเทศ จึงคัดเลือกอาหารโด่งดังของประเทศอินเดียมาถ่ายทอดเรื่องราว ได้แก่

- ก) มาซาล่า
- ข) ข้าวซีร่า
- ค) ไก่แทนดอรี
- ง) ขนมหุลาบยามุน

2.5.1.4 ประเทศอิตาลี มักใช้เครื่องเทศที่มีกลิ่นหอม รสชาติละมุนละไมในการหมักเนื้อสัตว์ หรือทำซอสต่างๆ จึงคัดเลือกอาหารโด่งดังของประเทศอิตาลีมาถ่ายทอดเรื่องราว ได้แก่

- ก) รีซอสโต้
- ข) ลาซานญ่า
- ค) พาสต้าเพสโต้
- ง) ชนมปาเนตโทน

2.5.1.5 ประเทศเม็กซิกัน มักใช้เครื่องเทศที่มีกลิ่นหอม ผสมผสานรสชาติที่เผ็ดร้อนและละมุนละไมได้อย่างลงตัว อีกทั้งยังมีการสีส่นของเครื่องเทศมาตกแต่งให้อาหารดูน่ารับประทานมากขึ้นอีกด้วย จึงคัดเลือกอาหารโต้งดังของประเทศเม็กซิกันมาถ่ายทอดเรื่องราว ได้แก่

- ก) ทาโก้
- ข) นาโช้
- ค) เคสติย่า
- ง) พายเอ็มปานาดาส

2.5.2 สรุปเนื้อหาการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติเกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบการจัดชุดเครื่องเทศประกอบอาหารใช้หลักความเป็นนานาชาติมาถ่ายทอดเรื่องราวผ่านประเทศที่มีประวัติศาสตร์โดดเด่นในการใช้เครื่องเทศประกอบอาหารมาอย่างยาวนาน จึงเป็นการเล่าเรื่องราวความรู้ความเชี่ยวชาญขององค์กร Spice Story โดยใช้เมนูอาหารชาติต่างๆ เป็นตัวแทนในการเล่าเรื่องประกอบไปด้วย อาหารคาวประเทศละ 3 เมนู และอาหารหวานประเทศละ 1 เมนู

2.6 ข้อมูลเมนูอาหารที่ใช้ในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

เมนูอาหารที่ใช้ในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ มีวิธีขั้นตอนการประกอบอาหารที่แตกต่างกันออกไป แต่ทุกเมนูมีผลิตภัณฑ์ของ Spice Story เป็นส่วนประกอบ ซึ่งสูตรอาหารที่นำมาใช้มีปริมาณที่เหมาะสมกับการกิน 2-3 คน ดังนี้

2.6.1 ประเทศไทย

2.6.1.1 ต้มยำกุ้ง

เมนูอาหารประจำภาคกลาง เพราะเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยแม่น้ำใหญ่ๆ หลายสาย และยังคงอุดมไปด้วยกุ้งแม่น้ำธรรมชาติ ปูรสด้วยเครื่องเทศที่มาจาก การแลกเปลี่ยนทางการค้ากับประเทศอินเดีย เป็นเมนูที่ถ่ายทอดและสะท้อนวิถีชีวิตคนไทยที่อยู่คู่กับสายน้ำตลอดมา ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย ข่าแห้ง ตะไคร้แห้ง พริกขี้หนู ใบมะกรูดแห้ง ส่วนผสมอาหาร กุ้ง 5 ตัว, ข่า 7 กรัม, ตะไคร้ 10 กรัม, ใบมะกรูด 5 ใบ พริกขี้หนู 6 เม็ด, น้ำ 3 ถ้วย, เห็ดฟาง 8 ดอก, น้ำปลา 1 ช้อนโต๊ะ, นมหรือกะทิ 1/4 ถ้วย, ผักชีฝรั่งและผักชีซอย

วิธีทำอาหาร

- 1) ต้มน้ำให้เดือด นำข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกขี้หนูแช่ลงในน้ำให้นึ่ง นำข่า ตะไคร้ ผักใบมะกรูดใส่ลงในน้ำ ทูบพริกให้พอแตก ใส่ลงไป รอให้น้ำเดือดและต้มต่อจนมีกลิ่นหอม
- 2) ใส่กุ้ง เห็ดฟาง พอสุกใส่นม แล้วหรีไฟลง
- 3) ใส่ผักชีฝรั่งและผักชี ปูรสด้วยน้ำปลา มะนาว พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.19 ต้มยำกุ้ง

ที่มา : http://orsimages.unileversolutions.com/ORS_Images/Knorr_th-TH/Knorr_Tom_Yum_Website_recipe-01_6_1.1.176_490X960.Jpeg

2.6.1.2 มัสมัน

“มัสมันแกงแก้วตา หอมยี่หระ รสร้อนแรง ชายใดได้กลิ่นแกง แรงอยากให้ ใฝ่ฝันหา”

มัสมันไทยนั้นมามีมาตั้งแต่ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช นำเข้ามาโดยแขกเปอร์เซีย จึงถือได้ว่าเมนูมัสมันนี้เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทางอาหารระหว่างไทยกับเปอร์เซีย แกงมัสมันถ้วยนี้เองเคยได้รับยกย่องให้เป็นอาหารที่อร่อยที่สุดในโลก มีกลิ่นเครื่องเทศที่หอมคลุ้ง และปรุงผสมจนได้รสชาติที่กลมกล่อม

ใช้เครื่องเทศ 12 ชนิดประกอบด้วย พริกขี้หนูแห้ง รากผักชี เม็ดผักชี ยี่หระ ลูกกระวาน อบเชยแห้ง ข่าแผ่น ตะไคร้แห้ง หอมแดงป่น กระเทียมเกล็ด พริกไทยขาวเม็ด ผงมะขาม

ส่วนผสม พริกขี้หนู 5-8 เม็ด, รากผักชี 1 ซ่อนโต๊ะ, ลูกผักชี 1 ซ่อนโต๊ะ

ยี่หระ 1 ซ่อนชา, ลูกกระวาน 1 ผล, อบเชย 1 ก้าน, ข่าแห้ง 1 ซ่อนชา

ตะไคร้ 2 ซ่อนโต๊ะ, กระเทียมเกล็ด 2 ซ่อนโต๊ะ, หอมแดงผง 2 ซ่อนโต๊ะ,

พริกไทยเม็ด 1 ซ่อนชา, กะปิ 2 ซ่อนชา, เกลือ 1 ซ่อนชา, เนื้อสัตว์ 500 กรัม

มันฝรั่ง 4-5 หัว, หอมใหญ่ 3 หัว, ถั่วลิสงคั่ว ครึ่งถ้วย, น้ำปลา 2 ซ่อนโต๊ะ,

น้ำตาลปีบ ครึ่งถ้วย, น้ำมันมะขามเปียก ครึ่งถ้วย, หัวกะทิ 1 ถ้วย, หางกะทิ 4-5 ถ้วย

วิธีทำอาหาร

1) นำพริกขี้หนู ตะไคร้ ข่าแผ่นแช่น้ำให้นิ่มลง ตำพริกขี้หนู รากผักชี เม็ดผักชี

ยี่หระ ลูกกระวาน อบเชยแห้ง ข่า ตะไคร้ กระเทียม พริกไทยขาวและหอมแดงป่น

ให้เข้ากันจนกลายเป็นพริกแกง

- 2) เคี้ยวหัวกะทิจนแตกมันใส่พริกแกงลงไปผัดให้หอม ใส่เนื้อสัตว์ลงไปผัดจนสุก
- 3) เติมหางกะทิลงไป เคี้ยวจนเนื้อสัตว์เปื่อยด้วยไฟเบา
- 4) ละลายผงมะขามกับน้ำ ปรงรสด้วย น้ำปลา น้ำตาลปีบและผงมะขามละลายน้ำ จากนั้นใส่หัวหอมและมันฝรั่งลงไป รอจนเดือดอีกครั้งโรยถั่วลิสงคั่วลงไป พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.20 มีมัน

ที่มา : <http://topicstock.pantip.com/food/topicstock/2012/06/D12189385/D12189385-0.jpg>

2.6.1.3 ลาบ

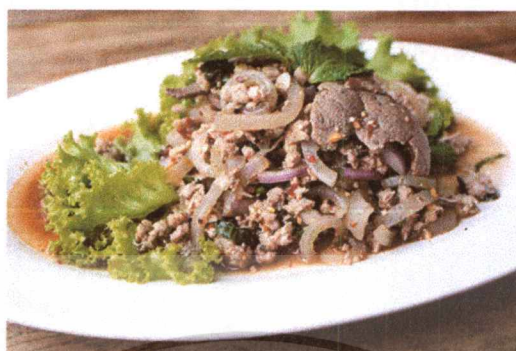
ลาบ เป็นหนึ่งในอาหารพื้นบ้านแถบตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่เป็นที่นิยมมาก ความหอมของข้าวคั่ว บวกกับกลิ่นของสมุนไพรที่ใส่ลงไป ปรงรสด้วยพริกและมะนาว ทำให้ได้รสชาติที่จัดจ้าน

ใช้เครื่องเทศ 5 ชนิดประกอบด้วย ข้าวคั่ว หัวหอมแดงป่น พริกชี้หนูแห้งบดหยาบ ใบมะกรูดแห้ง ใบมินต์แห้ง

ส่วนผสม เนื้อสัตว์ 400 กรัม, ข้าวคั่ว 2 ช้อนโต๊ะ, หัวหอมแดงป่น 3 ช้อนโต๊ะ, ใบมะกรูดแห้ง 5 กรัม, ผักชีฝรั่งซอย 3 ช้อนโต๊ะ, น้ำปลา 2 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาลทราย 1/2 ช้อนชา, น้ำมะนาว 2 ช้อนโต๊ะ, ใบมินต์เล็กน้อย, พริกชี้หนูแห้งบดหยาบ

วิธีทำอาหาร

- 1) ต้มน้ำให้เดือด ลวกเนื้อสัตว์ให้สุก แخذใบมะกรูดแห้งและใบมินต์แห้งในน้ำจมนิ่มลง
- 2) ปรงรสด้วยน้ำมะนาว น้ำปลา น้ำตาลทราย พริกป่น และข้าวคั่วคลุกเคล้าให้เข้ากัน จากนั้นตามด้วยหอมแดงป่น ผักชีฝรั่งซอย และใบมะกรูดซอยคลุกเคล้าเบา ๆ อีกครั้ง เสร็จแล้วโรยด้วยใบมะกรูดซอยและใบมินต์ พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.21 ลาบ

ที่มา : <http://www.fungfink.com/wp-content/uploads/2015/02/ลาบ.jpg>

2.6.1.4 ขนมหั่น

ขนมหั่นเป็นอาหารหวานของไทยที่มีมาแต่โบราณ นิยมนำมาใช้ในงานมงคลต่างๆ ในอดีตนิยมใช้ขนมหั่นในงานฉลองยศ เพราะมีความหมายถึงลำดับชั้นยศถาบรรดาศักดิ์ คนโบราณนิยมทำกันถึง 9 ชั้น เพราะถือเคล็ดเสียงของเลข“9”ว่าจะได้“ก้าวหน้า”ในหน้าที่การงาน

ใช้เครื่องเทศ 3 ชนิดประกอบด้วย ใบเตยป่น ดอกอัญชัญแห้ง ผงมะนาว

ส่วนผสม น้ำตาลทราย 2 ถ้วย, น้ำกะทิ 4 ถ้วย, แป้งข้าวเจ้า ½ ถ้วย, แป้งมันสำปะหลัง ½ ถ้วย, แป้งท้าวยายม่อม 1 ถ้วย, น้ำใบเตย ½ ถ้วย, น้ำอัญชัญ ½ ถ้วย, น้ำมะนาว ½ ถ้วย, น้ำหอมกลิ่นมะลิผสมน้ำ ½ ถ้วย, ถาดหรือพิมพ์สี่เหลี่ยมสำหรับนึ่งขนม (ขนาด 10x10 นิ้ว หรือ 8x8 นิ้ว)

วิธีทำอาหาร

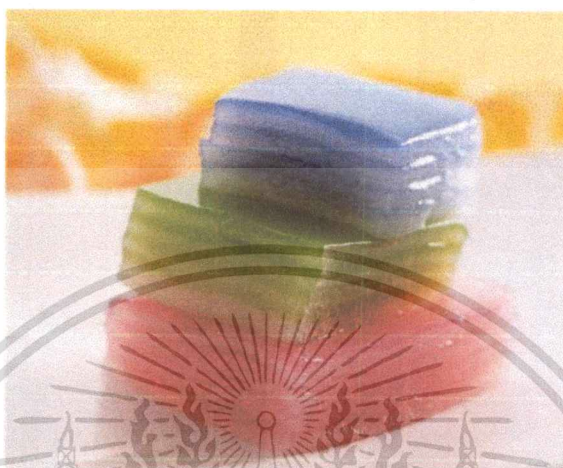
1) ใส่น้ำตาลทรายและกะทิลงในหม้อ คนผสมให้เข้ากันแล้วนำขึ้นตั้งไฟปานกลางประมาณ 5 นาที จนน้ำตาลทรายละลายกลงจากเตา พักทิ้งไว้จนเย็น นึ่งถาดหรือพิมพ์ใน ชุดนึ่งที่มีน้ำเดือดประมาณ 15 นาที เตรียมไว้

2) ผสมแป้งข้าวเจ้า แป้งมันสำปะหลัง และแป้งท้าวยายม่อมเข้าด้วยกันค่อยๆ เทส่วนผสมน้ำกะทิลงไป ใช้มีอนวดแป้งให้เข้ากันเป็นเนื้อเดียว ผสมผงใบเตย และผงมะนาวกับน้ำเปล่า แซ่ดอกอัญชัญในน้ำแล้วบีบจนสีออกมา

3) แบ่งแป้งเป็น 4 ถ้วย โดยถ้วยที่ 1 ผสมกับน้ำใบเตย ถ้วยที่ 2 ผสมกับน้ำอัญชัญ ถ้วยที่ 3 น้ำอัญชัญผสมน้ำมะนาว และถ้วยสุดท้ายผสมกับน้ำมะลิ คนผสมให้เข้ากัน เตรียมไว้

4) ทำชั้นที่ 1 โดยเทส่วนผสมสีขาว (ส่วนผสมผสมทุกชั้นประมาณ 1/3 ถ้วย) ลงในพิมพ์ ปิดฝา นึ่งประมาณ 5 นาที เปิดฝา เทส่วนผสมสีเขียวลงไป ปิดฝา นึ่งประมาณ 5 นาที ทำซ้ำเช่นเดิม สลับชั้นกันจนหมดแป้ง จะได้ประมาณ 9-10 ชั้น โดยชั้นสุดท้าย ให้นึ่งประมาณ 7 นาที ยกออกจากชุดนึ่ง วางพักทิ้งไว้จนเย็นสนิท (ประมาณ 3 ชั่วโมง)

5) นำขนมออกจากถาด จุ่มมีดลงในน้ำร้อน กดลงบนขนมเป็นชั้นๆ จัดใส่จาน พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.22 ขนมชั้น

ที่มา : <https://www.doctor.or.th/sites/default/files/pandan%20leaf%20cake.jpg>

2.6.2 ประเทศจีน

2.6.2.1 พะโล้

พะโล้ เป็นการปรุงอาหารแบบจีนที่แพร่หลายไปทั่วโลก ประกอบขึ้นจากเครื่องเทศ 5 ชนิด จากเมืองจีนอย่างโป๊ยกั๊ก อบเชย ขวงเจีย กานพลูและยี่หระ

ใช้เครื่องเทศ 7 ชนิด ประกอบด้วย อบเชยแห้ง ขวงเจีย โป๊ยกั๊ก กานพลู ยี่หระ พริกไทยเม็ดขาว กระเทียมเกล็ด

ส่วนผสม เนื้อสัตว์ 1 กิโลกรัม, ไข่ต้ม 2 ฟอง, โป๊ยกั๊ก 3 กรัม, อบเชย 10 กรัม
ขวงเจีย 1 กรัม, ยี่หระ 1 กรัม, กานพลู 3 กรัม, พริกไทยเม็ดขาว 5 กรัม
ซีอิ้วดำ 2 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 2 ช้อนโต๊ะ, เกลือ 2 ช้อนโต๊ะ,
กระเทียมเกล็ด 3 ช้อนโต๊ะ

วิธีทำอาหาร

- 1) ต้มน้ำให้เดือด ใส่เนื้อสัตว์และไข่ไก่ลงไปให้พอดีกับระดับน้ำ
- 2) นำโป๊ยกั๊ก อบเชย ขวงเจีย กานพลู ยี่หระและพริกไทยเม็ดขาวใส่ถุงผ้า มัดให้แน่น แล้วนำลงไปต้ม
- 3) ใส่กระเทียมเกล็ด ซีอิ้วดำ น้ำตาลและเกลือ ต้มต่อไปอีกประมาณ 2 ชั่วโมง พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.23 พะโล้

ที่มา : <https://i.ytimg.com/vi/YyibYWI-Xng/hqdefault.jpg>

2.6.2.2 บักกุดเต้

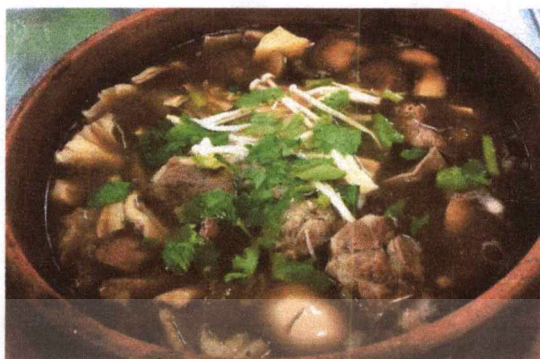
บักกุดเต้เกิดขึ้นมาโดยชาวจีนชั้นสูงคนหนึ่งจากเมืองฉวนโจวในมณฑลฝูเจี้ยน สูตรลับถูกส่งต่อสู่เพื่อนซึ่งต่อมาเดินทางสู่เมืองและโด่งดังมาถึงทุกวันนี้ บักกุดเต้เป็นอาหารที่ช่วยในการบำรุงสุขภาพของชาวจีน

ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย ดั่งกุย ฮ่วยซัว เง็กเต๊ก บักคี้

ส่วนผสม ดั่งกุย, ฮ่วยซัว, เง็กเต๊ก, บักคี้ อย่างละ 2 ซ้อนชา, ซีโครงหมู 500 กรัม, กระเทียม 5 หัว, เห็ดหอม 10 ดอก, เห็ดเข็มทอง 50 กรัม, น้ำเปล่า 7 ถ้วย, ซีอิ้วดำ 2 ซ้อนโต๊ะ, ผักชี

วิธีทำอาหาร

- 1) นำซีโครงหมูมาหมักกับซีอิ้วดำ ประมาณ 2-3 ชม. พักไว้ นำดั่งกุย ฮ่วยซัว เง็กเต๊กและบักคี้ห่อด้วยผ้าขาวบาง แล้วมัดให้แน่นแล้วต้มในน้ำ
- 2) รอน้ำเดือดแล้วจึงใส่ซีโครงหมู กระเทียม ซีอิ้วดำ ซีอิ้วขาวลงไป เคี่ยวด้วยไฟกลางจนเดือดอีกครั้ง
- 3) พอน้ำเดือดให้เอาถุงเครื่องเทศออก
- 4) ใส่เห็ดหอมและเห็ดเข็มทองตามลงไป เคี่ยวไฟอ่อน ประมาณ 30-45 นาที ตักแต่งด้วยผักชี พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.24 บักกุดเต้

ที่มา : <http://f.ptcdn.info/464/015/000/1391950841-01-o.jpg>

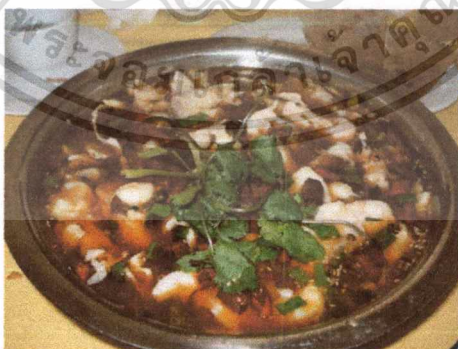
2.6.2.3 หม่าล่าหัง

เป็นซูปรสชาติแบบเผ็ดๆ ซาๆ ที่ปลายลิ้น โดยรสชาติมาจากเครื่องเทศอย่างหนึ่ง ที่มีต้นกำเนิดจากมณฑลเสฉวน ประเทศจีน เป็นเครื่องเทศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่นเสฉวน ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิด ประกอบด้วย พริกแห้ง ขวงเจีย ชิงแผ่น ลูกกระวาน ส่วนผสม พริกแห้ง 8 เม็ด, ขวงเจีย 1 ซ่อนโต๊ะ, น้ำตาลกรวดเล็กน้อย, เต้าซี่ 2 ซ่อนซา, ชิง 1 ซ่อนโต๊ะ, เหล้าจีน, ลูกกระวาน 2 ซ่อนโต๊ะ, น้ำซุปลูก 2 ถ้วย

วิธีทำอาหาร

- 1) เตรียมสับเต้าซี่ แล้วนำลูกกระวานมาทุบให้แตกเพื่อให้ได้กลิ่นหอม แช่ขิงในน้ำจนนิ่ม
- 2) ใส่น้ำมันในกระทะ แล้วนำพริกแห้งมาผัดจนหอม จากนั้นใส่ขวงเจีย ชิง ตามลงไป
- 3) เติมน้ำซุปลูก ใสเหล้าจีน เต้าซี่ น้ำตาลกรวดและลูกกระวานที่ทุบแล้ว รอจนน้ำซุปลูกเดือด

พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.25 หม่าล่าหัง

ที่มา : <http://upic.me/i/ml/malayu.jpg>

2.6.2.4 บัวลอยน้ำขิง

บัวลอยน้ำขิงเป็นของหวานของชาวจีน ที่ทานแล้วร่างกายอบอุ่น นิยมทานกันในช่วงฤดูหนาว ซึ่งเป็นเทศกาลฉลองวันที่กลางคืนยาวนานที่สุดในรอบปีหรือวันเพ็ญเดือน 11 ของจีนซึ่งเป็นการเริ่มต้นฤดูหนาวที่เกษตรกรและชาวประมงจีนจะเตรียมอาหารเพื่อไว้ทานในฤดูหนาว โดยบัวลอยเป็นสัญลักษณ์แห่งความสามัคคีเหนียวแน่นของครอบครัวในจีนอีกด้วย

ใช้เครื่องเทศ 3 ชนิด ประกอบด้วย งาดำ ขิงแผ่น อบเชยแห้ง

ส่วนผสม แป้งข้าวเหนียว 1 ถ้วย, แป้งถั่วเขียว 3 ช้อนโต๊ะ, น้ำเปล่า ½ ถ้วย

ผงแป้งข้าวเหนียวเล็กน้อย, งาดำ 1 ถ้วย, น้ำตาลทราย ½ ถ้วย,

เนยถั่วชนิดหยาบ 170 กรัม, น้ำเปล่า 5 ถ้วย, น้ำตาลอ้อย 1 ถ้วย, เกลือ ½

ช้อนชา, ขิง 3-4 ชิ้น, อบเชยแห้ง 1 แผ่น

วิธีทำอาหาร

1) บดงาดำจนละเอียด นำไปผสมกับน้ำตาลทรายและเนยถั่วชนิดหยาบ คลุกให้เข้ากัน

2) นำส่วนผสมมาปั้นเป็นก้อน เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 2 เซนติเมตร แล้วนำไปแช่ตู้เย็น

3) ผสมแป้งข้าวเหนียวและแป้งถั่วเขียวเข้าด้วยกัน ค่อยๆ เทน้ำลงไปผสม

จนจนเป็นเนื้อเดียวกัน

4) นำขิงมาเผาไฟเล็กน้อยให้หอม แล้วทุบเล็กน้อย ใส่ลงไปต้มในน้ำเดือดพร้อมอบเชยแห้ง

ใส่น้ำตาลเล็กน้อย

5) ปั้นแป้งแล้วใส่ไข่เข้าไปข้างใน ท่อใส่ให้มิดชิด แล้วนำลงไปต้มจนตัวแป้งกลายเป็นสีขาวใส

พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.26 บัวลอยน้ำขิง

ที่มา : <http://data.foodtravel.tv/datastore/recfood/892/Picture1892.jpg>

2.6.3 ประเทศอินเดีย

2.6.3.1 มาซาล่า

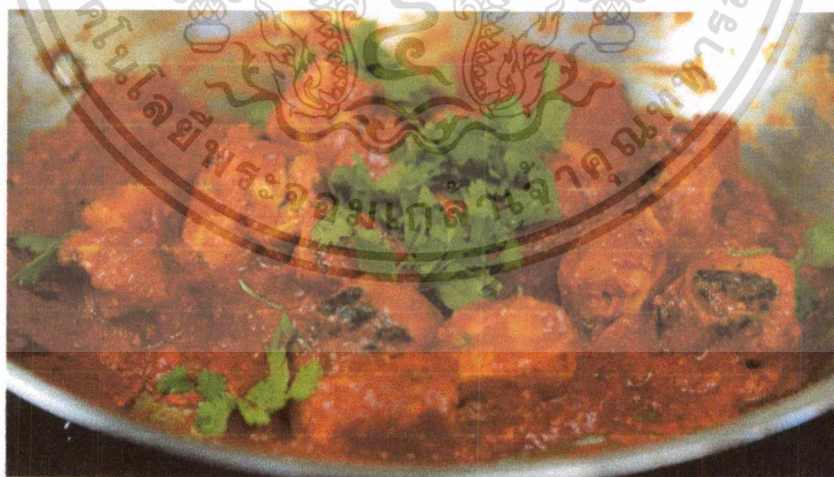
อินเดียเป็นประเทศที่ชื่นชอบการบริโภคเครื่องเทศเป็นอย่างมาก มาซาล่าเป็นอาหารมีเครื่องเทศ 5-13 อย่างนำมาป่นผสมตามสัดส่วนของแต่ละท้องถิ่น มีรสชาติและสีกลิ่นที่จัดจ้านเป็นส่วนหนึ่งของอาหารหลักประจำชาติอินเดียเลยทีเดียว

ใช้เครื่องเทศ 6 ชนิดประกอบด้วย ลูกกระวาน พริกไทยดำเม็ด เม็ดผักชี ผงขมิ้น ผงมาซาล่า อบเชยแห้ง

ส่วนผสม ลูกกระวาน 30 เม็ด, พริกไทยดำเม็ด 2 ซ่อนชา, เม็ดผักชี 2 ซ่อนชา, ผงขมิ้น 1 ซ่อนชา, ผงมาซาล่า 1 ซ่อนชา, เกลือสมุทร ½ ซ่อนชา, น้ำมันพืช ¼ ถ้วย, เนื่อสัตว์ 500 กรัม, โยเกิร์ตธรรมชาติ 270 กรัม, มะเขือเทศ ¾ ถ้วย, น้ำตาลปีบ 1 ซ่อนชา, อบเชยแห้ง 2 แห่ง

วิธีทำอาหาร

- 1) ใส่ลูกกระวาน พริกไทยดำเม็ด อบเชยแห้ง เม็ดผักชี ลงไปคั่วในกระทะด้วยไฟอ่อนๆ โดยไม่ต้องใส่น้ำมัน ตักขึ้นพักไว้ ใส่ผงขมิ้น ผงมาซาลาลงไปคั่วรวมกันจนกลิ่นหอม
- 2) โขลกลูกกระวาน พริกไทยดำเม็ด เม็ดผักชี และอบเชยแห้งที่คั่วแล้ว และเกลือลงโขลกจนละเอียดเป็นผง
- 3) ใส่น้ำมันลงในกระทะ ยกขึ้นตั้งไฟอ่อน ใส่เครื่องเทศลงไปผัดจนกลิ่นหอม
- 4) ใส่เนื้อสัตว์ลงไปผัดจนสุก ปรงรสน้ำตาลปีบ คนให้ละลายเข้ากันดี
- 5) ใส่มะเขือเทศบด และโยเกิร์ตลงไป เคี่ยวด้วยไฟอ่อนประมาณ 20 นาที จนเนื้อสัตว์เปื่อยนุ่ม แล้วปิดไฟ พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.27 มาซาล่า

ที่มา : <https://i.ytimg.com/vi/F5Z5HDA2Y9U/maxresdefault.jpg>

2.6.3.2 ข้าวซีร่า

ข้าวที่หุงพร้อมเครื่องเทศจัดเป็นอาหารหลักของชาวอินเดียตอนเหนือ ด้วยความที่ตัวข้าวมีกลิ่นเครื่องเทศ ทำให้ทานคู่กันกับแกงต่างๆ ได้อย่างเข้ากันเป็นอย่างดี ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย ลูกกระวาน อบเชยแห้ง เบย์ลีฟ ยี่หระ ส่วนผสม ข้าวบาสมати 1 ถ้วยตวง, ลูกกระวาน 2 ซ้อนโต๊ะ, ก้านอบเชย 1-2 ก้าน, เบย์ลีฟ 1-2 ใบ, ยี่หระ 1 ซ้อนโต๊ะ, เนยอินเดีย(Ghee) 1-2 ซ้อนโต๊ะ

วิธีทำอาหาร

- 1) แช่เบย์ลีฟในน้ำให้นุ่มลง ตั้งกระทะให้ร้อนจัด ทูบยี่หระ ลูกกระวานและอบเชยให้พบแตก จากนั้นนำลงไปคั่วให้หอม จากนั้นนำขึ้นพักไว้สักครู่
- 2) ลงเนยในกระทะใบเดิม จากนั้นลงข้าวบาสมати ผัดให้เนยเคลือบข้าว แล้วนำส่วนผสมที่คั่วไว้นำมาผัดให้กลิ่นหอมเข้ากัน ปรงรสได้ด้วยเกลือ พริกไทยตามชอบ
- 3) นำลงในหม้อหุงข้าว หุงข้าวเหมือนปกติโดยใช้น้ำน้อย ให้ปริมข้าวขึ้นมาประมาณ ครึ่งเซนติเมตรพอสุกทั้งให้ระอุสักครู่ พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.28 ข้าวซีร่า

ที่มา : http://data.foodtravel.tv/datastore/recfood/2632/recfood2632_4_normal.jpg

2.6.3.3 ไก่แทนดอรี

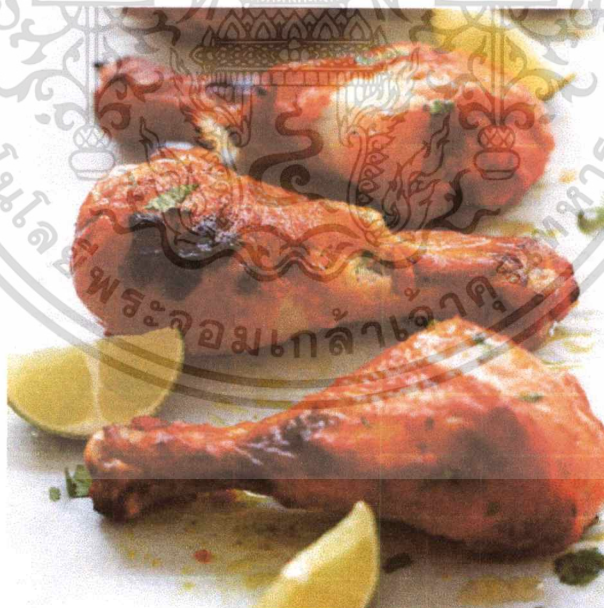
ไก่แทนดอรี เกิดจากการประยุกต์ใช้เตาแทนดอรีในการทำปรุงอาหาร พ่อครัวอินเดีย ลองอบไก่ที่หมักจากโยเกิร์ตจนนุ่มแล้ว แล้วปรุงรสด้วยเครื่องปรุงรสต่างๆ รสชาติออกเผ็ดร้อน ด้วยเครื่องปรุงรสต่างๆ มากมาย สีแดงสดใส

ใช้เครื่องเทศ 8 ชนิดประกอบด้วย ยี่หระ เม็ดผักชี กานพลู อบเชยแห้ง กระเทียมผง ชิงผง ผงขมิ้น ผงมะนาว

ส่วนผสม ยี่หระ 4 ช้อนโต๊ะ, เม็ดผักชี 1 ช้อนโต๊ะ, กานพลู 1 ช้อนโต๊ะ, อบเชย 1 ช้อนโต๊ะ, กระเทียมผง 1 ช้อนโต๊ะ, ชิงผง 1 ช้อนโต๊ะ, ผงขมิ้น 1 ช้อนโต๊ะ, เกลือเล็กน้อย, โยเกิร์ตธรรมชาติ 1/2 ถ้วย, น้ามะนาว 1 ช้อนโต๊ะ, ไก่ส่วนที่ต้องการ

วิธีทำอาหาร

- 1) นำยี่หระ เม็ดผักชี กานพลูและอบเชยมาบดจนเป็นผง ใส่ในถุงซิปล็อค ใส่กระเทียมผง ชิงผง ผงขมิ้นและเกลือลงไป ใส่โยเกิร์ตและละลายผงมะนาวให้กลายเป็นน้ามะนาว นำไปหมักไก่ ใช้มีอนวดจากข้างนอกถุงให้เครื่องเทศเข้าเนื้อ
- 2) เปิดเตาอบ 190 องศาเซลเซียส เตรียมถาดรองด้วยอลูมิเนียมฟอยด์เรียงไกลงบนถาดให้เอาด้านหนึ่งลงก่อน ใช้เวลาอบรวมประมาณ 40-45 นาที
- 3) เข้าอบ 20 นาที แล้วกลับด้านให้ด้านหนึ่งขึ้นข้างบน อบต่ออีก 20-25 นาที
- 4) นำออกจากเตาอบ พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.29 ไก่แทนดอรี

ที่มา : <http://rasamalaysia.com/wp-content/uploads/2016/03/tandoori-chicken-thumb.jpg>

2.6.3.4 ขนมกุหลาบยามุน

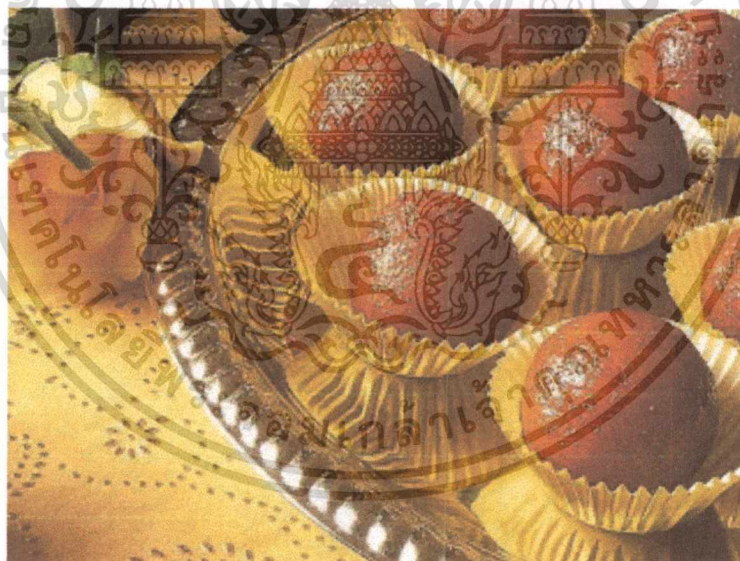
ขนมกุหลาบยามุน เป็นขนมที่คนอินเดียมักนำไปใช้ในพิธีมงคลอย่างพิธีแต่งงาน หรือเอาไว้ถวายเทพทางฮินดู มักใช้ทานคู่กับน้ำชาหรือไอติมรสวานิลลา

ใช้เครื่องเทศ 2 ชนิดประกอบด้วย หญ้าฝรั่น ลูกกระวาน

ส่วนผสม นมผงรสจืด 1/2 ถ้วย, แป้งเนกประสงค์ 2 ช้อนโต๊ะ, โยเกิร์ต 2 ช้อนโต๊ะ, เนยอินเดีย 1 ช้อนโต๊ะ, เบคกิ้งโซดา 1/4 ช้อนโต๊ะ, น้ำ 2 ถ้วย, กลิ่นกุหลาบ น้ำตาลทราย 2 ถ้วย, หญ้าฝรั่น 1 ช้อนโต๊ะ, กระวานผง 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำมัน

วิธีทำอาหาร

- 1) นำแป้งมาผสมกับเบคกิ้งโซดาและนมผง ใส่เนยอินเดียที่ละนิด นวดจนกว่าจะเป็นเนื้อเดียวกัน
- 2) ปั้นให้กลม ขนาดประมาณหัวแม่มือ
- 3) นำน้ำตาลมาเคี่ยวกับน้ำจนกลายเป็นน้ำเชื่อม ใส่กลิ่นกุหลาบลงไป นำหญ้าฝรั่นมาแช่น้ำแล้วเอาน้ำหญ้าฝรั่นใส่ บดลูกกระวานใส่ลงไป
- 4) นำแป้งที่ปั้นไว้มาทอดจนสุกกลายเป็นสีน้ำตาลแดง แล้วนำไปแช่ในน้ำเชื่อมจนกุหลาบยามุนดูดน้ำเชื่อมให้ชุ่มทั้งชิ้น พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.30 ขนมกุหลาบยามุน

ที่มา : http://scontent-fbkk5-7.us-fbcdn.net/v1/t1-48/142617809684I4108ZPH0J4S8_842023153_K1DIXQOI5DHP/dskvvc.qpjhg.xmwo/w/data/681/681148-img-1369813456-2.jpg

48/142617809684I4108ZPH0J4S8_842023153_K1DIXQOI5DHP/dskvvc.qpjhg.xmwo/w/data/681/681148-img-1369813456-2.jpg

2.6.4 ประเทศอิตาลี

2.6.4.1 ริซอสโต้

เป็นวิธีหุงข้าวอันนิยมที่สุดในอาหารอิตาลี ข้าวผัดที่มีลักษณะแฉะ ชุ่ม และเหนียวที่เกิดจากการนำข้าวพันธุ์อิตาลี นำไปหุงหรือผัดใส่ครีม ไขมันขาว และน้ำซอส แฉะยังใส่เนย ชีส และหัวหอมลงไปเพิ่มความหอมอีกด้วย

ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย โรสแมรี่ พริกไทยดำเม็ด โทม์ หญ้าฝรั่ง

ส่วนผสม ข้าว Arborio 400 กรัม, น้ำซุปล 1 ลิตร, ไขมันขาว 1/2 ถ้วย,

เนย 40 กรัม, ชีส 60 กรัม, หัวหอม 30 กรัม, หญ้าฝรั่ง 0.5 กรัม, โรสแมรี่ 10 กรัม

โทม์ 10 กรัม, พริกไทยดำ 1 ช้อนชา

วิธีทำอาหาร

- 1) ตั้งกระทะละลายเนย ทอดหัวหอมจากนั้นใส่ข้าวลงไปและหุงด้วยไฟปานกลาง ประมาณ 2-3 นาที
- 2) ใส่ไขมันขาวลงไป ผัดจนไขมันระเหยออกไปแล้วใส่น้ำซุปลงไป 3 ถ้วย และคนเบา ๆ จากนั้นต้มทิ้งไว้จนกระทั่งน้ำซุประเหยออกไป
- 3) ใส่โรสแมรี่และโทม์ลงไป ใส่น้ำซุบแล้วผัดจนเริ่มแห้ง แห่หญ้าฝรั่งในน้ำจนน้ำมีสีเหลือง
- 4) ใส่หญ้าฝรั่งพร้อมน้ำที่แช่ลงไปกับซุบอีก 1 ช้อนโต๊ะ ปิดไฟเมื่อข้าวเริ่มสุก และยังมีน้ำอยู่
- 5) ใส่เนยและชีสลงไป รอให้เริ่มละลาย ปิดไฟ บดพริกไทยแล้วโรยหน้า พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.31 ริซอสโต้

ที่มา : http://image.munjeed.com/image_news/2014/2014-05-01/image_51201472127AM.jpg

2.6.4.2 ลาซานญา

ทำมาจากเส้นพาสต้ารูปร่างแบนใหญ่ ซึ่งเป็นรูปร่างที่มีความเก่าที่สุดในบรรดาเส้นของอิตาลี ต้นกำเนิดของลาซานญามาจากยุคกรีกโบราณ พัฒนาเรื่อยมาจนกลายเป็นอาหารที่มีหลายชั้นเป็นเส้นเนื้อและชีสสลับกันไปมา

ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย กระเทียมเกล็ด พริกไทยดำเม็ด ออริกาโน เบย์ลีฟ ส่วนผสม หมูสับ 200 กรัม, แครอทขูดฝอย 1 หัว, หอมใหญ่สับ 3 หัวเล็ก กระเทียมเกล็ด 1 ช้อนโต๊ะ, เนยสด 2 ช้อนโต๊ะ, แป้งสาลีเอนกประสงค์ 2 ช้อนชา ซอสมะเขือเทศเข้มข้น 4-5 ช้อนโต๊ะ, ซอสมะเขือเทศ 1/2 ถ้วย, ซอสพริก 2-3 ช้อนโต๊ะ, เกลือ 1/2 ช้อนชา, พริกไทยดำ 1/2 ช้อนชา, ผงออริกาโน 1 ช้อนโต๊ะ, โบเบย์ลีฟ 1-2 โบ, น้ำตาลทราย 1/2 ช้อนชา, เส้นลาซานญา, ชีสขูดฝอย, ไข่ไก่ต้มสุก 1-2 ฟอง หั่นบาง ๆ

วิธีทำอาหาร

- 1) ตั้งกระทะใช้ไฟอ่อน นำหัวหอมและแครอทลงไปผัดกับเนย ใส่หมูลงไปผัด เติมเกลือและบดพริกไทยดำลงไปเล็กน้อย ใส่ซอสพริก เติมน้ำซุปลงไป
- 2) ใส่เบย์ลีฟและออริกาโนลงไป เคี่ยวให้เดือด ปรุงรสชาติ
- 3) ตั้งหม้อ ใช้ไฟอ่อนใส่เนยลงไป ใส่แป้งแล้วใช้ตะกร้อตีจนเริ่มเป็นโคม ค่อยๆ ใส่เนยสด เติมเกลือพริกไทย ร่อนเดือด ใส่ชีสลงไปคนเร็วๆ แล้วปิดไฟ
- 4) วางแผ่นลาซานญาลงไป ตักหมูผัดราด และราดด้วยซอส โรยด้วยชีส ทำแบบนี้หลายๆ ชั้น
- 5) นำเข้าเตาอบ ประมาณ 25-30 นาที ใช้ไฟบน อุณหภูมิ 170 องศาเซลเซียส และไฟล่างอุณหภูมิ 180 องศาเซลเซียส นำออกมาเมื่อสุก พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.32 ลาซานญา

ที่มา : http://www.kinaroi.com/images/1636_1447381030.jpg

2.6.4.3 พาสต้าเฟสโต้

ซอสเฟสโต้เป็นหนึ่งในซอสตัวคลาสสิกของประเทศอิตาลี นำมาผสมผสานกับเส้นในรูปแบบเส้นพาสต้าที่ชาวอิตาลีชื่นชอบ กับใบโหระพาที่ช่วยสร้างความสดชื่น

ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย ใบโหระพาแห้ง กระเทียมเกล็ด พริกไทยดำเม็ด ออริกาโน ส่วนผสม พาสต้าเส้นแบน 160 กรัม, ใบโหระพา 20 กรัม, กระเทียมเกล็ด 3 ช้อนชา, น้ำมันมะกอก 120 มิลลิลิตร, ไช่ลวก 1 ฟอง, เกลือ, พริกไทยดำเม็ด 1 ช้อนชา, พาร์เมซานชีสขูด 50 กรัม, ออริกาโน 1 ช้อนชา

วิธีทำอาหาร

1) ตั้งหม้อต้มน้ำ ลวกเส้นพาสต้าให้สุก นำใบโหระพาแช่น้ำให้นิ่ม

2) ปั่นใบโหระพา กระเทียมเกล็ด น้ำมันมะกอก

แล้วปรุงรสด้วยเกลือและพริกไทยดำบดจนละเอียด

3) เทซอสเฟสโต้ลงไปคลุกกับเส้นพาสต้าให้เข้ากัน

4) ตักพาสต้าใส่จานแล้วโรยด้วยพาร์เมซานชีสขูด โรยออริกาโนเสิร์ฟพร้อมไช่ลวก



ภาพที่ 2.33 พาสต้าเฟสโต้

ที่มา : http://www.pholfoodmafia.com/2012/images/menu_img_all/231x317A7.jpg

2.6.4.4 ขนมปังเน็ดโทน

ขนมปังคลาสสิกของอิตาลี ซึ่งนิยมทำในวันคริสต์มาส เป็นเหมือนสัญลักษณ์วันคริสต์มาสของอิตาลี ทำขึ้นจากผลไม้ที่ถูกรอยด้วยน้ำตาลและลูกเกด

ใช้เครื่องเทศ 2 ชนิดประกอบด้วย ผิวส์ส้ม อบเชยแห้ง

ส่วนผสม แป้งขนมปัง 230 กรัม, ยีสต์แห้ง 1 3/4 ช้อนชา, น้ำตาลทรายแดง 2 1/2 ช้อนโต๊ะ, นมผง 1 ช้อนโต๊ะ, ไช้ไก่ จำนวน 1 ฟอง, เกลือป่น 1/2 ช้อนชา,

เนยจืด 50 กรัม, น้ำอุ่น 95-105 ซีซี, ลูกเกดเหลือง 40 กรัม, ผิวสั่มเชื่อม 30 กรัม
ผลไม้แห้ง, ไข่ไก่เบอร์ ½ ฟอง, น้ำตาลทราย 2 ช้อนชา, อบเชย 1 แท่ง

วิธีทำอาหาร

- 1) เทแป้ง นมผง ยีสต์ น้ำตาลทรายแดง คนให้เข้ากัน ผสมน้ำอุ่นไข่และเกลือคนให้เข้ากัน แล้วใส่ลงไป ตีให้เข้ากัน ใส่เนยแล้วตีต่อจนเนียน ผสมผิวสั่มบดและอบเชยปั่นลงไป
- 2) แผ่แป้งโดว์เป็นแผ่นสี่เหลี่ยม โรยผลไม้แห้ง กดให้ไส้ติดแป้งโดว์ แล้วม้วน
- 3) บีบปลายให้ติดกัน พลิกอีกด้าน แล้วม้วนตามขวางอีกครั้ง บีบปลายให้ติดกัน
- 4) พักแป้งโดว์ครั้งที่ 1 ให้ขึ้น 1.5 เท่า ประมาณ 35 นาที
- 5) แป้งโดว์ขึ้นได้ที่ตัดแบ่งแป้งก้อนละประมาณ 260-270 กรัม คลุมผ้าชุบน้ำ พักไว้ 10 นาที
- 6) ครบ 10 นาที วางลงในพิมพ์ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 9 ซม. สูง 9.5 ซม.
- 7) พักรอบสุดท้าย ปิดพลาสติก คลุมผ้าชุบน้ำทับอีกชั้น พักประมาณ 25 นาที
- 8) โถ้ครบเวลาพักแป้ง วอร์มเตาอบไฟบนไฟล่าง 200 องศาเซลเซียส
- 9) ครบเวลาแป้งขึ้นเกือบเต็มถ้วย ก่อนนำเข้าอบ ทาหน้าขนมด้วยส่วนผสม (ไข่ น้ำตาล แป้งเค้ก) ทาสองรอบหน้าขนมจะได้เงาสวย
- 10) โรยอัลมอนด์สไลด์ นำเข้าอบประมาณ 21 นาที ระหว่างอบยังไม่ครบเวลา หากหน้าขนมสีสุกเหลือง ใช้ฟอยล์ปิดหน้าขนมไม่ให้ไหม้แล้วอบต่อจนครบเวลาหรือจนสุก
- 11) พักขนมให้เย็นสนิท ก่อนโรยโดยน้ำตาลไอซิ่ง พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.34 ขนมปาดเน็ตโตน

ที่มา : <https://garrettword.files.wordpress.com/2010/12/milanese-panettone.jpg>

2.6.5 ประเทศเม็กซิกัน

2.6.5.1 ทาโก้

อาหารเม็กซิกันที่นิยมทานกันเป็นอาหารรองท้อง ทาโก้จะนำแผ่นแป้งทาโก้ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ทำขึ้นมาจากแป้งแผ่นเดียวมาห่อไส้ที่ปรุงเอาไว้ สามารถจะสร้างสรรค์ได้ต่างๆ ได้มาก ไม่ว่าจะเป็นไส้เนื้อ หมู ไก่ ผัก ทะเล หรือแล้วแต่คนทำจะพลิกแพลง

ใช้เครื่องเทศ 6 ชนิดประกอบด้วย กระเทียมเกล็ด เบย์ลีฟ ปาปริก้าป่น ยี่หระ ต้นหอมแห้ง พริกไทยดำเม็ด

ส่วนผสม เนื้อสัตว์บด ½ ถ้วย, หอมหัวใหญ่หั่น 1 หัว, เนย 3 ช้อนโต๊ะ

ซอสปรุงรส 1 ช้อนโต๊ะ, เกลือป่น 1 ช้อนชา, น้ำตาลทราย 1 ช้อนชา,

พริกไทยป่น 1 ช้อนชา, มะเขือเทศสีแดงลูกใหญ่ 5 ลูก, แป้งทอดกรอบ

กระเทียมเกล็ด 1 ช้อนโต๊ะ, ปาปริก้าป่น 1 ช้อนโต๊ะ, เบย์ลีฟ 2 ใบ,

ยี่หระป่น ½ ช้อนชา, เกลือป่น 1 ช้อนชา, ต้นหอม 2 ช้อนโต๊ะ

วิธีทำอาหาร

- 1) ตั้งกระทะ ละลายเนย นำเนื้อสัตว์บดลงไปผัดกับหอมหัวใหญ่ ซอสปรุงรส เกลือป่นและน้ำตาลทราย บดพริกไทยดำลงไปเล็กน้อย
- 2) ลวกมะเขือเทศให้สุก บดยี่หระ นำเบย์ลีฟไปแช่น้ำให้นุ่ม
- 3) ตั้งกระทะ ละลายเนย นำกระเทียมลงไปผัดให้หอม ตามด้วยยี่หระป่น ปาปริก้าป่น และเบย์ลีฟ ปรุงรสด้วยเกลือเล็กน้อย ใส่ต้นหอมลงไปผัด
- 4) ออบแป้งทอดกรอบ ใส่ผัก ตามด้วยเนื้อสัตว์ ราดด้วยซอส พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.35 ทาโก้

ที่มา : <http://eatigo-live.s3.amazonaws.com/>

eatigo_SunriseTacosMBK_20150421155336_1338.jpg

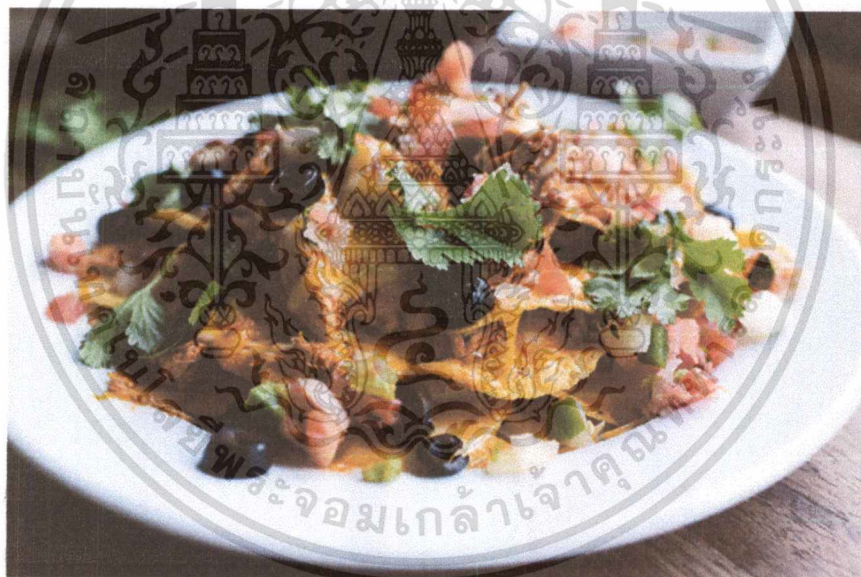
2.6.5.2 นาโไซ่

เป็นอาหารกินเล่นสัญชาติเม็กซิกัน สามารถทานได้ในเวลาว่าง เป็นแผ่นแป้งทอดกรอบ ราดซอสเปรี้ยวเพิ่มความสดชื่นและอิมท้องระหว่างวัน

ใช้เครื่องเทศ 3 ชนิดประกอบด้วย กานพลู กระเทียมเกล็ด พริกไทยดำเม็ด ส่วนผสม กานพลู 2 ช้อนชา, กระเทียมเกล็ด 1 ช้อนชา, หัวหอม 6 ช้อนโต๊ะ, น้ำมัน 3 ช้อนโต๊ะ, เนื้อสัตว์ 150 กรัม, ซอสซัลซ่า 1 ถ้วย, แป้งทอดฉ่ำ ½ ห่อ, เซสด้าชีส 2 ช้อนโต๊ะ, มะเขือเทศ ½ ลูก, พริกไทยดำป่น 1 ช้อนชา

วิธีทำอาหาร

- 1) อุ่นเตาไว้ที่ 175 องศาเซลเซียส ตัดแป้งทอดฉ่ำออกเป็น 4 ส่วนแล้วอบจนกรอบ
- 2) ผัดหัวหอม มะเขือเทศกับน้ำมัน ใส่เนื้อสัตว์ลงไปผัดกับกานพลูให้หอมจนสุกปรุงรสด้วยเกลือ และพริกไทยบดผสมกับซอสซัลซ่า สุกแล้วราดลงเป็นแป้งทอดฉ่ำ
- 3) ละลายชีสแล้วราดลงบนแป้งทอดฉ่ำ พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.36 นาโไซ่

ที่มา : http://wd.thaibuffer.com/o/photow/700/kapook_world-697221.jpg

2.6.5.3 เคสติย่า

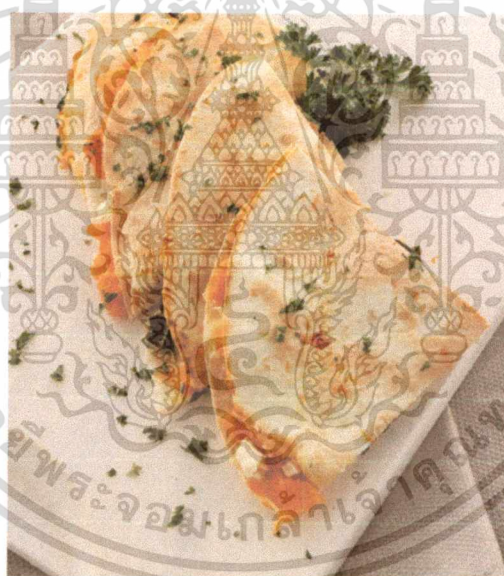
อาหารเม็กซิกันที่มีรูปแบบเหมือนพิซซ่านเม็กซิกันที่ถูกปิดหน้า มีส่วนประกอบหลักคือแป้งทอดฉ่ำ สองแผ่นที่ประกบกันโดยมีไส้เป็นชีสอยู่ข้างใน

ใช้เครื่องเทศ 4 ชนิดประกอบด้วย กระเทียมเกล็ด ยี่หระ พริกไทยดำเม็ด พาสลีย์

ส่วนผสม แป้งทอดใหญ่ 3-4 แผ่น, เนื้อสัตว์ 200 กรัม, เซตต้าชีสชุดผอย 1 ถ้วย,
มอซซาเรลล่าชีสชุดผอย ½ ถ้วย, น้ำตาลทราย 3 ช้อนโต๊ะ, หัวหอมใหญ่ ½
ถ้วย, ผงยี่หระ 2 ช้อนชา, เนยจืด 1 ช้อนโต๊ะ, พาสลีย์ 2 ช้อนโต๊ะ,
กระเทียมเกล็ดและเกลือ 1 ช้อนชา, พริกไทยดำป่น 1 ช้อนชา

วิธีทำอาหาร

- 1) ตั้งกระทะ ละลายเนยจืด นำกระเทียมและหอมใหญ่ลงไปผัดตามด้วยเนื้อสัตว์ ผัดให้สุกจากนั้นเติมเกลือป่นและน้ำตาลลงไป
- 2) บดยี่หระให้เป็นผง โรยลงไป แล้วโรยพาสลีย์ ผัดต่อไปประมาณ 5 นาที ยกลงเตรียมไว้
- 3) นำส่วนผสมทั้งหมดที่ได้วางลงบนแผ่นแป้งทอดใหญ่ให้ทั่ว เกลี่ยให้พอดีครึ่งแผ่น จากนั้นโรยหน้าด้วยมอซซาเรลล่าชีส เซตต้าชีสและบดพริกไทยดำโรยพบบนแผ่นแป้งเข้าหากัน ทำแบบนี้จนครบทุกแผ่น
- 4) ตั้งกระทะ ละลายเนย นำแป้งทอดที่ละลายให้แบ่งสองด้านสุกกำลังพอดี และชีสข้างในละลาย พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.37 เคสดีย่า

ที่มา : [http://siameasyfood.com/wp-](http://siameasyfood.com/wp-content/uploads/2016/03/%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E.png)

[content/uploads/2016/03/%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E.png](http://siameasyfood.com/wp-content/uploads/2016/03/%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E.png)

2.6.5.4 พายเอ็มปานาดาส

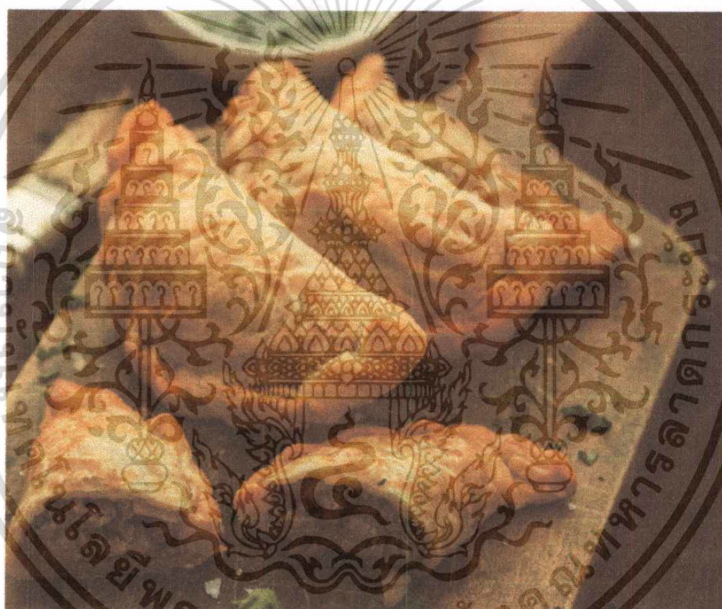
เอ็มปานาดาสหรือพายของสเปน มีความหมายสื่อถึงการห่อหุ้มด้วยแป้งมีต้นกำเนิดที่กาลิเซีย แคว้นหนึ่งในประเทศสเปน มักกินเป็นอาหารว่างหรือของหวานสำหรับชาวเม็กซิกัน

ใช้เครื่องเทศ 3 ชนิดประกอบด้วย อบเชยแห้ง ขิงแผ่น กานพลู
 ส่วนผสม แป้ง 2 ถ้วย, น้ำตาลทราย 1 ถ้วย, เกลือ 1 ช้อนโต๊ะ, เบคกิ้งโซดา ¼ ช้อนชา,
 น้ำมัน 1 ถ้วย, ฟักทองบด 1 ถ้วย, ไข่ไก่ 2 ฟอง, อบเชยป่น 2 ช้อนชา,
 ขิงป่น 1 ช้อนชา, กานพลูป่น ½ ช้อนชา

วิธีทำอาหาร

- 1) อุ่นเตาไว้ที่ 175 องศาเซลเซียส
- 2) ผสมแป้ง น้ำตาลทราย เกลือ ไข่ไก่และเบคกิ้งโซดาด้วยน้ำมัน นวดจนเข้ากัน
- 3) บดอบเชยแห้ง ขิงแผ่นและกานพลูให้ป่น ผสมกับฟักทองบดจนเป็นเนื้อเดียวกัน
- 4) นำแป้งมาแผ่ ใส่ไส้ลงไปแล้วพับปิด ปิดตรงขอบให้เป็นเกลียวๆ แล้วนำเข้าไปอบ

20 นาที พร้อมรับประทาน



ภาพที่ 2.38 พายเอ็มปานาดาส

ที่มา : http://foodnetwork.sndimg.com/content/dam/images/food/fullset/2006/8/4/0/pa0808_empanadas1.jpg.rend.sniipadlarge.jpeg

2.6.6 สรุปเนื้อหาเรื่องข้อมูลเมนูอาหารเซตเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ
 ที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบ

ข้อมูลประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับเมนูอาหารนั้นๆ จะใช้เล่าเรื่อง ช่วยสร้าง
 ความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค และข้อมูลส่วนประกอบเป็นข้อมูลที่จะปรากฏบนบรรจุภัณฑ์
 ตามที่กฎหมายกำหนด ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมและวิธีการทำจะสอดแทรกเข้าไปในตัวบรรจุภัณฑ์
 เนื่องจากเป็นข้อมูลที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ได้ลู่ตามความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือการกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

2.7.1 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

2.7.1.1 บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ(Primary Packaging)

คือ บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มตัวสินค้า เพื่อป้องกันรักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหายหรือเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน

2.7.1.2 บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ(Secundary Packaging)

คือ บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ช่วยในการขายสินค้าโดยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

2.7.1.3 การนำลักษณะของบรรจุภัณฑ์มาใช้ในการออกแบบ

ในโครงการนี้ เนื่องจากสินค้าตัวใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติที่ประกอบไปด้วยเครื่องเทศหลากหลายชนิดและหลายสัณฐานเพื่อนำไปประกอบอาหารชนิดนั้นๆ จึงต้องใช้ทั้งบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่งและชั้นที่สอง ในการบรรจุชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาตินี้

2.7.2 Packaging Strategy 2P2C

กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงอยู่ 4 อย่างคือ

2.7.2.1 Containment การบรรจุผลิตภัณฑ์

2.7.2.2 Convenience ความสะดวกสบายในด้านการใช้บรรจุภัณฑ์

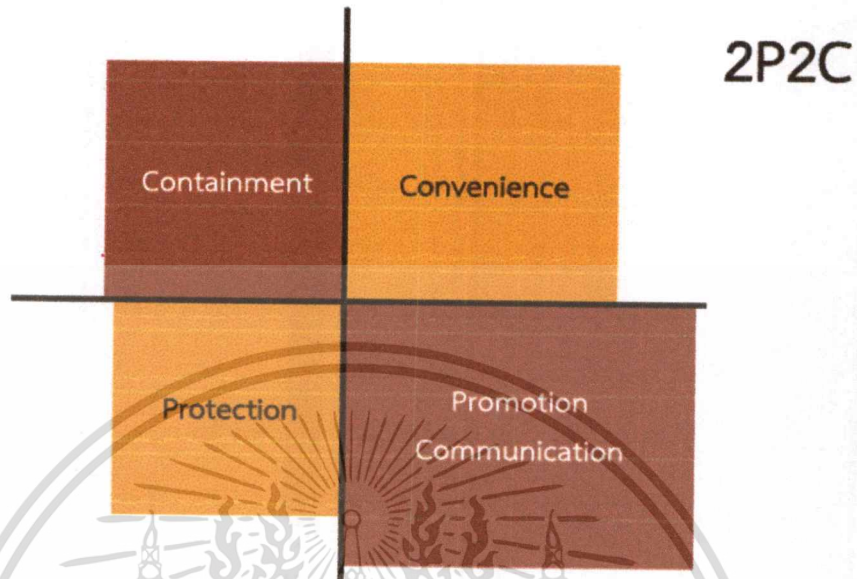
ทั้งในแง่การใช้งานและการเก็บรักษา

2.7.2.3 Protection การสามารถในการปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในบรรจุภัณฑ์

2.7.2.4 Promotion Communication การสื่อสารเพื่อการขาย

2.7.2.5 การนำกลยุทธ์ 2P2C มาใช้ในการออกแบบ

ในโครงการนี้ เราจะใช้กลยุทธ์ 2P2C ในรูปแบบที่เน้นการสื่อสารถึงข้อมูลสินค้าและแบรนด์เป็นหลักโดยคำนึงถึงเรื่องความสะดวกสบายในการใช้ตามมา บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจะต้องสามารถบรรจุเครื่องเทศในสัณฐานนั้นๆ ได้และมีการจัดเก็บชั้นพื้นฐานที่ถูกต้องเหมาะสม



ภาพที่ 2.39 กลยุทธ์ 2P2C ที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

2.7.3 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 367 พ.ศ. 2557 เรื่องการแสดงฉลากของอาหาร ในภาชนะบรรจุ

2.7.3.1 การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุที่ผลิตเพื่อจำหน่าย ต้องแสดงข้อความ
ภาษาไทยและอย่างน้อยต้องมีข้อความแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ก) ชื่ออาหาร
- ข) เลขสารบบอาหาร
- ค) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้นำเข้าหรือสำนักงานใหญ่ แล้วแต่กรณี
- ง) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก อาหารที่มีลักษณะเป็นของแข็งให้แสดงน้ำหนักสุทธิ
- จ) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณ

เรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย

- ฉ) ข้อความว่า “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มี” กรณีมีการใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร
หรือข้อมูล “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : อาจมี” กรณีมีการปนเปื้อนในกระบวนการผลิตแล้วแต่กรณี
- ช) แสดงชื่อกลุ่มหน้าที่ของวัตถุเจือปนอาหารร่วมกับชื่อเฉพาะหรือแสดงชื่อกลุ่มหน้าที่ของ
วัตถุเจือปนอาหารร่วมกับตัวเลขตาม International Numbering System : INS for Food Additives
- ซ) ข้อความว่า “แต่งกลิ่นธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นเลียนธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นสังเคราะห์”
“แต่งรสธรรมชาติ” หรือ “แต่งรสเลียนธรรมชาติ” ถ้ามีการใช้แล้วแต่กรณี
- ฅ) แสดงวันเดือนและปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บไม่เกิน 90 วัน หรือแสดงวันเดือนและปี
หรือเดือนและปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บเกิน 90 วัน โดยมีข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน”

กำกับไว้ด้วย การแสดงวันเดือนและปี หรือเดือนและปี ให้แสดงเป็นวัน เดือนและปี หรือเดือนและปี เรียงตามลำดับ ทั้งนี้อาจแสดง “เดือน” เป็นตัวเลขหรือตัวอักษรก็ได้

ฎ) คำเดือน (ถ้ามี)

ฏ) ข้อเสนอแนะในการเก็บรักษา (ถ้ามี)

ถ) วิธีปรุงเพื่อรับประทาน (ถ้ามี)

ฐ) วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กก่อน

หรือบุคคลกลุ่มใดโดยเฉพาะ

2.7.3.2 สรุปข้อมูลที่ต้องปรากฏในบรรจุภัณฑ์ตามกฎหมาย

ก) ชื่ออาหาร

ข) เลขสารบบอาหาร

ค) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต

ง) น้ำหนักสุทธิของผลิตภัณฑ์

จ) ส่วนประกอบสำคัญ

ฉ) วัน เดือน ปีที่ควรบริโภคก่อน

ช) ข้อเสนอแนะในการเก็บรักษา

ซ) วิธีปรุงเพื่อรับประทาน

2.7.4 Packaging Positioning

ใช้กลยุทธ์จุดยืน Product Oriented ในรูปแบบ Product Category เป็นหลัก 65% เนื่องจากใน Line Product มีหลายผลิตภัณฑ์ จึงต้องใช้กลยุทธ์นี้ในการสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์แต่ละตัว

นำมาผสมกับกลยุทธ์จุดยืน Brand Oriented ในรูปแบบ Brand Range Positioning 35 % เป็นการใช้เล่ห์เหลี่ยมที่สามารถสื่อสารถึงความเป็นแบรนด์นำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากเรื่องราวของแบรนด์มีการถ่ายทอดผ่านการจัดร้านหรือสถานที่วางขายอยู่แล้ว ทำให้กลยุทธ์นี้ไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาบนบรรจุภัณฑ์มาก แต่ก็ต้องแสดงออกถึงความเป็นแบรนด์เนื่องจากเป็นแบรนด์ที่มีจุดขายคือประวัติศาสตร์ความรู้และความเชี่ยวชาญของตัวเองที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน ความเป็นแบรนด์จึงเป็นอีกหนึ่งจุดขายที่จะช่วยสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค

ดังนั้นการเลือกใช้กลยุทธ์แบบนี้จึงเป็นการออกแบบที่ต้องใช้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ใน Line Product นำมาสร้างอัตลักษณ์ในเซต แสดงออกด้วยการใช้เล่ห์เหลี่ยมที่เหมือนกันสื่อสารออกมาในรูปแบบ ความเป็นแบรนด์ Spice Story

2.7.5 ข้อมูลเมนูอาหารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และปริมาณของผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการออกแบบทั้งในแง่ขนาด วิธีการหยิบออกมาใช้ ฯลฯ เราจึงต้องสรุปข้อมูลให้แน่ชัด เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบต่อไป

ตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลชนิด ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารนานาชาติของชุดประเทศไทย

ชื่ออาหาร	ชื่อเครื่องเทศ	ปริมาณที่ใช้	สัณฐานของเครื่องเทศ
ต้มยำกุ้ง	ข่าแห้ง	2 ซ้อนโต๊ะ	แผ่น
	ตะไคร้แห้ง	3 ซ้อนโต๊ะ	แผ่น
	พริกชี้หนูแห้ง	6 เม็ด	ผล
	ใบมะกรูดแห้ง	5 ใบ	ใบ
มัสมั่น	พริกชี้หนูแห้ง	5 เม็ด	ผล
	รากผักชี	1 ซ้อนโต๊ะ	เส้น
	เม็ดผักชี	1 ซ้อนโต๊ะ	เม็ด
	ยี่หระ	1 ซ้อนชา	เม็ด
	ลูกกระวาน	1 เม็ด	เม็ด
	อบเชยแห้ง	1 แ่ง	แ่ง
	ข่าแผ่น	1 ซ้อนชา	แผ่น
	ตะไคร้แห้ง	2 ซ้อนโต๊ะ	แผ่น
	หอมแดงป่น	2 ซ้อนโต๊ะ	ผง
	กระเทียมเกล็ด	2 ซ้อนโต๊ะ	ผง
	พริกไทยขาวเม็ด	1 ซ้อนชา	เม็ด
ลาบ	ผงมะขาม	1 ซ้อนโต๊ะ	ผง
	ข้าวคั่ว	2 ซ้อนโต๊ะ	ผง
	หอมแดงป่น	3 ซ้อนโต๊ะ	ผง
	พริกชี้หนูแห้งบดหยาบ	เล็กน้อย	ผง
ขนมชั้น	ใบมะกรูดแห้ง	5 ใบ	ใบ
	ใบมินต์แห้ง	เล็กน้อย	ผง
	ใบเตยป่น	1 ซ้อนโต๊ะ	ผง
	ดอกอัญชัญแห้ง	1 ซ้อนโต๊ะ	ดอก
	ผงมะนาว	1 ซ้อนโต๊ะ	ผง

ตารางที่ 2.5 แสดงข้อมูลชนิด ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารนานาชาติของชุดประเทศจีน

ชื่ออาหาร	ชื่อเครื่องเทศ	ปริมาณที่ใช้	สัณฐานของเครื่องเทศ
พะโล้	อบเชยแห้ง	4 แห่ง	แห่ง
	ขวงเจีย	1 ซ้อนชา	เม็ด
	โป๊ยกิ่ง	3 ซ้อนชา	ดอก
	กานพลู	1 ซ้อนชา	เม็ด
	ยี่หระ	1 ซ้อนโต๊ะ	เม็ด
	พริกไทยเม็ดขาว	1 ซ้อนชา	เม็ด
	กระเทียมเกล็ด	3 ซ้อนโต๊ะ	ผง
บักกุดเต้	ดังกุย	2 ซ้อนชา	แผ่น
	ฮ่วยซัว	2 ซ้อนชา	แผ่น
	เง็กเต็ก	2 ซ้อนชา	แผ่น
	บักคี	2 ซ้อนชา	แผ่น
หม่าล่าแห้ง	พริกแห้ง	8 เม็ด	ผล
	ขวงเจีย	1 ซ้อนโต๊ะ	เม็ด
	ขิงแผ่น	1 ซ้อนโต๊ะ	แผ่น
บัวลอยน้ำขิง	ลูกกระวาน	2 เม็ด	เม็ด
	งาดำ	1 ถ้วย	เม็ด
	ขิงแผ่น	3-4 แผ่น	แผ่น
	อบเชยแห้ง	1 แห่ง	แห่ง

ตารางที่ 2.6 แสดงข้อมูลชนิด ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารนานาชาติของชุดประเทศอินเดีย

ชื่ออาหาร	ชื่อเครื่องเทศ	ปริมาณที่ใช้	สัณฐานของเครื่องเทศ
มาซาล่า	ลูกกระวาน	30 เม็ด	เม็ด
	พริกไทยดำเม็ด	2 ซ้อนชา	เม็ด
	เม็ดผักชี	2 ซ้อนชา	เม็ด
	ผงขมิ้น	1 ซ้อนชา	ผง
	ผงมาซาล่า	1 ซ้อนชา	ผง
	อบเชยแห้ง	2 แห่ง	แห่ง
ข้าวซีร่า	ลูกกระวาน	2 เม็ด	เม็ด
	อบเชยแห้ง	2 แห่ง	แห่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 แสดงข้อมูลชนิด ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารนานาชาติของชุดประเทศอินเดีย (ต่อ)

ข้าวซีร่า (ต่อ)	เบย์ลีฟ	2 ใบ	ใบ
	ยี่หระ	1 ช้อนโต๊ะ	เม็ด
ไก่แทนดอร์รี่	ยี่หระ	4 ช้อนโต๊ะ	เม็ด
	เม็ดผักชี	1 ช้อนโต๊ะ	เม็ด
	กานพลู	1 ช้อนโต๊ะ	เม็ด
	อบเชยแห้ง	1 ช้อนโต๊ะ	แห้ง
	กระเทียมผง	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	ขิงผง	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	ผงขมิ้น	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	ผงมะนาว	1 ช้อนชา	ผง
	ขนมกุหลาบยามุน	หญ้าฝรั่น	1 ช้อนโต๊ะ
	ลูกกระวาน	1 เม็ด	เม็ด

ตารางที่ 2.7 แสดงข้อมูลชนิด ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารนานาชาติของชุดประเทศอิตาลี

ชื่ออาหาร	ชื่อเครื่องเทศ	ปริมาณที่ใช้	สัณฐานของเครื่องเทศ
ริซอสโต้	โรสแมรี่	5 ช้อนชา	ผง
	ไทม์	5 ช้อนชา	ผง
	พริกไทยดำเม็ด	1 ช้อนชา	เม็ด
	หญ้าฝรั่น	½ ช้อนชา	เส้น
ลาซานญา	กระเทียมเกล็ด	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	พริกไทยดำเม็ด	½ ช้อนชา	เม็ด
	ออริกาโน	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	เบย์ลีฟ	2 ใบ	ใบ
	พาสต้าเพสโต้	โหระพาแห้ง	20 ใบ
	กระเทียมเกล็ด	3 ช้อนชา	ผง
	พริกไทยดำเม็ด	1 ช้อนชา	เม็ด
	ออริกาโน	1 ช้อนชา	ผง
	ขนมปาเน็ตโทน	ผิวส้ม	5 ช้อนโต๊ะ
	อบเชยแห้ง	1 แห้ง	แห้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.8 แสดงข้อมูลชนิด ปริมาณการใช้และสัณฐานของเครื่องเทศในเซตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารนานาชาติของชุดประเทศเม็กซิกัน

ชื่ออาหาร	ชื่อเครื่องเทศ	ปริมาณที่ใช้	สัณฐานของเครื่องเทศ
ทาโก้	กระเทียมเกล็ด	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	เบย์ลีฟ	2 ใบ	ใบ
	ปาปริก้าปน	1 ช้อนโต๊ะ	ผง
	ยี่หระ	½ ช้อนชา	เม็ด
	พริกไทยดำเม็ด	1 ช้อนชา	เม็ด
นาโช	กานพลู	2 ช้อนชา	เม็ด
	กระเทียมเกล็ด	1 ช้อนชา	ผง
	พริกไทยดำเม็ด	1 ช้อนชา	เม็ด
เคสติย่า	กระเทียมเกล็ด	1 ช้อนชา	ผง
	ยี่หระ	2 ช้อนชา	เม็ด
	พริกไทยดำเม็ด	1 ช้อนชา	เม็ด
	พาสลีย์	2 ช้อนโต๊ะ	ผง
พายเอ็มปานาดาส	อบเชยแห้ง	2 ช้อนชา	แห้ง
	ซิงแผ่น	1 ช้อนชา	แผ่น
	กานพลู	½ ช้อนชา	เม็ด

จากข้อมูลดังกล่าวจึงนำมาสรุปเป็นตารางปริมาณการใช้เครื่องเทศ ดังนี้

ตารางที่ 2.9 ปริมาณการใช้เครื่องเทศในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

ชื่อเครื่องเทศ	เมนูอาหารและปริมาณ	สรุป
ข้าวแห้ง	ต้มยำ : 2 ช้อนโต๊ะ	2 Size
	มัสมั่น : 1 ช้อนชา	
ตะไคร้แห้ง	ต้มยำ : 3 ช้อนโต๊ะ	1 Size
	มัสมั่น : 2 ช้อนโต๊ะ	
พริกขี้หนูแห้ง	ต้มยำ : 6 เม็ด	1 Size
	มัสมั่น : 5 เม็ด	
	หม่าล่าแห้ง : 8 เม็ด	
ใบมะกรูดแห้ง	ต้มยำ : 5 ใบ	1 Size
	ลาบ : 5 ใบ	
รากผักชี	มัสมั่น : 1 ช้อนโต๊ะ	1 Size
เม็ดผักชี	มัสมั่น : 1 ช้อนโต๊ะ	1 Size

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.9 ปริมาณการใช้เครื่องเทศในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ (ต่อ)

เม็ดผักชี	มาซาล่า : 2 ช้อนชา	1 Size
	ไก่แทนดอรี : 1 ช้อนโต๊ะ	
ยี่ห่วย	มันมัน : 1 ช้อนชา	2 Size
	พะโล้ : 1 ช้อนโต๊ะ	
	ข้าวซีรา : 1 ช้อนโต๊ะ	
	ไก่แทนดอรี : 4 ช้อนโต๊ะ	
	ทาโก้ : ½ ช้อนโต๊ะ	
	เคลสตีย่า : 2 ช้อนชา	
ลูกกระวาน	มันมัน : 1 เม็ด	
	หม่าล่าทั้ง : 2 เม็ด	
	มาซาล่า : 30 เม็ด	
	ข้าวซีรา : 2 เม็ด	
อบเชยแห้ง	กุหลาบยามุน : 1 เม็ด	2 Size
	มันมัน : 1 แท่ง	
	พะโล้ 4 แท่ง	
	บัวลอยน้ำขิง : 1 แท่ง	
	มาซาล่า : 2 แท่ง	
	ไก่แทนดอรี : 1 แท่ง	
	ปาเน็ตโทน : 1 แท่ง	
หอมแดงป่น	พายเอ็มปาดาส : 2 แท่ง	1 Size
	มันมัน : 2 ช้อนโต๊ะ	
	ลาบ : 3 ช้อนโต๊ะ	1 Size
กระเทียมเกล็ด	มันมัน : 2 ช้อนโต๊ะ	
	พะโล้ : 3 ช้อนโต๊ะ	
	ลาซานญ่า : 1 ช้อนโต๊ะ	
	พาสต้าเพลสโต้ : 3 ช้อนชา	
	ทาโก้ : 1 ช้อนโต๊ะ	
	นาโช : 1 ช้อนชา	
	เคลสตีย่า : 1 ช้อนชา	
พริกไทยขาวเม็ด	มันมัน : 1 ช้อนชา	1 Size
	พะโล้ : 3 ช้อนโต๊ะ	
ผงมะขาม	มันมัน : 1 ช้อนโต๊ะ	1 Size

ตารางที่ 2.9 ปริมาณการใช้เครื่องเทศในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ (ต่อ)

ข้าวคั่ว	ลาบ : 2 ซ้อนโต๊ะ	1 Size
พริกชี้หนูแห้งบดหยาบ	ลาบ : เล็กน้อย	1 Size
กระเทียมผง	ไก่แทนดอรี : 1 ซ้อนโต๊ะ	1 Size
ขิงผง	ไก่แทนดอรี : 1 ซ้อนโต๊ะ	1 Size
หญ้าฝรั่ง	กุหลาบยามุน : 1 ซ้อนโต๊ะ	2 Size
	รีซอสโต้ : ½ ซ้อนชา	
โรสแมรี่	รีซอสโต้ : 5 ซ้อนชา	1 Size
ไทม์	รีซอสโต้ : 5 ซ้อนชา	1 Size
ออริกานो	ลาซานญา : 1 ซ้อนโต๊ะ	1 Size
	พาสต้าเพลสโต้ : 1 ซ้อนชา	
ใบโหระพาแห้ง	พาสต้าเพลสโต้ : 20 ใบ	1 Size
ผิวส้ม	ขนมปังเน้ตโต้ : 5 ซ้อนโต๊ะ	1 Size
ต้นหอมแห้ง	ทาโก้ : 2 ซ้อนโต๊ะ	1 Size
พาสลีย์	เคลสตีย่า : 2 ซ้อนโต๊ะ	1 Size

นำข้อมูลมาสรุปเพื่อทำบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Packaging) ดังนี้

ตารางที่ 2.10 สรุปข้อมูลเพื่อทำ Primary Packaging

ลักษณะ	จำนวนรูปแบบของขนาด	ขนาดของเครื่องเทศ
แผ่น	2 ขนาด	<p>ข้าแห้ง ขนาด 0.2 x 2.5 x 7 cm</p> <p>ตะไคร้แห้ง ขนาด 1.5 x 1.3 x 2 cm</p> <p>ตั้งกุย ขนาด 0.2 x 1.8 x 8 cm</p> <p>ฮ่วยข้าว ขนาด 0.1 x 1.3 x 7 cm</p> <p>เง็กเต็ก ขนาด 0.2 x 2 x 9.5 cm</p> <p>บักคี่ ขนาด 0.1 x 1.2 x 8 cm</p> <p>ขิงแผ่น ขนาด 0.2 x 2.5 x 8 cm</p> <p>ผิวส้ม ขนาด 0.1 x 3.5 x 6 cm</p>
เม็ด	3 ขนาด	<p>ยี่หระา ขนาด 0.1 x 0.1 x 0.6 cm</p> <p>ลูกกระวาน ขนาด 1.2 x 0.8 x 1 cm</p> <p>กระเทียมเกล็ด ขนาด 0.1 x 0.2 x 0.2 cm</p> <p>พริกไทยเม็ดขาว ขนาด 0.4 x 0.4 x 0.4 cm</p> <p>ขวงเจีย ขนาด 0.3 x 0.3 x 0.3 cm</p> <p>งาดำ ขนาด 0.1 x 0.15 x 0.3 cm</p> <p>พริกไทยเม็ดดำ ขนาด 0.4 x 0.4 x 0.4 cm</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.10 ตารางสรุปข้อมูลเพื่อทำ Primary Packaging (ต่อ)

เม็ด (ต่อ)	3 ขนาด	เม็ดฝักซี ขนาด 0.3 x 0.3 x 0.5 cm กานพลู ขนาด 0.8 x 0.6 x 2 cm
แท่ง	2 ขนาด	อบเชยแท่ง ขนาด 1 x 1.5 x 12 cm
ผล / ดอก	1 ขนาด	พริกชี้หนูแห้ง ขนาด 0.2 x 1 x 8 cm ดอกอัญชัญแห้ง ขนาด 0.3 x 1 x 2 cm โป๊ยกั๊ก ขนาด 0.5 x 3 x 3 cm พริกแห้ง ขนาด 0.3 x 1.5 x 10 cm
ผง	2 ไชส์	-
ใบ	2 ไชส์	ใบมะกรูดแห้ง ขนาด 0.1 x 3 x 5.5 cm ใบมินต์แห้ง ขนาด 0.1 x 0.5 x 1.5 cm เบย์ลีฟ ขนาด 0.1 x 3.3 x 10 cm โรสแมรี่ ขนาด 0.2 x 0.1 x 1.2 cm ไทม์ ขนาด 0.1 x 0.1 x 0.6 cm ออริกานโอ ขนาด 0.1 x 0.1 x 0.1 cm พาสลีย์ ขนาด 0.1 x 0.1 x 0.2 cm
เส้น	2 ไชส์	รากฝักซี ขนาด 0.2 x 0.5 x 15 cm หญ้าฝรั่น ขนาด 0.2 x 0.2 x 18 cm

เมื่อได้จัดทำตารางจึงทำให้ทราบถึงการจัดการการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเทศในแต่ละชนิดว่าควรออกแบบให้เหมาะสมกับรูปลักษณะพื้นฐานของตัวเครื่องเทศและออกแบบให้สอดคล้องกับปริมาณการนำเครื่องเทศชนิดนั้นๆ ไปใช้อีกด้วย

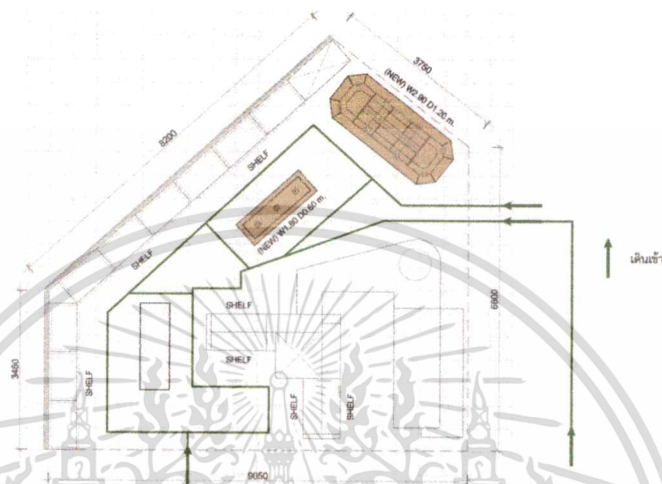
2.7.6 สรุปเนื้อหาเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติในโครงการนี้จะใช้กลยุทธ์ในการออกแบบแบบเน้น Promotion Communication เป็นหลัก ตามมาด้วย Convenience, Containment และ Protection ตามลำดับ สื่อสารด้วยกลยุทธ์ Product Category 65% และ Brand Range Positioning 35% โดยชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติที่ออกแบบมีความต้องการทั้งบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิและทุติยภูมิในการห่อหุ้มผลิตภัณฑ์

2.8 ข้อมูลด้านการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

การจัดแสดงสินค้าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการสนับสนุนการขาย มีหน้าที่เพื่อทำให้ขายสินค้าได้ เพื่อเพิ่มพูนยอดขายสินค้าที่ซื้อด้วยแรงคลใจและเพื่อแสดงสินค้าใหม่ที่ร้านค้ามีไว้จำหน่าย เราจึงต้องออกแบบการจัดแสดงสินค้าชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ของร้านเพื่อประชาสัมพันธ์และเป็นส่วนช่วยในการแสดงสินค้าเพื่อส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ให้ดูน่าสนใจในสายตาของผู้บริโภคมากขึ้นอีกด้วย

2.8.1 Circulation

คือ แนวหรือเส้นทางการเชื่อมต่อระหว่างจุดหนึ่ง พื้นที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งหรือหลายที่ อันมีผลต่อการเข้าถึงพื้นที่นั้นเพื่อการใช้สอยในแง่ต่างๆ หรือเรียกง่ายๆ ว่า “ระบบสัญจร”



ภาพที่ 2.40 แสดงเส้นทางการเดินเข้าของร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

2.8.2 การจัดร้านของร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

ร้าน Spice Story มีการจัดร้านในรูปแบบตามหมวดหมู่สินค้าที่ทางแบรนด์ได้กำหนดขึ้น โดยชั้นวางสินค้าในร้านก็จะถูกจัดตามหมวดหมู่นั้น มี 5 หมวดหมู่นี้

- 2.8.2.1 Spice & Herb เครื่องเทศและสมุนไพร
- 2.8.2.2 Seasoning เครื่องปรุง
- 2.8.2.3 Yaowaraj Selection เยวราชคัดสรร
- 2.8.2.4 Recipe Mixes สูตรปรุงสำเร็จ
- 2.8.2.5 Miscellaneous จิปาถะ



ภาพที่ 2.41 การจัดร้านตามหมวดหมู่ที่ทางแบรนด์ได้กำหนดขึ้น

2.8.3 Shelf Layout

การจัดวางสินค้าบนชั้นวาง แต่ละตำแหน่งมีสินค้าที่ควรวางแตกต่างกันออกไป ดังนี้

2.8.3.1 Top Shelf คือชั้นวางสินค้าชั้นบน ควรวางสินค้าขนาดเล็กหรือสินค้าที่สามารถให้สัมผัสหรือความรู้สึกที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภคได้

2.8.3.2 Bull's Eyes Zone (ชั้นสองหรือสามจากข้างบน) ควรวางสินค้าขายดีหรือสินค้าที่มีความโดดเด่นจากสินค้าอื่น เป็นตำแหน่งที่ดีที่สุดในชั้นวางสินค้า

2.8.3.3 Bottom Shelf คือชั้นวางสินค้าชั้นล่าง ควรวางสินค้าขนาดใหญ่หรือใช้ในการจัดเก็บสต็อกสินค้า

2.8.3.4 Shelf Layout ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน มีการวาง Shelf Layout ดังนี้

ชั้นบน วางสินค้าแพ็คของแบรนด์ดังวุ้นสุ่น หรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับหมวดหมู

ชั้นกลาง วางสินค้าตามหมวดหมู่ หรือสินค้านอกหมวดหมู่แต่เน้นเป็นสินค้าขนาดเล็กที่เน้นวิธีการขายแบบขายปลีก

ชั้นล่าง วางสต็อกสินค้า หรือสินค้า Spice Story ประเภทแพ็ค หรือสินค้าที่มีน้ำหนักมาก

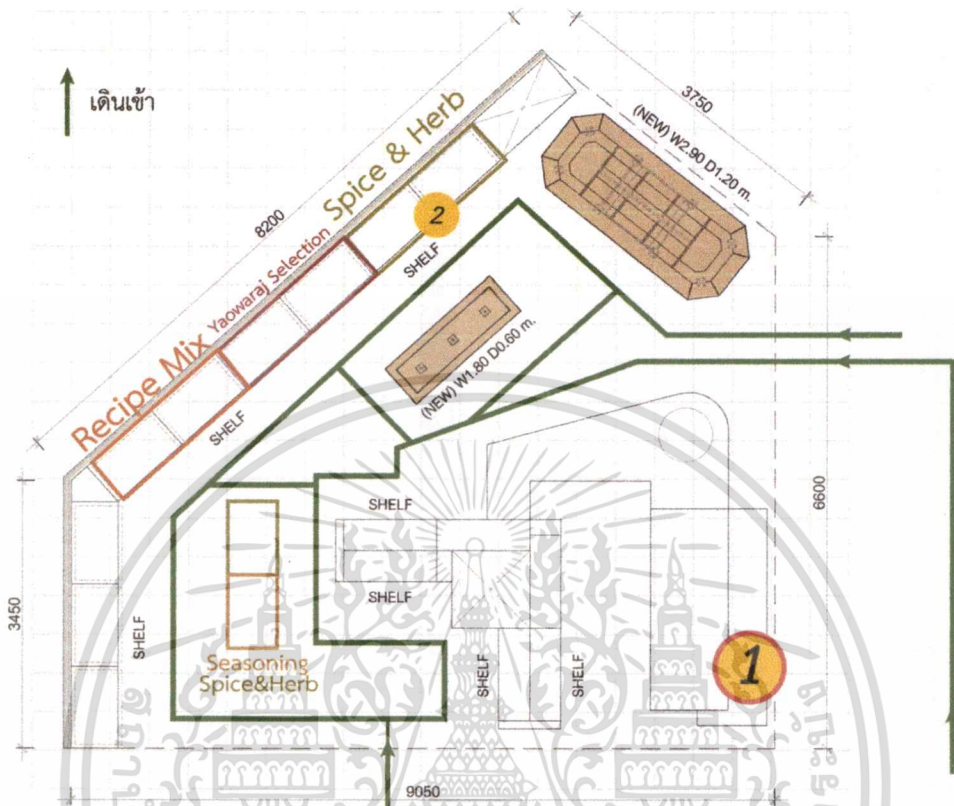


ภาพที่ 2.42 Shelf Layout ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

2.8.4 สถานที่ที่การจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบจะไปตั้งอยู่
การจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบขึ้นจะตั้งอยู่ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน
โดยตั้งอยู่ทั้งหมด 2 จุดดังนี้

2.8.4.1 บริเวณหน้าร้านค้า ซึ่งวางขายสินค้าขายดี และสินค้าที่คนทั่วไปเลือกซื้อได้ง่าย
ตั้งเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคที่เดินผ่านไปมา

2.8.4.2 บริเวณชั้นวางสินค้าหมวดหมู่นี้ Spice and Herb ตั้งเพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคที่เข้าไป
เลือกสินค้าในร้านได้พบเห็น ให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องเทศอยู่แล้วได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์ตัวใหม่
จัดตั้งอยู่ในชั้นวางสินค้าชั้น Bull's Eyes Zone เนื่องจากเป็นสินค้าที่ขายปลีก มีขนาดเล็กและเป็นสินค้า
ชุดเครื่องเทศมีลักษณะโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าตัวอื่นในหมวดหมู่นี้ สังเกตเห็นได้ง่ายในสายตาผู้บริโภค



ภาพที่ 2.43 สถานที่ตั้งการจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบ ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

2.8.5 สรุปเนื้อหาเรื่องการออกแบบการจัดแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบการจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบในโครงการนั้น จะเป็นการจัดแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่คือตัวชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ซึ่งวางแผนที่จะจัดตั้งอยู่ในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอนโดยตั้งอยู่ 2 บริเวณ คือบริเวณหน้าร้านและบริเวณในร้านตรงหมวดหมู่ Spice and Herb เป็น 2 บริเวณที่จะสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและไม่รบกวนตัวผลิตภัณฑ์เดิมของแบรนด์ Spice Story มากที่สุด

2.9 ข้อมูลด้านการออกแบบสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย(Point of Purchase) มีหน้าที่เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ให้ข่าวสารและข้อมูล ช่วยเตือนความจำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จนสามารถโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้เกิดการซื้อสินค้าได้ ส่งผลให้เกิดการเพิ่มอัตราในการซื้อและการใช้สินค้าตามมา เนื่องจากชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติที่เราผลิตขึ้นมา เป็นสินค้าใหม่ทำให้จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตัวนี้แก่ผู้บริโภค จึงเป็นสาเหตุหลักที่จะต้องออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย มีรายละเอียดดังนี้

2.9.1 ประเภทของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย บนชั้นวางสินค้า

2.9.1.1 Shelf vision คือป้ายโฆษณาที่ยื่นออกมาจากชั้นวางสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสะดุดตา สินค้าบนชั้นนั้นมากขึ้นและยังช่วยเตือนความทรงจำให้ลูกค้าซื้อสินค้าด้วย



ภาพที่ 2.44 Shelf Vision

ที่มา : <http://www.thesellingpoints.com/wp-content/uploads/2014/08/2014-08-05-20.35.41-577x1024.jpg>

2.9.1.2 Shelf Talker คือป้ายโฆษณายาวๆ คล้ายสติ๊กเกอร์ที่ติดไว้บริเวณชั้นวางสินค้า เพื่อขอบอกรายละเอียดของสินค้าหรือข้อมูลรายการส่งเสริมการขายของสินค้า



ภาพที่ 2.45 Shelf Talker

ที่มา : <http://www.danaindustries.com/wp-content/2013/03/Shelf-Talker-28-1024x6821.jpg>

2.9.1.3 Wobbler คือป้ายโฆษณาเล็กๆ ที่ติดบนก้านพลาสติกโดยอีกด้านหนึ่งของก้าน จะติดอยู่บนชั้นวางสินค้า ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวไปมา เมื่อมีแรงสั่นสะเทือนเพื่อกระตุ้น ความสนใจของลูกค้า



ภาพที่ 2.46 Wobbler

ที่มา : <http://theprintguys.theprintguy.co.nz/wp-content/uploads/2015/02/wobbler-sample-300x221.png>

2.9.1.4 Special Rack คือชั้นวางของที่ถูกออกแบบมาเป็นพิเศษเพื่อใช้เป็นสื่อโฆษณาเพื่อดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้า ปกติผู้ผลิตสินค้าจะจัดทำขึ้นโดยมักตั้งบริเวณหัวชั้นหรือพื้นที่ทางเดิน



ภาพที่ 2.47 Special Rack

ที่มา : http://www.paulmueller.de/uploads/tx_imagecycle/PM_PaulMueller_Loesungen_Standard_und_Sonderladungstraeger_Slideshow8_01.png

2.9.1.5 Island Freezer คือตู้แช่หรือถังแช่เครื่องดื่มที่ออกแบบมาเป็นพิเศษตั้งแยกออกมาจากตู้แช่ปกติของร้านโดยมักตั้งอยู่บริเวณใกล้ช่องจ่ายเงินในซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อกระตุ้นการซื้อโดยไม่ตั้งใจของลูกค้า



ภาพที่ 2.48 Island Freezer

ที่มา : <https://sc01.alicdn.com/kf/HTB1tZ7qKVXXXXa1XXXXQ6xXFXXU/island-freezer-2013-new-model-showcase-freezer.jpg>

2.9.1.6 Headboard คือแผ่นป้ายโฆษณาที่ติดหัวชั้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้จากระยะไกลเพื่อความสะดวกในการมองหาสินค้า

2.9.2 ประเภทของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ในบริเวณร้านค้า

2.9.2.1 Floor Vision / Wall Vision คือสื่อโฆษณาที่ติดลงบนพื้นทางเดิน หรือ พนักงานในร้าน รวมทั้งปัจจุบันนิยมติดหน้าประตูลิฟท์ในห้างสรรพสินค้า เพื่อใช้ดึงดูดความสนใจลูกค้า หรือนำทางลูกค้ามาสู่ชั้นวางสินค้าอื่นๆ



ภาพที่ 2.49 Floor Vision

ที่มา : <http://omg-asia.com/actmedia/thailand>

2.9.2.2 ผ้าใบกันแดดหน้าร้าน จัดเป็นสื่อที่นิยมใช้สำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อกระตุ้นให้เกิดความจดจำในตราสัญลักษณ์และใช้เป็นสื่อโฆษณากลางแจ้งในตัว

2.9.2.3 ธงราว นิยมติดเป็นทางยาวเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีกิจกรรมพิเศษในบริเวณนั้นๆ มักใช้ร่วมกับการจัดกิจกรรมพิเศษในร้าน

2.9.2.4 ป้ายแขวน (Mobile) เป็นป้ายที่ห้อยลงมาจากเพดานหมุนได้รอบตัว ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวเพื่อดึงดูดสายตาลูกค้า

2.9.2.5 ป้ายไฟ/ป้ายเคลื่อนไหว เป็นป้ายหรือสื่อที่ใช่แสงไปน็อนที่ติดอยู่หลังป้าย ช่วยสร้างความสนใจ หรือใช้การเคลื่อนไหวของสิ่งที่ปรากฏบนป้ายโฆษณา เช่น รูปกระป๋องเบียร์ ที่โยกไปมาและมีเสียงเพลง เป็นต้น

2.9.2.6 VDO Ad. เป็นการฉายโฆษณาสินค้าในพื้นที่ขายเพื่อกระตุ้นเตือนให้ลูกค้าจดจำ โดยเสริมแรงจากโฆษณาที่ลูกค้าเคยเห็นในโทรทัศน์มาแล้ว อาจทำในลักษณะชื้อเวลาให้ร้านเปิดเวียน บนจอโทรทัศน์ของร้าน หรืออาจใช้การจัดบูธพิเศษในพื้นที่ขายโดยเฉพาะในบูธของตนเท่านั้นก็ได้

2.9.3 วิเคราะห์การใช้สื่อส่งเสริม ณ จุดขายกับผลิตภัณฑ์เครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ สื่อส่งเสริม ณ จุดขายจะถูกตั้งอยู่ 2 จุดในร้านคือบริเวณหน้าร้านเพื่อดึงดูดความสนใจให้กับคนที่เดินผ่านไปมา และบริเวณในร้าน ตรงชั้นวางสินค้า Spice and Herb และเคาน์เตอร์ชำระเงิน โดยรูปแบบประเภทของสื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่นำมาใช้ในโครงการ คือ

2.9.3.1 Shelf talker ใช้กับบริเวณในร้านตรงชั้นวางสินค้า Spice and Herb ที่เลือกใช้ สื่อส่งเสริม ณ จุดขายประเภทนี้เพราะมีขนาดที่พอดีกับชั้นวางสินค้า ไม่รบกวนสายตาหรือรบกวนผลิตภัณฑ์ตัวอื่นมากเกินไป

2.9.3.2 Wobbler ใช้กับบริเวณในร้านตรงชั้นวางสินค้า Spice and Herb และเคาน์เตอร์ชำระเงิน ที่เลือกใช้สื่อส่งเสริม ณ จุดขายประเภทนี้เพราะมีขนาดเล็ก เหมาะกับการติดบนชั้นวางสินค้า สามารถกระตุ้นความสนใจจากผู้บริโภคได้

2.9.3.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขายบนดิสเพลย์ เป็นจุดเด่นและจุดขายของชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาตินี้ ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นในชุด ดิสเพลย์ส่งเสริมการขาย และสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย เพื่อสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภคอย่างเต็มรูปแบบ

2.9.4 สรุปเนื้อหาเรื่องการออกแบบสื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่เกี่ยวข้องกับโครงการออกแบบ สื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่ออกแบบขึ้นจะตั้งอยู่คู่กับการจัดแสดงสินค้า คือตั้งอยู่ 2 บริเวณได้แก่ บริเวณหน้าร้านรวมกับการจัดแสดงสินค้า และบริเวณชั้นวางสินค้าหมวดหมู่ Spice and Herb เพื่อช่วยดึงดูดและสร้างความสนใจของผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ให้กับผู้บริโภค

บทที่ 3

การดำเนินการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในบทที่ 2 ทำให้ทราบถึงความต้องการและขอบเขตในการออกแบบ การดำเนินการออกแบบแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆได้ดังนี้

- 3.1 กำหนดเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบ
- 3.2 การสร้างแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ
- 3.3 การร่างแบบตามแนวทางการออกแบบ
- 3.4 การจัดทำแบบจำลองตามแบบร่าง
- 3.5 การพัฒนาผลงานหลังแบบร่าง

3.1 กำหนดเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบ

แบ่งขอบเขตของงานทั้งหมดออกเป็น 3 ประเภท ที่มีเงื่อนไขและความต้องการแตกต่างกันออกไป ดังนี้

3.1.1 ส่วนของบรรจุภัณฑ์

3.1.1.1 ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ(Primary Packaging Requirement)

1) บรรจุภัณฑ์ต้องเหมาะสมกับการบรรจุเครื่องเทศในแต่ละสัณฐานนั้นๆ ที่มีในซีตเครื่องเทศได้(Containment)

2) บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้สามารถแยกชนิดของเครื่องเทศได้(Convenience)

3) บรรจุภัณฑ์ควรนำออกมาได้ง่าย สะดวกสบาย เหมาะสมกับการนำไปใช้ คือการเทเครื่องเทศใส่มือก่อนปรุงซึ่งเรียกว่าวิธีใช้แบบมือทำ เป็นวิธีการใช้เครื่องเทศที่ถูกต้องในการทำอาหารที่แบรนด์ตั้งใจไว้(Convenience)

4) บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบต้องสามารถกันความชื้นได้ และเป็นวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยากับเครื่องเทศ(Protection)

5) บรรจุภัณฑ์ควรมีข้อมูลชื่อผลิตภัณฑ์เครื่องเทศ(Promotion Communication)

3.1.1.2 เงื่อนไขของบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ(Primary Packaging Limitation)

1) วัสดุของบรรจุภัณฑ์ต้องไม่เป็นโลหะ เนื่องจากโลหะทำปฏิกิริยากับเครื่องเทศ(Protection)

3.1.1.1 ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ(Secordary Packaging Requirement)

1) บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถบรรจุเครื่องเทศทุกชนิดในซีตไว้ได้อย่างปลอดภัย ทุไม่แออัด มีการจัดวางเครื่องเทศเรียงเรียงอย่างมีระเบียบ(Containment)

2) บรรจุกฎบัตรหรือหีบเครื่องเทศแต่ละชนิดออกมาให้ง่ายสะดวกสบาย (Convenience)

3) บรรจุกฎบัตรต้องสามารถบรรจุของข้างในไว้ได้อย่างปลอดภัย และบรรจุกฎบัตรภายนอกจะต้องปกป้องให้บรรจุกฎบัตรภายในไม่ให้โดนแสงสว่างมากเกินไป(Protection)

4) บรรจุกฎบัตรต้องแสดงออกถึงความเป็นแบรนด์ สื่อสารให้เห็นถึง Key Message ของตราสินค้าแสดงข้อมูลตามที่กฎหมายฉลากอาหารกำหนดอย่างครบถ้วน (Promotion Communication)

5) บรรจุกฎบัตรมีอารมณ์ในการเล่าเรื่องราวอย่างพิถีพิถัน ประณีต มีระเบียบ มีการจัดเรียงข้อมูลและถ่ายทอดออกมาอย่างเข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่เป็นทางการจริงจัง ภาพประกอบที่ใช้ให้อารมณ์อ่อนโยน ประณีต(Promotion Communication)

3.1.1.4 เงื่อนไขของบรรจุกฎบัตรทุติยภูมิ(Secondary Packaging Limitation)

1) บรรจุกฎบัตรต้องไม่แตกหัก ชำรุดเสียหายได้ง่าย(Protection)

2) บรรจุกฎบัตรต้องเข้ากับบรรยากาศโดยรวมของร้านและสามารถนำไปวางในการจัดแสดงสินค้าของร้านได้(Promotion Communication)

3.1.2 ส่วนของการจัดแสดงสินค้า

3.1.2.1 ความต้องการของชั้นวางสินค้า(Display Requirement)

1) การจัดแสดงสินค้าควรสื่อสารถึงความเป็นแบรนด์ สอดคล้องและช่วยส่งเสริมตัวผลิตภัณฑ์ ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ มีข้อมูลส่งเสริมการขายปรากฏอยู่ด้วย

3.1.2.2 เงื่อนไขของชั้นวางสินค้า(Display Limitation)

1) การจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบขึ้นต้องเข้ากับสภาพแวดล้อมบรรยากาศภายในร้าน

2) การจัดแสดงสินค้าที่ออกแบบขึ้นต้องไม่ล่วงล้ำเขต Floor Plan

หรือกีดขวางทางเดินในร้าน

3.1.3 ส่วนของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

3.1.3.1 ความต้องการของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย(Point of Purchase Requirement)

1) สื่อส่งเสริม ณ จุดขายต้องสามารถสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภคได้ สื่อสารให้เกิดความน่าสนใจ เชิญชวนให้ทดลองซื้อ

3.1.3.2 เงื่อนไขของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย(Point of Purchase Limitation)

1) สื่อส่งเสริม ณ จุดขายต้องไม่กีดขวางทางเดินในร้าน ไม่รบกวนสายตา หรือผลิตภัณฑ์ตัวอื่นมากเกินไปและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในร้าน

3.2 การสร้างแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบ

จากการที่ได้รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนในทุกด้านเรียบร้อยแล้ว จึงนำผลการวิเคราะห์นั้น มาสร้างแนวความคิดทางการออกแบบ โดยการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ขององค์กรและบุคลิกภาพขององค์กรที่ได้วิเคราะห์ตามในบทที่ 2 ประกอบกับเนื้อหาในการออกแบบชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ มาเป็นแนวความคิดในการออกแบบ

จึงนำบุคลิกภาพขององค์กรโดยมีอัตราส่วนดังนี้ Storyteller (80%) เป็นผู้เชื่อมต่อผู้คนที่ประสบการณ่วมของมนุษย์ด้วยเรื่องราวที่ทรงพลังทางอารมณ์ สร้างความน่าเชื่อถือและเพื่อให้เรื่องราวที่ย่งยากดูน่าค้นหา มีการแต่งเติมอารมณ์ในการเล่าและ Ambassador (20%) ผู้มีความชำนาญในการจัดการปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนขององค์กร มีความฉลาดหลักแหลมสามารถอ่านคนและสถานการณ์และกระตุ้นให้เกิดการคิดระยะยาว นำภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น มาเป็นจุดตั้งต้นในการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ

3.2.1 เนื้อหาในการออกแบบ

นำบุคลิกภาพขององค์กรและเนื้อหาในการออกแบบชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ มาใช้สร้างแนวคิดในการออกแบบ

โดยเนื้อหาในการออกแบบชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติจะถูกแบ่งออกตามอาหารประเทศต่างๆ และเพื่อสะท้อนความเป็นองค์กรออกมาผ่านผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ จึงได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้

3.2.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับองค์กร

มีการบอกเล่าถึงเรื่องราวความรู้ความเชี่ยวชาญ รวมไปถึงประสบการณ์ขององค์กร รวมไปถึงบรรยากาศของชิ้นงานที่ต้องนำเสนอถึงความเป็นองค์กร Spice Story ออกมาผ่านกราฟิกต่างๆ มีการเกริ่นนำถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์ขององค์กรเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้อ่านรู้สึกถึงคุณค่าและความพิเศษของผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ขององค์กร Spice Story

3.2.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ขององค์กร Spice Story นั้นคือชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ซึ่งมีการคัดเลือกอาหารจากประเทศต่างๆ ที่มีประวัติศาสตร์ในด้านการใช้เครื่องเทศประกอบอาหารอย่างยาวนานมาเสนอ เพื่อให้เข้ากับภาพลักษณ์ Storyteller ขององค์กร ดังนั้นในผลิตภัณฑ์จึงมีการเล่าเรื่องราวของประเทศนั้นๆ และเชื่อมโยงมาถึงอาหารที่ถูกคัดสรรมาเพื่อสร้างคุณค่าให้กับชุดผลิตภัณฑ์เครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติได้มากยิ่งขึ้น จากนั้นต้องมีข้อมูลวิธีการนำเครื่องเทศในชุดผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการประกอบอาหาร ประกอบไปด้วยข้อมูลสูตรอาหารรวมถึงข้อมูลการนำเครื่องเทศแห้งไปใช้เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่ดีที่สุด

นำข้อมูลทั้ง 2 หัวข้อมาเป็นตัวตั้งต้นในการคิดแนวคิดในการออกแบบ(Design Concept) จึงออกมาเป็น “Selected ingredient from different culture” การคัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยม จากวัฒนธรรมที่หลากหลายแหล่งกำเนิด

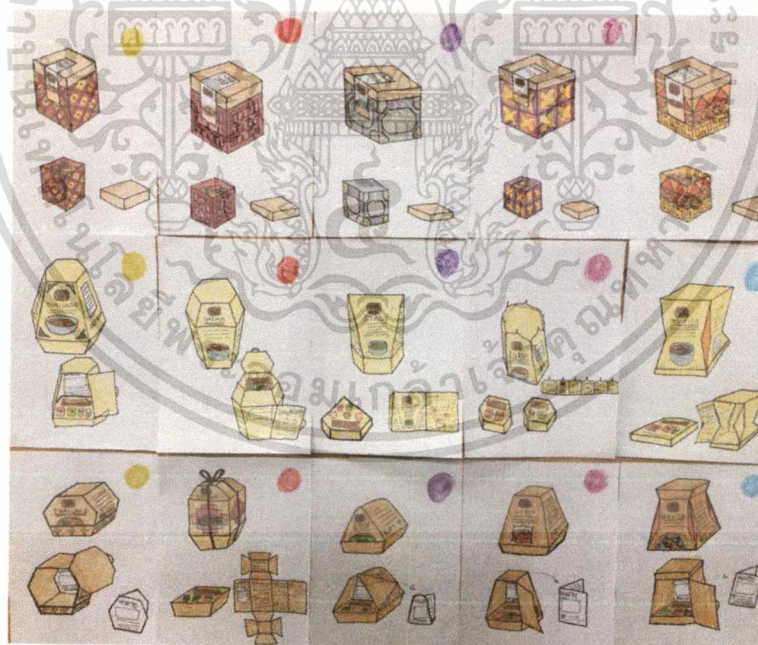
3.2.2 แนวคิดในการออกแบบ(Design Concept)

แนวคิดในการออกแบบคือ “Selected ingredient from different culture” การคัดสรรวัตถุดิบชั้นเยี่ยมจากวัฒนธรรมที่หลากหลายแหล่งกำเนิด นำไปสู่แนวทางในการออกแบบคือโต๊ะอาหารของแต่ละประเทศ ที่จะนำมาใช้ในการสื่อสารถึงแนวคิดดังนั้นจึงได้นำวัฒนธรรมที่หลากหลายมาใช้ ดังนี้

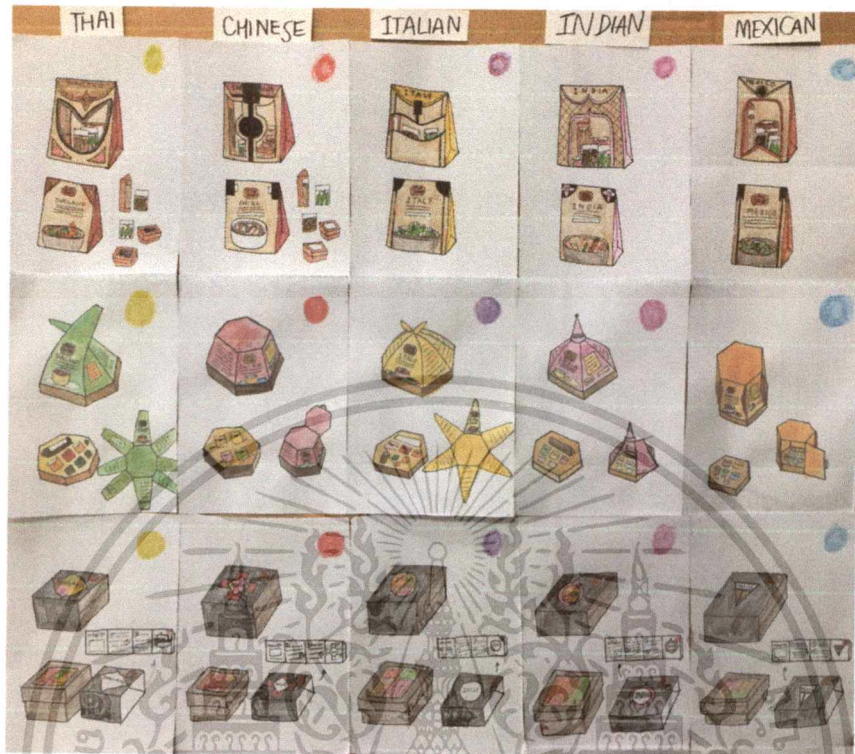
- 3.2.2.1 วัฒนธรรมไทย
- 3.2.2.2 วัฒนธรรมจีน
- 3.2.2.3 วัฒนธรรมอิตาลี
- 3.2.2.4 วัฒนธรรมอินเดีย
- 3.2.2.5 วัฒนธรรมเม็กซิกัน

3.3 การร่างแบบตามแนวทางการออกแบบ

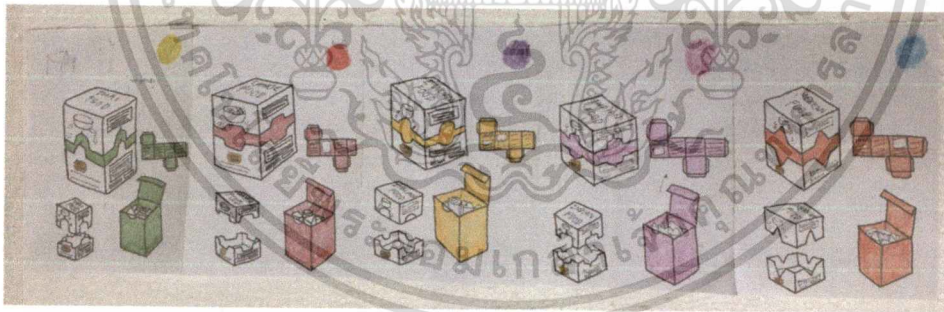
เนื่องจากชุดผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นมีแนวทางการออกแบบที่แตกต่างกัน แต่ก็ยังต้องมีความเป็น Corporate ในชุดผลิตภัณฑ์อยู่ เนื่องจากเป็นชุดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการสร้างสรรค์จากองค์กร Spice Story เหมือนกันทั้งหมด จึงร่างแบบเป็นเซตทุกวัฒนธรรมพร้อมกันเพื่อแสดงให้เห็นความต่อเนื่องและอัตลักษณ์ในเซตผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศออกแบบอาหารนานาชาติ



ภาพที่ 3.1 การร่างแบบในแนวทางที่รวมเซตทุกวัฒนธรรมพร้อมกัน



ภาพที่ 3.2 การร่างแบบในแนวทางที่รวมเซตทุกวัฒนธรรมพร้อมกัน



ภาพที่ 3.3 การร่างแบบในแนวทางที่รวมเซตทุกวัฒนธรรมพร้อมกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1 การคัดเลือกแบบรายนำมาทดลองทำชิ้นงานทดลอง



ภาพที่ 3.4 แบบร่างที่คัดเลือกมาทำชิ้นงานทดลอง

3.3.1.1 แบบร่างที่ใช้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เหมือนกันแต่ใช้กราฟิกในการสร้างความแตกต่างในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารแต่ละวัฒนธรรม

1) ข้อดี

- แยกความแตกต่างได้ง่ายบนชั้นวางสินค้า
- โครงสร้างเดียวกันแต่กราฟิกต่างกันดูมีความต่อเนื่องในชุดผลิตภัณฑ์
- ด้านหน้ามีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และด้านหลังยังมีช่องให้สามารถมองเห็น

เครื่องเทศภายในได้อีกด้วย

2) ข้อเสีย

- กราฟิกที่นำมาทดลองดูโจ่งแจ้งเกินไป ไม่ได้สื่อสารอย่างชาญฉลาด

ให้เข้ากับภาพลักษณ์และบุคลิกขององค์กร

- บางชุดผลิตภัณฑ์ไม่ได้มีปริมาณเครื่องเทศที่ใส่แล้วดูเต็มบรรจุภัณฑ์

การเจาะช่องให้เห็นจึงอาจใหญ่เกินไปหรือต้องควบคุมให้ดีเพื่อแสดงถึงมุมมองที่สวยงามเมื่อมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน

- เนื่องจากไม่มีฐานและไม่สามารถวางซ้อนกันได้ จึงทำให้ค่อนข้างมีปัญหา

การวางผลิตภัณฑ์ซ้อนทับกันบนชั้นวางสินค้า



ภาพที่ 3.5 แบบร่างที่คัดเลือกมาทำชิ้นงานทดลอง

3.3.1.2 แบบร่างที่ใช้โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เหมือนกันแต่ใช้กราฟิกสวดลายในการสร้างความแตกต่างในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารแต่ละวัฒนธรรม

1) ข้อดี

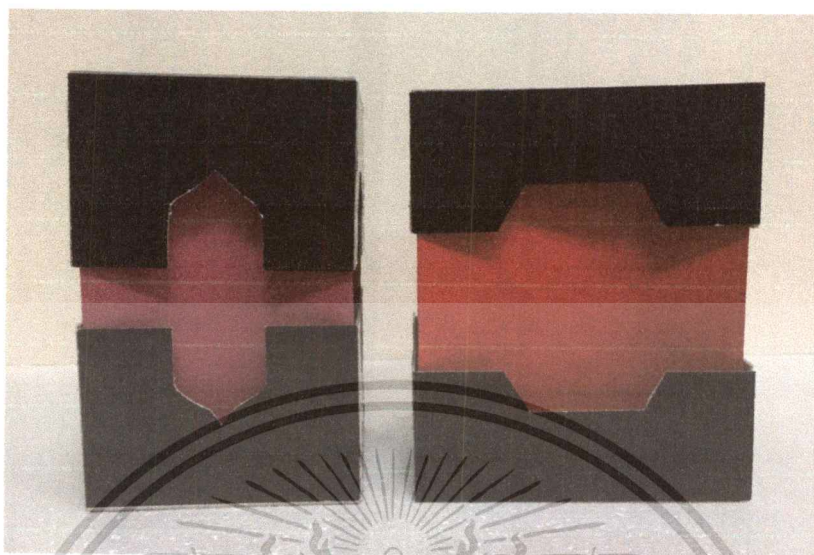
- ง่ายต่อการจัดวางบนชั้นวางสินค้า
- โครงสร้างเดียวกันแต่กราฟิกต่างกันดูมีความต่อเนื่องในชุดผลิตภัณฑ์

2) ข้อเสีย

- กราฟิกที่นำมาทดลองดูโจ่งแจ้งเกินไป ไม่ได้สื่อสารอย่างชาญฉลาด

ให้เข้ากับภาพลักษณ์และบุคลิกขององค์กร

- โครงสร้างดูไม่เหมาะสมกับภาพลักษณ์และบุคลิกขององค์กร



ภาพที่ 3.6 แบบร่างที่คัดเลือกมาทำชิ้นงานทดลอง

3.3.1.3 แบบร่างที่ใช้โครงสร้างบรรจุกิจกรรมหลักเหมือนกันแต่มีการใช้ลูกเล่นในโครงสร้างเพื่อสร้างความแตกต่างในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารแต่ละวัฒนธรรม

1) ข้อดี

- ง่ายต่อการจัดวางบนชั้นวางสินค้า

- โครงสร้างหลักเป็นโครงสร้างเดียวกัน แต่มีการใช้ลูกเล่นในโครงสร้างเพื่อสร้างความแตกต่างซึ่งหากลูกเล่นตัดทอนมาอย่างดีจะดูเข้ากับบุคลิกและภาพลักษณ์ขององค์กรมากยิ่งขึ้น

- ดูมีอัตลักษณ์ร่วมกันในเซตอย่างชาญฉลาดมากกว่าสองรูปแบบก่อนหน้า

2) ข้อเสีย

- ตรงที่เว้นว่างควรเป็นเส้นเล็กๆที่เท่ากัน เพื่อให้มีความรู้สึกต่อเนื่องในแต่ละเซต

- กราฟิกและลูกเล่นที่สอดแทรกควรทำให้เข้ากับบุคลิกและภาพลักษณ์ขององค์กร

มากกว่านี้

3.3.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์แบบร่าง

โครงสร้างบรรจุกิจกรรมหลักเหมือนกันเอื้อประโยชน์ต่อการจัดชั้นวางสินค้ามากกว่า แต่ควรรักษาอัตลักษณ์ร่วมกันในเซต และทำให้เห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเทศอย่างชัดเจน ยังไม่มีแนวทางในการเล่าเรื่อง เหมือนเป็นการคิดวิเคราะห์ที่ผิดกระบวนการขั้นตอน ควรเริ่มสร้างบรรจุกิจกรรมจากข้อความสำคัญที่ต้องการจะสื่อออกไป

3.4 การจัดทำแบบจำลองตามแบบร่าง

นำแบบร่างที่มีความน่าสนใจ เป็นไปได้และตอบสนองกับความต้องการและเงื่อนไขของหัวข้อสามารถสื่อสารตามที่ต้องการได้มาทดลองจัดทำแบบจำลองเพื่อผลลัพธ์

3.4.1 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ

แบบร่างของบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ มีการใช้โครงสร้างหลักที่ทำจากกระดาษและพลาสติก โดยทำให้มีหลายขนาดให้เข้ากับความสะดวกกับปริมาณที่ต้องใช้ในอาหารแต่ละชนิด

3.4.2 บรรจุภัณฑ์แบบร่างที่ 1

แบบร่างรูปแบบนี้มีการใช้สีที่แตกต่างกันในอาหารแต่ละประเทศ รูปแบบตัวอักษรที่แตกต่างกันและฉลุลวดลายกราฟิกที่แตกต่างกันเพื่อช่วยสร้างความแตกต่างในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารแต่ละวัฒนธรรม โดยใช้เอกลักษณ์ในการจัดวางองค์ประกอบ ตำแหน่งของการวางโลโก้ ภาพอาหารและกราฟิกแต่ละชาติไว้ในตำแหน่งเดียวกันในทุกชุดผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบใช้เทคนิคสเก็ทสีไม้เพื่อแสดงถึงความประณีต พิถีพิถันในรูปแบบทำมือซึ่งสื่อสารให้เข้ากับเรื่องราวเกี่ยวกับการอาหารที่ปรุงขึ้นจากเครื่องเทศ ซึ่งมีเทคนิคการประกอบที่ถูกต้องคือใช้สีมือทำ



ภาพที่ 3.7 แบบจำลองของแบบร่างของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3.8 โครงสร้างของแบบจำลองของแบบร่างบรรจุภัณฑ์

3.4.3 บรรจุภัณฑ์แบบร่างที่ 2

แบบร่างรูปแบบนี้มีการใช้สีที่แตกต่างกันในอาหารแต่ละประเทศ รูปแบบตัวอักษรที่แตกต่างกันเพื่อช่วยสร้างความแตกต่างในชุดเครื่องเทศ มีการเกริ่นนำถึงเรื่องราวของอาหารชนิดนั้นๆ เพื่อช่วยสร้างความสนใจในการเลือกซื้อให้แก่ผู้บริโภค ใช้สัญลักษณ์ในด้านการจัดวางองค์ประกอบตำแหน่งของการวางโลโก้ ภาพอาหารและกราฟิกแต่ละชาติไว้ในตำแหน่งเดียวกันในทุกชุดผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบใช้เทคนิคสเกッチ สีไม้เพื่อแสดงถึงความประณีตพิถีพิถันในรูปแบบทำมือซึ่งสื่อสารให้เข้ากับเรื่องราวเกี่ยวกับการอาหารที่ปรุงขึ้นจากเครื่องเทศ ซึ่งมีเทคนิคการประกอบที่ถูกต้องคือใช้เครื่องมือทำ



ภาพที่ 3.9 แบบจำลองของแบบร่างของบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.4 การจัดแสดงสินค้า แบบร่างที่ 1

แบบร่างรูปแบบนี้มีขนาด 0.75m x 1m เป็นฉากกั้นและมีกรอบอยู่บนผนัง เพื่อเป็นที่วางบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ และมีสื่อส่งเสริมการขายติดอยู่บนผนัง เพื่อช่วยเล่าเรื่องราวสร้างความน่าสนใจให้กับตัวสินค้า ใช้วัสดุเป็นไม้สีเข้ม ซึ่งเป็นวัสดุที่เข้ากับบรรยากาศเดิมภายในร้าน



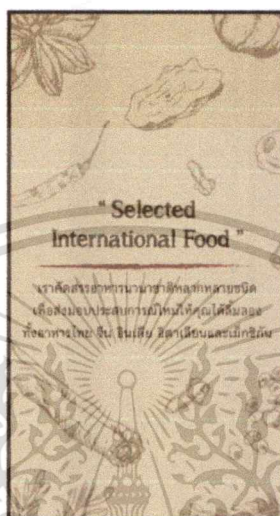
ภาพที่ 3.10 แบบร่างของชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

ภาพที่ 3.11 แบบจำลองของแบบร่างชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.5 สื่อส่งเสริม ณ จุดขายแบบร่างที่ 1

แบบร่างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ที่จะปรากฏอยู่บริเวณชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน



ภาพที่ 3.12 แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

3.4.6 สรุปการทำแบบจำลองแบบร่าง

แบบจำลองของแบบร่างที่ได้จัดทำขึ้นทำให้เห็นผลว่าถึงจะใช้สี รูปแบบตัวอักษรและองค์ประกอบอื่นๆ มาใช้ในการแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทนั้นทำให้แยกชนิดของประเทศของอาหารได้ แต่ชนิดอาหารในแต่ละประเทศจริงๆ แยกยากต้องใช้การอ่านถึงจะแยกออกได้ และการจัดวางเครื่องเทศข้างในเป็นการจัดวางที่ไม่เหมาะสม วางในรูปแบบที่แออัดยัดเยียดมากเกินไป และบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิที่เป็นถุงพลาสติกดูต้นทุนต่ำไม่เหมาะสมกับการเป็นผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม จึงทำให้ไม่เลือกแบบร่างใดของบรรจุภัณฑ์มาพัฒนาต่อเลย ส่วนแบบร่างชั้นวางสินค้านั้นตั้งอยู่หน้าร้านไม่ควรเป็นฉากปิด เนื่องจากจะทำให้ร้านดูแออัดยัดเยียดมากเกินไป

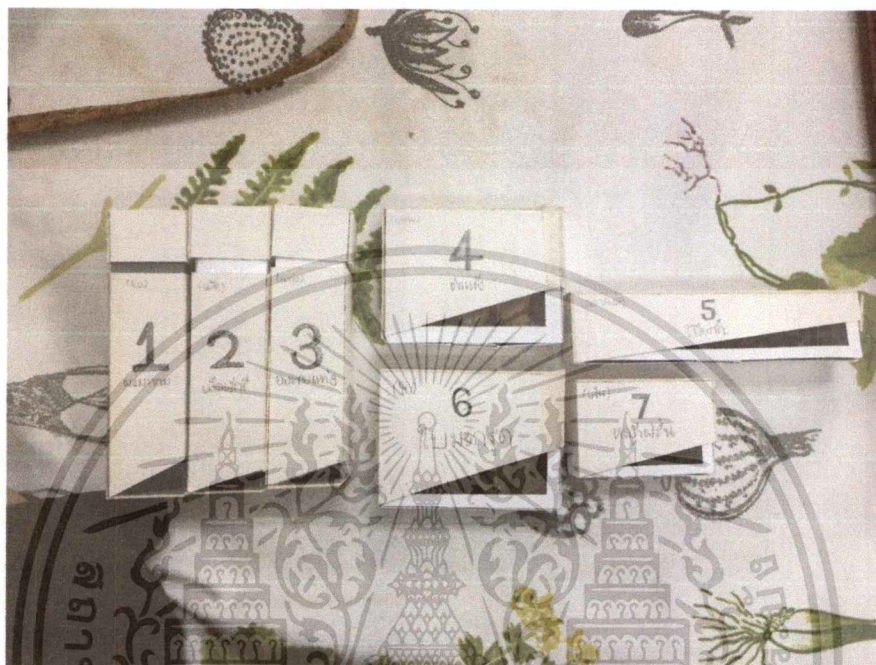
3.5 การพัฒนาผลงานหลังแบบร่าง

จากแบบร่างที่ได้ทดลองทำแบบจำลองไปไม่ได้เลือกแบบร่างใดมาพัฒนาต่อเลยจึงเริ่มร่างแบบร่างใหม่จากคีย์เวิร์ดที่ต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้และรู้สึกถึงได้ในตัวผลิตภัณฑ์และแบรนด์สไปซ์สตอรี ซึ่งคีย์เวิร์ดที่ต้องการจะสื่อสารคือความพิถีพิถันในการคัดสรรและการมอบให้ ความประณีต บอกเล่าอย่างชาญฉลาด มีระเบียบเรียบร้อย และต้องบ่งบอกถึงความเป็นประเทศนั้นๆ

3.5.1 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิหลังแบบร่างครั้งที่ 1

เนื่องจากเครื่องเทศเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามในรูปทรงของตัวเอง จึงออกแบบให้โครงสร้างหลักเป็นกระดาศ แต่เจาะใสเพื่อให้เห็นตัวเครื่องเทศข้างใน ใช้การจัดเรียงที่เป็นระเบียบ

เรียบร้อยเพื่อช่วยส่งเสริมให้รู้สึกได้ถึงความพิถีพิถัน และใช้หลักการใช้เครื่องเทศแบบรสมือทำมาเป็นตัวตั้งต้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิของเครื่องเทศแต่ละสัณฐาน



ภาพที่ 3.13 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ

3.5.2 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 1

ทดลองทำแบบจำลองจำนวน 2 รูปแบบคือรูปแบบ Cookbook และรูปแบบ Transparency (See Food Know Ingredient) ได้ผลลัพธ์คือในรูปแบบ Cookbook ดูเหมาะสมกับการเล่าเรื่องราวของสไปซ์สตอรีและรูปแบบ Transparency มีการแสดงออกถึงวิชาลที่น่าสนใจ จึงนำสิ่งที่เหมาะสมจากทั้งสองรูปแบบมาพัฒนาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.14 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาครั้งที่ 1 รูปแบบ Cookbook

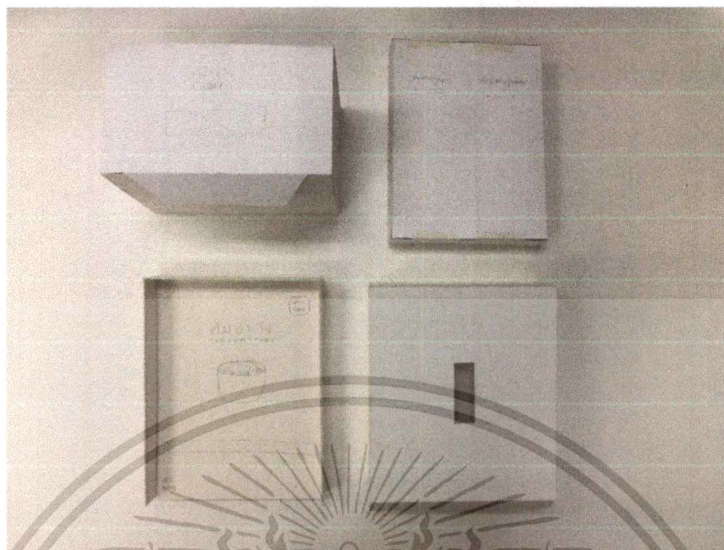


ภาพที่ 3.15 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาครั้งที่ 1 รูปแบบ Transparency

3.5.3 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 2

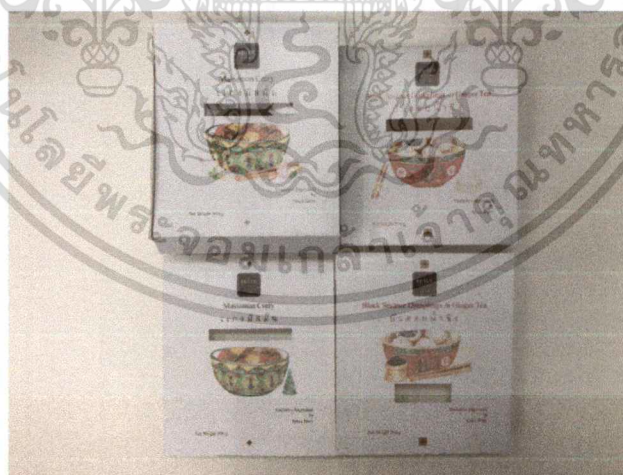
ทดลองทำแบบจำลองรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และลงเขียนข้อมูลที่ต้องมีลงคร่าวๆ ในแบบจำลองเพื่อดูความเหมาะสมและความเป็นไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



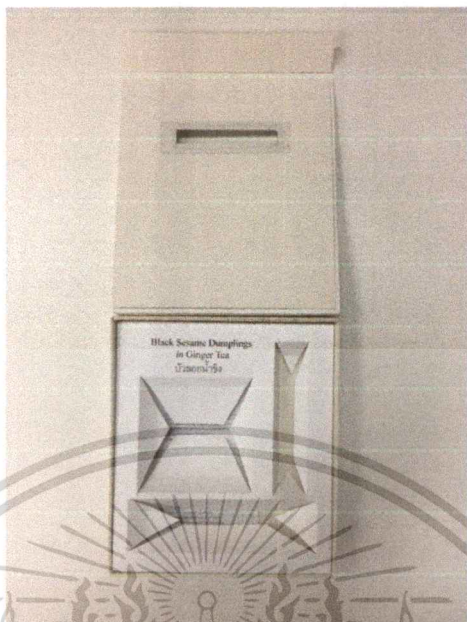
ภาพที่ 3.16 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 2

3.5.4 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 3
ทดลองทำแบบจำลองที่พัฒนาจากแบบร่างครั้งที่ 2 โดยลองใส่กราฟิกจริงลงไป และดูการเจาะฉลุเพื่อให้เห็นเครื่องเทศข้างใน โดยใช้แนวทางการออกแบบเกี่ยวกับโต๊ะอาหาร ในแต่ละประเทศนำมาใช้ในเป็นแนวคิดในการเล่าเรื่อง



ภาพที่ 3.17 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.18 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 3

3.5.5 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 4
พัฒนาการเจาะให้มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น มีวิธีทำอาหารอยู่ด้านล่างภาคใต้เครื่องเทศ



ภาพที่ 3.19 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 4

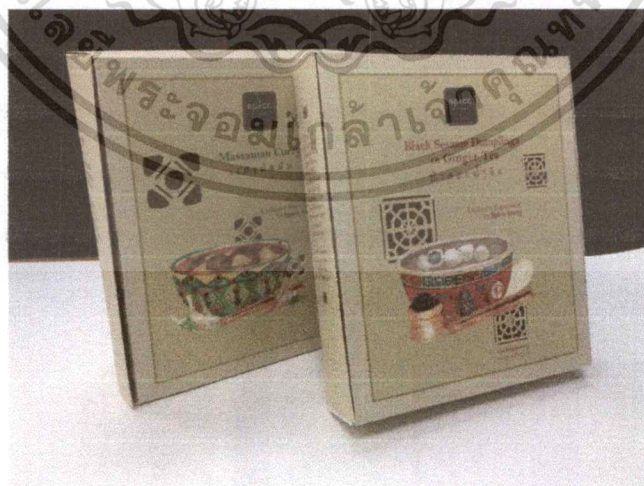
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.20 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 4

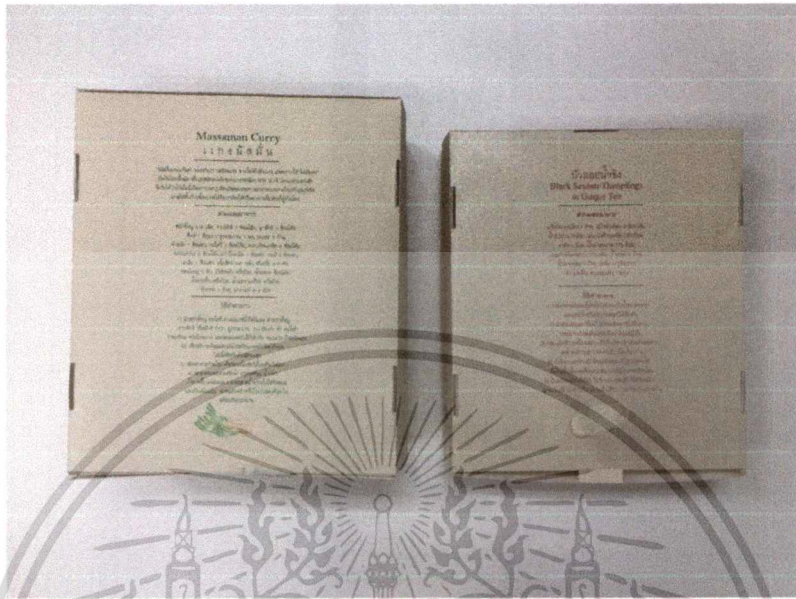
3.5.6 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 5

พัฒนาลายฉลุให้เป็นลายกราฟิกที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ เพื่อเพิ่มการบอกเล่าเรื่องราวผ่านบรรจุภัณฑ์ โดยลายกราฟิกที่ตัดทอนมาใช้ในแต่ละประเทศนั้นถูกพัฒนาขึ้นมาจากรีวิวของงานขนมอาหารในแต่ละประเทศนั้นๆ ลองปรับสีให้ดูเก่าแก่ขึ้น ย้ายข้อมูลวิธีการทำอาหารมาใส่ด้านหลังบรรจุภัณฑ์ด้านนอก



ภาพที่ 3.21 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



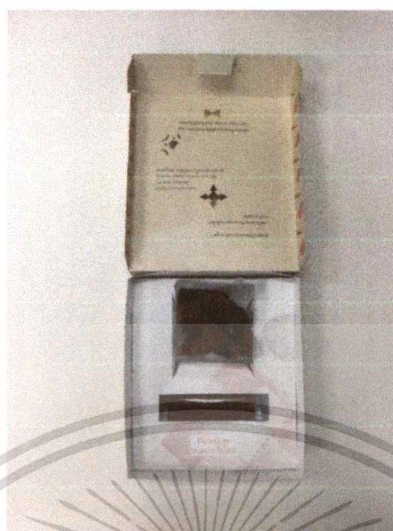
ภาพที่ 3.22 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 5

3.5.7 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 6
พัฒนาลายฉลุให้กราฟิกที่นำมาฉลุของแต่ละประเทศนั้นหลากหลายมากยิ่งขึ้น
เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและลูกเล่นให้กับบรรจุภัณฑ์



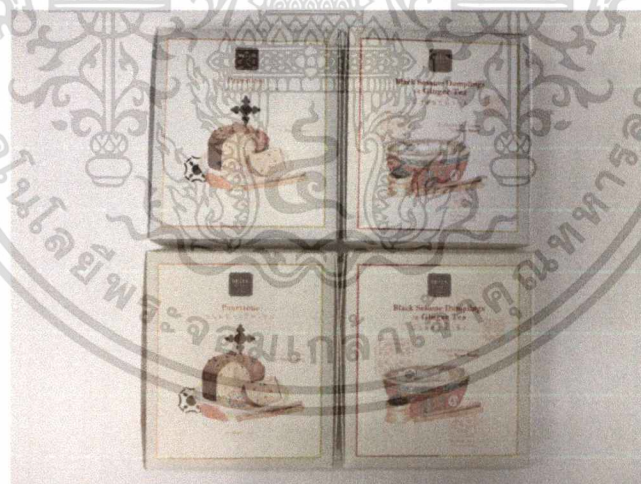
ภาพที่ 3.23 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.24 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 6

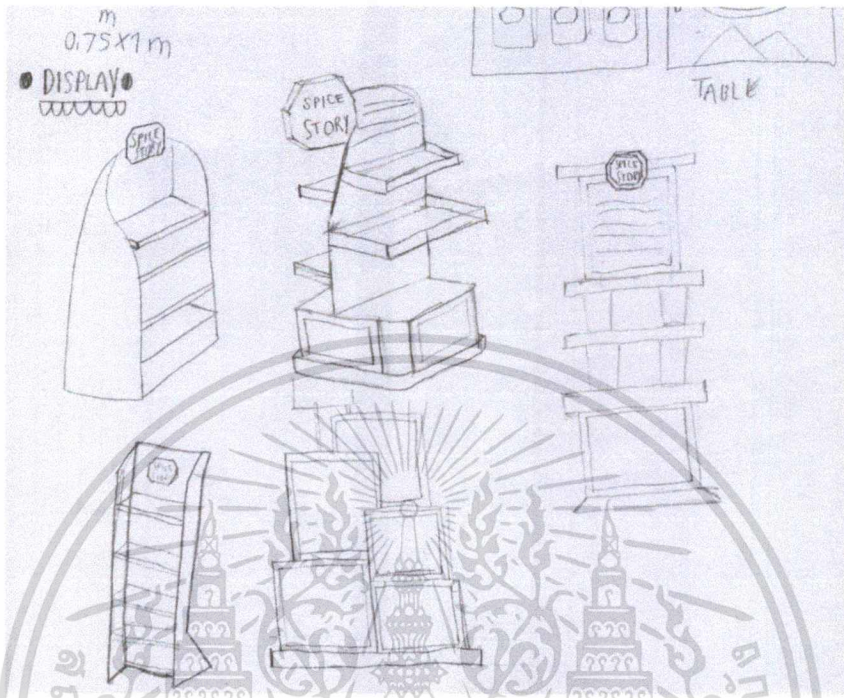
3.5.8 การพัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์หลังแบบร่างครั้งที่ 7
พัฒนาเกี่ยวกับการใช้ Color Coding เพื่อใช้แยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์แต่ละประเทศ



ภาพที่ 3.25 แบบจำลองแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 7

3.5.9 การพัฒนาแบบร่างชั้นวางสินค้าหลังแบบร่างครั้งที่ 1
ร่างแบบชั้นวางสินค้าที่ทำให้ร้านดูโปร่ง ไม่อึดอัดสายตาจนมากเกินไป แต่ก็ยังเข้ากับการวางผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.26 แบบร่างชั้นวางสินค้าที่พัฒนาเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 1

3.5.10 การพัฒนาแบบสื่อส่งเสริม ณ จุดขายแบบร่างครั้งที่ 1

ใช้วิธีและอารมณ์คล้ายกับการถ่ายภาพแนว Food Stylish เพื่อใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับอาหารแต่ละชนิดที่เป็นตัวแทนการบอกเล่าเรื่องราวของเรา ซึ่งเครื่องเทศที่เราจัดจำหน่ายสามารถนำไปประกอบเมนูอาหารนั้นได้



ภาพที่ 3.27 แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 1

ภาพที่ 3.28 แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.11 การพัฒนาแบบสื่อส่งเสริม ณ จุดขายแบบร่างครั้งที่ 2

มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจในการทดลองซื้อของผู้บริโภคและเพิ่มความหลากหลายของประเภทสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย เพื่อกระจายไปติดตามสถานที่ต่างๆ ในร้านเพื่อช่วยกระตุ้นความสนใจในผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ



ภาพที่ 3.29 แบบร่างสื่อส่งเสริม ณ จุดขายเพื่อทดลองรูปแบบครั้งที่ 2

3.5.12 สรุปผลการทดลองทำหุ่นจำลองหลังพัฒนาแบบร่าง

จากการทดลองทำหุ่นจำลองพบว่าบรรจุภัณฑ์ต้องปรับขนาดของรูและขนาดของตัวล็อกที่ขัดกันให้เหมาะสมกับความหนาของกระดาษ ต้องใช้วิธีการติดกระดาษก่อนพับใหม่ เนื่องจากกระดาษที่ใช้หนาเกินและเป็นกระดาษเคลือบสองชั้นจึงทำให้กระดาษแตกเวลาพับ เพิ่มความหนาของตัวอักษรเนื่องจากพอลิเมอร์ผลงาออกมาแล้วตัวอักษรบางเกินทำให้อ่านยาก ต้องมีการจัดระเบียบช่องว่างของตัวอักษรและกราฟิกให้ลงตัวมากยิ่งขึ้น ทำภาพประกอบเพื่อช่วยเล่าเรื่องราวให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขึ้นวางสินค้าควรตั้งให้เห็นในระดับสายตาแต่ไม่สูงจนเกินไป เนื่องจากอยู่บริเวณหน้าร้าน หากสูงมากจะทำให้บดบังบรรยากาศในร้านมากจนเกินไป สื่อส่งเสริม ณ จุดขายควรมีความน่าดึงดูดให้สนใจผลิตภัณฑ์มากกว่านี้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

จากการออกศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลสรุป นำไปสู่การออกแบบในบทที่ 3 ได้เป็นผลงานการออกแบบนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ในรูปแบบของแผ่นนำเสนองาน ตลอดจนชิ้นงานที่เป็นต้นแบบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

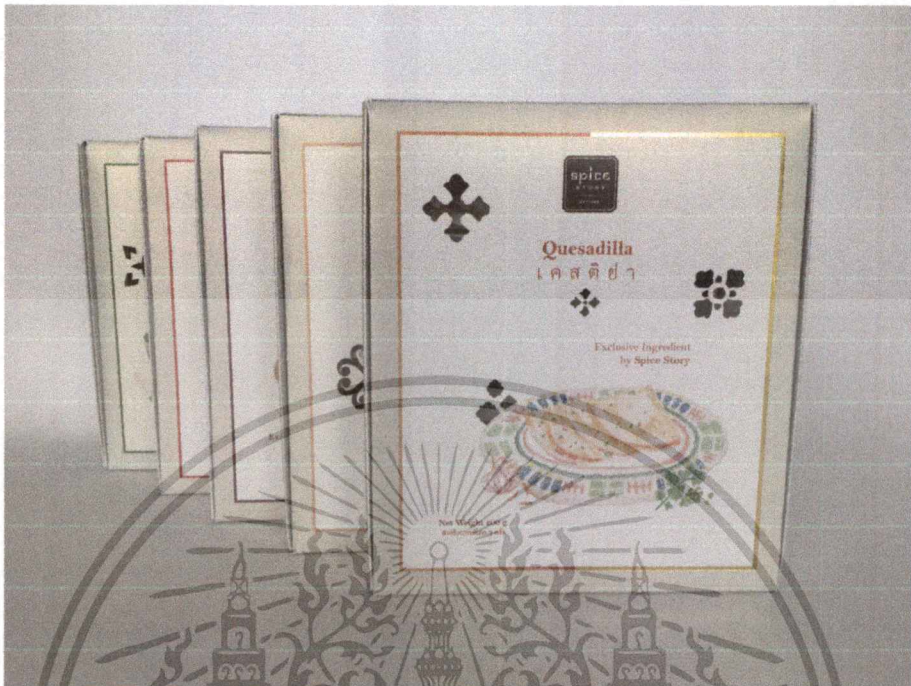
- 4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง
- 4.2 ภาพแสดงโครงสร้างของหุ่นจำลอง
- 4.3 การจัดแสดงผลงาน

4.1 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง

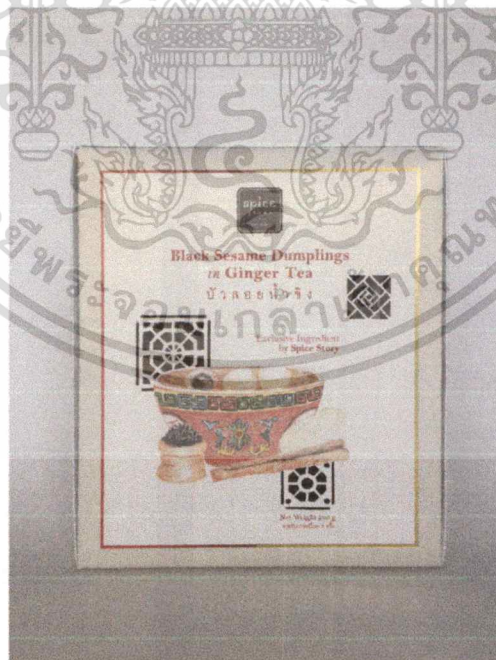
ผลงานสุดท้ายทั้งหมดในโครงการนี้ประกอบไปด้วย บรรจุภัณฑ์ของเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ชั้นวางสินค้าภายนอกและภายในร้าน Spice Story และสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย รายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้นมีดังนี้

4.1.1 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ทั้งหมดถูกจัดทำขึ้นด้วยแนวคิดในการออกแบบคือ Selected ingredient form different culture แนวทางในการออกแบบคือ ใต่อาหารแต่ละประเทศ ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการเล่าเรื่อง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทุกชนิดถูกจัดทำขึ้นด้วยกระดาษชนิดพิเศษที่มีผิวสัมผัสละเอียดอ่อนข้างลิ้น เมื่อมีแสงกระทบจะเห็นประกายแวววาวสีทองเล็กน้อย ให้ความรู้สึกพรีเมียมและถูกคัดสรรมาอย่างดี ใช้รูปแบบตัวอักษรที่มีลักษณะจริงจัง เรียบง่าย ใช้ Color Coding ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ คือ ประเทศไทยสีเขียว ประเทศจีนสีแดง ประเทศอินเดียสีม่วง ประเทศอิตาลีสีครีม ประเทศเม็กซิโกสีส้ม และมีการใช้สัดส่วนสีน้ำตาล ซึ่งเป็นตัวแทนของตราสินค้าสไปซ์ สตอรี่ 10% สีทองตัวแทนแสดงออกถึงความพรีเมียม สีเหลืองอมน้ำตาลเท่าแสดงออกถึงความเก่าแก่ มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีการสั่งสมความรู้ 50% และสี Color Coding ของแต่ละประเทศที่ได้คัดสรรมา 30% จึงมีการออกแบบกราฟิกที่เป็นทั้ง Color Coding และปั๊มทองปรากฏอยู่ ใช้ภาพประกอบแบบสเก็ทสีไม้เพื่อแสดงออกถึงความประณีตในรูปแบบทำมือ มีภาชนะใส่อาหารที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ มีฉลากกราฟิกที่พัฒนาขึ้นมาจากองค์ประกอบบนใต่อาหารหรือสำหรับอาหารดั้งเดิมของแต่ละชาติ เจาะช่องให้ตรงกับเครื่องเทศแต่ละชนิด ในชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ เมื่อเปิดเข้าไปมีข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าอยู่ตรงฝาหน้ากล่อง และถาดลึอกเครื่องเทศซึ่งบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีภาพประกอบเกี่ยวกับใต่อาหารของแต่ละชาติ และมีชื่อเครื่องเทศปรากฏอยู่บนตัวถาดลึอก โดยข้อมูลที่ต้องปรากฏตามกฎหมายฉลากสินค้าจะอยู่ข้างกล่องด้านขวา ข้อมูลวิธีการทำอยู่ด้านหลังและข้อมูลเกี่ยวกับอาหารแต่ละชนิดจะอยู่ข้างกล่องด้านซ้าย

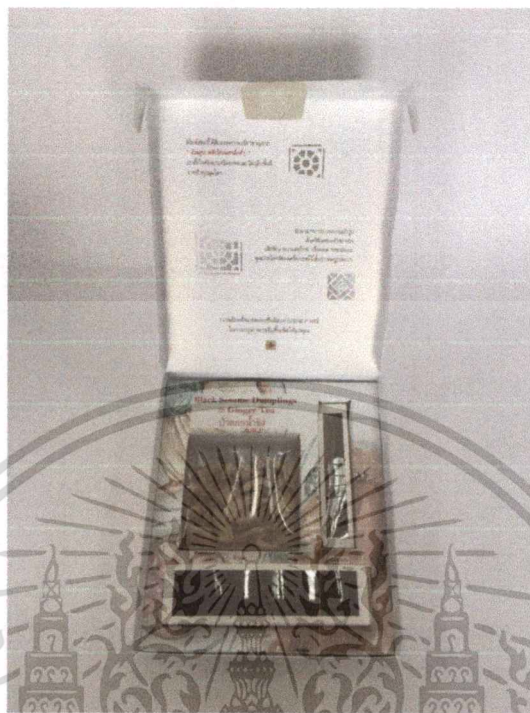


ภาพที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ



ภาพที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ



ภาพที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 ชั้นวางสินค้า

ชั้นวางสินค้าที่ถูกจัดทำขึ้นด้วยวัสดุไม้สีเข้ม เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศเดิมในร้าน มีความสูง 1.5m เพื่อสื่อส่งเสริม ณ จุดขายเข้ากับระดับสายตา และเมื่อนำไปตั้งในสถานที่จริงไม่ทำให้ร้านดูแออัด จนเกินไป มีการใช้กราฟิกที่ฉลุกล่องบรรจุภัณฑ์แต่ละประเทศใช้ตกแต่งชั้นวางสินค้าเพื่อให้เชื่อมโยงและดูเป็นเรื่องราวเดียวกันและส่งเสริมตัวบรรจุภัณฑ์ ด้านล่างสุดของชั้นวางสินค้าเป็นลิ้นชักที่เอาไว้เก็บคลังสินค้า และชั้นวางสินค้ามีสองด้าน เนื่องจากตั้งไว้บริเวณหน้าร้าน การมีสองด้านจะทำให้ผู้บริโภคทั้งที่เดินผ่านแค่หน้าร้าน และผู้บริโภคที่เดินในร้านสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทั้งสองฝั่ง



ภาพที่ 4.5 ชั้นวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.6 ชั้นวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.7 รายละเอียดชั้นวางสินค้าบริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน



ภาพที่ 4.8 ชั้นวางสินค้าเมื่อนำไปอยู่บริเวณด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 ชั้นวางสินค้าบริเวณด้านในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

4.1.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

สื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่จัดทำขึ้นมีจำนวน 3 ชนิด คือ Shelf Talker, Wobbler และ Poster ที่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติ ซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ภายในร้าน Spice Story มีหลายชนิดเนื่องจากจะได้นำไปใช้กับพื้นที่ต่างๆ ในร้าน Spice Story ให้เหมาะสมกับพื้นที่ที่มีการใช้ข้อความชักจูงว่าเป็นสินค้าใหม่และสินค้าที่ทางตราสินค้าคัดสรรมาอย่างดี พร้อมทั้งจะนำเสนอให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อด้วยความพึงพอใจของเรา



ภาพที่ 4.10 สื่อส่งเสริม ณ จุดขายในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

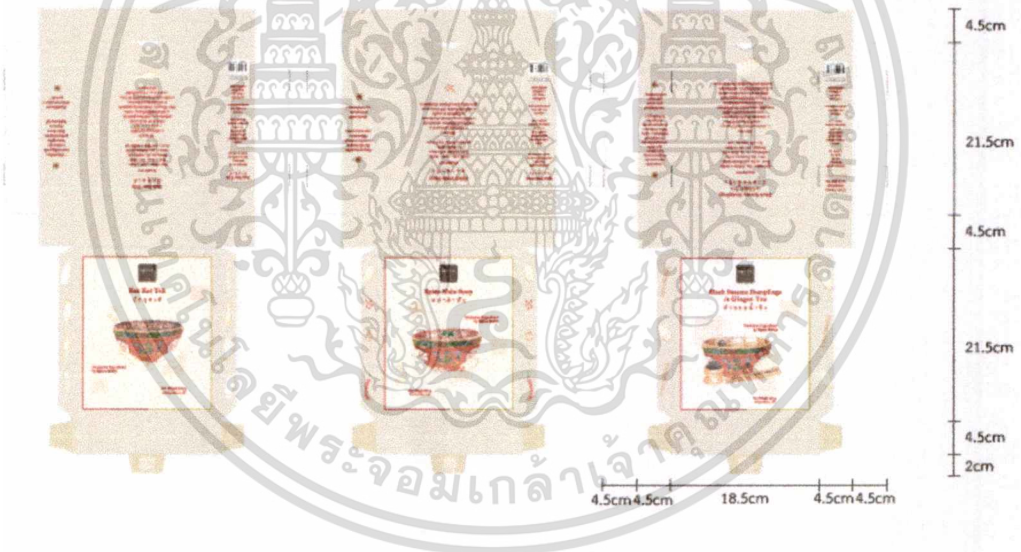
4.2 ภาพแสดงโครงสร้าง

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของผลงานที่จัดทำขึ้นมี 5 โครงสร้างได้แก่ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิและโครงสร้างภาดล้อมบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ โครงสร้างของชั้นวางสินค้าและ โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.11 โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศไทย ขนาดเล็ก



ภาพที่ 4.12 โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศจีน ขนาดเล็ก

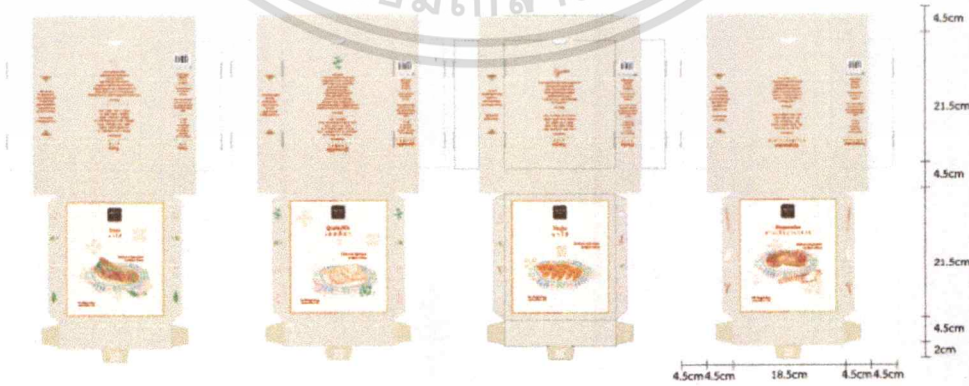
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.13 โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศอินเดีย ขนาดเล็ก



ภาพที่ 4.14 โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศอิตาลี ขนาดเล็ก

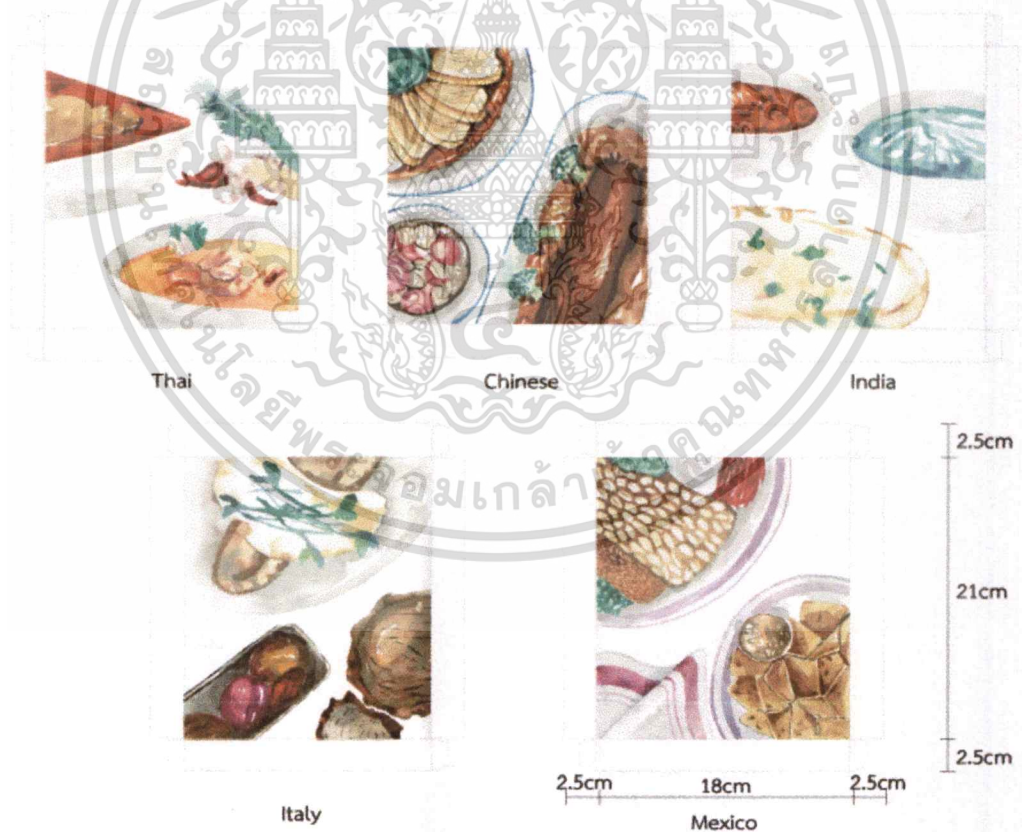


ภาพที่ 4.15 โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ประเทศเม็กซิโก ขนาดเล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

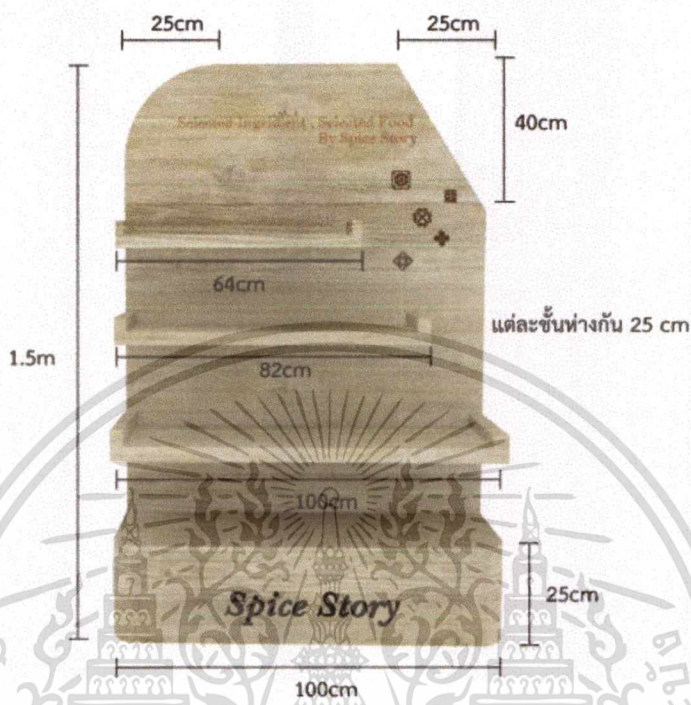


ภาพที่ 4.16 โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่

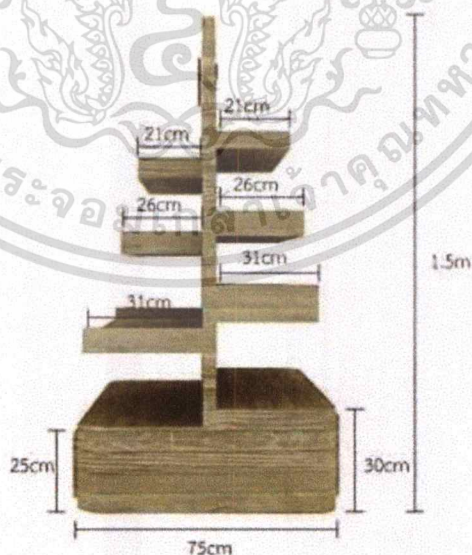


ภาพที่ 4.17 โครงสร้างของถาดสื่อบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิแต่ละประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.18 โครงสร้างของชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

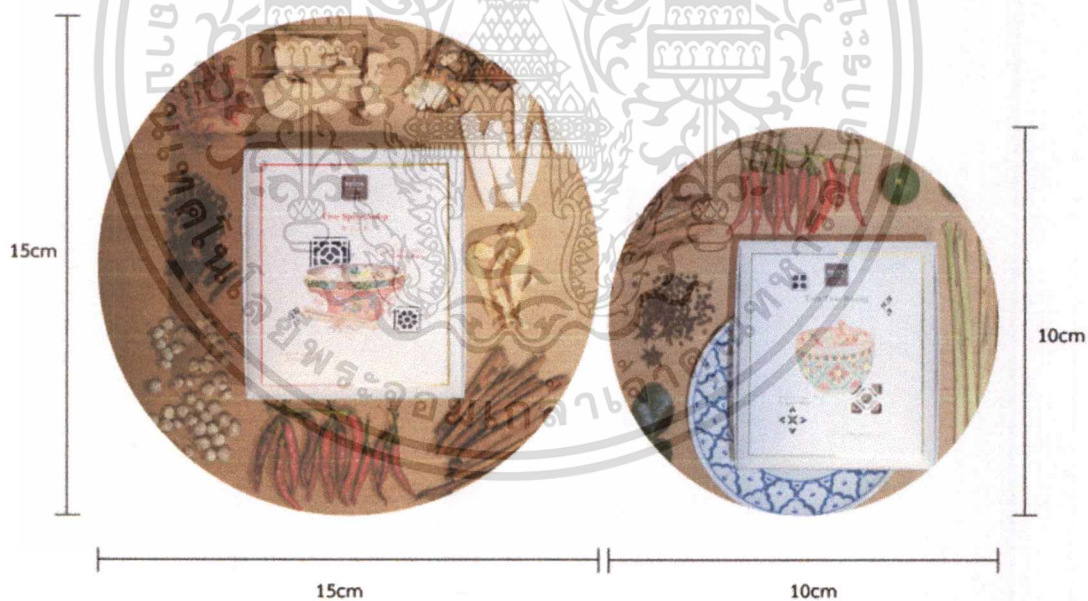


ภาพที่ 4.19 โครงสร้างของชั้นวางสินค้าหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.20 โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Wobbler

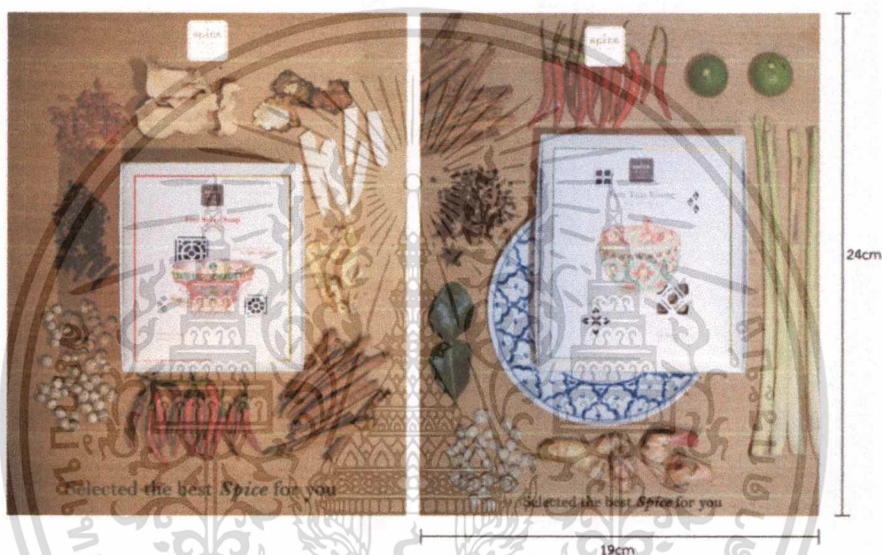


ภาพที่ 4.21 โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Wobbler

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



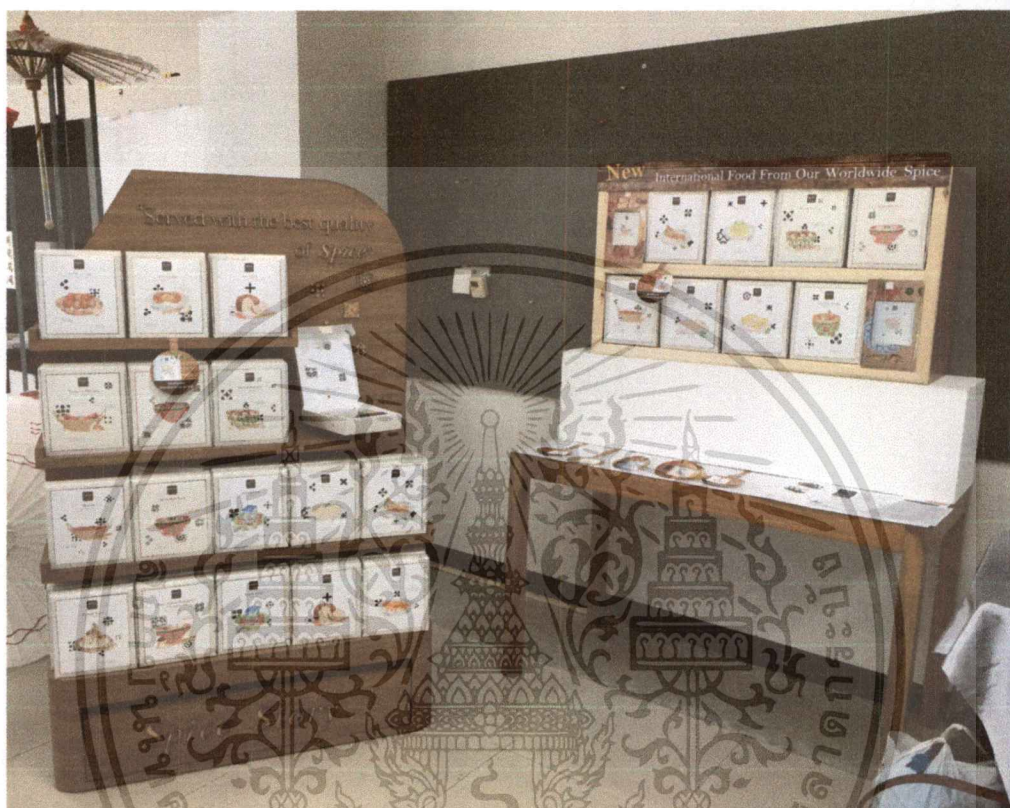
ภาพที่ 4.22 โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Shelf Talker



ภาพที่ 4.23 โครงสร้างของสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย ประเภท Poster

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การจัดแสดงผลงาน



ภาพที่ 4.24 การจัดแสดงผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การสรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชั้นวางสินค้าและสื่อส่งเสริม ณ จุดขาย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ภายใต้ตราสินค้า Spice Story มีการสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ
- 5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์
- 5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการฯ
- 5.5 การแก้ไขผลงานการออกแบบ

5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ

5.1.1 บรรจุภัณฑ์ชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติประเทศไทย 4 ชั้น ประเทศจีน 4 ชั้น ประเทศอินเดีย 4 ชั้น ประเทศอิตาลี 4 ชั้นและประเทศเม็กซิกัน 4 ชั้น รวมเป็น 20 ชั้น (Prototype)

5.1.2 ชั้นวางสินค้าด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน และการจัดวางชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติภายในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน(Prototype)

5.1.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขายบนชั้นวางสินค้าด้านหน้าร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน และสื่อส่งเสริม ณ จุดขายภายในร้าน Spice Story สาขาสยามพารากอน (Prototype)

5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ

5.2.1 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ใช้กระดาษพิเศษที่ให้ความรู้สึกพรีเมียม เหมือนเป็นสินค้าพิเศษในช่วงเทศกาล เนื้อสัมผัสเข้ากับความเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในการตัดสินใจซื้อ ช่วยเพิ่มความรู้สึกประทับใจ

5.2.2 การจัดแสดงสินค้า

ชั้นวางสินค้าเข้ากับบรรยากาศเดิมของร้านได้ดี ไม่บดบังบรรยากาศโดยรวมของร้าน มีขนาดพอเหมาะกับการมองเห็นของผู้บริโภคและผู้เดินผ่านไปมาของร้าน Spice Story มีลิ้นชักไว้เก็บคลังสินค้าของชุดเครื่องเทศประกอบอาหารนานาชาติโดยเฉพาะทำให้ง่ายต่อการนับจำนวนสินค้าคงเหลือ และการเติมสินค้าในชั้นวางสินค้า มีกราฟิกที่เชื่อมโยงกับลายฉลุบนบรรจุภัณฑ์ทำให้ดูมีความเชื่อมโยงกัน

5.2.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

สื่อส่งเสริม ณ จุดขายที่ออกแบบเข้ากับการจัดแสดงสินค้าและบรรยากาศภายในร้าน

5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

ตารางที่ 5.1 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

งานออกแบบ	ข้อเสนอแนะ
บรรจุภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ <ul style="list-style-type: none"> - เครื่องเทศสีฐานแบบผงควรมีถุงพลาสติกใสอีกชั้นเพื่อป้องกันความชื้น บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ <ul style="list-style-type: none"> - ควรเปิดข้างหน้าให้เห็นตัวเครื่องเทศไปเลย เนื่องจากเป็นตราสินค้าที่โดดเด่นเกี่ยวกับด้านวัตถุดิบเครื่องเทศในการประกอบอาหาร เล่นกับการมองเห็นที่เลเยอร์จะดูน่าสนใจกว่า - บรรจุภัณฑ์อาหารบางชนิดมีขนาดใหญ่เกินกว่าสินค้าที่ต้องการขาย จึงทำให้ดู Over Size ควรจะแบ่งบรรจุภัณฑ์เป็น 3 ขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ - แยกความแตกต่างของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ระหว่างอาหารคาวและอาหารหวานไม่ออก
การจัดแสดงสินค้า	- ควรวางสินค้าให้ได้ครบทั้ง 20 ชนิด
สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย	- ทำให้เข้ากับชั้นวางสินค้า

5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

ตารางที่ 5.2 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

งานออกแบบ	ข้อเสนอแนะ
บรรจุภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ <ul style="list-style-type: none"> - เครื่องเทศสีฐานแบบผงไม่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบนี้ ปรับให้เหมาะสมกับผงมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ <ul style="list-style-type: none"> - ลายฉลุที่อยู่บนกล่องเล็กเกินไป ทำให้ไม่เห็นเครื่องเทศข้างในแบบที่ตั้งใจไว้
การจัดแสดงสินค้า	- ปรับให้สามารถวางสินค้าได้ครบทุกชนิด
สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย	- ปรับให้เข้ากับบรรจุภัณฑ์ที่แก้ไขมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5 การแก้ไขผลงานการออกแบบ

จากข้อเสนอแนะของคณะกรรมการที่มีต่อแบบร่างสุดท้ายจึงได้มีการแก้ไขผลงานออกแบบ
ดังนี้

5.5.1 บรรจุภัณฑ์

การแก้ไขบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ คือเพิ่มถุงพลาสติกเพื่อห่อหุ้มเครื่องเทศในสัดส่วนแบบผง ใส่ข้อมูลเครื่องเทศในบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น แก้ไขบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิคือเจาะใส่ให้เห็นเครื่องเทศภายใน พิมพ์กราฟิกอาหารลงบนพลาสติกใส ด้านหน้าเพื่อเล่นกับเลย์เออร์ด้านหน้าและด้านใน เพิ่มความน่าสนใจในการมองเห็นบรรจุภัณฑ์ ปรับเปลี่ยนขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับเครื่องเทศที่อยู่ข้างใน จึงทำให้มีบรรจุภัณฑ์ 3 ขนาด คือขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ได้ปรับจากการมีถาดเครื่องเทศ 2 ชั้น ให้เป็น หนึ่งหลังและสามารถวางออก เพื่อหยิบเครื่องเทศจากทั้งสองถาดได้พร้อมกันและสามารถดูสูตรอาหาร ประกอบการทำไปด้วย มีการแก้ไขถาดล็อคเครื่องเทศให้มีรอยเจาะ เพื่อความสะดวกสบายต่อการหยิบเครื่องเทศไปใช้มากยิ่งขึ้น กราฟิกที่ถาดล็อคมีอาหารคาวและอาหารหวานแตกต่างกัน



ภาพที่ 5.1 เปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิก่อนแก้ไข (ซ้าย) และหลังแก้ไข (ขวา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.2 เปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ก่อนแก้ไข (บน) และหลังแก้ไข (ล่าง)



ภาพที่ 5.3 เปรียบเทียบภาดลือกเครื่องเทศก่อนแก้ไข (ขวา) และหลังแก้ไข (ซ้าย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.4 เปรียบเทียบขนาดลือคชุดเครื่องเทศประเทศจีนอาหารคาว (ซ้าย) และอาหารหวาน (ขวา)



ภาพที่ 5.5 เปรียบเทียบขนาดบรรจุภัณฑ์ก่อนแก้ไข (ขวา) และหลังแก้ไข (ซ้าย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5.2 การจัดแสดงสินค้า

การแก้ไขการจัดแสดงสินค้าคือแก้ไขให้ชั้นวางสินค้าสามารถวางสินค้าได้ทุกชนิด โดยที่ยังคงการใช้กราฟิกจากประเทศต่างๆมาตกแต่งเหมือนเดิม แต่การปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ก็ยิ่งทำให้วางโชว์สินค้าได้มากยิ่งขึ้น การจัดแสดงสินค้าภายในร้านโซน Spice & Herb ปรับเปลี่ยนองค์ประกอบโดยใช้เครื่องเทศจริงมาตกแต่งทำให้มีความน่าสนใจและสวยงามมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 5.6 เปรียบเทียบชั้นวางสินค้าก่อนแก้ไข (ซ้าย) และหลังแก้ไข (ขวา)



ภาพที่ 5.7 เปรียบเทียบชั้นวางสินค้าก่อนแก้ไข (บน) และหลังแก้ไข (ล่าง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

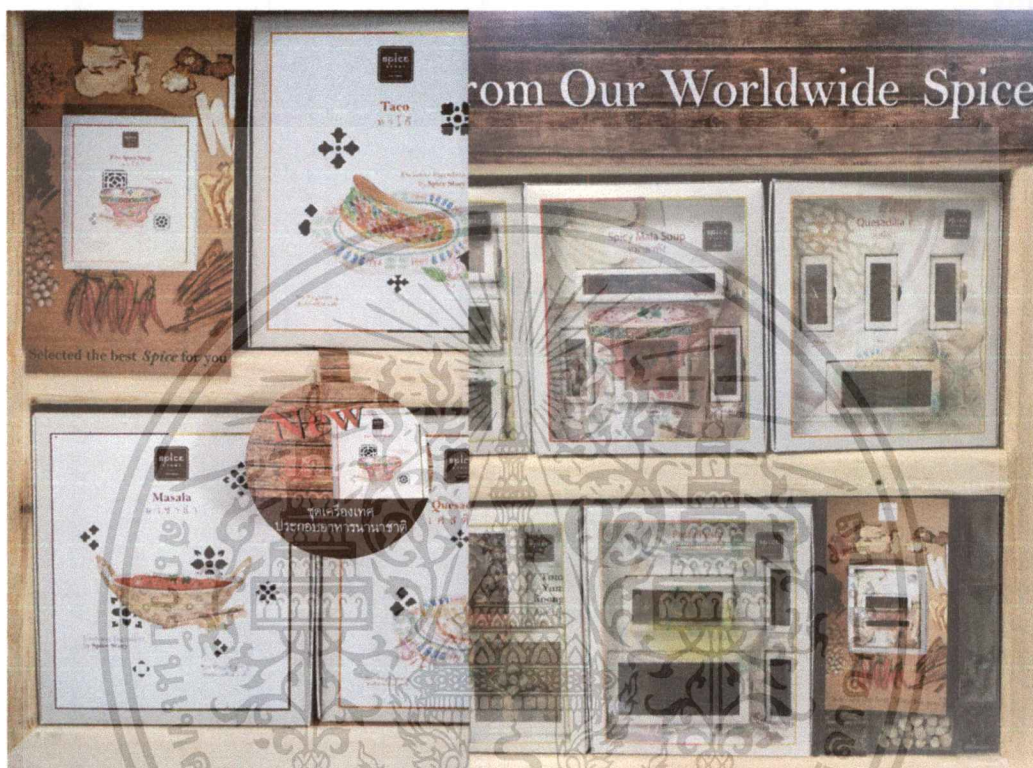


ภาพที่ 5.8 เปรียบเทียบชั้นวางสินค้าบริเวณ Spice and Herb ก่อนแก้ไข (บน) และหลังแก้ไข (ล่าง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5.3 สื่อส่งเสริม ณ จุดขาย

การแก้ไขสื่อส่งเสริม ณ จุดขายคือแก้ไขโดยปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบรรรจุภัณฑ์และการจัดแสดงสินค้าที่ถูกแก้ไข



ภาพที่ 5.9 เปรียบเทียบสื่อส่งเสริม ณ จุดขายก่อนแก้ไข (ซ้าย) และหลังแก้ไข (ขวา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

บก.อังคณา ศุภกิจฉาวิชโชค. เมนูฮิตนานาชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์. 2556.

“ประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข เรื่องการแสดงฉลากของอาหารในบรรจุภัณฑ์.” [ออนไลน์].

<http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2557/E/102/32.PDF>. 2 ธันวาคม 2559.

“สูตรอาหารนานาชาติ.” [ออนไลน์]. <http://siameasyfood.com/category/สูตรอาหารนานาชาติ>.

7 ธันวาคม 2559.

“การเก็บรักษาเครื่องเทศ.” [ออนไลน์]. <http://specialfood.co.th/item/315->

[วัดฤดูใบไม้ร่วง](http://specialfood.co.th/item/315-) สำหรับปรุงรสเบเกอรี่. 24 พฤศจิกายน 2559.





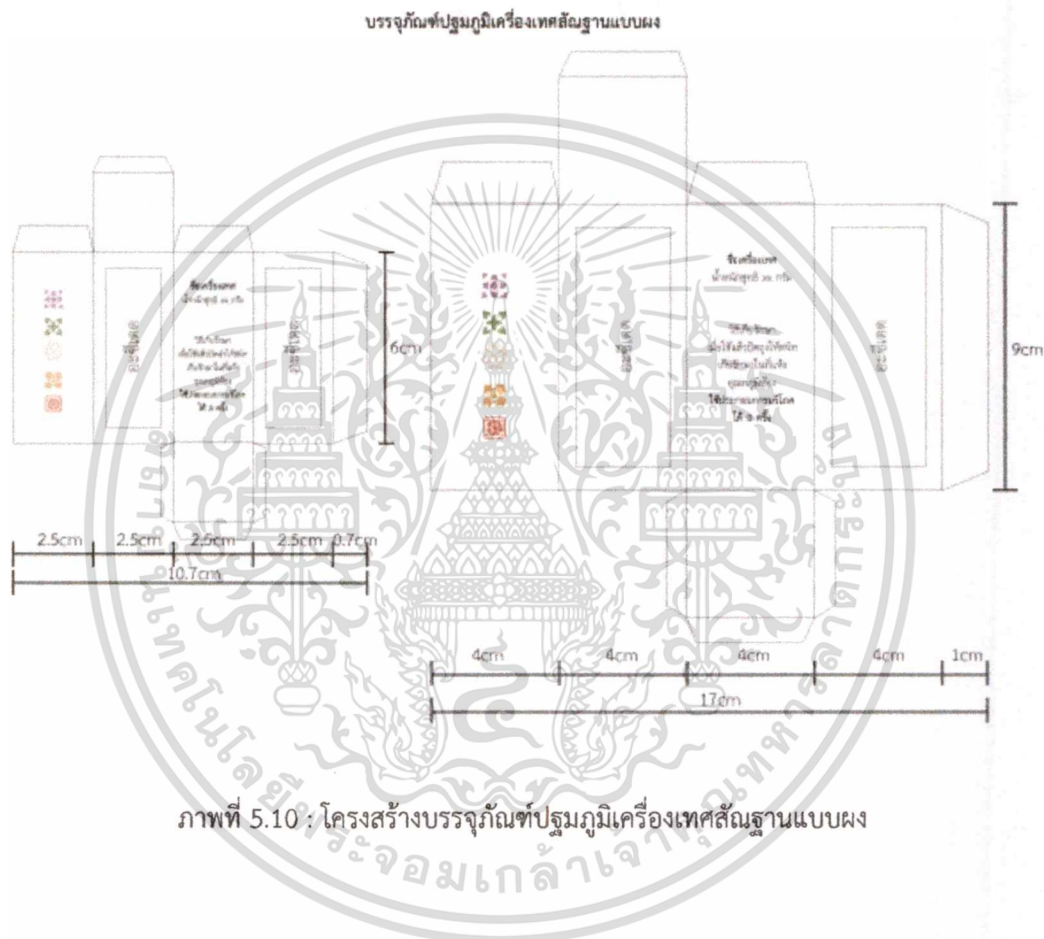
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือแบบเพื่อการผลิต

1. บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ

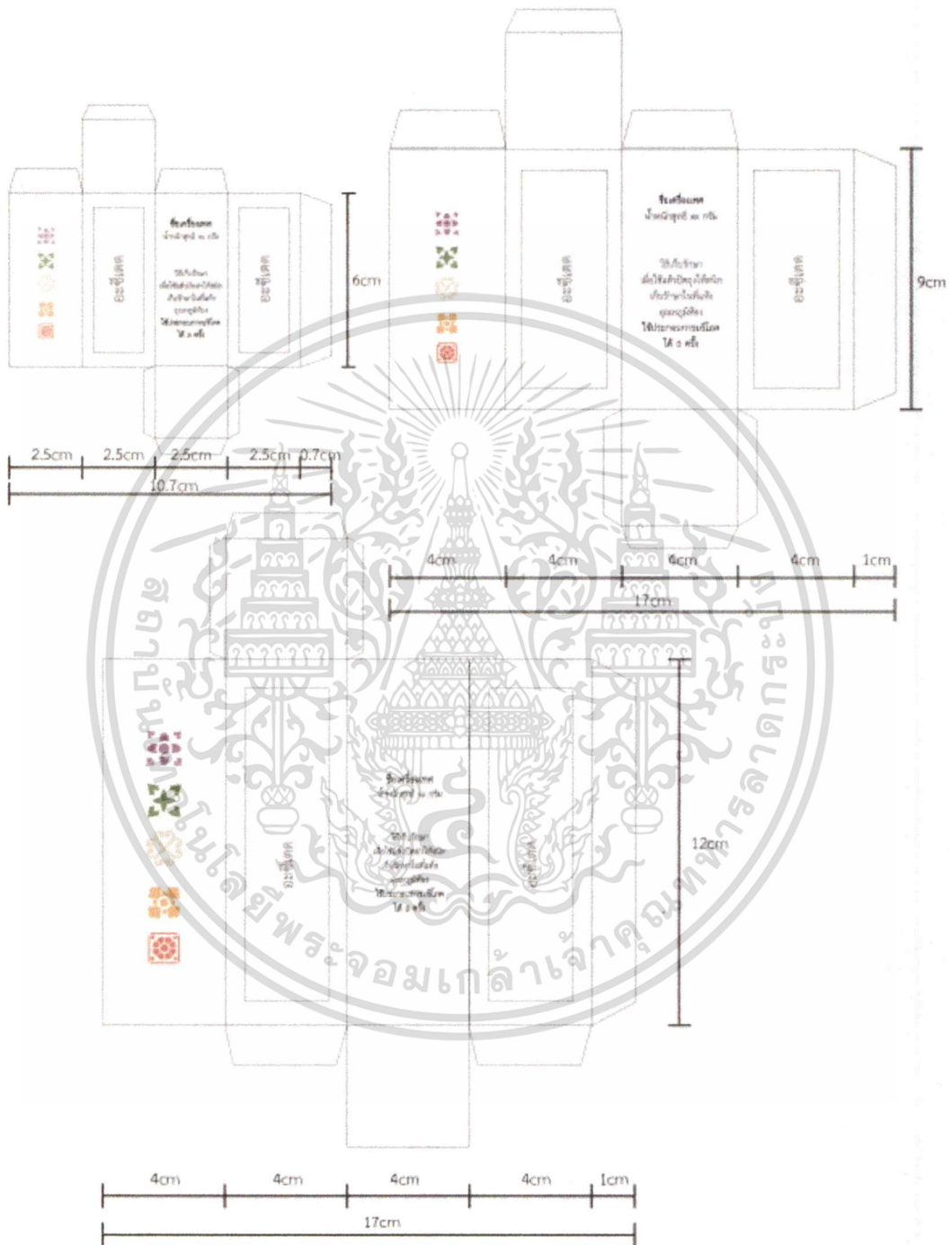
1.1) วัสดุสำหรับการผลิต : กระดาษแข็ง 200 แกรมขึ้นไป

พลาสติกอะซีเตต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

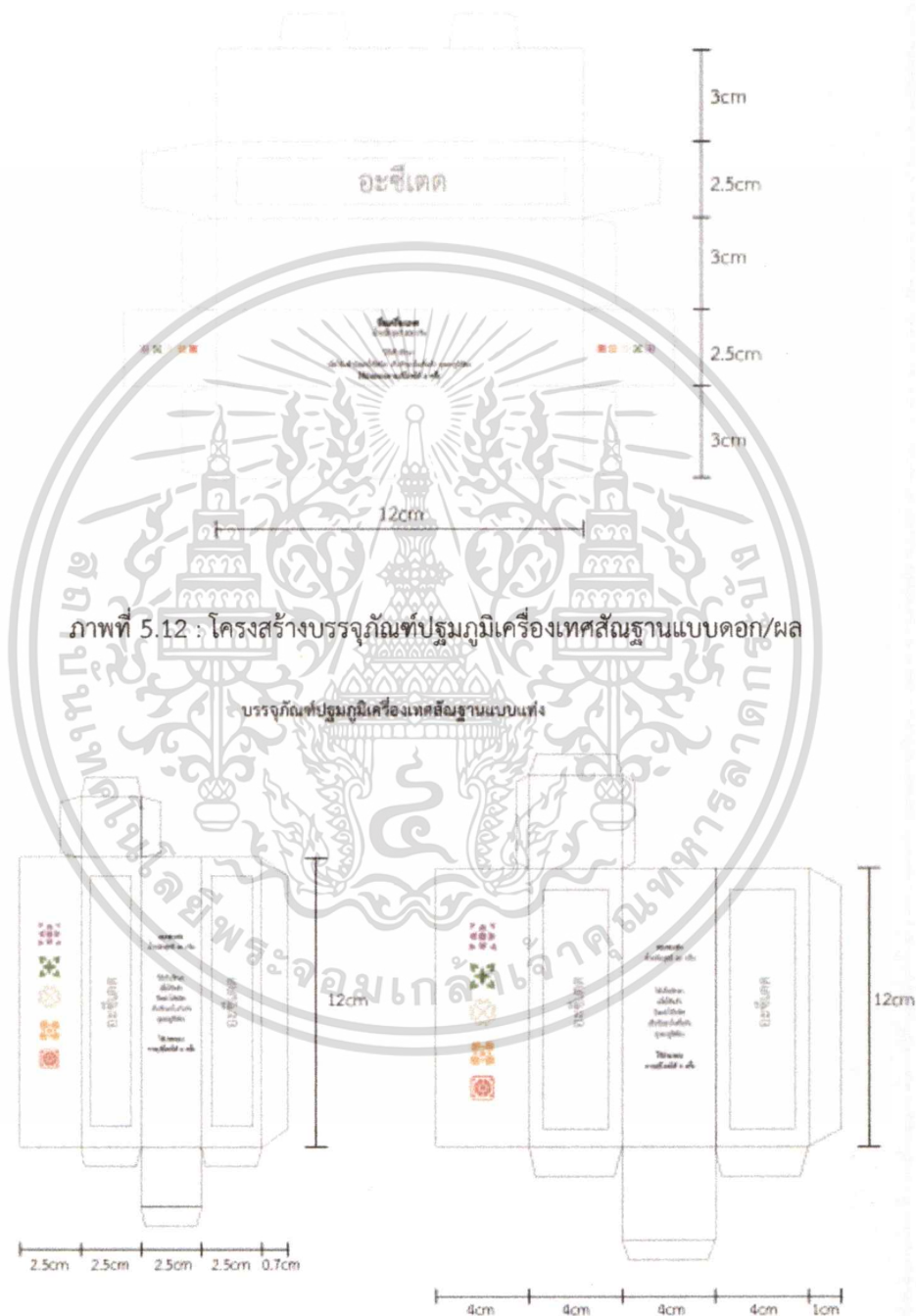
บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบเม็ด



ภาพที่ 5.11 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบเม็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบดอก/ผล



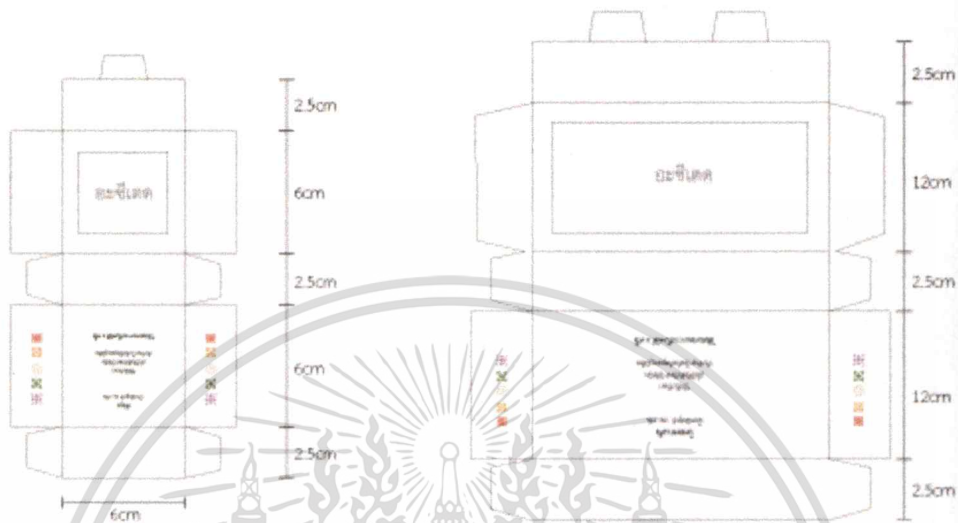
ภาพที่ 5.12 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบดอก/ผล

บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบแท่ง

ภาพที่ 5.13 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบแท่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบใบ



ภาพที่ 5.14 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบใบ

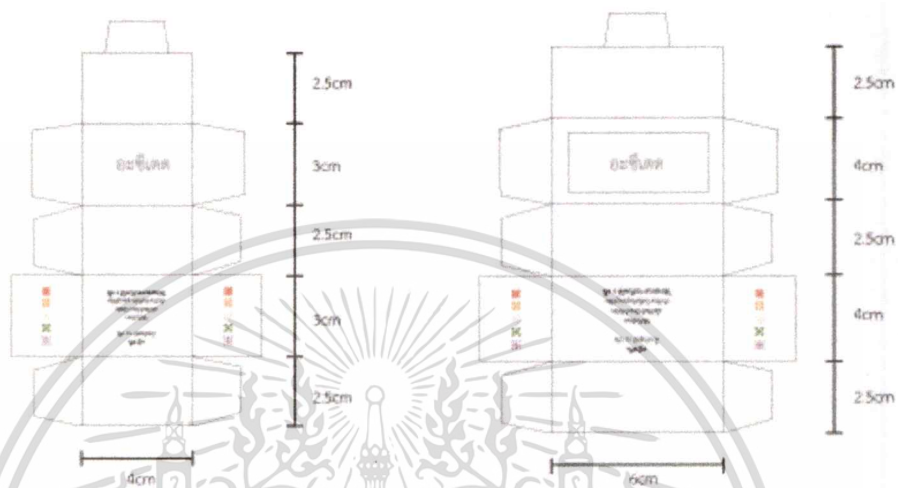
บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบแผ่น



ภาพที่ 5.15 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสัณฐานแบบแผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสลิฐานแบบเส้น



ภาพที่ 5.16 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิเครื่องเทศสลิฐานแบบเส้น

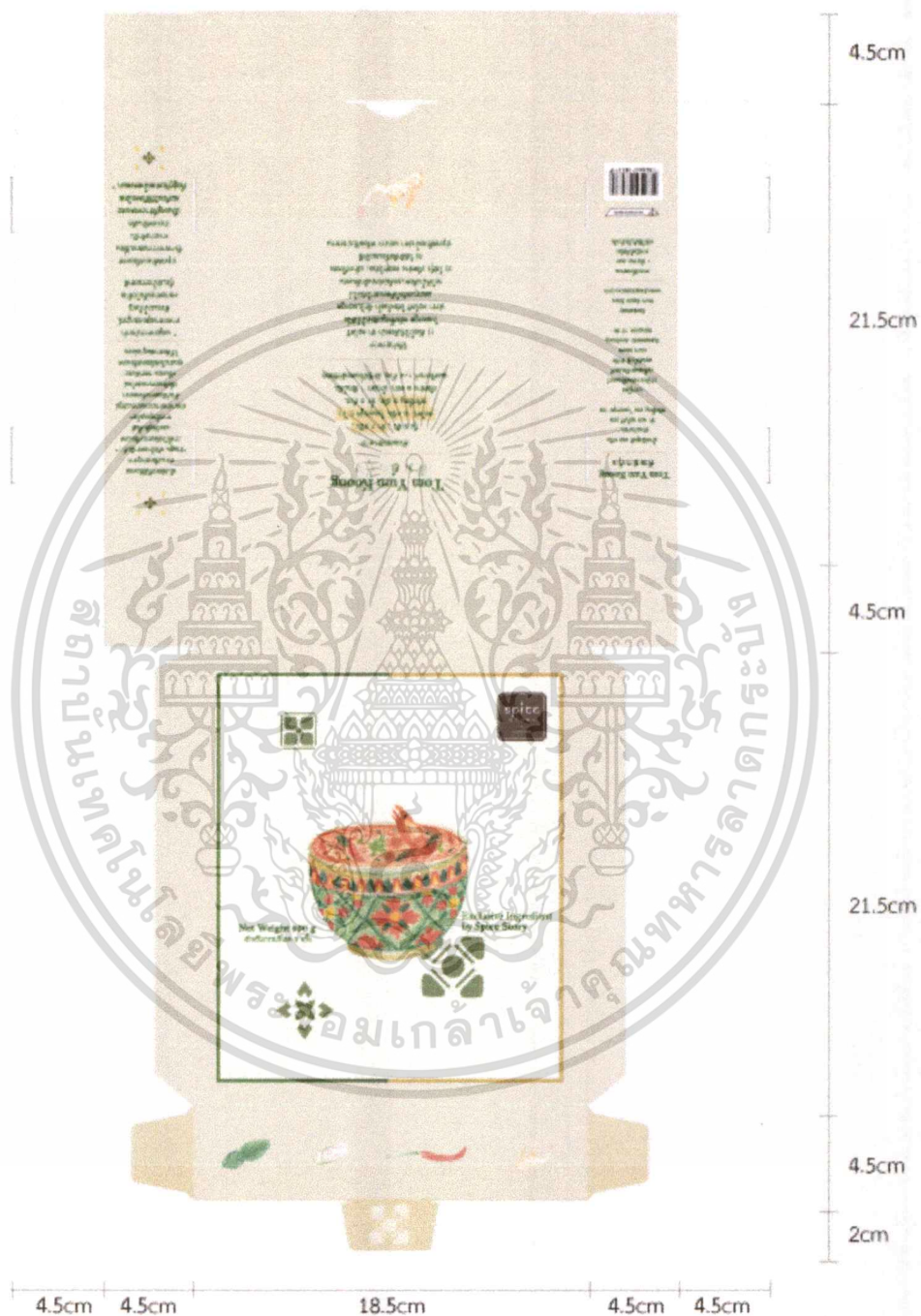
2. บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ

2.1) วัสดุสำหรับการผลิต : กระดาษ Cocktail Gin Fizz 270 แกรม

พลาสติกก๊อชซีเตด

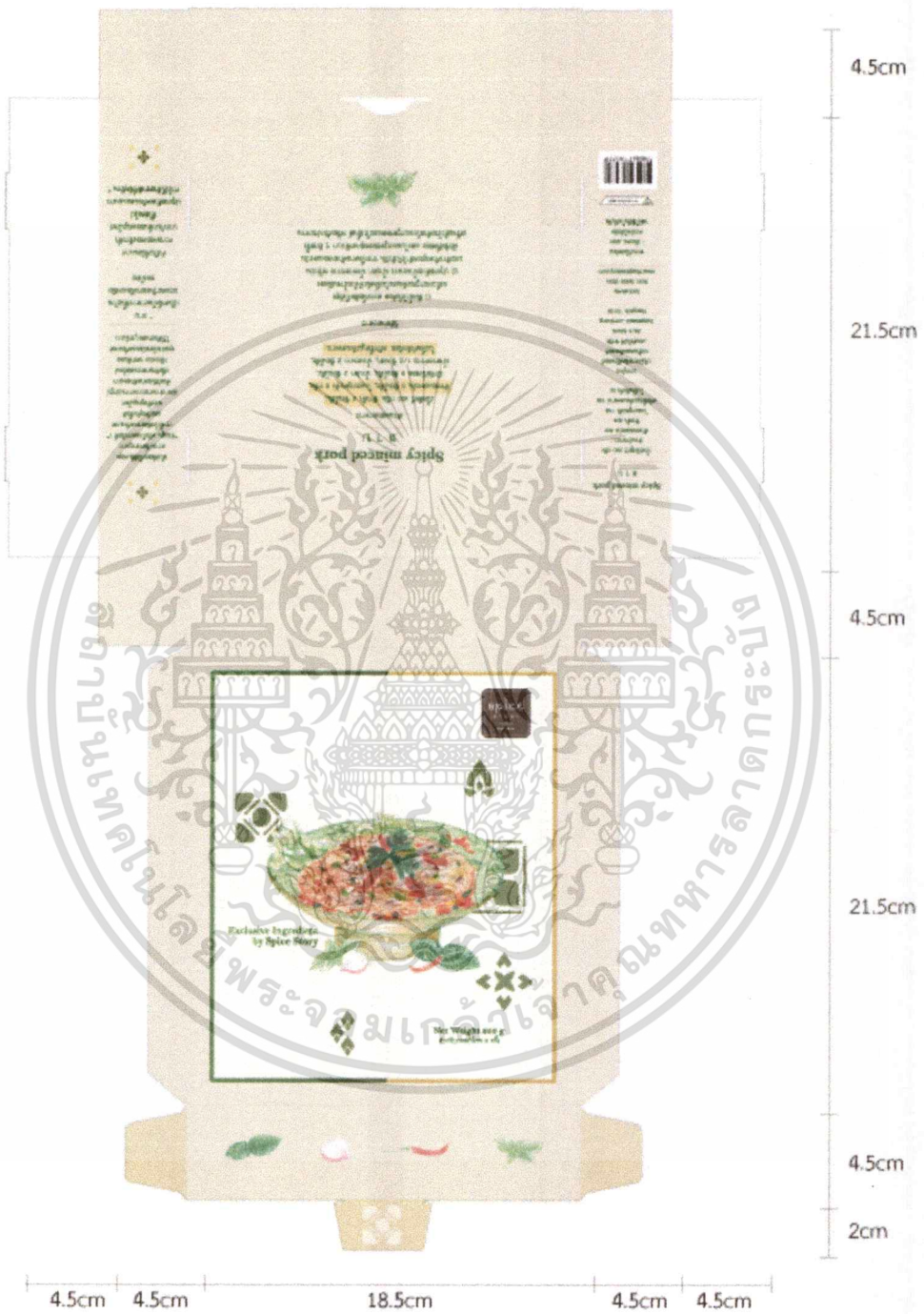
แหล่งซื้อวัสดุ : บริษัทเอกวินจำกัด 413/15 ถนนนนทรี ต. ชองนนทรี

อ. ยานนาวา จ. กรุงเทพมหานคร 10210



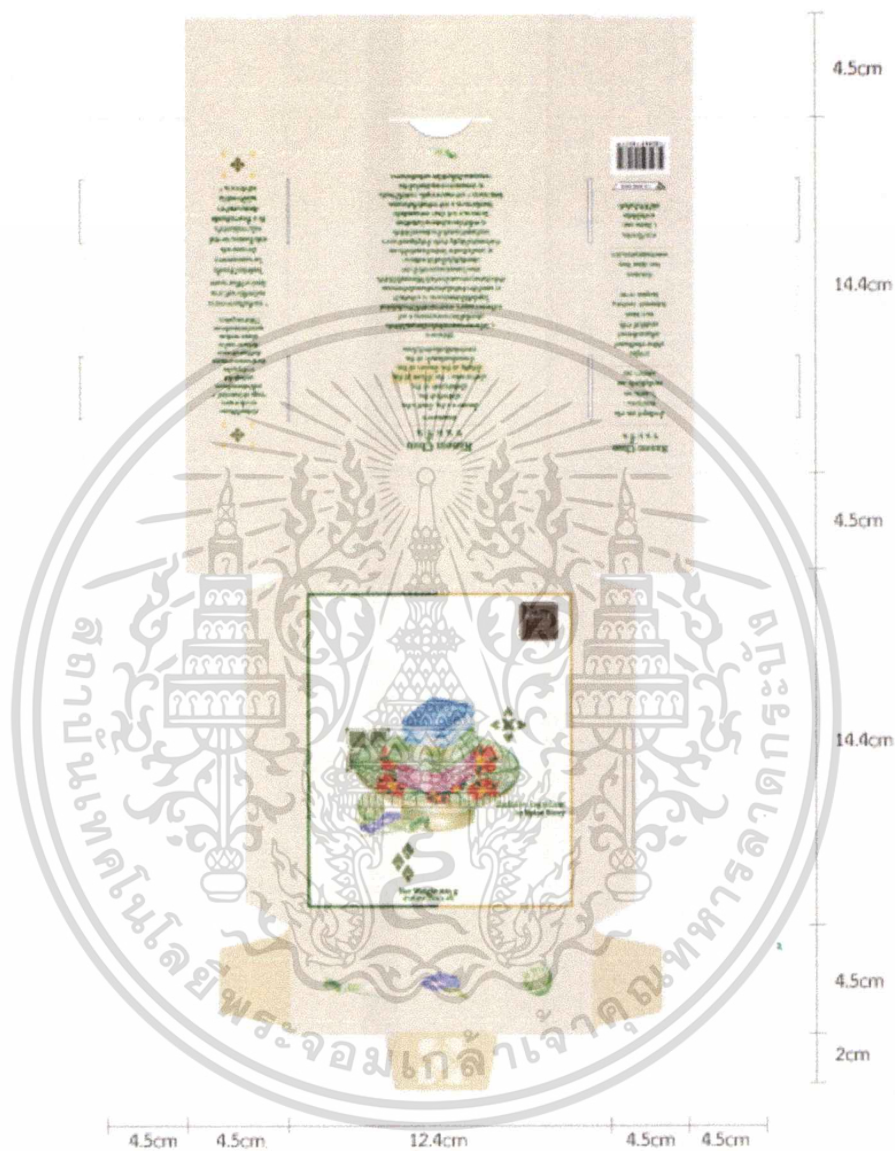
ภาพที่ 5.17 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์ต้มยำกุ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



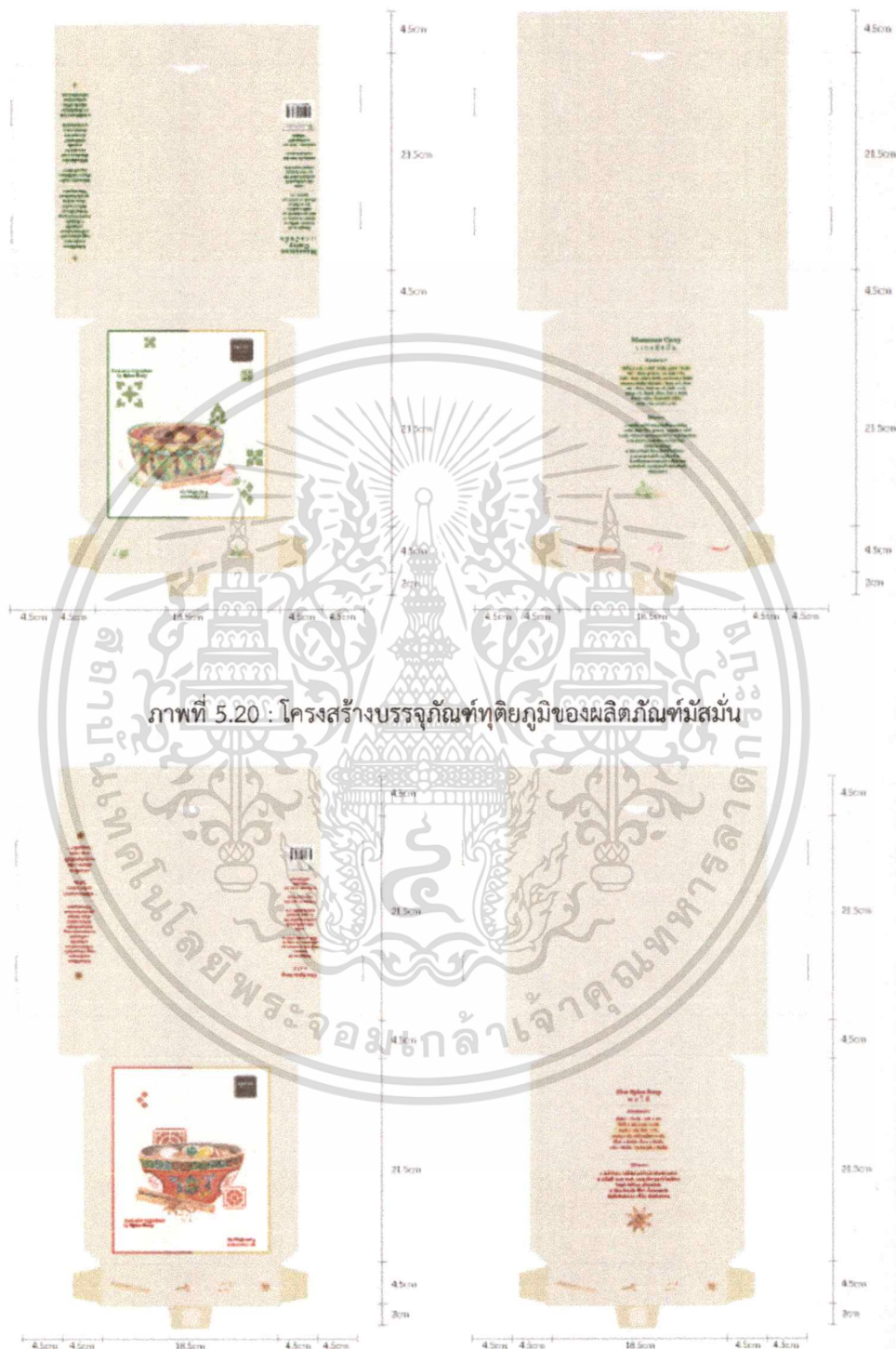
ภาพที่ 5.18 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์ลาบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.19 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หุติยภูมิของผลิตภัณฑ์ขนมขึ้น

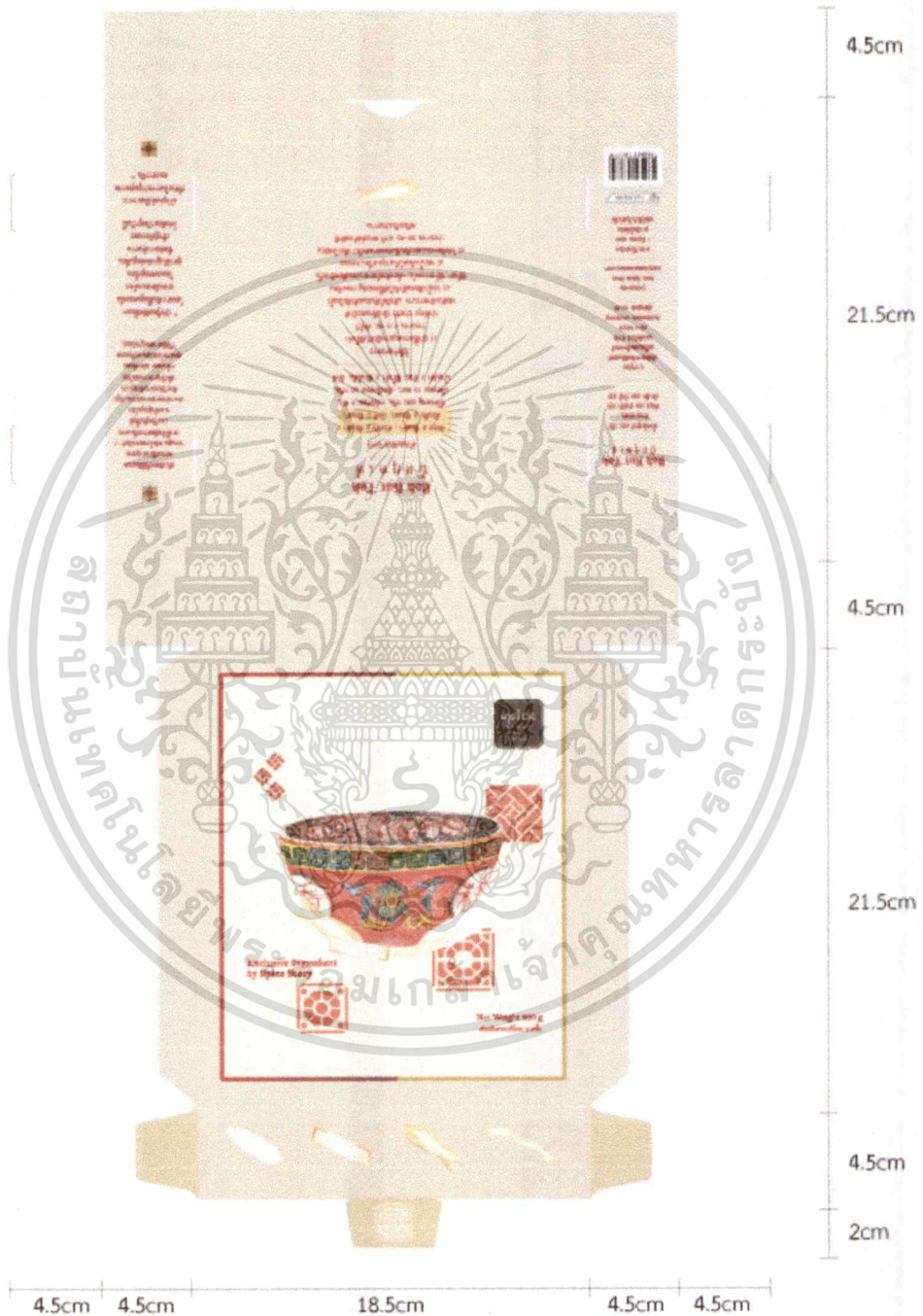
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.20 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์นมข้น

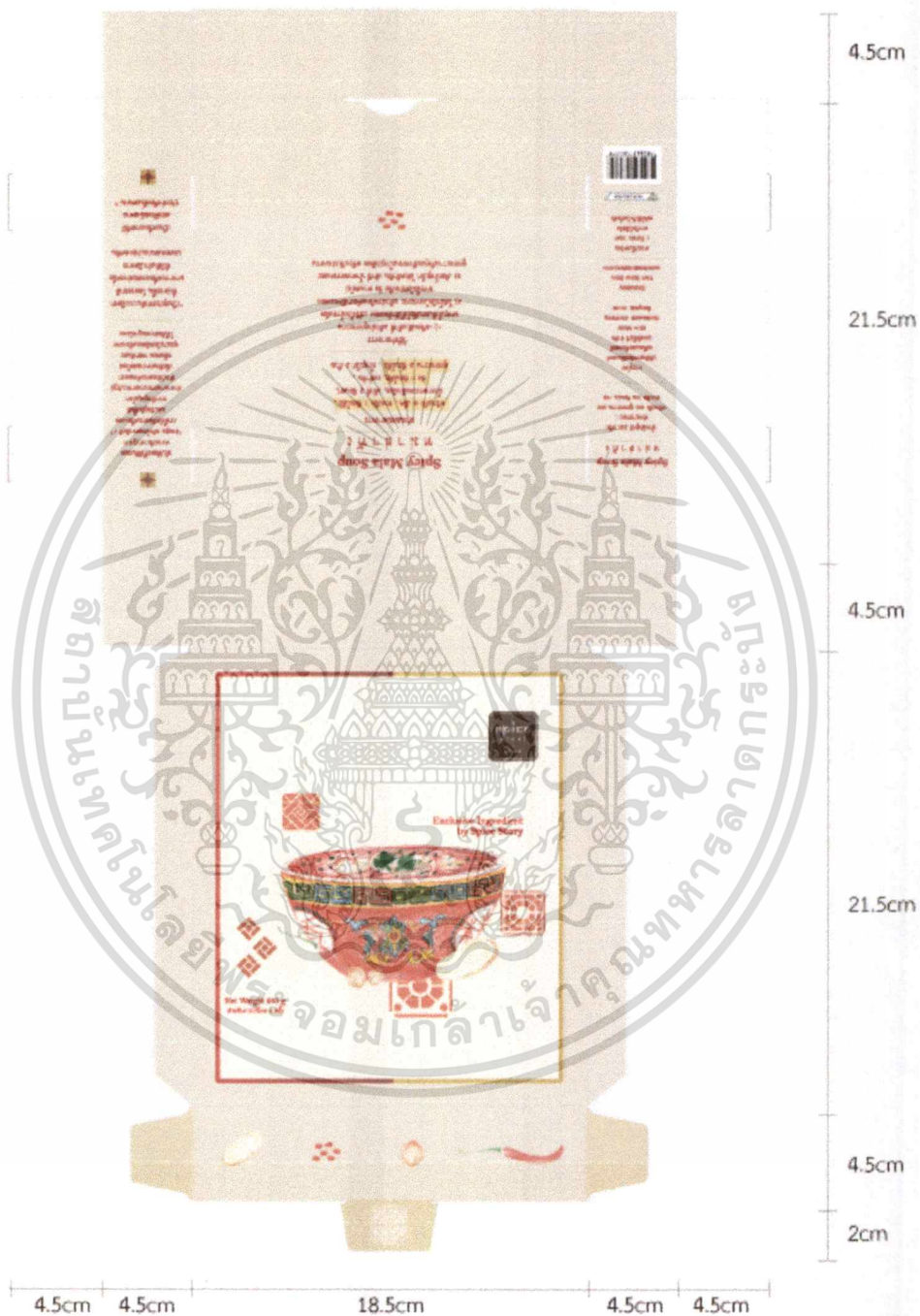
ภาพที่ 5.21 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์พะโล้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



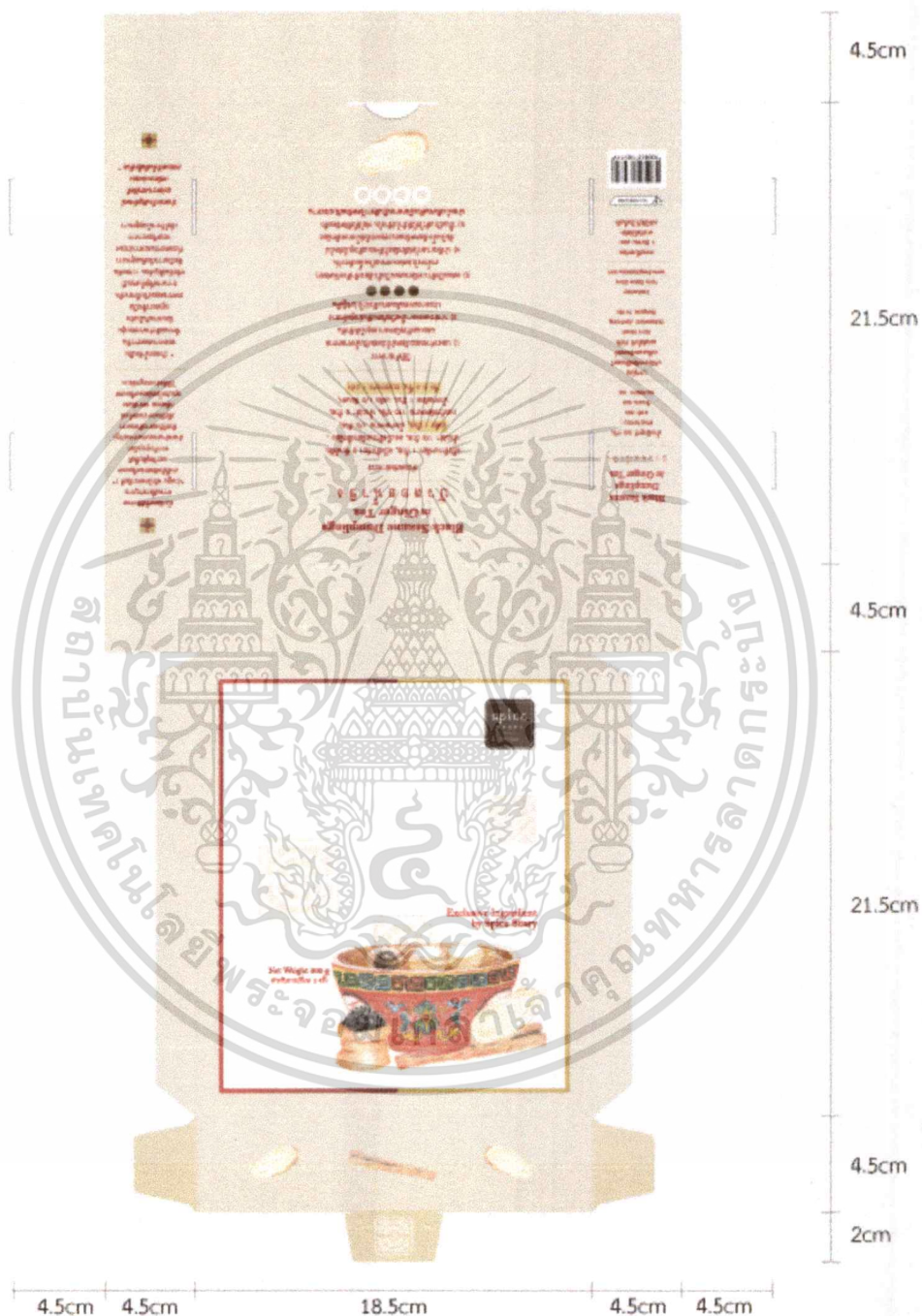
ภาพที่ 5.22 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์บักกุดเต๋

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.23 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หัตถิยภูมิของผลิตภัณฑ์หม่าล่าทั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



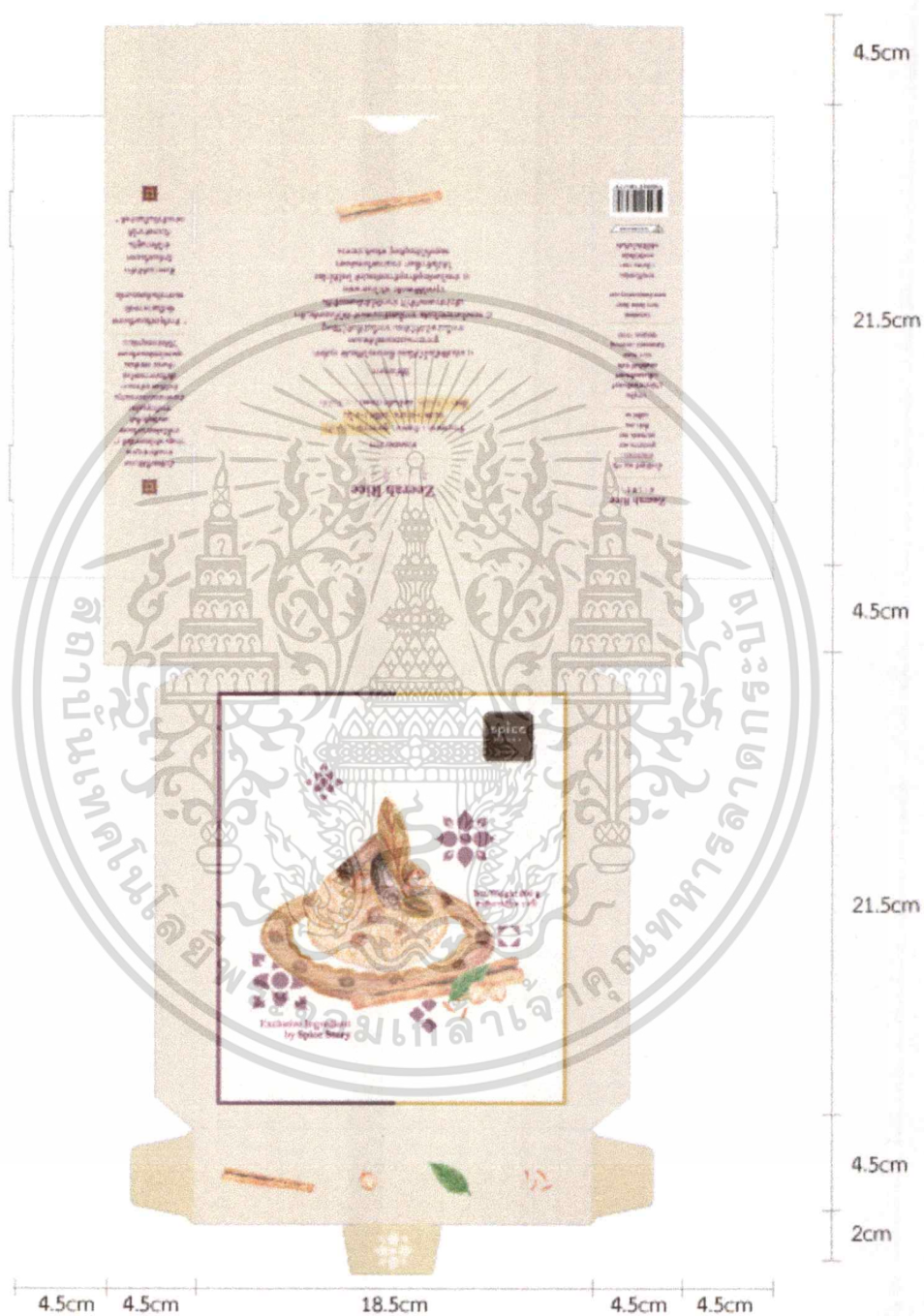
ภาพที่ 5.24 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์บัวลอยน้ำขิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.25 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์มาชาล่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



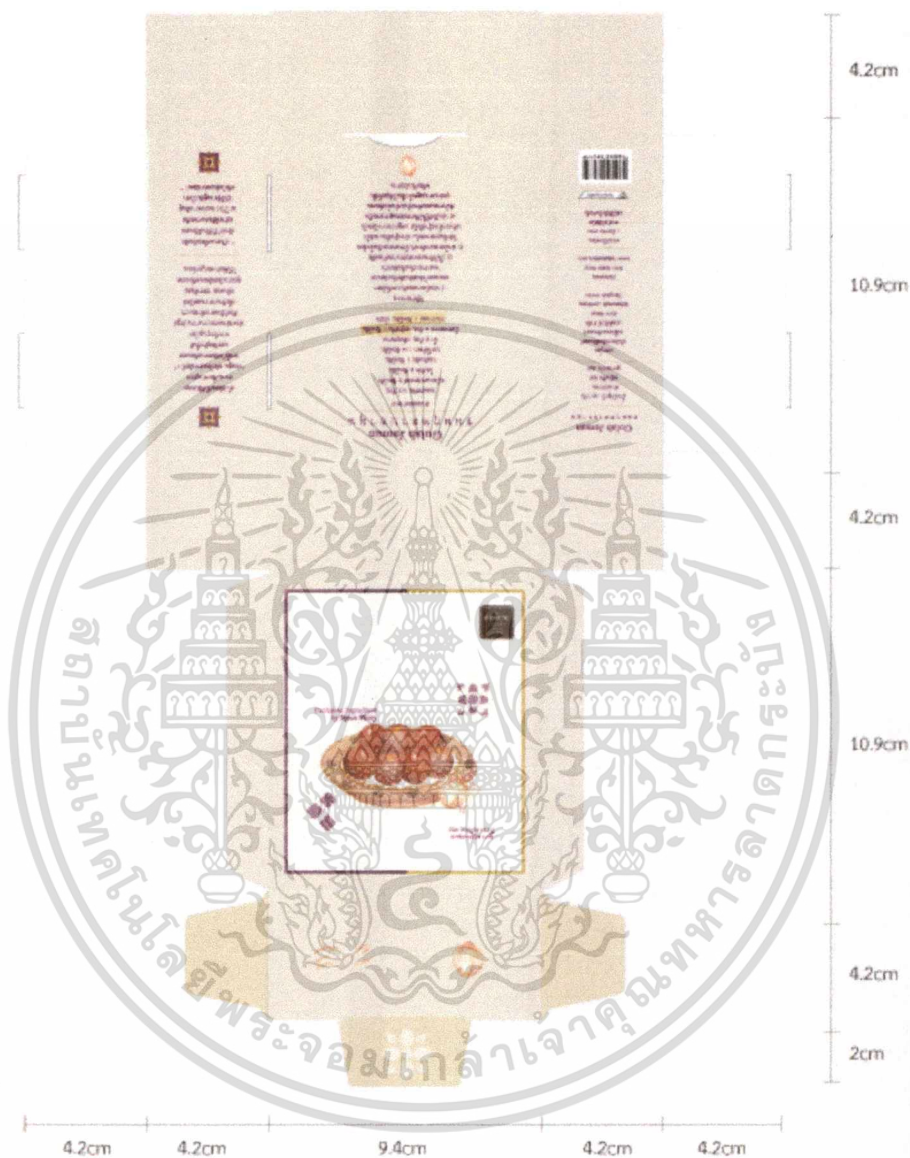
ภาพที่ 5.26 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หัตถิยภูมิของผลิตภัณฑ์ข้าวซีร่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.27 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หัตถิภุมิของผลิตภัณฑ์ไก่แทนดอริ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.28 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์ขนมกุหลาบยามุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.29 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หัตถิยภูมิของผลิตภัณฑ์พาสต้าเพลสโต้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.30 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์รสได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.31 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หัตถิยภูมิของผลิตภัณฑ์ลาซานญา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



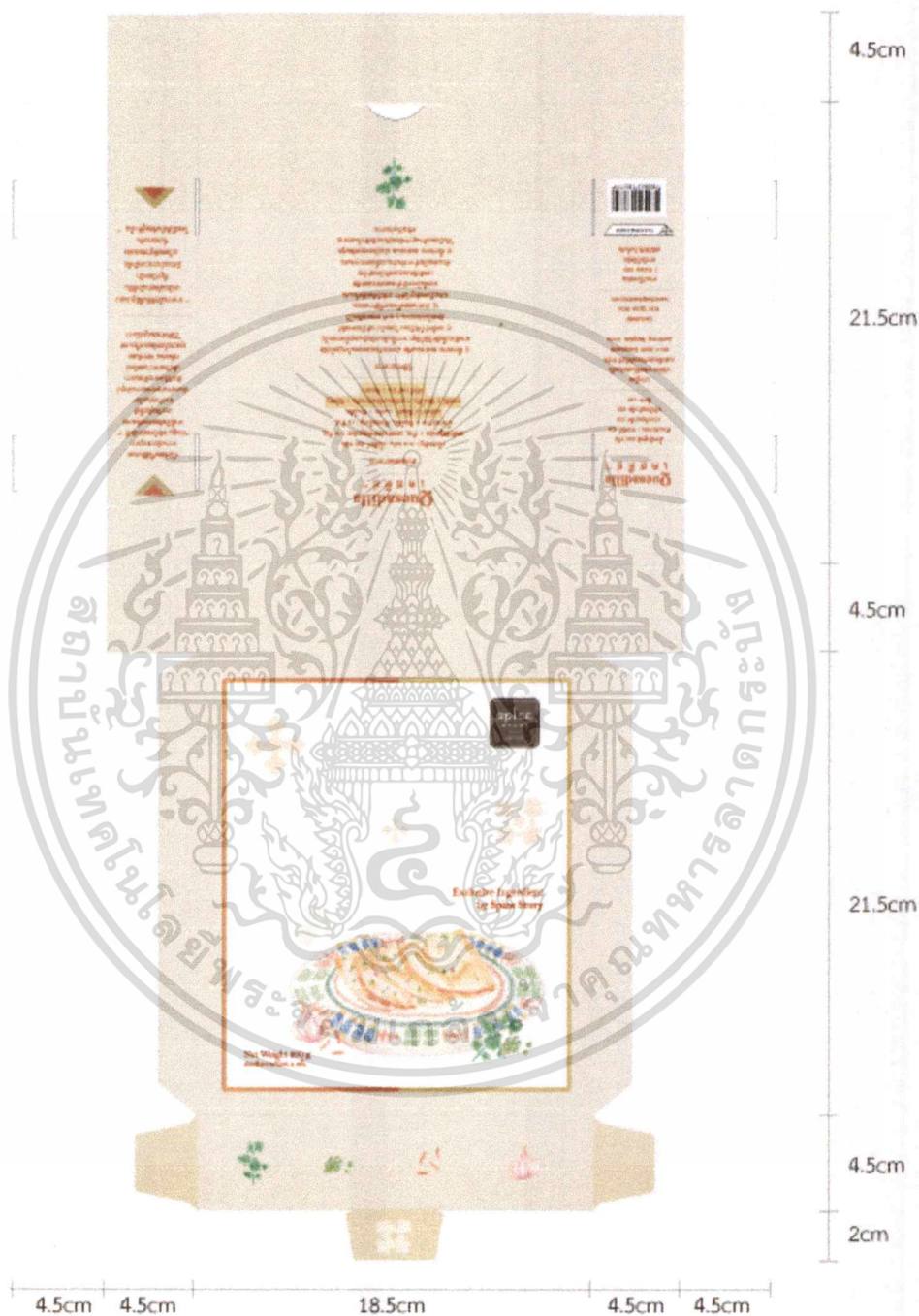
ภาพที่ 5.32 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์ขนมปानีตโตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



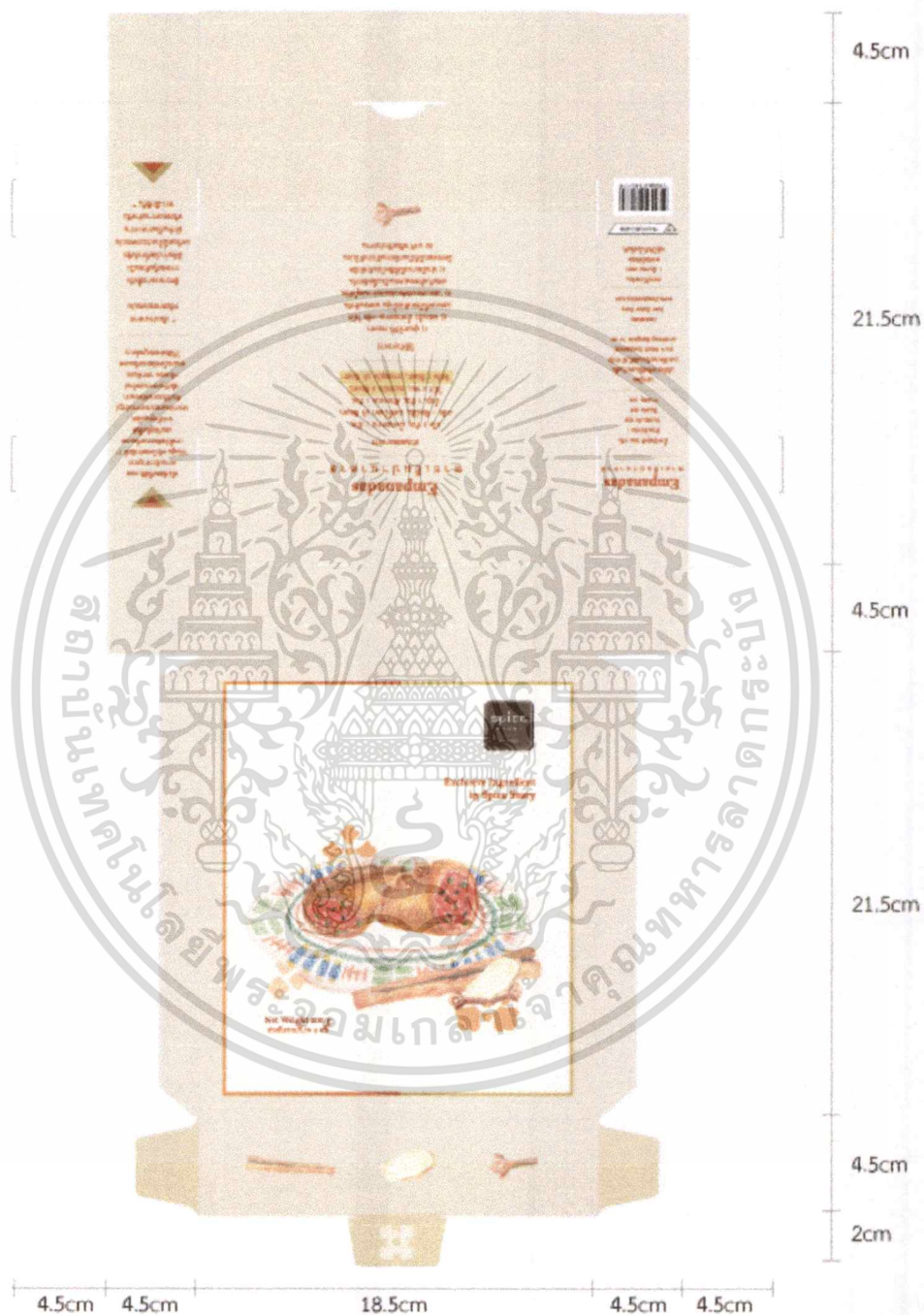
ภาพที่ 5.33 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์หัตถิยภูมิของผลิตภัณฑ์ทาโก้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.34 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์เคสดีย่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.35 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์พายเอ็มปานาดาส

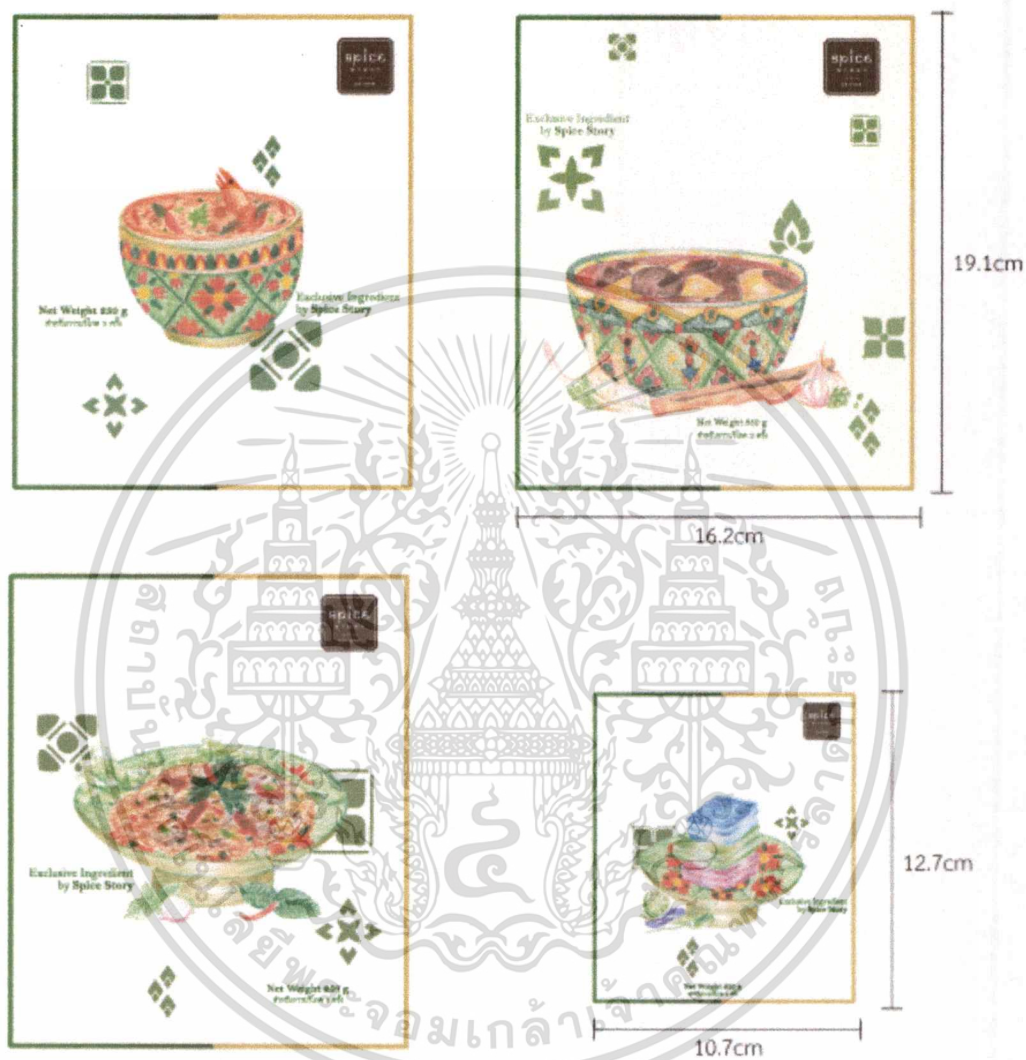
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.36 : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิของผลิตภัณฑ์นาโช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

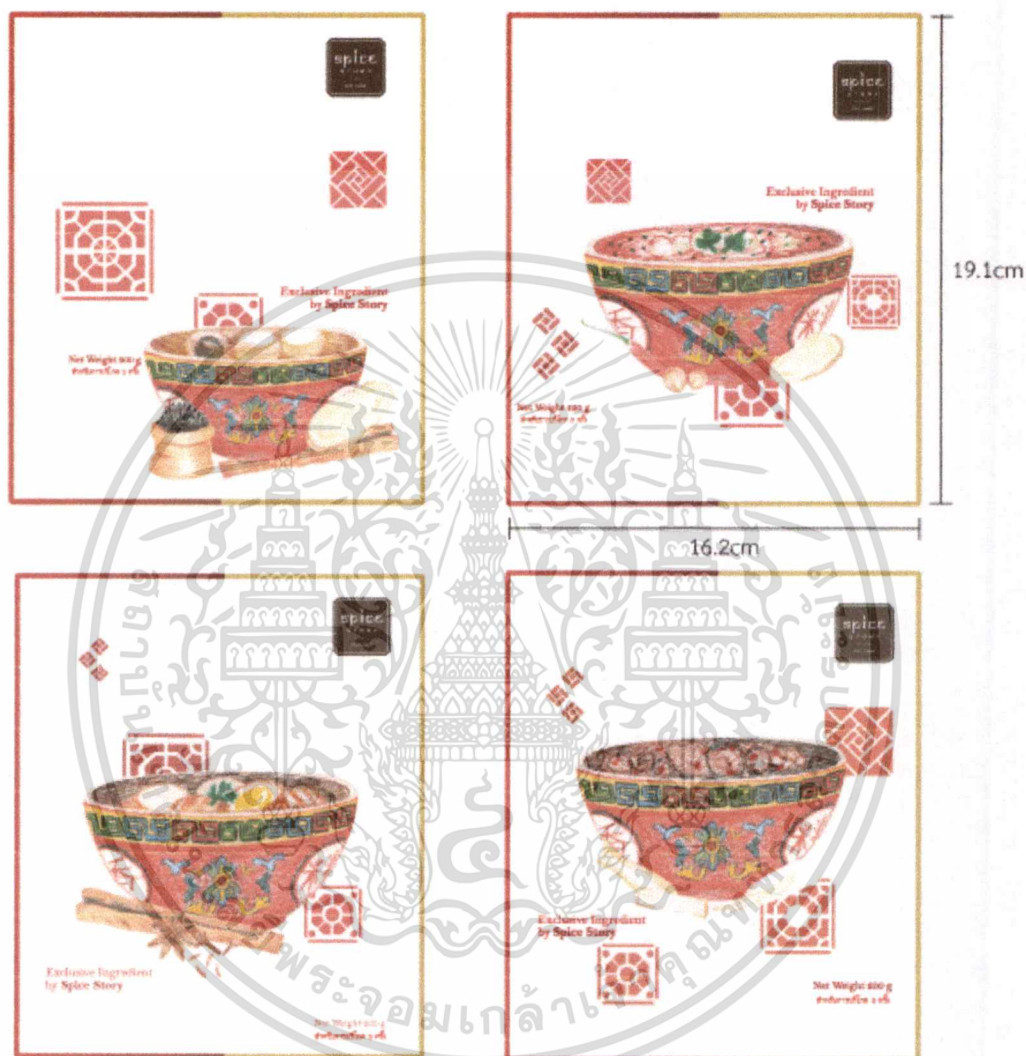
ประเทศไทย



ภาพที่ 5.37 : กราฟิกพิมพ์บนแผ่นอะซีเตตของบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศจีน



ภาพที่ 5.38 : กราฟิกพิมพ์บนแผ่นอะซีเตดของบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิประเทศจีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศอินเดีย



ภาพที่ 5.39 : กราฟิกพิมพ์บนแผ่นอะซีเตตของบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิประเทศอินเดีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศอิตาลี



ภาพที่ 5.40 : กราฟิกพิมพ์บนแผ่นอะซีเตดของบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิประเทศอิตาลี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศเม็กซิกัน



ภาพที่ 5.41 : กราฟิกพิมพ์บนแผ่นอะซีเตตของบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิประเทศเม็กซิกัน

3. ถาดถือคบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ

3.1) วัสดุสำหรับการผลิต : กระดาษแข็ง 180 แกรมขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.43 : โครงสร้างถาดล๊อคเครื่องเทศประเทศจีน

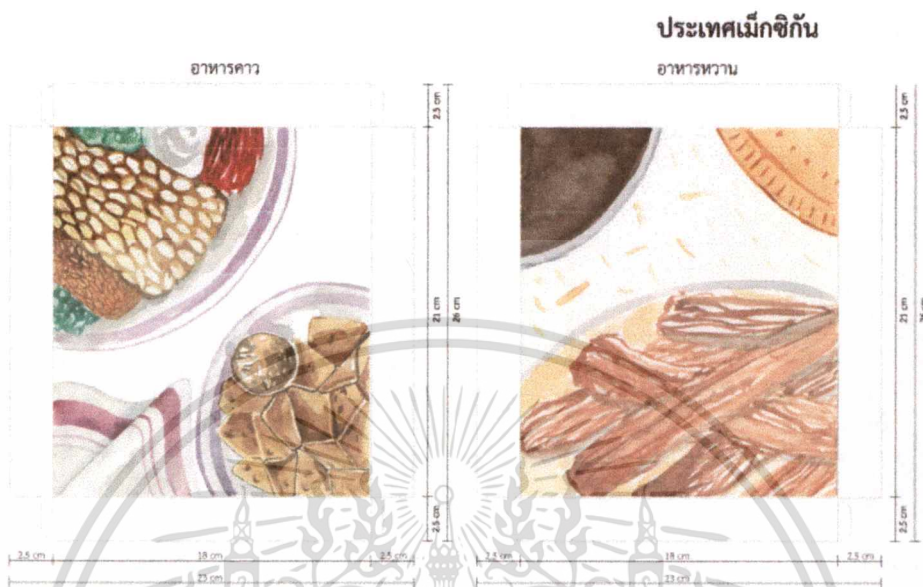
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.44 : โครงสร้างถาดลือคเครื่องเทศประเทศไทย

ภาพที่ 5.45 : โครงสร้างถาดลือคเครื่องเทศประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.46 : โครงสร้างถาดลือคเครื่องเทศประเทศเม็กซิกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล นางสาวปรีญาอรุณ แก้วมณี
 วัน- เดือน- ปีเกิด 7 มีนาคม 2538
 สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
 ที่อยู่ปัจจุบัน 8 ซอยอินทามระ 1 ถนนสาทรวิภาค เขตพญาไท แขวงสามเสนใน
 จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ 10400

ประวัติการศึกษา
 ประถมศึกษา
 มัธยมศึกษา
 ระดับปริญญาตรี

โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสซาเวียร์คอนแวนต์
 โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย
 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สาขาการออกแบบสันทะสามมิติ
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง