

โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์
แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งติ้น”
Packaging and Graphic Design for “Keng-Tin”
Phuket Native Dessert Brand “Keng-Tin”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสันทนเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์
แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งตั้น”
Packaging and Graphic Design for “Keng-Tin”
Phuket Native Dessert Brand “Keng-Tin”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสันทะเทศสามมิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งตั้น”
นักศึกษา	นางสาวกอบแก้ว อินทร์แก้ว
รหัสนักศึกษา	57020250
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	การออกแบบสันทะสามมิติ
พศ.	2560
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภาพรณ สวัสดิชัย

บทคัดย่อ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตั้น ซึ่งเป็นร้านขนมเก่าแก่ของจังหวัดภูเก็ตตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 มีอายุมายาวนานกว่า 75 ปี สูตรการทำขนมของร้านสืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่นแต่ในปัจจุบันร้านมีการแข่งขันกันในเรื่องของภาพลักษณ์มากขึ้น เมื่อร้านเค่งตั้นเติบโตขึ้นไม่เพียงแคขายให้กับคนในจังหวัด แต่ต้องจูงใจให้ผู้บริโภคที่ไม่รู้จักร้านเค่งตั้นให้เปิดใจและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเราด้วย

จากปัญหาที่พบดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ก่อให้เกิดหัวข้อวิทยานิพนธ์ “โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต เค่งตั้น ” เพื่อให้แบรนด์ขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตั้น เกิดภาพจำในกลุ่มผู้บริโภค และสามารถถ่ายทอดเรื่องของความเชื่อ ความเคารพ อันเป็นตัวตนของแบรนด์ออกมาได้มากยิ่งขึ้น

โดยจากการวิเคราะห์และสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค รวมถึงตอบโจทย์ภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้ามากที่สุดเนื่องจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อความสะดวกในการบริโภคและรูปลักษณ์ที่สอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภคนั้น เป็นปัจจัยสำคัญต่อ การตัดสินใจซื้อสำหรับผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้ง ยังช่วยส่งเสริมการขายได้ดีอีกด้วย

กิติกรรมประกาศ

โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรณารักษ์แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งตั้น” เกิดขึ้นได้จากความตั้งใจของผู้จัดทำ ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูล ทำการศึกษาวิเคราะห์ ข้อมูล และสรุปผลข้อมูลต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ซึ่งศิลปินพณิชย์ฉบับนี้ จะไม่สามารถสำเร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายได้ด้วยดี หากขาดแรงสนับสนุน กำลังใจ คำปรึกษา ตลอดจนความช่วยเหลือต่างๆ จากบุคคล และหน่วยงานหลายฝ่าย จึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ พ่อ แม่ ที่คอยสนับสนุน ทั้งกำลังใจและกำลังใจทรัพย์ ซึ่งศิลปินพณิชย์นี้จะจบไม่ได้ หากขาดแรงสนับสนุนนี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภาพรณ สวัสดิชัย ที่คอยเป็นที่ปรึกษาและช่วยแนะนำแนวทางต่างๆ จนทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธวัชชัย มหานพวงศ์ ชัยอาจารย์ ดนุภพ ไชยศิริ อาจารย์ นีรวรรณ รัตนวิจารณ์ และอาจารย์ทุกท่าน ที่คอยอบรมสั่งสอน คอยกล่าวคำแนะนำมาตลอด 4 ปีจนมีวันนี้

ขอขอบคุณ คุณ วิภาดา ทองภิญโญชัย ที่ให้ความร่วมมือ คอยให้ความรู้เรื่องขนมจีนโบราณที่เราไม่เคยรู้ ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของร้านขนมรวมถึงวิธีการทำต่างๆ ที่ใช้ประกอบศิลปินพณิชย์เล่มนี้

ขอขอบคุณ ญาติๆ และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนที่ช่วยแสดงความคิดเห็นในการสัมภาษณ์นอกสถานที่ ที่ช่วยให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ นางสาว วรณธกานต์ แก้วสุก ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจอยู่เสมอ ขอขอบคุณ นางสาวณัฐวิภา งามอุดมเกียรติ นางสาว อัญญา เลิศไตรรักษ์ ที่คอยให้คำปรึกษาและร่วมทำงานมาด้วยกันจนจบงานนี้

สุดท้ายขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้ศิลปินพณิชย์เล่มนี้จบลุล่วงได้ด้วยดี

สารบัญ

หน้า

ใบรับรองศิลปนิพนธ์.....	I
บทคัดย่อภาษาไทย.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญรูป.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.3.1 ขอบเขตประชากร.....	2
1.3.2 ขอบเขตเนื้อหา.....	2
1.4 วิธีการดำเนินโครงการโดยย่อ.....	6
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
1.6 นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	7
2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต เค่งตั้ง.....	7
2.1.1 ประวัติของร้านขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตั้ง.....	7
2.1.2 ที่ตั้งของร้านขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตั้ง.....	8
2.1.3 Brand Identity.....	9
2.1.4 Brand Platform.....	11
2.1.5 Brand Archetype.....	12
2.1.6 Brand Concept.....	12
2.1.7 Brand Image.....	13
2.1.8 Swot Analysis.....	14
2.1.9 Product Mix	15
2.1.10 Brand Touchpoint.....	20
2.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต.....	23
2.2.1 ขนมภายในร้าน.....	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.2 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์.....	33
2.2.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์.....	34
2.2.4 Unique Selling Point.....	47
2.3 ข้อมูลคู่แข่ง.....	48
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์.....	53
2.4.1 ถ้อยคำบรรยายที่จำเป็นบนบรรจุภัณฑ์.....	53
2.4.2 ข้อความที่มีความจำเป็นต้องพิมพ์เป็นภาษาต่างๆ.....	55
2.4.3 ข้อมูลที่ต้องแจ้งเตือน.....	55
2.4.4 ข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น อย.	55
2.4.5 Packaging Strategy 2P2C.....	56
2.5 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย.....	56
2.5.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Demographic).....	56
2.5.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Psychographic).....	56
2.5.3 สรุปข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบ.....	57
2.6 เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค.....	57
2.6.1 การให้คุณค่าความสำคัญของผู้บริโภค.....	57
2.6.2 ความต้องการในการตรวจตรา ทดสอบสินค้าก่อนการเลือกซื้อ.....	57
2.6.3 ความสะดวกในการเคลื่อนย้าย.....	57
2.6.4 ความต้องการในการจัดวาง เก็บรักษา.....	58
2.6.5 ความต้องการในอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์.....	58
2.6.6 ความสะดวกในการเปิดปิดบรรจุภัณฑ์.....	58
2.6.7 เงื่อนไขความปลอดภัยต่อผู้บริโภค.....	58
2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง.....	58
2.7.1 คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุขนมอบแห้ง.....	58
2.7.2 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ประเภท พลาสติก.....	61
2.7.3 ระบบทางการพิมพ์.....	64

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.8 สรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ.....	66
2.8.1 เกณฑ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Criteria).....	68
บทที่ 3 การดำเนินการออกแบบ.....	69
3.1 แนวความคิดในการออกแบบ.....	69
3.1.1 แนวความคิดด้านตราสินค้า.....	69
3.2 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ.....	71
3.3 แนวความคิดด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	73
3.4 แนวความคิดด้าน Graphic.....	75
3.4.1 แนวคิดด้าน Graphic ชั้นที่ 1.....	75
3.4.2 แนวคิดด้าน Graphic ชั้นที่ 2.....	79
3.4.3 แนวคิดด้าน Graphic ชั้นที่ 3.....	88
3.5 แนวความคิดด้านการออกแบบ Display.....	93
3.5.1 ศูนย์การท่องเที่ยวถนนกลาง.....	93
3.5.2 ร้านเค่งตั้ง.....	94
3.5.3 Top Supermarket สาขา Central Phuket.....	94
3.6 ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย.....	95
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ.....	96
4.1 ภาพถ่ายแบบจำลองขั้นสุดท้าย.....	96
4.2 ภาพจำลองชั้นวางบรรจุภัณฑ์.....	100
4.3 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ.....	101
4.4 การจัดวางพื้นที่เพื่อนำเสนอผลงานการออกแบบ.....	103
บทที่ 5 การสรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	104
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากโครงการ.....	104
5.1.1 บรรจุภัณฑ์เซตฝากขาย.....	104

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.2 บรรจุภัณฑ์เซตขายตลอดปี.....	105
5.1.3 ชั้นวางบรรจุภัณฑ์ ณ ศูนย์การท่องเที่ยวถนนกลาง.....	105
5.2 การอภิปรายในผลงานการออกแบบ.....	106
5.2.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	106
5.2.2 ด้านกราฟิก.....	106
5.2.3 ด้านการใช้งาน.....	106
5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์.....	106
5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ.....	107
บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก.....	109
ภาคผนวก ก.....	110
ประวัติผู้เขียน.....	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ9).....	43
ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ10).....	44
ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ11).....	45
ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ12).....	46
ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ13).....	47
ตารางที่ 2.6 วิเคราะห์แบรนด์และคู่แข่งทางการตลาด.....	48
ตารางที่ 2.6 วิเคราะห์แบรนด์และคู่แข่งทางการตลาด (ต่อ).....	49
ตารางที่ 2.7 แสดงข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของแต่ละสินค้า.....	50
ตารางที่ 2.7 แสดงข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของแต่ละสินค้า (ต่อ).....	51
ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงข้อจำกัดและความต้องการในด้าน ผลิตภัณฑ์ สถานที่และผู้บริโภค.....	66
ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงข้อจำกัดและความต้องการในด้าน ผลิตภัณฑ์ สถานที่และผู้บริโภค (ต่อ).....	67
ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงกลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (2P2C).....	68
ตารางที่ 3.1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ.....	71
ตารางที่ 3.1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ (ต่อ).....	72
ตารางที่ 3.2 เกณฑ์ในการพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	75
ตารางที่ 3.3 เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic ขั้นที่1.....	78
ตารางที่ 3.4 เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic ขั้นที่2.....	84
ตารางที่ 3.5 เกณฑ์ในการพิจารณา Shelf Impact.....	85

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 คุณ วิภาดา ทองภิญโญชัย (เกี).....	8
ภาพที่ 2.2 ที่ตั้งของร้าน เค่งดิน.....	8
ภาพที่ 2.3 บรรยากาศภายในร้าน เค่งดิน.....	9
ภาพที่ 2.4 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใช้ในปัจจุบัน.....	9
ภาพที่ 2.5 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใช้ในปัจจุบัน.....	9
ภาพที่ 2.6 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใช้ในปัจจุบัน.....	10
ภาพที่ 2.7 ป้ายร้านเค่งดิน.....	10
ภาพที่ 2.8 ภาพ Order ขนมไหว้พระจันทร์.....	10
ภาพที่ 2.9 Brand Archetype.....	12
ภาพที่ 2.10 บรรยากาศภายในร้าน เค่งดิน.....	13
ภาพที่ 2.11 บรรยากาศหน้าร้าน เค่งดิน.....	13
ภาพที่ 2.12 ขนมตุ๋นตุ๋น.....	23
ภาพที่ 2.13 เต้าส้อ.....	23
ภาพที่ 2.14 มอล้าว.....	24
ภาพที่ 2.15 ซี่เต้าส้อ.....	24
ภาพที่ 2.16 บี้ฝรั่ง.....	25
ภาพที่ 2.17 หลี่ฮูเปี้ยะ (ขนมปลา).....	25
ภาพที่ 2.18 บะโก้.....	25
ภาพที่ 2.19 ปู้ยควาย.....	26
ภาพที่ 2.20 ก่องหยุน.....	26
ภาพที่ 2.21 เกตหล่องเตี๋ยว.....	26
ภาพที่ 2.22 ขนมนก.....	27
ภาพที่ 2.23 ขนมตอก.....	27
ภาพที่ 2.24 กินนึ่งโก.....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 2.25 ขนมโก้.....	28
ภาพที่ 2.26 จันอับ.....	28
ภาพที่ 2.27 ถั่วตัด.....	28
ภาพที่ 2.28 ถั่วทอด.....	29
ภาพที่ 2.29 ซาลาเปาไส้สังขยา.....	29
ภาพที่ 2.30 ไล่โก้.....	29
ภาพที่ 2.31 ขนมหริกไทย.....	30
ภาพที่ 2.32 ขนมอังกู (ขนมเต่า).....	30
ภาพที่ 2.33 เตเหลี้ยว.....	31
ภาพที่ 2.34 วิธีกินขนมผ่างเปี้ยะ.....	31
ภาพที่ 2.35 ขนมหั้วพระจันทร์.....	32
ภาพที่ 2.36 กราฟแสดงคู่แข่งทางการตลาด.....	49
ภาพที่ 2.37 แสดงตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แบบเก่าและใหม่.....	52
ภาพที่ 2.38 ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้.....	53
ภาพที่ 2.39 ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้.....	54
ภาพที่ 2.40 ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้.....	55
ภาพที่ 2.41 ข้อกำหนดตามกฎหมาย เช่น อย.	55
ภาพที่ 2.42 กล่องกระดาษแข็งแบบท่อ.....	59
ภาพที่ 2.43 กล่องกระดาษแข็งแบบลาด.....	60
ภาพที่ 2.44 กล่องกระดาษแข็งแบบคงรูป (Rigid Box).....	61
ภาพที่ 2.45 ภาพกรรมวิธีการ Thermoforming.....	62
ภาพที่ 2.46 ภาพแสดงกรรมวิธีการเคลือบโดยการ Laminating.....	63
ภาพที่ 3.1 Family.....	69
ภาพที่ 3.2 Humble.....	70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 3.3 Respect.....	70
ภาพที่ 3.4 Sketch 1.....	73
ภาพที่ 3.5 Sketch 2.....	73
ภาพที่ 3.6 Sketch 3.....	74
ภาพที่ 3.7 Sketch 4-5.....	74
ภาพที่ 3.8 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	75
ภาพที่ 3.9 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	76
ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	76
ภาพที่ 3.11 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	77
ภาพที่ 3.12 ภาพแบบจำลองงานออกแบบครั้งที่ 1.....	78
ภาพที่ 3.13 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	79
ภาพที่ 3.14 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	79
ภาพที่ 3.15 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	80
ภาพที่ 3.16 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	80
ภาพที่ 3.17 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	81
ภาพที่ 3.18 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	81
ภาพที่ 3.19 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	82
ภาพที่ 3.20 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	82
ภาพที่ 3.21 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	83
ภาพที่ 3.22 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	83
ภาพที่ 3.23 ภาพแบบจำลอง Shelf Test.....	84
ภาพที่ 3.24 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Rubble Stamp.....	85

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 3.25 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Water Color.....	86
ภาพที่ 3.26 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Typo.....	86
ภาพที่ 3.27 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Drawing.....	86
ภาพที่ 3.28 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Graphic Art.....	87
ภาพที่ 3.29 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Crayon.....	87
ภาพที่ 3.30 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	88
ภาพที่ 3.31 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	88
ภาพที่ 3.32 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	89
ภาพที่ 3.33 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	90
ภาพที่ 3.34 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก.....	91
ภาพที่ 3.35 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ.....	91
ภาพที่ 3.36 ภาพแบบจำลองเซตฝากขาย.....	92
ภาพที่ 3.37 ภาพแบบจำลองเซตขายตลอดปี.....	92
ภาพที่ 3.38 ภาพศูนย์การท่องเที่ยวถนนกลาง.....	93
ภาพที่ 3.39 ภาพการออกแบบชั้นวางที่ถนนกลาง.....	93
ภาพที่ 3.40 ภาพร้านเค่งตัน.....	94
ภาพที่ 3.41 ภาพ Top Supermarket สาขา Central Phuket.....	94
ภาพที่ 3.42 ภาพแบบจำลองเซตฝากขาย.....	95
ภาพที่ 3.43 ภาพแบบจำลองเซตขายตลอดปี.....	95
ภาพที่ 4.1 ภาพแบบจำลองเซตฝากขาย.....	96
ภาพที่ 4.2 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเต้าส้อ.....	97
ภาพที่ 4.3 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเต๋เหลี้ยว.....	97
ภาพที่ 4.4 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมก๋วยหนูน.....	97
ภาพที่ 4.5 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมมอล้าว.....	98

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.6 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมฝั่่งเปี้ยว.....	98
ภาพที่ 4.7 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมนก.....	98
ภาพที่ 4.8 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์.....	99
ภาพที่ 4.9 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมชุด Gift Set.....	99
ภาพที่ 4.10 ภาพแบบจำลองเซตขายตลอดปี.....	100
ภาพที่ 4.11 ภาพชั้นวางบรรจุภัณฑ์.....	100
ภาพที่ 4.12 ภาพแผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ (1).....	101
ภาพที่ 4.13 ภาพแผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ (2).....	102
ภาพที่ 4.14 ภาพถ่ายแบบจำลองการจัดวางพื้นที่.....	103
ภาพที่ 5.1 ภาพบรรจุภัณฑ์เซตฝากขาย.....	104
ภาพที่ 5.2 ภาพบรรจุภัณฑ์เซตขายตลอดปี.....	105
ภาพที่ 5.2 ภาพบรรจุภัณฑ์เซตขายตลอดปี.....	105
ภาพที่ 5.3 ภาพชั้นวางบรรจุภัณฑ์ ณ ศูนย์การท่องเที่ยวถนอมกลาง.....	105

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

“เค่งตัน”เป็นร้านขนมพื้นเมืองเก่าแก่ของจังหวัดภูเก็ต ที่มีสูตรและกรรมวิธีการทำมาจากชาวจีนฮกเกี้ยน เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยอาจังได้เดินทางอพยพมาจากประเทศจีนแล้วนำเอาสูตรขนมฉบับจีนฮกเกี้ยนที่มีติดตัวมาเปิดร้านทำขนมขึ้น ขนมที่อาจังทำมีรสชาติอร่อยถูกปากคนภูเก็ตมาก ประกอบกับคนภูเก็ตในสมัยนั้นยังคงประกอบอาชีพ ร่อนแร่ ขุดเหมือง เป็นส่วนใหญ่ แล้วขนมของร้านเค่งตันส่วนใหญ่ก็เป็นขนมอบแห้งสามารถพกพาเอาไปทานในที่ทำงานได้ และเก็บไว้ได้หลายวัน ขนมก็มีราคาถูกแค่ชิ้นละ 2-3 บาท จึงทำให้ขนมร้านเค่งตันเป็นที่รู้จักไปทั่วจังหวัดภูเก็ตคำพูดที่ว่า “เค่งตัน อ้อ ชายเต้าส้อ” “เค่งตันขนมคูเมืองต้องซื้อกลับไปฝากเพื่อน” “เค่งตันชายขนมอร่อย” ล้วนเป็นคำติดหูของคนภูเก็ตในสมัยนั้น

ขนมของร้านเค่งตันไม่ได้มีเพียงความอร่อยเพียงเท่านั้นแต่ตัวขนมของร้านยังมีความเชื่อและวิธีการรับประทานที่ไม่เหมือนใครอย่างเช่น ขนมผั่งเปียะ เป็นขนมลักษณะกลมภายในกลวงเชื่อว่าถ้าเจาะรูด้านบนแล้วตอกไข่ใส่ลงไปจะมีคุณสมบัติช่วยให้คุณแม่ที่เพิ่งคลอดลูกมีสุขภาพแข็งแรง และมีน้ำนมที่ดี ขนมนี้ก็เช่นกันที่มีความหมายมงคล โดยคนจีนเชื่อว่านกเป็นสัญลักษณ์ ของความอิสระ ร่าเริง อุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การซื้อไปมอบให้กับญาติผู้ใหญ่หรือบุคคลที่เป็นที่รัก ในโอกาสอันดี และยังมีขนมอีกหลายอย่างของร้านที่มีความเชื่อ ถูกนำไปใช้ในพิธีมงคล เพราะส่วนใหญ่ขนมหลายๆชิ้นนั้นมีความหมายในเชิงคำอวยพร ความเคารพ ความสุข เหมือนกับชื่อของร้าน “เค่งตัน” ซึ่งแปลว่า “ด้วยความเคารพอย่างยิ่งใหญ่”

ในปัจจุบันร้านเค่งตันได้ส่งขนมไปขายตามร้านสะดวกซื้อรวมถึงในต่างจังหวัดด้วย ซึ่งมีการแข่งขันกันในเรื่องของภาพลักษณ์มากขึ้น เมื่อร้านเค่งตันเติบโตขึ้นไม่เพียงแค่ขายให้กับคนในจังหวัดภูเก็ตที่รู้จักชื่อเสียงของร้านดีอยู่แล้วแต่ต้องจูงใจให้ผู้บริโภคที่ไม่รู้จักร้านเค่งตันเลย ให้เปิดใจและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเราด้วย แต่ด้วยภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ในขณะนี้ไม่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ก็ไม่ได้สื่อสารเรื่องราว ความเชื่อ ความเคารพ ซึ่งเป็นจุดเด่นออกมาให้ผู้บริโภคได้รับรู้ จึงเป็นผลให้ผู้บริโภคจดจำภาพลักษณ์ของแบรนด์ไม่ได้

จากปัญหาที่พบดังกล่าว จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ก่อให้เกิดหัวข้อวิทยานิพนธ์ “โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต เค่งตัน” เพื่อให้แบรนด์ขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตัน เกิดภาพจำในกลุ่มผู้บริโภค และสามารถถ่ายทอดเรื่อง ของความเชื่อ ความเคารพ อันเป็นตัวตนของแบรนด์ออกมาได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้แบรนด์เค่งตันเกิดภาพจำในกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
- 1.2.2 ช่วยให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์สื่อสารได้ตรงตามตัวตนของแบรนด์มากยิ่งขึ้น

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตประชากร

1) คุณกี ทายาทร้านเค่งตันรุ่นที่ 3 เจ้าของกิจการร้านขนมพื้นเมืองภูเก็ต
เค่งตันคนปัจจุบัน

2) กลุ่มเป้าหมายคือประชากรอายุ 20-55 ปี

1.3.2 ขอบเขตเนื้อหา

1) ด้านการออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์

ก) แสดงถึงอัตลักษณ์ของแบรนด์สินค้า

ข) ออกแบบกราฟฟิกให้เกิดเอกลักษณ์ร่วมกันแสดงให้เห็นถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ค) แสดงถึงภาพลักษณ์ที่สำคัญที่แบรนด์ต้องการจะสื่อ

1.3.3 ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ก) ตอบสนองพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค

ข) ตอบสนองความต้องการของผลิตภัณฑ์ ในด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ตามลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Containment) และ การปกป้องตัวสินค้า (Protection)

1.3.2.3 ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

		ขนม	ลักษณะทางกายภาพ	ความสำคัญ	โครงสร้าง	กราฟฟิก	PLACE							
							ร้านเค่งตัน	ร้านทุ่งคากาแฟ	ศูนย์การท่องเที่ยวถนนกลาง	GOLDENPLACE สาขา หัวหิน	GOLDENPLACE สาขา พระราม 9	TOP SUPERMARKET สาขา Robinson Phuket	TOP SUPERMARKET สาขา central Phuket	Facebook / Website
เขตของฝากขาย	เขตชายใต้	1. เต้าส้อ	นึ่ง	เป็นขนมที่ขึ้นชื่อของร้านมาแล้ว ต้องลอง	2 โครงสร้าง	1 กราฟฟิกหลัก	●	●	●	●	●	●	●	●
		2. หม้อล่าว	เปราะ				●	●	●	●	●	●	●	●
	เขตคุณแม่	3. ผึ่งเปี้ยะ	เปราะ	เป็นเขตสำหรับฝากคุณแม่หลังคลอด	1 โครงสร้าง	1 กราฟฟิกหลัก	●	●	●	●	●	●	●	
	เขตแต่งงาน	4. กุ้งหยุน/คอเปิด	นึ่ง	เป็นเขตสำหรับฝากคู่แต่งงาน	1 โครงสร้าง	1 กราฟฟิกหลัก	●	●	●	●	●	●	●	
	เขตอวยพร	5. ขนมนก	เปราะ	เอาไว้ฝากให้กับคนที่เราเคารพรัก	2 โครงสร้าง	1 กราฟฟิกหลัก	●	●	●	●	●	●	●	
	Giftset	6. เต้าส้อ หม้อล่าว ผึ่งเปี้ยะ	นึ่ง/เปราะ				●	●	●	●	●	●	●	
เขตเทศกาล	เทศกาลไหว้พระจันทร์	7. ขนมไหว้พระจันทร์	นึ่ง	เอาไว้ไหว้ในเทศกาลไหว้พระจันทร์	1 โครงสร้าง	1 กราฟฟิกหลัก	●	●	●	●	●	●	●	
	เทศกาลสำคัญๆ	8. เต้เหลี้ยว	เปราะ	เอาไว้ไหว้ในเทศกาลสำคัญๆ เช่น วันตรุษจีน ไหว้พระจันทร์ ไหว้เทวดา ไหว้บรรพบุรุษ	1 โครงสร้าง	1 กราฟฟิกหลัก	●					●	●	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนม	ลักษณะทางกายภาพ	ความสำคัญ	โครงสร้าง	กราฟฟิก	PLACE									
					ร้านเค่งตัน	ร้านทุ่งคากาแฟ	ศูนย์การท่อง เที่ยวนนกลาง	GOLDENPLACE สาขา หัวหิน	GOLDENPLACE สาขา พระราม 9	TOP SUPERMARKET สาขา Robinson Phuket	TOP SUPERMARKET สาขา central Phuket	Facebook / Website	OTOP	
9. เต้าส้อ	นึ่ง				●								●	●
10. เต้าส้อสูตรที่ดัดแปลงขึ้นใหม่ มี 4 รส “เต้าส้อเปียะไส้มันม่วงเปลือกชาโคล” “เต้าส้อเปียะไส้ถั่วดำ” “เต้าส้อเปียะไส้มันต้มขิง” “เต้าส้อเปียะไส้มันต้มขิง”	นึ่ง		Prepack		●								●	●
11. ตู้บดับ/ถั่วทูป/ก๋อ่งถิ่ง	เปราะ				●								●	●
12. ก๋อ่งหยุน/คอบเปิด	นึ่ง				●								●	●
13. ไส้ไก่	เปราะ				●								●	●
14. ชนมพริกไทย	เปราะ				●								●	●
15. ชนมบี่ฝ่าง	เปราะ				●								●	●
16. ผึ่งเปียะ	เปราะ				●								●	●
17. ชนมโก้	เปราะ				●								●	●
18. หม้อล่าว	เปราะ				●								●	●

ปรับใช้โครงสร้างร่วมกัน

ปรับใช้กราฟฟิกร่วมกัน

	ขนม	ลักษณะทางกายภาพ	ความสำคัญ	โครงสร้าง	กราฟฟิก	PLACE									
						ร้านเค่งตัน	ร้านทุ่งคากาแฟ	ศูนย์การท่องเที่ยวหนองกลาง	GOLDENPLACE สาขา หัวหิน	GOLDENPLACE สาขา พระราม 9	TOP SUPERMARKET สาขา Robinson Phuket	TOP SUPERMARKET สาขา central Phuket	Facebook / Website	OTOP	
เขตขายตลอดปี	19. ถั่วตัด	เปราะ		ปรับใช้โครงสร้างร่วมกัน	ปรับใช้กราฟฟิกร่วมกัน	●							●	●	
	20. ซี่เต้าส้อ(ขนมหน้าแตก)	เปราะ				●								●	●
	21. ขนมดอก	นิ่ม				●								●	●
	22. กิ้นหนึ่งโก	นิ่ม				●								●	●
	23. ขนมหลิฮูเปี้ยะ(ขนมปลา)	นิ่ม				●								●	●
	24. ขนมปุยควาย (ขนมรูปหัวใจหน้างา)	นิ่ม				●								●	●
	25. จันอับ	นิ่ม				●								●	●
	26.ขนมบะโก้ (ขนมไส้จันอับ)	นิ่ม				●								●	●
	27. ถั่วทอด	เปราะ				●								●	●
	28. ซาลาเปาไส้สังขยา	นิ่ม				●								●	●
	29. ขนมนก	เปราะ				●								●	●
	30. เกตหล่องเตี้ย	นิ่ม				●								●	●

สรุป

1 โครงสร้างออกแบบ (ปรับใช้ร่วมกัน)

8 โครงสร้างพิเศษ

6 กราฟฟิกหลัก

22 กราฟฟิกรวม

รวม 35 ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ดำเนินโครงการโดยย่อ

1.4.1 ศึกษาเกี่ยวกับแบรนด์ ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต

- 1) ศึกษาประวัติความเป็นมาของแบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต
 เค่งตั้งโดยการสัมภาษณ์ คุณกี ทายาทร้านเค่งตั้งรุ่นที่ 3 และกลุ่มประชากรพื้นถิ่นเดิมในจังหวัดภูเก็ต
- 2) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ของแบรนด์ขนมพื้นเมืองภูเก็ต ที่จะส่งผลต่อการ
 ออกแบบ เช่น อัตลักษณ์ของแบรนด์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ตัวผลิตภัณฑ์
- 3) ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ตัวแบรนด์ เช่น Brand Platform / Swot /
 Zac / Problem Analysis / Blue Ocean
- 4) ศึกษาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ของทางร้าน
- 5) ศึกษาช่องทางการเข้าถึงร้านขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต
- 6) ศึกษาและวิเคราะห์ตลาดของแบรนด์
- 7) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มคนทั่วไป
- 8) ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย
- 9) ดำเนินการออกแบบ
- 10) พัฒนาการออกแบบ
- 11) ดำเนินผลงานขั้นสุดท้าย
- 12) นำเสนอผลงาน

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 ช่วยให้กลุ่มประชากรอายุ 20-55 ปี ได้รู้จักขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตั้งมากยิ่งขึ้น

1.5.2 เพื่อช่วยให้อัตลักษณ์ของแบรนด์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ตรงตาม

ภาพลักษณ์ที่แบรนด์เป็น

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 เค่งตั้ง เป็นภาษาจีนแปลว่า ด้วยความเคารพอย่างยิ่งใหญ่

1.6.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดรูปแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

ให้สัมพันธ์กับหน้าที่การใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อคุ้มครองและป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและ เพิ่ม
 คุณค่าทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภคโดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

“โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุกัมภ์แบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต เค่งตัน” มีการศึกษาข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการออกแบบ ซึ่งแบ่งออกตามหัวข้อใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต เค่งตัน
- 2.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต
- 2.3 ข้อมูลคู่แข่งทางธุรกิจ
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุกัมภ์
- 2.5 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย
- 2.6 เงื่อนไขการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค
- 2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 สรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ

2.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับแบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต เค่งตัน

2.1.1 ประวัติของร้านขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตัน

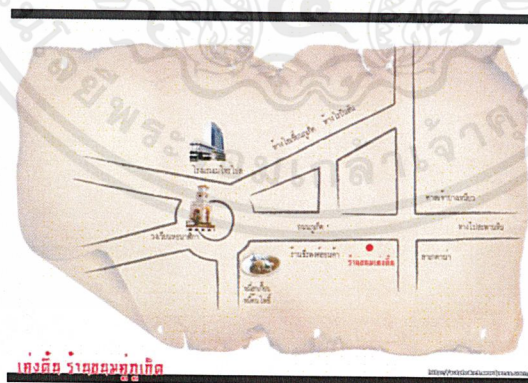
ร้านเค่งตันเป็นร้านขนมภูเก็ตที่อยู่ภูเก็ตมาเป็นเวลายาวนาน จนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 73 ปีแล้ว ถ้าเป็นคนภูเก็ตก็คงจะได้ทานขนมภูเก็ตของร้านเค่งตันมาบ้างไม่ว่าจะเป็น เต้าส้อ, ขนมฝางเปียะ, ขนมกินนิ่งโก, ขนมก๋องถึง, ขนมบ๊ี้ฟ้าง, ฝางเปียะ (หลายคนคงจะงงกับชื่อขนมถ้าไม่ได้เป็นคนภูเก็ต) จากคำบอกเล่ารอบด้านทำให้เราทราบถึงประวัติอันยาวนาน ของร้านขนมเค่งตันที่อยู่เคียงคู่วัฒนธรรมการกินของชาวภูเก็ต ร้านขนมเค่งตัน ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2487 ถือเป็นร้านขนมร้านแรกของมณฑลภูเก็ต ตั้งอยู่ตรงแยกบางเหนียวร้าน 1 คูหา ในสมัยนั้นการกินขนมถือเป็นเรื่องของผู้มีอันจะกินเท่านั้นที่ซื้อกินได้เนื่องจากสมัยนั้นขนมมีราคาแพงอาจเดินทางไปมาจากเมืองจีนได้ทำขนม ฝาง เต้าส้อ ขายในราคาห่อละ 2 บาท ทำให้ชาวภูเก็ตในสมัยนั้นสามารถซื้อหาขนมกินได้ในราคาไม่แพง และรสชาติอร่อย ในเวลาไม่นานอากก็ขยายร้าน และ สร้างโรงงานขนมเค่งตันขึ้น เป็นอีกหน้าหนึ่งของประวัติศาสตร์มณฑลภูเก็ตในสมัยนั้น ขนมร้านเค่งตันเป็นที่รู้จักของชาวภูเก็ต ท้ายเหมือง ฟังงา กระบี่ ในเวลาไม่นานด้วยคำกล่าวขานที่ว่า “ขนมร้านเค่งตัน อร่อยสดใหม่ ไม่ใส่สารกันบูด



ภาพที่ 2.1 คุณ วิภาดา ทองภิญโญชัย (กี) ทายาทร้านเค่งตันรุ่นที่ 3
เป็นผู้รับสืบทอดร้านเค่งตันคนปัจจุบัน
ที่มา https://www.youtube.com/watch?v=GLsEwwQ_YNk

แม้ว่าร้านเค่งตันจะเป็นร้านขนมโบราณ แต่ความโบราณนี้ไม่ได้ทำให้ขนมของร้านถูกลบเลือนไปจากใจของผู้คนชาวภูเก็ต หากกลับทำให้ผู้คนเกิดความหวงแหนและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมการกินมากขึ้น และร้านเค่งตันยังมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย โดยออกแบบให้มีสีสันสวยงามพร้อมทั้งใส่ข้อความที่เป็นเกร็ดความรู้และ ประวัติศาสตร์ของร้านลงไป แม้หลายอย่างจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยแต่ใจหลักยังคงรักษาความดั้งเดิมของ ขนมไว้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การทำมือแบบโบราณที่ต้องใช้คนมีประสบการณ์สูงเท่านั้น เพราะขนมเหล่านี้ไม่มีสูตรตายตัวต้องใช้ความชำนาญเพียงอย่างเดียว ดังสโลแกนของร้านที่ว่าไว้ “ทุกคำที่กิน ล้วนคือประวัติศาสตร์ ภูเก็ตเมืองเก่า”

2.1.2. ที่ตั้งของร้านขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตัน

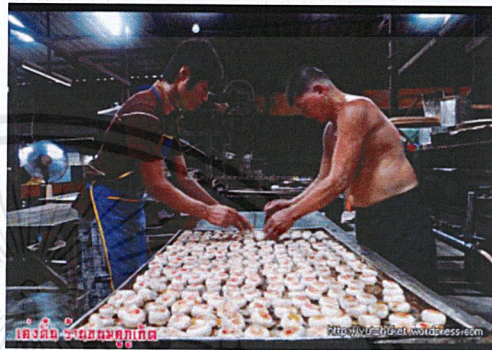
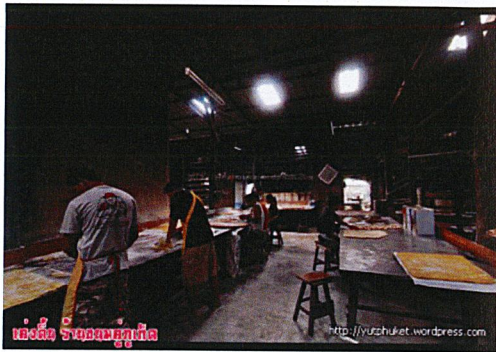


ภาพที่ 2.2 ที่ตั้งของร้าน เค่งตัน

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803>

ร้านต้นตำรับดั้งเดิมติดกับอีร์พวงค์ฮอนด้าสี่แยกทางไปสะพานหินก่อนถึงศาลเจ้าบางเหนียว
ถ.ภูเก็ต อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000 076-212185, 0872822054

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 บรรยากาศภายในร้าน เค่งตั้น

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803>

ร้านเค่งตั้น ทำขนมโดยใช้คนทำขนมทั้งหมด และไม่ใช้วัตถุดิบเสีย ขนมทุกชิ้นจะเก็บได้ไม่เกิน 2 อาทิตย์ และทำขึ้นใหม่ทุกวัน

2.1.3 Brand Identity

ปัจจุบันมีการใช้ Logo อยู่ 3 ตัวหลักๆ



ภาพที่ 2.4 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใช้ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.5 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใช้ในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ที่ใช้ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.7 ป้ายร้านเค่งตั้น

PHUKET MOONCAKE Festival 2012

中秋節

ORDER HERE
(076) 212-185

1	ทุเรียน (ธรรมดา / ไข่เค็ม)	5	Durian paste
2	ตัวทองมอดบัว (ธรรมดา / ไข่เค็ม)	6	Lotus seed & Bean paste
3	โหวงอั้งไข่เค็ม (ธรรมดา / ไข่เค็ม)	7	Mixed Fruits & Almonds paste
4	ตัวซ่ามอดบัว (ธรรมดา / ไข่เค็ม)	8	Black bean paste

ภาพที่ 2.8 ภาพ Order ขนมไหว้พระจันทร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 Brand Platform

1) Brand Heritage

เค่งตั้งเป็นแบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ตที่อยู่มานานกว่า 70 ปี ขนมทุกชิ้นยังคงสูตรต้นตำหรับที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น พิถีพิถันทุกขั้นตอนการทำ

2) Brand Promise

การใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต ขนมของเราปราศจากวัตถุกันเสียเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค กรรมวิธีและสูตรในการทำขนมยังคงความดั้งเดิม ตามแบบฉบับชาวเงินฮกเกี้ยน

3) Brand Personality

เค่งตั้งเป็นแบรนด์ขนมพื้นเมืองภูเก็ตที่ยังคงไว้ซึ่งความดั้งเดิมตามแบบฉบับชาวเงินฮกเกี้ยน และถ่ายทอด วัฒนธรรม ประเพณีของชาวภูเก็ตออกมาในรูปแบบของขนม

4) Brand Vision

ต้องการให้ขนมพื้นเมืองภูเก็ตเค่งตั้งเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น อยากรให้ผู้คนได้รับรู้ว่าขนมพื้นเมืองภูเก็ตนั้นไม่ได้มีเพียงแค่ความอร่อยเท่านั้นแต่ยังเต็มไปด้วยประวัติศาสตร์ และมรดกที่ตกทอดกันรุ่นสู่รุ่น

5) Brand Mission

ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงที่มา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมของแบรนด์เค่งตั้งผ่านการทานขนม

6) Brand Benefit

ความดั้งเดิม เก่าแก่ ของกรรมวิธีในการทำขนมที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของร้านเค่งตั้ง

7) Brand Value

ขนมของร้านเป็นขนมที่มีความหมายในเชิงมงคล และคำอวยพรให้ผู้ที่ได้รับพบเจอแต่สิ่งดีๆ เป็นการแสดงความอบอุ่นต่อผู้ที่เราเคารพรัก

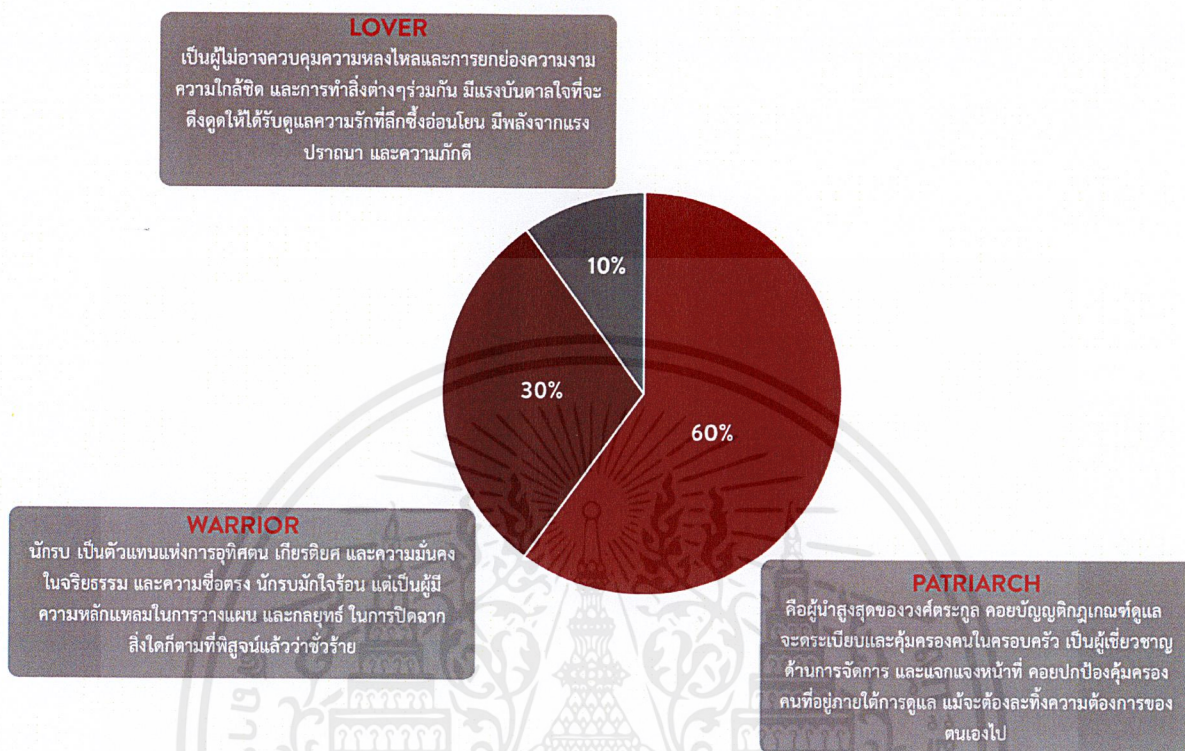
8) Brand AUDIENCE

กลุ่มประชากรอายุ 20-55 ปี มีชีวิตตามขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา เป็นผู้บริโภคนักทำนายนายได้ง่ายเพราะมักจะซื้อสินค้าแบบเดิมๆ และยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักและมีความภักดีต่อตราสินค้าเป็นคนวัยทำงาน ชอบบอกระบายง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว มีแนวคิดและการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่างทำทุกอย่างได้เพียงลำพังไม่พึ่งพาใคร เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดเปิดกว้าง ไม่ได้ยึดขนบธรรมเนียมประเพณีมากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5 Brand Archetype

ARCHETYPE



ภาพที่ 2.9 Brand Archetype

2.1.6 Brand Concept

“ความภาคภูมิใจในมรดกตกทอดของครอบครัวต้นตระกูล” เรื่องราวประวัติของร้านขายขนมพื้นเมือง เค่งต้น ที่บรรพบุรุษใช้ชีวิตและการใช้ชีวิตของคนสมัยก่อนที่อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ มีความรักความห่วงใยกัน การให้เกียรติกัน มีความเคารพซึ่งกันและกัน โดยมีการทำขนมเป็นเหมือนจุดศูนย์กลางที่ใช้เชื่อมโยงผู้คนให้มาใช้ชีวิตร่วมกัน โรงงานทำขนมเค่งต้นนี้มีการถ่ายทอดเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ความทรงจำมายาวนานกว่า 70 ปี และยังคงสืบทอดต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.7 Brand Image

เป็นภาพลักษณ์แบบจีนฮกเกี้ยนโบราณ ที่คงวัฒนธรรมความเก่าแก่ดั้งเดิมมาจนถึงยุคปัจจุบัน ผ่านกรรมวิธีการทำขนมโดยยังใช้ภูมิปัญญาในการผลิตขนมพื้นเมืองแบบโบราณ



ภาพที่ 2.10 บรรยากาศภายในร้าน เค่งตัน

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E967780>

บรรยากาศหน้าร้าน เค่งตัน ช่วงเทศกาลผ้อตอ (วันปล่อยวิญญาณ) มีการทำขนมเต่าขึ้นเพื่อใช้ในพิธีเช่นไหว้เทพเจ้าผ้อตออง ทางร้านมีการทำเต่าหลายๆไซส์ไว้ให้ลูกค้าได้จับจอง บนหลังเต่ามีการเขียนข้อความมงคลต่างๆไว้ เพื่อขอให้ผู้ไหว้ประสบพบเจอแต่สิ่งดีๆ ดังเช่นข้อความบนหลังเต่านั้น



ภาพที่ 2.11 บรรยากาศหน้าร้าน เค่งตัน

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803>

รถพ้อตง (2แถวไม้) เป็นรถที่คอยขนส่งขนมของร้านไปตามสถานที่ต่างๆ ทั่วเมืองภูเก็ตตั้งแต่ในสมัยที่ อากัง เพิ่งเปิดร้านใหม่ๆยังไม่มีหน้าร้านจนถึงปัจจุบันรถคันนี้ก็ยังคงอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.8 Swot Analysis

ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของแบรนด์ขนมพื้นเมืองภูเก็ต เค่งตั้ง

<p>STRENGTHS (Internal / Helpful)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการถ่ายทอด วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาในรูปแบบขนม ซึ่งมีการสืบทอดสูตรขนมต่อๆ กันมาจากรุ่นสู่รุ่น - ชื่อเสียงของร้านในด้านรสชาติ เป็นที่ยอมรับของผู้คนในจังหวัดภูเก็ต
<p>WEAKNESSES (Internal / Harmful)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - บรรรจุภัณฑ์ของทางร้านไม่สามารถถ่ายทอดจุดเด่น เช่น เรื่องของความเชื่อหลายๆอย่างเกี่ยวกับขนมในร้านให้กับผู้บริโภครับรู้ได้ - ปัจจุบันทางร้านได้มีการส่งสินค้าไปขายตามห้างสรรพสินค้าและในต่างจังหวัด ซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีการแข่งขันในเรื่องภาพลักษณ์ที่สูงขึ้น และกลุ่มผู้บริโภคก็ไม่ใช่กลุ่มผู้บริโภคเดิมที่รู้จักชื่อเสียงของร้านดีอยู่แล้ว จึงจำเป็นต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ของทางร้านมีภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดผู้บริโภคได้มากกว่านี้
<p>OPPORTUNITIES (External / Helpful)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ค่านิยมของคนปัจจุบันที่หันมาสนใจเรื่องของต้นตำหรับมากขึ้น ส่งผลให้คนหันมาสนใจสินค้าที่มีสูตรในการทำดั้งเดิมแบบร้านขนมเค่งตั้ง ทั้งซื้อไปรับประทานเล่น และซื้อเป็นของฝาก
<p>THREATS (External / Harmful)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีหลายๆ บริษัทในตลาดที่ขายผลิตภัณฑ์คล้ายๆกับร้านเค่งตั้ง ที่มีกำลังในการผลิตที่สูงกว่า มีการโปรโมท และภาพลักษณ์ของบรรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.9 Product Mix

ตารางที่ 2.2 แบ่งประเภทขนมที่ขายออกเป็น 3 ประเภท

ขนมที่ขายในช่วงเทศกาล	
<p>เต่เหลี้ยว : ไห้วเจ้า/ไหว้เทวดา/ไหว้บรรพบุรุษ</p> 	<p>ขนมโก้ : ใช้เป็นของชำร่วยในงานแต่ง</p> 
<p>มอลลาว : ใช้เป็นของชำร่วยในงานแต่ง</p> 	<p>ขนมเต่า(อังกฤษ) : ใช้ไหว้เจ้าในเทศกาลงานศพต่อ</p> 
<p>ขนมไหว้พระจันทร์</p>	
	




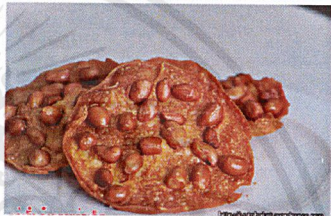






เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 แบ่งประเภทขนมที่ขายออกเป็น 3 ประเภท (ต่อ1)

ขนมสำหรับซื้อไปฝาก	
<p>ฝั่งเปียะ</p> 	<p>หมอลำ</p> 
<p>เต้าส้อ</p> 	<p>ขนมนก</p> 
<p>ขนมพริก</p> 	<p>หมอลำ</p> 
<p>ขนมก้องหยุน</p> 	<p>ขนมไหว้พระจันทร์</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 แบ่งประเภทขนมที่ขายออกเป็น 3 ประเภท (ต่อ2)

ขนมที่ขายตลอดปี	
ไส้ไก่	บี้ฝ่าง
	
มอล้าว	ถั่วทอด
	
ปุยควาย	ขนมเต้าส้อ มี 2 ไส้
	
	ไส้หวาน ไส้เค็ม
ขนมโก้	ขนมฝ่างเปี้ยะ
	
ขนมพริก	ถั่วตัด
	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 แบ่งประเภทขนมที่ขายออกเป็น 3 ประเภท (ต่อ3)

ขนมที่ขายตลอดปี	
ขนมหลี่ฮูเปี๊ยะ (ขนมปลา)	ขนมก๋องหยุ่น
	
ชีเต้าส้อ	ซาลาเปาไส้สังขยา
	
ขนมมะโก้	กินหนึ่งโก
	
ขนมเกดลองเตี๋ยว	ขนมดอก
	
ตุ๋บตั๋บ	ขนมนก
	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 แบ่งประเภทขนมที่ขายออกเป็น 3 ประเภท (ต่อ4)

ขนมที่ขายตลอดปี	
จันอับ	
	
เต้าส้อสูตรที่ดัดแปลงขึ้นมาใหม่ มี 4 รส	
 <p>“เต้าส้อเปียะไส้มันม่วงเปลือกชokol”</p>	 <p>“เต้าส้อเปียะไส้ถั่วดำ”</p>
 <p>เต้าส้อเปียะไส้มันต้มขิง sweet potato & ginger paste filling</p> <p>“เต้าส้อเปียะไส้มันต้มขิง”</p>	 <p>ไส้ไอหมีแปะขิง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.10 Brand Touchpoint

ตารางที่ 2.3 สถานที่ขายขนมร้านเค่งตัน

สถานที่ขาย	รายละเอียด
<p>1) ร้านเค่งตัน</p> 	<p>ที่ตั้ง ณ ปัจจุบันของร้านเค่งตัน เป็นร้านดั้งเดิม ด้านหลังเป็นโรงงานทำขนมด้านบนของร้านเคยเป็นที่อยู่อาศัยของคนงาน แต่ปัจจุบันโทรมมากแล้ว ตัวอาคารเป็น ตึกซิโนโปรตุกีสสถาปัตยกรรมขึ้นชื่อของชาวภูเก็ต วางขายขนมในร้านทุกเซตทุกชนิด</p>
<p>2) ร้านทุ่งคากาแฟ</p> 	<p>ร้านอาหารทุ่งคา-กาแฟ ตั้งอยู่บนยอดเขาเรียงติดกับจุดชมวิวเมืองภูเก็ต บนเขารังด้านบนวางขายแคขนมประเภทที่สำหรับซื้อไปฝาก</p>
<p>3) ศูนย์การท่องเที่ยวฉนวนกลาง</p> 	<p>เทศบาลนครภูเก็ตเปิดบ้านเลขที่ 63 ถนนกลางเป็นศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เทศบาลนครภูเก็ตจึงได้เปิดศูนย์บริการข้อมูล ทางด้านการท่องเที่ยว ที่บ้านเลขที่ 63 ถนนกลาง ซึ่งภายในจะเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของย่านการค้าเมืองเก่า ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ย่านเมืองเก่าของภูเก็ต</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 สถานที่ขายขนมร้านเค่งตัน (1)

สถานที่ขาย	รายละเอียด
<p>4) Golden Place สาขาหัวหิน</p> 	<p>ที่ Golden Place จะมีจำหน่ายสินค้าต่างๆจากทางโครงการหลวง และ โครงการต่างๆในพระราชดำริ แล้วยังจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดสารพิษที่ได้มาตรฐานสากล วางขายแค่เฉพาะขนมเต้าส้อ เซตซื้อไปฝาก</p>
<p>5) Golden Place สาขาพระราม 9</p> 	<p>จำหน่ายสินค้าต่างๆจากทางโครงการหลวง และ โครงการต่างๆในพระราชดำริ แล้วยังจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดสารพิษที่ได้มาตรฐานสากล วางขายแค่เฉพาะขนมเต้าส้อ เซตซื้อไปฝาก</p>
<p>6) Top Supermarket สาขา Robinson Phuket</p> 	<p>มาร์เก็ตที่ออกแบบเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของครอบครัวและคนรุ่นใหม่ที่ชอบในสินค้า รวมถึงอาหารที่หลากหลายทั้งไทยและต่างชาติ วางขายแค่ขนมประเภท สำหรับซื้อไปฝาก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 สถานที่ขายขนมร้านเค่งตัน (2)

สถานที่ขาย	รายละเอียด
<p>7) Top Supermarket สาขา Central Phuket</p> 	<p>มาร์เก็ตที่จำหน่ายสินค้าและอาหารที่หลากหลายทั้งไทยและต่างชาติวางขายเพียงขนมประเภท สำหรับซื้อไปฝาก</p>
<p>8) Facebook / Website</p> 	<p>ช่องทางติดต่อร้านออนไลน์เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่นอกจังหวัดภูเก็ต หรือห่างไกลจากตัวร้าน ขายขนมของทางร้านทุกประเภท ยกเว้นเต้าส้อ โอิวหนี่แปะก้วย/ ใส่ถั่วดำ/ ใส่มันต้มขิง/ ใส่มันม่วงชาโคล</p>
<p>9) บูธจัดแสดงสินค้า ในงาน OTOP</p> 	<p>บูธจัดแสดงสินค้าในงาน OTOP จำหน่ายขนม ดังนี้ 1.ขนมฝั้งเปี้ยะ 2.ขนมชี้เต้าส้อ 3.ขนมถั่วทุ (ตุ๋บตุ๋บ) 4.ขนมพริกไทย 5.ขนมนก 6.ขนมก้องหยุน(คอบีต) 7.ขนมเต้าส้อ 8.บี่ฝ่าง 9.ถั่วทอด 10.ขนมโก๋ 11.ใส่โก๋ 12.มอล่าว 13.ถั่วตัด 14.ขนมตอก 15.จันอับ 16.ปุ๋ยควาย 17.กินนึ่งโก 18.เกตลองเตี้ยว 19.ขนมบะโก้ 20.ขนมหลี่ฮูเปี้ยะ(ขนมปลา) 21.เต่เหลี้ยว 22.ซาลาเปาใส่สังขยา 23.ขนมไหว้พระจันทร์ 24.ขนมเต่า</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต

2.2.1 ขนมภายในร้าน



ภาพที่ 2.12 ขนมตั่วเต้า

ที่ <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/>

ขนมของว่างของชาวภูเก็ต รสชาติหวานมันอัดแน่นไปด้วยถั่วลิสงคุณภาพล้วนๆ ผ่านการทำให้สุกจากเตาถ่าน จึงมีรสชาติที่เฉพาะตัวทั้งยังเต็มไปด้วยคุณค่าจากโปรตีนถั่วอร่อยได้ทั้งกับเครื่องดื่มเย็นและร้อน



ภาพที่ 2.13 เต้าส้อ

เป็นขนมที่ขายดีและเป็นซิกเนเจอร์ของเมืองภูเก็ตเลยก็ว่าได้คือขนม “เต้าส้อ” ลักษณะ กลม ลูกเล็ก จนใครหลายคนเข้าใจผิดคิดว่าเป็นขนมเปียะแต่ขนมเต้าส้อต่างกับขนมเปียะตรงที่เต้าส้อต่างจากขนมเปียะตรงที่การใช้แป้งคนละชนิดกัน เนื้อแป้งที่กรอบนอกนุ่มในและการอบซึ่งเป็นเอกลักษณ์ โดยจะอบทั้งสองหน้าของขนม ทำให้ขนมกรอบและนุ่มเมื่อกัดลงไปทุกคำ ขนมเต้าส้อทำมาจาก ถั่วเขียวบดผสมกับน้ำตาลแะแซ ซึ่งมีทั้งไส้หวานและไส้เค็ม นักท่องเที่ยวและคนพื้นเมืองนิยมซื้อขนมชนิดนี้เป็นของฝากแก่กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.14 มอล้าว

คนจีนฮกเกี้ยนเรียกขนมชนิดนี้ว่า “หม้อล้าว” หม้อ คือหัวบอน “ล้าว” คือ กลวง ส่วนผสมหลักของขนมงาพองก็คือ หัวบอน หัวบอนเป็นพืชหัวคล้ายหัวเผือกมีคุณสมบัติพิเศษ สามารถทำให้ส่วนผสมแป้งพองขึ้นโดยส่วนผสมที่มีเนื้อละเอียดเนียนเป็นวิธีธรรมชาติที่ไม่ได้ใส่สารเคมีใดๆเลย



ภาพที่ 2.15 ชีเต้าส้อ

ที่มา <http://www.chumchonmarket.com/1804/>

ชีเต้าส้อ หรือขนมหน้าแตก เหมือนขนมคุกกี/ ขนมเบเกอรี่อบลักษณะเป็นแผ่นบางขนาดประมาณ 3 นิ้ว หน้าขนมแตกแตกชัดเจนเนื้อกรอบร่วนมันหอมหวานผสมรสเค็มนิดๆ ทำโดยเอาแป้งสาลิมาณวดกับน้ำมันพืชใส่น้ำตาลทรายปน ใสเกลือนิดหน่อย เมื่อนวดได้ที่แล้วก็อัดใส่พิมพ์ กดออกมาขนาดก็จะเท่ากันหมดนำเข้าอบจนสุกเหลือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.16 ปี่ฝ้าง

<http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.h>

เป็นขนมที่คลุกเคล้า เมล็ดข้าวเหนียว เหนียวนุ่มและหอมเจียวขึ้นดีผ่านกรรมวิธีแบบดั้งเดิมปราศจากสารที่ทำให้เกาเขี้ยวหรือสารปรุงแต่งสังเคราะห์



ภาพที่ 2.17 หลี่ฮูเปี้ยะ(ขนมปลา)



ภาพที่ 2.18 บะโก้

<http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803t>

ขนมสอดไส้จันอับจันอับ มีคุณสมบัติแก้ร้อนใน ประกอบกับส่วนผสมของพริกไทย และ น้ำตาลทรายแดง วัตถุประสงค์จากธรรมชาติ ที่ผ่านการคัดสรรแล้วทำให้ขนมบะโก้ มีคุณประโยชน์เป็นหนึ่งในขนมว่างยามป่วยของชาวภูเก็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.19 ปุยควาย

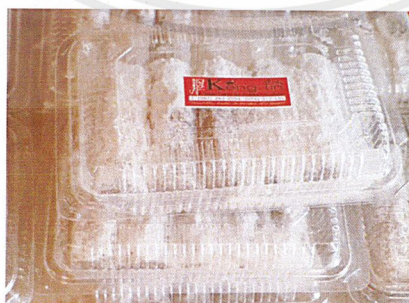
ที่มา http://kanomkengtin.blogspot.com/2009/11/blog-post_3346.html

หนึ่งในขนมโบราณรสชาติของคนภูเก็ตเคล็ดลับของความอร่อยใช้จุ่มกับกาแฟโบราณหรือเครื่องดื่มผสมนมเพื่อเพิ่มความอร่อย



ภาพที่ 2.20 ก๋องหยุน

คล้ายขนมตั้งเมงา สอดไส้ถั่วลิสงบดหวานมันหนึ่งในขนมของว่างยามบ่ายของชาวภูเก็ต รสชาติหวานมันอัดแน่นไปด้วยถั่วลิสงคุณภาพล้วนๆผ่านการทำให้สุกโดยเตาถ่านเฉพาะตัว



ภาพที่ 2.21 เกตหล่องเดี่ยว

ขนมหวานที่ละลายในปากเอกลักษณ์คือความเหนียวนุ่มตามแบบต้นตำหรับ จะอร่อยยิ่งขึ้น หากรับประทานคู่กับชาอุ่นร้อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.22 ขนมปัง

ขนมปังเป็นขนมเสริมมงคลของชาวภูเก็ตแสดงถึงความเบิกบาน ร่าเริง มีความสุข เคี้ยวกลับความอร่อยคือรับประทานคู่กับโอวัลตินร้อนจะได้รสชาติที่กลมกล่อม



ภาพที่ 2.23 ขนมตอก



ภาพที่ 2.24 กิ้นนิงโก

<http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.ht>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.25 ขนมโก้



ภาพที่ 2.26 จิ้นอับ



ภาพที่ 2.27 ถั่วตัด

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.28 ถั่วทอด

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.html>



ภาพที่ 2.29 ซาลาเปาไส้สังขยา

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.html>



ภาพที่ 2.30 ไส้ไก่

ที่มา <http://www.phuketbulletin.co.th/Food/view.php?id=530>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.31 ขนมพริกไทย

คุกกี้พริกไทยดำ กินแล้วมีความเผ็ดร้อนนิดๆ แต่ตัวคุกกี้บางๆ กรอบรับประทานคู่กับชา ร้อนๆยิ่งเพิ่มความอร่อยมากยิ่งขึ้น

2.2.1.1 ขนมภายในร้าน ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและความเชื่อ



ภาพที่ 2.32 ขนมอั้งกุ๋ (ขนมเต๋า)

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.html>

ใช้ไหว้เทพเจ้าในเทศกาล วันผ้อต้อ (วันปล่อยผี) ของชาวจีนภูเก็ต “ขนมเต๋าแดง” หรือ “อั้งกุ๋” เป็นสัญลักษณ์ ของงาน “ผ้อต้อ” เลยก็ว่าได้ โดยจะเอาเต๋าแดงไปถวายที่ศาลเจ้า เวลาทำป้ายปั่ว (ไหว้) เสร็จ เจ้าของเต๋าจะต้องเลือกว่าจะปล่อย หรือ จะนำกลับ ปล่อยคือบริจาคเต๋าด่วนั้นให้ศาลเจ้า เวลาทาน ถ้าจะทานให้อร่อยให้นำไปชุบไข่ทอดจะอร่อยมาก ขนมชนิดนี้จะทำเมื่อมีเทศกาลผ้อต้อเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.33 เต๋เหลี้ยว

ที่มา <http://topicstock.pantip.com/blueplanet/topicstock/2010/09/E9677803/E9677803.html>

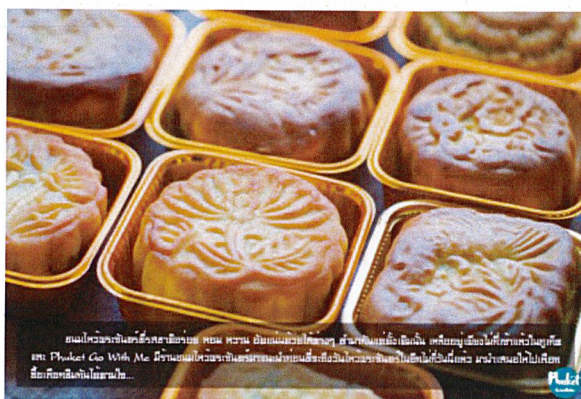
เต๋เหลี้ยว หรือ จันอับ ถือว่าเป็นขนมที่ขาดไม่ได้ในงานแต่งงานของชาวจีน และ ชาวไทย เพราะเชื่อว่าความหวานของจันอับจะทำให้ชีวิตคู่รักกันอย่างสุขสันต์ จันอับ เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของการส่งของหมั้นให้เจ้าสาว ในส่วนของการบูชาต่างๆ ชาวจีนก็ขาดไม่ได้ที่จะบูชาด้วยจันอับ ไม่ว่าจะในงานมงคล หรือ อวมงคล จันอับก็มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย สรุปคือจันอับมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมไทย และ สังคมจีน



ภาพที่ 2.34 วิธีกินขนมผ่างเปี้ยะ

ลักษณะเป็นแป้งก้อนใหญ่คล้ายซาลาเปาแป้งเปลือกด้านนอกขาว ด้านหน้ามีตรา เป็นวงสีแดงแป้งด้านในพองกลวง ใส่น้ำตาลเคี้ยวกับแป้งใสเบะซา รสหวานหอมตัวแป้งนุ่ม ออกรสจืดๆ มันๆ ตัวแป้งผ่างเปี้ยะทำจากแป้งสาลีทำให้สุกด้วยการอบจากเตาอบแก๊สเปิดไฟให้ร้อนแป้งจะพองขึ้นทีละน้อยจนตรงกลางกลวงทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคลึงแป้งด้วย แผ่นแป้งต้องบางเสมอกันเวลาอบขนมจะพองตัวขึ้นมาอย่างไม่น่าเชื่อคนโบราณเชื่อว่าขนม ผ่างเปี้ยะ ถ้านำไปฉีกให้เป็นรูตรงกลางแล้วตอกไข่ใส่ลงไปเชื่อว่าจะใช้บำรุงร่างกายให้กับ คุณแม่ที่เพิ่งคลอดบุตรให้ร่างกายแข็งแรงและทำให้น้ำนมของคุณแม่เพิ่งคลอดมีคุณภาพที่ดีด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.35 ขนมไหว้พระจันทร์

ที่มา <http://www.phuketgowithme.com/เปิดตำนาน-ขนมไหว้/>

ชาวจีนถือว่า เทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นเทศกาลสำคัญที่ทุกคนในครอบครัวต้องมาอยู่รวมกันพร้อมหน้าพร้อมตา โดยมีขนมไหว้พระจันทร์ หรือ Moon Cake ที่ทำขึ้นเพื่อประกอบพิธีเช่น ไหว้พระจันทร์ ลักษณะเป็นขนมทรงกลมคล้ายเค้ก ภายในบรรจุไส้ธัญพืชต่างๆเพื่อระลึกถึงความอุดมสมบูรณ์ที่ดวงจันทร์มอบให้ แล้วจึงเคลือบด้วยน้ำเชื่อมเพื่อความหอมหวานและแวววาวดุจดวงจันทร์วันเพ็ญและเชื่อกันว่า ขนมไหว้พระจันทร์เป็นตัวแทนของความสามัคคี ความกลมเกลียวกันของคนในครอบครัวเพราะมันสามารถตัดแบ่งกันได้อย่างเท่าเทียมกันนั่นเอง

2.2.2 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ในร้านเมื่อแบ่งตามลักษณะของขนมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ 1. แบบนึ่งที่ประกอบด้วยน้ำมันมาก และ 2. แบบอบแห้งมีน้ำมันผสมอยู่น้อย แต่แต่ละประเภทต้องการ การปกป้องที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2.4 ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

<p>1) แบบนุ่ม</p> 	<p>เป็นขนมที่เมื่อถูกแรงกดทับแล้วเสียรูปทรงได้ง่าย ฉีกออกจากกันง่าย มีน้ำและน้ำมันเป็นส่วนประกอบอยู่มาก ทำให้เกิดเชื้อราและเสียไวเมื่อได้รับความชื้น ประกอบด้วย เต้าส้อ/ ขนมตอก/ จันอับ/ ปุยควาย/ กิณนึ่งโก/ เกตลองเตี้ยว/ หลีฮูเปี้ยะ/ ก่องหยุน/ ซาลาเปาไส้สังขยา/ ขนมไหว้พระจันทร์/ ขนมเต่า (อังกู)</p>
<p>2) แบบอบแห้ง</p> 	<p>เป็นขนมที่มีส่วนประกอบของน้ำมันน้อย ลักษณะกรอบแห้ง เมื่อได้รับแรงกระแทกจะแตกเปราะได้ง่าย ประกอบด้วย ผั่งเปี้ยะ/ ซี้เต้าส้อ/ ถั่วทุบ/ ขนมพริกไทย/ ขนมนก/ บี้ฝ่าง/ ถั่วทอด/ ไส้ไก่/ ขนมโก๋/ เตเหลี้ยว/ มอล่าว/ ถั่วตัด</p>

สรุปสิ่งที่ส่งผลต่อการออกแบบจากตารางลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ คือ

ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ทั้งในด้าน ความชื้นและแรงกระแทกได้ด้วย

2.2.3 รายละเอียดผลิตภัณฑ์/ การใช้งานผลิตภัณฑ์/ ปริมาณการใช้ต่อครั้ง/ ความถี่ของการใช้งานผลิตภัณฑ์/ ขนาดและปริมาณบรรจุ/ ราคาผลิตภัณฑ์/ ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

<p style="text-align: center;">ซีเต๋าส้อ / มอล้าว</p>  <p style="text-align: center;">ด้านขวา ด้านซ้าย</p> <p style="text-align: center;">ด้านหน้า ด้านหลัง</p> <p style="text-align: center;">ด้านล่าง ด้านบน</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : 20x7.5 cm (ขนมมอล้าว 6 ชั้น ขนมซีเต๋าส้อ 5 ชั้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น (มอล้าว) : 8 g.</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น (ซีเต๋าส้อ) : 15 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 108 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 65 บาท 2 กล่อง 120 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : บรรจุภัณฑ์มีการใช้กราฟิกของ ตึกชินโนโปรตุเกส ซึ่งเป็นตึกที่ตั้งของร้าน เค่งดิน ใช้เทคนิคภาพเลียนแบบภาพพิมพ์เก่าๆเพื่อสื่อถึง ความเก่าแก่โบราณ</p>
--	--



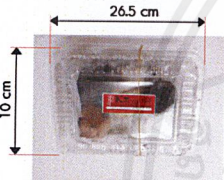
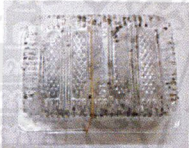





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ1)

<p style="text-align: center;">ก๋องหยุน</p>  <p style="text-align: center;">ด้านขวา ด้านซ้าย</p> <p style="text-align: center;">ด้านบน ด้านล่าง</p> <p style="text-align: center;">ด้านหลัง ด้านหน้า</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : 20x7.5 cm (ขนมก๋องหยุน 4 ชั้น) น้ำหนักต่อชิ้น : 31 g. น้ำหนักโดยรวม : 139 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 35 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : กล่องพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้ และกล่องเป็นแบบปิดสามารถกันลมได้ด้วย เนื่องจากขนมมีความเหนียวเพราะทำมาจากน้ำตาลเคี้ยวจึงมี Primary เป็นถุงพลาสติกหุ้มตัวขนมไว้อีกชั้น</p>
<p style="text-align: center;">ก๋องหยุน (เซตของฝาก)</p>  <p style="text-align: center;">ด้านข้าง ด้านบน</p> <p style="text-align: center;">ด้านหน้า ด้านหลัง</p> <p style="text-align: center;">ด้านขวา ด้านซ้าย</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้(ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 26.5x18x cm น้ำหนักต่อชิ้น : 8 g. น้ำหนักโดยรวม : 240 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 90 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : กล่องกระดาษช่วยป้องกันขนมจากการกระแทกได้พอประมาณแต่ไม่กันความชื้น ภายในบรรจุขนมก๋องหยุน ตัวขนมก๋องหยุนมี Primary เป็นพลาสติกใสบางๆ หุ้มอยู่เพื่อป้องกันขนมจากความชื้นและความเหนียวของขนม เนื่องจากขนมก๋องหยุนมีความเหนียวคล้ายลูกกวาดกวนโบราณหรือกอละแม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ2)

<p style="text-align: center;">เต้าส้อ (แบบ postpack)</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหน้า</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหลัง</p>  <p style="text-align: center;">ด้านซ้าย</p>  <p style="text-align: center;">ด้านบน</p>  <p style="text-align: center;">ด้านล่าง</p>  <p style="text-align: center;">ด้านล่าง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : แล้วแต่ปริมาณที่ผู้บริโภคซื้อ</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 26.5x10x6 cm (บรรจุเต้าส้อได้สูงสุด 12 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 24 g</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : ลูกละ 12 บาท 5 ลูก 55 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : กล่องพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้ และกล่องเป็นแบบปิดสามารถกันลมได้พอสมควร แต่ในกรณีที่ซื้อขนมน้อยชิ้นขนมจะกลิ้งไปมาในกล่อง และขนมเต้าส้อ มีลักษณะเป็นแป้งชั้นบางๆหลายชั้น ทำให้เมื่อมีการกลิ้งไป-มาภายในกล่องหลายๆครั้งทำให้ขนมดูและๆไม่น่ารับประทาน</p>
<p style="text-align: center;">ขนมพริกไทย</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหลัง</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหน้า</p>  <p style="text-align: center;">ด้านล่าง</p>  <p style="text-align: center;">ด้านบน</p>  <p style="text-align: center;">ด้านขวา</p>  <p style="text-align: center;">ด้านซ้าย</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 7.5x7.5x15 cm (บรรจุขนมพริกไทยได้ 6 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 18 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 108 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 35 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ซองพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้ และมี Primary ห่อขนมไว้อีกชั้นภายใน</p>

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ3)

<p style="text-align: center;">ฝ่างเปี๊ยะ</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;">ด้านขวา ด้านหน้า</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;">   </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;">ด้านหลัง ด้านข้าง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 9.5 x 10 x 30 cm (บรรจุขนมได้ 5 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 40 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 200 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 35 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้แต่รองรับแรงกระแทกได้น้อย อาจทำให้ขนมแตกได้ เพราะตัวขนมมีความเปราะภายในกลวงเมื่อขนส่งห้ามวางขนมเบียดกันและห้ามกระแทกแรง</p>
<p style="text-align: center;">ขนมมง</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;">ด้านขวา ด้านซ้าย</p> <p style="margin-left: 100px;">9 cm</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;">   </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around;">ด้านหลัง ด้านหน้า</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;">  </div> <p style="text-align: center;">ด้านข้าง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 9.5x10x 30 cm (บรรจุขนมได้ 5 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 37 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 200 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 35 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้แต่รองรับแรงกระแทกได้น้อยอาจทำให้ขนมแตกได้ เพราะตัวขนมมีความเปราะคล้ายคุกกี้ ตัว Primary เป็นช่องถุงร้อนถุงเล็กๆ หลุมไฟปิดไม่ให้อากาศเข้าไปได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูผู้ใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ4)

<p style="text-align: center;">ไส้ไก่</p> <p>ด้านหน้า</p> <p>ด้านหลัง</p> <p>ด้านบน</p> <p>ด้านล่าง</p> <p>ด้านขวา</p> <p>ด้านซ้าย</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : ยxส : 20x13cm (บรรจุขนมไส้ไก่ได้ 5 ชิ้น) น้ำหนักต่อชิ้น : 16 g. น้ำหนักโดยรวม : 78 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกทนไฟปิดไม่ให้อากาศเข้าไปได้ สามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้แต่รองรับแรงกระแทกได้น้อยอาจทำให้ขนมแตกได้เพราะตัวขนมมีความเปราะเมื่อขนส่งห้ามวางขนมเบียดกันและห้ามกระแทกแรง</p>
<p style="text-align: center;">ถั่วตัด</p> <p>ด้านล่าง</p> <p>ด้านบน</p> <p>ด้านหน้า</p> <p>ด้านหลัง</p> <p>ด้านขวา</p> <p>ด้านซ้าย</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 8x8x23 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 7 g. น้ำหนักโดยรวม : 173 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้ และถุงเป็นแบบรวบปิดด้านบนปากถุงสามารถกันลมได้พอประมาณ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ5)

<p style="text-align: center;">เต้าส้อไส้เค็ม</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหลัง ด้านบน 10 cm</p> <p style="text-align: center;">ด้านหน้า ด้านข้าง</p> <p style="text-align: center;">ด้านซ้าย ด้านขวา 4 cm</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 4x4x10 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 26 g. น้ำหนักโดยรวม : 104 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : เป็นกระดาษแก้วแผ่น 4 เหลี่ยมด้านนอก ด้านในรอง ถุงพลาสติกเพื่อป้องกันความชื้นจากขนม ตัวขนม เต้าส้อวางเรียงอยู่ตรงกลางแล้วม้วนห่อ ปิดผนึกด้วย การทากาวตรงขอบกระดาษ</p>
<p style="text-align: center;">เต้าส้อไส้หวาน</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหลัง ด้านบน 10 cm</p> <p style="text-align: center;">ด้านหน้า ด้านข้าง</p> <p style="text-align: center;">ด้านซ้าย ด้านขวา 4 cm</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 4x4x10 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 26 g. น้ำหนักโดยรวม : 104 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : เป็นกระดาษแก้วแผ่น 4 เหลี่ยมด้านนอก ด้านในรอง ถุงพลาสติกเพื่อป้องกันความชื้นจากขนม ตัวขนม เต้าส้อวางเรียงอยู่ตรงกลางแล้วม้วนห่อ ปิดผนึกด้วย การทากาวตรงขอบกระดาษ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ6)

<p style="text-align: center;">ตุ๋บตั๋บ</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านล่าง</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านบน</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านขวา</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านซ้าย</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านหน้า</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านหลัง</p> </div> </div>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 7.5x7.5x15 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 26 g. น้ำหนักโดยรวม : 138 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : เป็นถุงพลาสติกใสปิดปากถุงด้านบนด้วยความร้อน มี Primary เป็นกระดาษบางๆภายในกระดาษมี ถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่งกันลั่วทุบแตกกระจาย</p>
<p style="text-align: center;">ก๊องหยุน</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านขวา</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านซ้าย</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านหน้า</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านหลัง</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านล่าง</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>ด้านบน</p> </div> </div>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 8x8x23 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 10 g. น้ำหนักโดยรวม : 120 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : เป็นถุงพลาสติกใสปิดผนึกด้วยการลนไฟปิดด้านบน ตัวขนมมีพลาสติกบางๆหุ้มอยู่อีก ตัวขนมมีความ เหนียวมากคล้ายน้ำผึ้งกวนแต่ตัวพลาสติกที่ใช้หุ้ม ขนมอยู่บางมากจนเมื่อจะแกะกินพลาสติกหลุดติดตัว ขนมไปด้วยยากต่อการรับประทาน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ7)

<p style="text-align: center;">ขนมนก</p>  <p style="text-align: center;">ด้านซ้าย ด้านขวา</p> <p style="text-align: center;">ด้านหน้า ด้านหลัง</p> <p style="text-align: center;">ด้านบน ด้านล่าง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 2.5x11.5x 10 cm</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 51 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 35 บาท 2 กล่อง 60 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : บรรจุภัณฑ์มีการเจาะรูแล้ว Wrap ด้วยพลาสติกใส เพื่อให้มองเห็นตัวขนมที่เป็นรูปนกมีการใช้ฟอยล์ที่มีความคงทน และสีฟ้าอ่อนเพื่อให้ดูน่ารัก น่าซื้อไปเป็นของฝาก</p>
<p style="text-align: center;">ขนมพริกไทย</p>  <p style="text-align: center;">ด้านหน้า ด้านหลัง</p> <p style="text-align: center;">ด้านบน ด้านล่าง</p> <p style="text-align: center;">ด้านซ้าย ด้านขวา</p>	<p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส:</p> <p>4x15.5x23.5cm</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 3 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 273 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 89 บาท 2 กล่อง 150 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : กล่องกระดาษค่อนข้างแข็งแรงกระแทกได้ดี ภายในมี Primary Pack เป็นถุงพลาสติกซิ๊นตัวขนมไว้ภายในกันขนมจากความชื้น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ8)

<p>เต้าส้อไส้ หวาน/เค็ม (เซตของฝาก)</p>  <p>ด้านหน้า</p>  <p>ด้านหลัง</p>  <p>ด้านขวา</p>  <p>ด้านซ้าย</p>  <p>ด้านบน</p>  <p>ด้านล่าง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 4x16.5x16.5 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 15 g. น้ำหนักโดยรวม : 180 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 60 บาท 3 กล่อง 150 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ตัวกล่องสี่เหลี่ยมมีลวดลายต้นไม้ที่สื่อถึงความเป็นจีน Primary Pack เป็นถุงขึ้นกันลมกันมดและความชื้น</p>
<p>บะโก๊</p>  <p>ด้านหน้า</p>  <p>ด้านหลัง</p>  <p>ด้านขวา</p>  <p>ด้านซ้าย</p>  <p>ด้านล่าง</p>  <p>ด้านบน</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 7.5x7.5x15 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 27 g. น้ำหนักโดยรวม : 274 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้และถุง เป็นแบบลนไฟปิดด้านบนกันพวก มด แมลงได้ แต่ ป้องกันจากการกดทับได้น้อย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ9)

<p style="text-align: center;">ขนมโก๋</p>  <p>ด้านซ้าย</p> <p>ด้านขวา</p> <p>ด้านบน</p> <p>ด้านล่าง</p> <p>ด้านหน้า</p> <p>ด้านหลัง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 2x16x11 cm (บรรจุขนมโก๋ได้ 1 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 20 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 5 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้ และถุงเป็นแบบรวบปิด ด้านบนปากถุงสามารถกัน ลมได้พอประมาณ</p>
<p style="text-align: center;">ขนมตอก</p>  <p>ด้านหน้า</p> <p>ด้านหลัง</p> <p>ด้านซ้าย</p> <p>ด้านขวา</p> <p>ด้านล่าง</p> <p>ด้านบน</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : ยxส : 20x13cm (บรรจุ ขนมตอกได้ 12 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 6 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 95 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกกลไฟปิดไม่ให้อากาศเข้าไปได้สามารถ ป้องกันขนมจากความชื้นได้แต่รองรับแรงกระแทก ได้น้อยอาจทำให้ขนมแตกได้เพราะตัวขนมมีความ เปราะเมื่อขนส่งห้ามวางขนมเปียกกันและห้าม กระแทกแรง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ10)

<p style="text-align: center;">ปุยควาย</p>  <p style="text-align: center;">ถั่วทอด</p> 	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 1-2 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 12x18.5x4.5cm (ขนมปุยควาย 5 ชิ้น)</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 50 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 196 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : กล่องพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้ และกล่องเป็นแบบปิดสามารถกันลมได้พอประมาณไม่มี Primary</p>
	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน</p> <p>จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง</p> <p>ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 7.5x7.5x15 cm</p> <p>น้ำหนักต่อชิ้น : 28 g.</p> <p>น้ำหนักโดยรวม : 140 g.</p> <p>ราคาผลิตภัณฑ์ : 20 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ตัวบรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกใสด้านบนปิดผนึกด้วยความร้อน กันจาก มดแมลงได้แต่กันจากแรงกระแทกได้ไม่ดี ตัวขนมภายในมีความเปราะมากควรได้รับการปกป้องจากแรงกระแทก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์(ต่อ11)

<p style="text-align: center;">กินนิงโก</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านหน้า</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านหลัง</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านบน</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านล่าง</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านซ้าย</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านขวา</p> </div> </div>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้(ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxย : 10x10 cm. น้ำหนักต่อชิ้น : 28 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 5 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : เป็นซองพลาสติกใสที่ปากถุงปิดผนึกด้วยความร้อน กันจากมดได้แต่ไม่กันจากแรงกระแทก</p>
<p style="text-align: center;">จิ้นอ๊ับ</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านหน้า</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านหลัง</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านซ้าย</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ด้านบน</p> </div> </div>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้(ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : ยxส : 6x20 cm น้ำหนักต่อชิ้น : 20 g. น้ำหนักโดยรวม : 200 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงเป็นแบบพลาสติกปิดผนึกด้วยการแม็ก ซึ่งขนมมีความหวานมากถ้าวางทิ้งไว้นอกภาชนะปิดนานๆ มด แมลงอาจเข้าไปในห่อขนมได้</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ12)

<p style="text-align: center;">ผ่างเปี้ยะ (เซตซื้อไปฝาก)</p>  <p>ด้านหน้า 21 cm</p> <p>ด้านหลัง</p> <p>ด้านขวา</p> <p>ด้านซ้าย</p> <p>ด้านล่าง</p> <p>ด้านบน 18.5 cm</p> <p>12 cm</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 21x21x5 cm (ขนมผ่างเปี้ยะ 8 ชิ้น) น้ำหนักต่อชิ้น : 40 g. น้ำหนักโดยรวม : 320 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 65 บาท 2 กล่อง 120 บาท ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ตัว บรรจุภัณฑ์ใช้สีแดงสื่อถึงความเฮง โชคดี และยังเป็นที่ โดดเด่นแตกต่าง ตัวกล่องใช้กราฟิก เป็นโปสเตอร์ รวมภาพสถานที่สำคัญในจังหวัด ภูเก็ต เช่น ถนนกลางย่านเมืองเก่า ตึกซิโนโปรตุกีส สะพานหิน แหลมพรหมเทพ และรถไฟห้องซึ่งเปรียบ เหมือนสัญลักษณ์ของทางร้าน เค่งตั้ง กล่องสามารถ ป้องกันตัวขนมจากการกระแทกได้ส่วนหนึ่งและ Package แบบกล่องช่วยให้การขนส่งสะดวกขึ้น ตัว Primary เป็นช่องถุงร้อนถุงเล็กๆลงไฟปิดไม่ให้อากาศ เข้าไปได้</p>
<p style="text-align: center;">มอล่าว (เซตซื้อไปฝาก)</p>  <p>ด้านหน้า</p> <p>ด้านหลัง</p> <p>ด้านซ้าย</p> <p>ด้านขวา</p> <p>ด้านบน</p> <p>ด้านล่าง</p>	<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้(ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ : กxยxส : 12x12x16.5cm น้ำหนักต่อชิ้น : 17 g. น้ำหนักโดยรวม : 157 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 25 บาท (6 ชิ้น) ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ตัวกล่องเป็นกราฟฟิกลายตึกซิโนโปรตุกีส ซึ่งเป็นที่ตั้ง ของร้าน มีสายหิ้วสามารถถือได้สะดวก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.5 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (ต่อ13)

บ๊ี้ฝ่าง	
 <p>ด้านหน้า</p>	 <p>ด้านหลัง</p>
 <p>ด้านขวา</p>	 <p>ด้านซ้าย</p>
<p>การใช้งานผลิตภัณฑ์ : ใช้สำหรับรับประทาน จำนวนครั้งที่รับประทานได้ (ต่อ1คน) : 2-3 ครั้ง ขนาดและปริมาณบรรจุ กxยxส : 9x13x22 cm (บรรจุขนมบ๊ี้ฝ่างได้ 5 ชั้น) น้ำหนักต่อชิ้น : 29 g. น้ำหนักโดยรวม : 125 g. ราคาผลิตภัณฑ์ : 35 บาท</p> <p>ความเข้ากันได้ระหว่างตัวสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ : ถุงพลาสติกสามารถป้องกันขนมจากความชื้นได้แต่ รongรับแรงกระแทกได้น้อย ตัว Primary เป็นซองถุง ร้อนถุงเล็กๆลงไฟปิดไม่ให้อากาศเข้าไปได้</p>	

2.2.4 Unique selling point

ขนมของร้านเค่งตั้นเต็มไปด้วยความอร่อยและความหมายที่ดี ขนมแต่ละอย่างมีความหมายเฉพาะตัวอย่างเช่น ขนมฝ่างเปียะเชื่อว่าถ้าเจาะรูตรงกลาง แล้วตอกไข่ใส่ลงไป จากนั้นนำไปอบให้สุก จะช่วยให้คุณแม่เพิ่งคลอดสุขภาพแข็งแรง และมีน้ำนมที่ดี อย่างขนมนกขาวจีน-ภูเก็ต เชื่อว่านกเป็นสัญลักษณ์ของความอิสระ ร่าเริง โชคดี นำไปมอบให้กับใครก็จะพาโชคดีไปให้ผู้ที่ได้รับ รวมไปถึงสูตรการทำขนมของร้านก็ใช้กรรมวิธีแบบดั้งเดิม กรรมวิธีในการทำขนมของร้านเค่งตั้น ทำโดยใช้มือทำทั้งหมด ซึ่งต้องใช้ประสบการณ์สูงจึงจะทำออกมาได้ ใช้ถ่านในการคั่วงา ใช้ไม้ในการม้วนข้าวเหนียว และเมื่ออบขนมเสร็จใหม่ๆก็จะวางพักขนมในกระดังสาน เพราะกระดังจะสามารถระบายความร้อนได้เร็วรวมถึงทำให้ขนมมีกลิ่นหอมเฉพาะตัวด้วย จะซื้อนำไปรับประทานเองหรือซื้อไปฝากผู้อื่นในโอกาสสำคัญๆก็ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลคู่แข่ง


2.3.1 วิเคราะห์แบรนด์และคู่แข่งทางการตลาดเพื่อหาช่องว่างทางการตลาดและนำไปสู่การออกแบบที่มีความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆในท้องตลาด

ตารางที่ 2.6 วิเคราะห์แบรนด์และคู่แข่งทางการตลาด

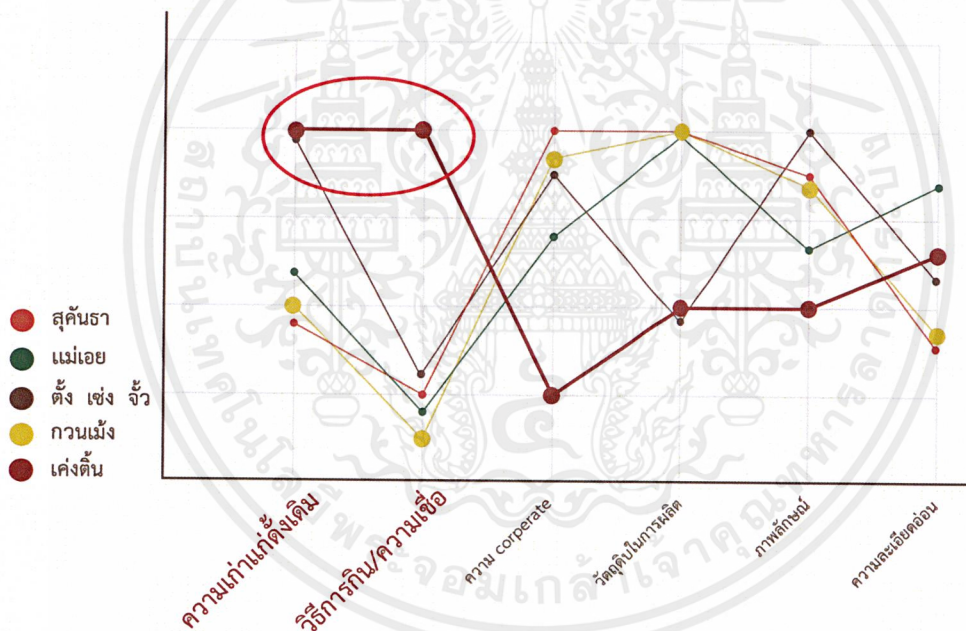
ตราผลิตภัณฑ์	ภาพลักษณ์ของแบรนด์
 <p>Keng-Tin HOUSE OF TAU SAR PIAM The Original Piliwet House of "Tau Sar Piam" (Specialty in Distinct Traditional Delicacies)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -ภาพลักษณ์มีความเป็นจีนโบราณ -นำเสนอเรื่องราวความเชื่อความเคารพต่อบุคคลผู้เป็นที่เคารพรัก -เป็นขนมจีนสูตรยกเกี้ยนที่ทำเองทุกขั้นตอน
 <p>แม่เอ๋ย MAE OEY</p>	<ul style="list-style-type: none"> -เป็นแบรนด์ขายขนมเปียะและข้าวต้มมัด -มีความละเอียดอ่อนในการทำขนมโดยขนมเปียะทุกชิ้นมีการดีไซน์ตัวน่ารัก -เน้นนำเสนอความสดใหม่ของวัตถุดิบ -ภาพลักษณ์ดูธรรมชาติ
 <p>กวางมิ่ง</p>	<ul style="list-style-type: none"> -เป็นแบรนด์ขนมขบเคี้ยวที่วัตถุดิบในการผลิตส่วนใหญ่คือถั่ว -นำเสนอเรื่องวัตถุดิบ -ภาพลักษณ์ดูสะอาด พรีเมียม
 <p>ตัง ◻ เซ่ง ◻ จัว Tang ◻ Seng ◻ Jua since 1932</p>	<ul style="list-style-type: none"> -เป็นแบรนด์ขายขนมจีนเก่าแก่ -ภาพลักษณ์ดู Japanese Chick -นำเสนอเรื่อง Heritage ของตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.6 วิเคราะห์แบรนด์และคู่แข่งทางการตลาด (ต่อ)

ตราผลิตภัณฑ์	ภาพลักษณ์ของแบรนด์
	<p>-เป็นแบรนด์ขนมที่เน้นเรื่องวัตถุดิบที่ได้จากเกษตรกรไทย</p> <p>-ภาพลักษณ์ดูมีความเป็นไทยชาวบ้าน</p>

จากตารางการวิเคราะห์แบรนด์คู่แข่งทางการตลาดสามารถแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์และแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 2.36 กราฟแสดงคู่แข่งทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของแบรนด์คู่แข่งพบว่า ไม่มีแบรนด์ของคู่แข่งใดที่แข่งขันกันด้านความเชื่อ มีแบรนด์ตั้งเซ่งจั่วเพียงแบรนด์เดียวที่แข่งขันเรื่องความดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับจุดเด่นของแบรนด์เค่งตันที่ต้องการนำเสนอถึงเรื่อง ความเก่าแก่ดั้งเดิม และความเชื่อ ความเคารพ โดยมีวิธีการออกแบบในการสร้างภาพลักษณ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง คือ



ออกแบบภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้สื่อถึงความเก่าแก่โบราณตามแบบจีน และเล่าเรื่องความเชื่อ ความเคารพของโรงงานทำขนมเค่งตันที่มีการถักทอเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ความทรงจำมายาวนานกว่า 70

ตารางที่ 2.7 แสดงข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของแต่ละสินค้า

ตราสินค้า	ข้อดี	ข้อเสีย
<p>เค่งตัน</p> 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษสามารถปกป้องสินค้าได้ดี - มีการเขียนเล่าเรื่องเกี่ยวกับขนมทั้งในด้านส่วนผสมและความเชื่อ <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการเล่าที่ตรงไปตรงมา 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์แบบซองพลาสติกไม่สามารถปกป้องสินค้าจากแรงกระแทกได้ - ดูเขย - ไม่แตกต่างจากท้องตลาด <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน - ไม่ถ่ายทอดตัวตนของแบรนด์
<p>แม่เอย</p> 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษสามารถปกป้องสินค้าได้ดี <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ถ่ายทอดถึงตัวตนของแบรนด์ที่เน้นถึงความสดใหม่ของวัตถุดิบและความเป็นไทยได้ดี 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่แตกต่างจากแบรนด์ต่างๆในตลาด <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์บางตัวไม่สามารถรับรู้ได้ว่าผลิตภัณฑ์ด้าน ในมีลักษณะอย่างไร
<p>กวงเม้ง</p> 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน - สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ก่อนการใช้งานได้ดี <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน - สื่อสารถึงสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้ดี 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่แตกต่างจากแบรนด์ต่างๆในตลาด - ไม่สามารถปกป้องสินค้าจากแรงกระแทกได้ <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดูซ้ำๆเหมือนกันไปหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.7 แสดงข้อดี-ข้อเสียของบรรจุภัณฑ์และกราฟิกของแต่ละสินค้า(ต่อ)

<p>ตั้ง เซ่ง จิว</p> 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษสามารถปกป้องสินค้าได้ดี <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดูทันสมัย มีความ chic 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดความแปลกใหม่ <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่สามารถรับรู้ได้ว่าผลิตภัณฑ์ภายในมีลักษณะอย่างไร
<p>สุคันธา</p> 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน - สามารถปกป้องก่อนการใช้งานได้ดี <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน - สื่อสารถึงสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้ดี 	<p>ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่แตกต่างจากแบรนด์ทั่วไปในตลาด - ไม่สามารถปกป้องสินค้าจากแรงกระแทกได้ <p>ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ดูซ้ำๆ เหมือนๆ กันไปหมด

สรุปผลการรับรู้ และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์

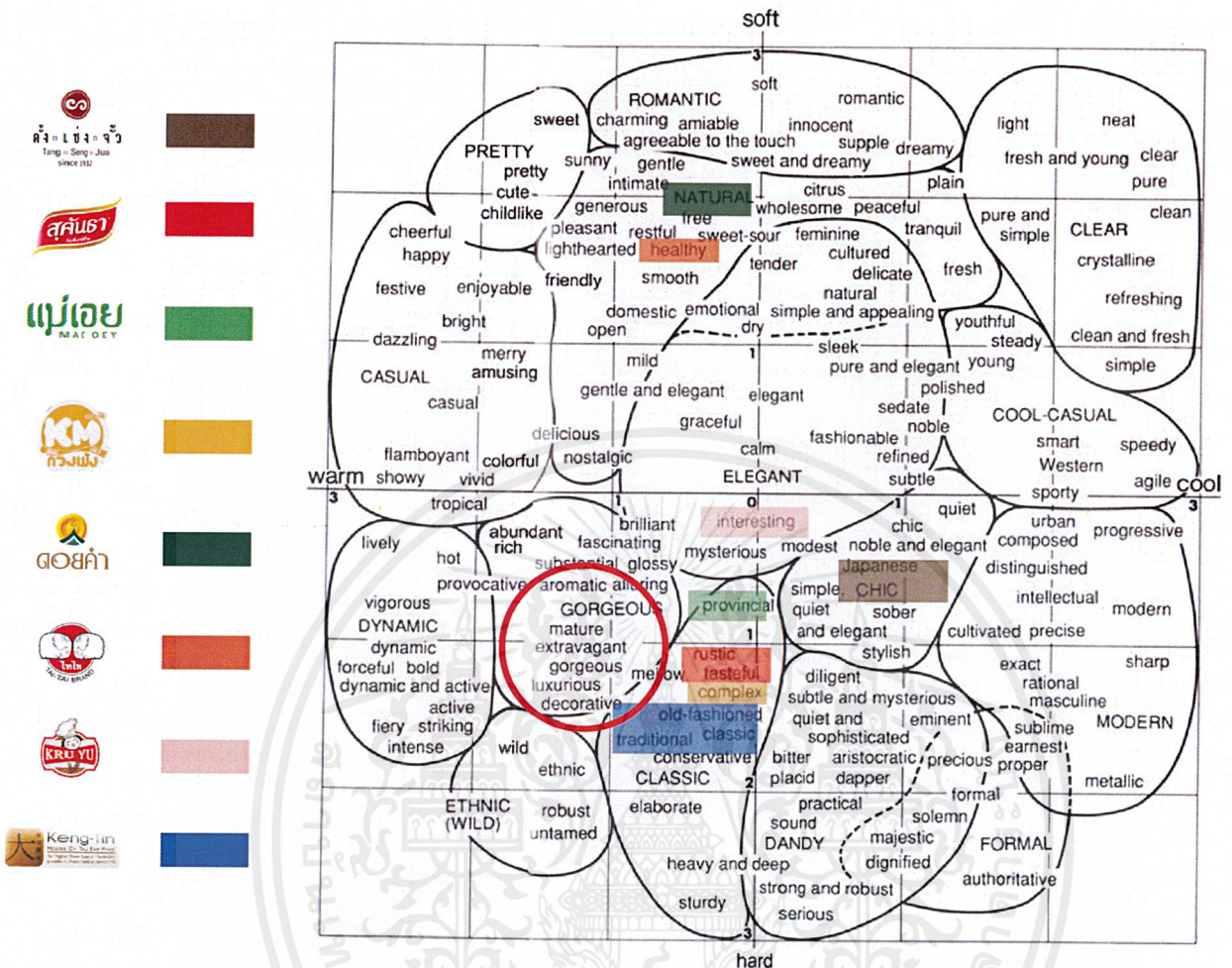
ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีในด้านรสชาติ และเรื่องราวของตัวสินค้า สินค้ามีความหลากหลายและมีเรื่องราวของความเชื่อเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ ในท้องตลาด

ด้านกราฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

กราฟิกยังขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และถ่ายทอดอัตลักษณ์ของแบรนด์ออกมาให้ผู้บริโภครับรู้ไม่ได้ ในด้านโครงสร้างยังไม่ตอบโจทย์ในเรื่องของความขึ้น และแรงกดทับ

2.3.2 ตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง (Brand Positioning)



ภาพที่ 2.37 แสดงตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แบบเก่าและใหม่

วิเคราะห์จากรูปภาพแสดงตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง จะเห็นว่าแบรนด์ เค่งตันอยู่ใน Zone ล่างซ้ายซึ่งมีแบรนด์อื่นๆ ในท้องตลาดอีกจำนวนมากที่กระจุกตัวอยู่ในตำแหน่งนี้ จึงทำการย้าย Positioning ของแบรนด์ใหม่เพื่อให้มีจุดยืนที่แตกต่างกับแบรนด์อื่นๆ ในท้องตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

2.4.1 ถ้อยคำบรรยายที่จำเป็นบนบรรจุภัณฑ์

ก) ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้

เต้าส้อม		ขนมโก๋	
ส่วนผสมแป้งชั้นนอก	ส่วนผสมไส้	แป้งขนมโก๋ น้ำตาลไอซิ่ง เนยขาว น้ำร้อน พิมพ์หรือแบบ สำหรับกดขนม	
แป้งสาลี แบะแซ น้ำมันหมู น้ำเปล่า	ถั่วเขียวบด น้ำตาลทราย แบะแซ น้ำเปล่า	ตู่บตู่บ/ถั่วทุบ/ก๋วยตู่ตู่	
ส่วนผสมแป้งชั้นใน	เกลือ น้ำมันพืช ไข่ไก่สำหรับทาหน้าขนม สีผสมอาหารสีแดง		
แป้งเค้ก เนยขาว		ถั่วลิสงคั่ว น้ำตาลทราย แบะแซ	แป้งก้อ กะทะ ไม้บรรทัด (แผ่นเหล็ก)
หม้อล้าว		ขนมพริกไทย	
แป้งข้าวเหนียว เผือก งาขาว และน้ำตาล แบะแซ (น้ำผึ้งข้าว)	น้ำมันพืช เกลือ	แป้งส่วนที่ 1	แป้งส่วนที่ 2
		แป้งสาลีเอนกประสงค์ น้ำตาลทราย น้ำมันพืช เกลือป่น น้ำ	แป้งสาลี น้ำตาลทรายแดง เกลือ พริกไทยเม็ดสีดำ งาขาว น้ำมันพืช น้ำเปล่า หอมแดงสับละเอียด กระเทียมสับละเอียด ซีอิ๊วดำ
ก๋วยตู่ตู่/คอกเปิด		ถั่วตัด	
แป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า มะพร้าว (เอาหัวกะทิ) ไข่ไก่ น้ำมันพืช น้ำตาลโตนด		ถั่วลิสงอบ น้ำตาลทราย น้ำ	แบะแซ งาขาวคั่ว เกลือป่น
ขนมเต้า(อังกู)		ไส้ไก่	
แป้งข้าวสาลี น้ำตาลทราย สีแดง		แป้งสาลี ยีสต์ ผงฟู น้ำ เกลือป่น	น้ำตาลทราย ไข่ไก่ น้ำมันพืช
ขนมบั้งฝ่าง			
ข้าวเหนียว หัวหอม น้ำตาล แบะแซ น้ำมันพืช			

ภาพที่ 2.38 ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนมไหว้พระจันทร์		ขนมตอก	
ส่วนผสมแบ่งที่ 1	ส่วนผสมการทำน้ำเชื่อม	น้ำลอยดอกมะลิ น้ำตาลปีบ ข้าวตอกบดละเอียด ข้าวตอกบดหยาบ น้ำตาลทราย แะแซ	
แป้งบัวแดง น้ำมันพืช น้ำเชื่อมที่ต้มจนเป็นสีน้ำตาลเข้ม น้ำตาล่าง	น้ำตาลทราย มะนาว		
ส่วนผสมแบ่งที่ 2			
แป้งบัวแดง			
ฝั่งเปียะ		ถั่วทอด	
แป้งสาลี น้ำ แะแซ (น้ำผึ้งข้าว) น้ำมันพืช เกลือ สีผสมอาหาร(สีแดง)		แป้งข้าวเจ้า แป้งมัน ถั่วลิสง ไข่ไก่ น้ำตาลทราย	เกลือ น้ำปูนใส น้ำกะทิ น้ำมันสำหรับทอด
ชี้เต้าส้อ(ขนมหน้าแตก)		ซาลาเปาไส้สังขยา	
แป้งเอนกประสงค์ น้ำตาลทราย น้ำมันพืช ไข่ไก่ ผงฟู	เบคกิ้งโซดา เกลือ งาขาว	ส่วนผสมแป้ง	ส่วนผสมไส้
		แป้งขนมปัง น้ำเปล่า ยีสต์ แป้งขนมปัง น้ำตาลทราย เนยละลาย	เกลือ ไข่ไก่ นมสด เกลือป่น ไข่ไก่
		นมข้นจืด เนยจืด น้ำมันพืช	ใบเตย แป้งข้าวโพด นมข้นจืด เนยจืด
กินหนึ่งโก		เกดหล่องเดี่ยว	
แป้งเค้ก ผงฟู ไข่ไก่ น้ำตาลทราย น้ำมะนาว		แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งสาลีเนกประสงค์ น้ำตาลทราย	น้ำมันพืช น้ำสะอาด แป้งคั่วสำหรับโรยหน้า
เกดหล่องเดี่ยว		ถั่วทอด	
แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งสาลีเนกประสงค์ น้ำตาลทราย	น้ำมันพืช น้ำสะอาด แป้งคั่วสำหรับโรยหน้า	แป้งข้าวเจ้า แป้งมัน ถั่วลิสง ไข่ไก่ น้ำตาลทราย	เกลือ น้ำปูนใส น้ำกะทิ น้ำมันสำหรับทอด

ภาพที่ 2.39 ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนมมก
แป้ง 76 % ไข่ไก่ 2 % น้ำตาล 1 % น้ำ 4 %
จันอับ
ฟัก ผลแก่ หั่นเป็นชิ้นพอคำ น้ำปูนใส ใบเตย น้ำตาลทราย

ภาพที่ 2.40 ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้

- ข) อย.
- ค) คำบรรยายรสชาติของขนม
- ง) วันหมดอายุ/วันผลิต
- จ) คำบรรยายเกี่ยวกับความเชื่อ/เรื่องราวที่เกี่ยวกับขนม
- 2.4.2 ข้อความที่มีความจำเป็นต้องพิมพ์เป็นภาษาต่างๆ
- ก) วันหมดอายุ/วันผลิต
- ข) ส่วนประกอบ/วัตถุดิบที่ใช้
- 2.4.3 ข้อมูลที่แจ้งเตือน
- ก) วันหมดอายุ/วันผลิต
- 2.4.4 ข้อกำหนดตามกฎหมาย เช่น อย.

ผลิตภัณฑ์	เลขที่จดแจ้ง (อย.)
ขนมก้องหยุนถึง (คอเปิด)	831-40029-2-0029
ขนมมก	03-1-40029-2-0040
ขนมพริกไทย	831-40029-2-0032

ภาพที่ 2.41 ข้อกำหนดตามกฎหมาย เช่น อย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.5 Packaging strategy 2P2C

กลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีสิ่งที่จะต้องคำนึงอยู่ 4 อย่างคือ

Containment การบรรจุผลิตภัณฑ์

Convenience ความสะดวกสบายในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งในแง่การใช้งานและ การเก็บรักษา

Protection ความสามารถในการปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในบรรจุภัณฑ์

Promotion Communication การสื่อสารเพื่อการขาย

การนำกลยุทธ์ 2P2C มาใช้ในการออกแบบ

ในโครงการออกแบบนี้ เราจะใช้กลยุทธ์ 2P2C ในรูปแบบที่เน้นการสื่อสารข้อมูลแบรนด์ และ สินค้า (Promotion Communication) เป็นหลักให้สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของแบรนด์ ออกมาได้มากที่สุด โดยคำนึงถึงการบรรจุผลิตภัณฑ์ตามลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Containment) สามารถปกป้องสินค้าได้ (Protection) และ สะดวกสบาย (Convenience) รองลงมา

2.5 ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Demographic)

อายุ : 20-55ปี

เพศ : ชาย/หญิง

การศึกษา : มัธยม-ปริญญาตรี

ความเป็นอยู่ : อาศัยอยู่บ้าน/ คอนโด/ หอพัก

สถานภาพ : โสด/ สมรส

อาชีพ : พนักงานบริษัทเอกชน/ นักศึกษา/ ข้าราชการ

รายได้ : 10,000-20,000 บาท

พฤติกรรม

ค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมต่อครั้ง : 100-150 บาท

สถานที่ในการซื้อขนม : ร้านค้าใกล้ที่ทำงาน/ตลาดนัด

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขนมพื้นเมือง : ปากต่อปาก/ ได้รับรู้จากครอบครัว/ จากการได้เห็นแหล่งร้านค้าในชุมชน

เหตุผลในการเลือกซื้อขนม : ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อบริโภคเอง รองลงมาคือไปเป็นของฝากตามเทศกาลต่างๆ

ความถี่ในการรับประทานขนม : สัปดาห์ละ 2-6 ครั้ง

2.5.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Psychographic)

ค่านิยม : มีชีวิตตามขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา บรรทัดฐานทางสังคมเป็นผู้บริโภคที่ทำนายได้ง่ายเพราะมักจะซื้อสินค้าแบบเดิมๆ และยึดถือที่เป็นที่รู้จักและมีความภักดีต่อตราสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสบการณ์ : เป็นคนวัยทำงาน ชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (Worklife Balance) มีแนวคิดและการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่าง ทำทุกอย่างได้เพียงลำพังไม่พึ่งพาใคร เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดเปิดกว้าง มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่ได้ยึดชนบธรรมเนียมประเพณีมากนัก เป็นคนที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป อย่างเช่นมองว่าการอยู่ก่อนแต่งหรือการหย่าร้างก็เป็นเรื่องปกติ

ทัศนคติที่มีต่อขนมพื้นเมือง : ชอบทานขนมพื้นเมืองมากกว่าขนม fast food คิดว่าขนมพื้นเมืองนี้คนที่ทำต้องมีใจรักในการทำจริงๆ เพราะกรรมวิธีในการทำขนมพวกนี้ค่อนข้างจะซับซ้อนและใช้เวลาในการทำนาน เป็นเอกลักษณ์ของคนภูเก็ตควรมีคนสืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ขนมแบบนี้ไม่หายไป

2.5.3 สรุปข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบ

ความต้องการของผู้บริโภคทางกายภาพ : เปิดรับประทานได้สะดวก ป้องกันขนมจาก ลม/ ความชื้น สามารถพกพาได้สะดวกรับประทานได้ 1-3 ครั้ง

ความต้องการของผู้บริโภคทางจิตภาพ : ขนมของร้านเค่งตันมีภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท่าอย่างแท้จริงขนมหลายๆอย่างก็มีความเชื่อทางประเพณีของคนสมัยก่อนแทรกอยู่ด้วย รวมถึงมีลักษณะการทำขนมที่เฉพาะตัว มีความบรรจงปราณีต คนทำต้องใจเย็นมีใจรักในการทำจริงๆ บรรจุภัณฑ์ควรสื่อเรื่องราวข้างต้นนี้ให้ออกมาเป็นรูปธรรม

ปัจจัยในการเลือกซื้อขนม : รสชาติถูกปาก/ บรรจุภัณฑ์น่าซื้อ/ คุ้มค่างับราคาซื้อ/ เพราะได้รับเป็นของฝาก

2.6 เจาะลึกการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2.6.1 การให้คุณค่าความสำคัญของผู้บริโภค

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์โดยใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อและสนใจในรายละเอียดเรื่องของคุณภาพที่เกี่ยวกับโภชนาการ และคำบรรยายเกี่ยวกับเรื่องรสชาติความเป็นมาของขนมรวมไปถึงความสะดวกในการพกพา

2.6.2 ความต้องการในการตรวจตรา ทดสอบสินค้า ก่อนการเลือกซื้อ

ที่ร้านเค่งตันสาขาหลัก/ หน้าร้านหมายเลขที่ 63 (ศูนย์บริการการท่องเที่ยวถนนกลาง)/ บูธในงานเทศกาลย้อนอดีต/ บูธงาน OTOP จะมีบริการให้ลูกค้าได้ทดลองชิมก่อนที่จะซื้อ เพราะขนมพื้นเมืองภูเก็ตมีหน้าตาและชื่อที่ค่อนข้างแปลก บางคนอาจจะไม่รู้จึงทำให้จินตนาการถึงรสชาติไม่ออกจึงมีบริการให้ทดลองชิมได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

2.6.3 ความสะดวกในการเคลื่อนย้าย

ขนมประเภทของฝากจะมีกล่องกระดาษเป็น Secondary ปกป้องภายนอกและมีถุงพลาสติกหุ้มขนมไว้ภายในจึงสะดวกในการขนส่งสินค้าแต่ขนมที่ขายตลอดปี และแบบที่ขายในงานเทศกาลส่วนใหญ่จะใช้ Package เป็นรูปแบบถุงพลาสติก หรือซองแบบที่ต้องใช้แม็กหรือความร้อนในการปิดผนึก ค่อนข้างจะลำบากในการขนส่งเพราะต้องคำนึงถึงการจัดวาง ต้องห้ามกระแทกแรงขณะจัดวางในการขนส่งขนมต้องไม่กดทับกันหรือเปียกกันเกินไป จนอาจทำให้ตัวขนมแตกหักหรืออุ้งยุบยู่ไม่น่ารับประทาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4 ความต้องการในการจัดวาง เก็บรักษา

Package ขนมอบที่เป็นรูปแบบ ถุง/ กล่องพลาสติก/ กระดาษ ต้องคำนึงถึงการจัดวาง ขณะขนส่งสินค้า เพราะถ้าวางทับกันแน่นเกินไปอาจทำให้ขนมอบแตกหักเสียหายได้ ในการวางบน Shelf ก็วางได้ตามปกติ แต่ควรเก็บในที่อุณหภูมิห้องไม่โดนแดดร้อนจัดจนเกินไป

2.6.6 ความต้องการในอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ขนมอบทางร้านมีอายุได้สูงสุดประมาณ 20 วันหากเก็บไว้ในตู้เย็นช่องปกติ หากเก็บใน อุณหภูมิห้องควรรับประทานให้หมดใน 7 วัน

2.6.7 ความสะดวกในการเปิดปิด-เปิดบรรจุภัณฑ์

ค่อนข้างสะดวกในการเปิดรับประทาน และพกพาแต่ถ้ารับประทานไม่หมดในครั้งเดียวควร เทขนมอบออกจากถุงแล้วเก็บไว้ในภาชนะฝาปิดมิดชิด จึงจะสามารถถนอมขนมอบได้นาน บรรจุภัณฑ์ ของทางร้านส่วนใหญ่ทำให้เปิดกินได้ง่ายแต่ไม่สะดวกในการเก็บไปกินในครั้งต่อไป

2.6.8 เงื่อนไขด้านความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ขนมอบของร้านไม่ใส่วัตถุกันเสียปลอดภัยต่อผู้บริโภค และไม่ใช้กลิ่นปรุงแต่งปราศจากสารเคมี/ สารสังเคราะห์

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง

คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุขนมอบแห้งที่มีลักษณะทางกายภาพ 2 แบบคือ

1. กรอบ/ เปราะ/ แห้ง 2. แบบนิ่ม ควรคำนึงถึงสิ่งต่างๆดังนี้

1) ความสามารถป้องกันความชื้น (Moisture Barrier) บรรจุภัณฑ์สำหรับขนมอบแห้ง จะต้องป้องกันการดูดซึ่มกลับของความชื้นจากบรรยากาศ อากาศรอบๆ คือควรมีค่าอัตราการดูดซึ่ม กลับความชื้นต่ำ ซึ่งค่านี้ขึ้นอยู่กับ ชนิด และคุณภาพ ตลอดจนความหนาของวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ เพราะสินค้าประเภทขนมอบแห้งจะมีส่วนประกอบของน้ำตาลในปริมาณมาก ซึ่งน้ำตาลเป็นตัวที่ ดึงดูดน้ำได้ดี ก่อให้เกิดความชื้นอันเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดความเน่าเสีย

2) ความสามารถป้องกันแรงกดทับ/ แรงกระแทก/ แรงเสียดสี บรรจุภัณฑ์ขนมอบแห้ง ที่ดีจะต้องทนต่อการกดและการกระแทกได้ดี ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อขนมอบแห้งมักแข็ง เปราะ แตกง่าย และมีส่วนแหลมคมสามารถทิ่มแทงภาชนะบรรจุได้

3) ความสามารถป้องกันอากาศ โดยเฉพาะออกซิเจน เป็นสาเหตุสำคัญของการ เกิด ปฏิกิริยาทางเคมี ซึ่งทำให้ขนมอบเกิดกลิ่นหืน บรรจุภัณฑ์อาหารแห้งที่ดีจะต้องสามารถป้องกันก๊าซ ออกซิเจนจากสภาวะอากาศรอบๆ ผ่านเข้าไปในภาชนะบรรจุ นอกจากนี้อาจใช้สารดูดซับออกซิเจน เพื่อช่วยดูดซับออกซิเจนที่มีอยู่แล้วในบรรจุภัณฑ์ก่อนปิดผนึกและจะซึมผ่านบรรจุภัณฑ์ระหว่างการ เก็บรักษา

วัสดุที่เหมาะสมกับสินค้าประเภทขนมอบแห้ง มีดังต่อไปนี้

ก.) กระดาษ

ข.) พลาสติก

2.7.1 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ประเภท กระดาษ

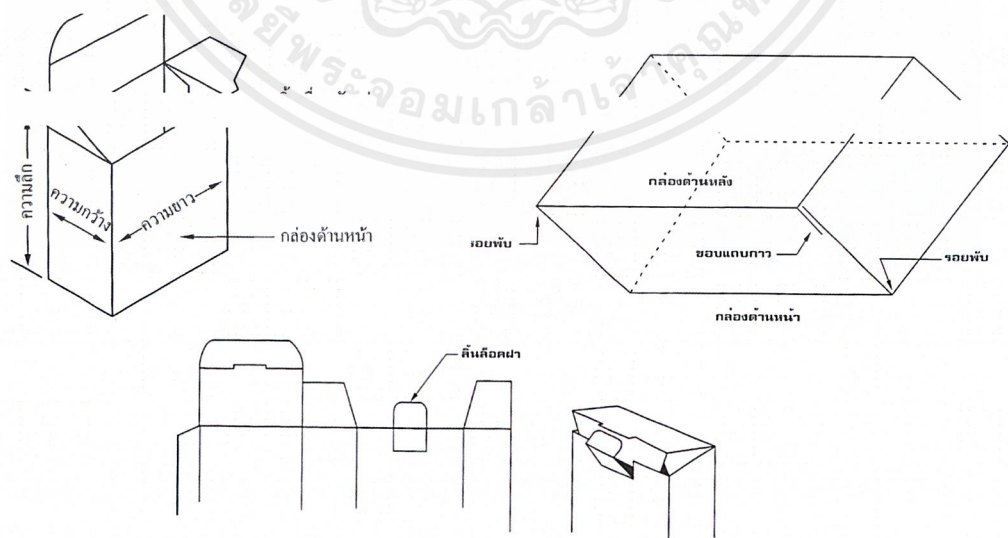
กระดาษมีหลายชนิด ผลิตมาจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพแตกต่างกันตามความเหนียว ความ ทนทานต่อการฉีกขาด ดึงขาด ดันทะลุ สามารถตัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย สามารถออกแบบได้หลากหลายแบบ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น มิอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกที่สุดและน้ำหนักเบาที่สุด โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้น้ำและก๊าซซึมผ่านได้ดี ไม่สามารถป้องกันความชื้น เสียความแข็งแรงเมื่อถูกน้ำหรืออยู่ในสภาวะที่เปียกชื้นมีความคงรูปพิมพ์ได้งดงาม และสามารถใช้หมุนเวียน (Recycle) ได้จึงไม่ก่อปัญหามลภาวะสามารถทำเป็นหีบห่อได้มากมาย ตั้งแต่ถุงชนิดต่าง ๆ กล่องกระดาษ ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับการใช้งานแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพขึ้น โดยการผนึกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อให้สร้างสรรค์เป็นโครงสร้างใหม่ของบรรจุภัณฑ์ และทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง (Wax Laminated Paper) กระดาษทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น

กระดาษที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร

ก) กล่องกระดาษแข็งแบบท่อ (Tube)

น้ำหนักโดยประมาณ (กรัม)	ความหนาของกระดาษแข็ง (มิลลิเมตร)
ไม่เกิน 200 กรัม	0.380 มม. ถึง 0.450 มม.
231 - 450 กรัม	0.500 มม. ถึง 0.600 มม.
451 - 900 กรัม	0.700 มม. ถึง 0.800 มม.
มากกว่า 900 กรัม	0.900 มม. หรือพิจารณาใช้กระดาษลูกฟูกลอน E



ภาพที่ 2.42 กล่องกระดาษแข็งแบบท่อ

https://www.google.com/?client=safari&channel=mac_bm

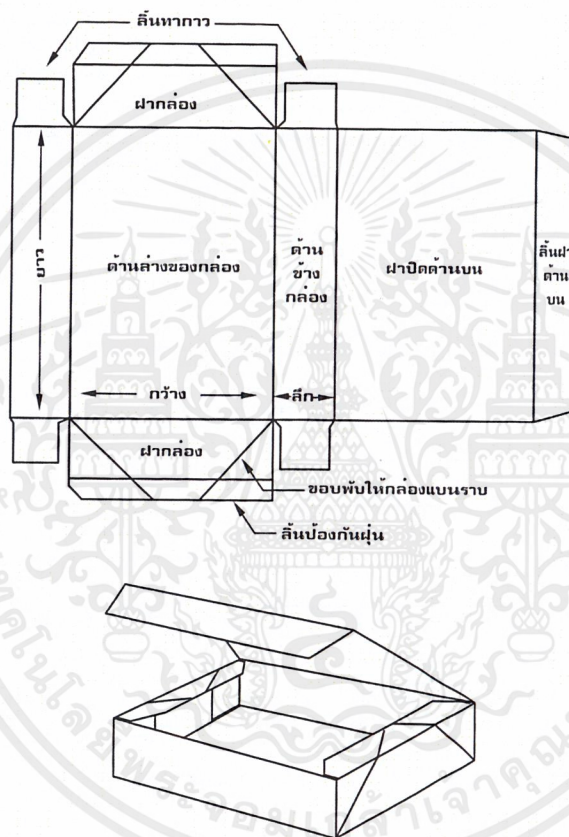
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข) กล่องกระดาษแข็งแบบถาด

กล่องแบบนี้สามารถแยกประเภทการใช้งานได้ 2 ประการ คือ

แบบที่พับได้ (Collapsible) และสามารถขึ้นรูปใช้งานได้ทันที เนื่องจากบริเวณลิ้นข้างกล่องมีการทากาวแล้วจากโรงงานผลิตกล่องกระดาษแข็ง

แบบที่ต้องพับสอดลิ้นกล่องก่อนจะขึ้นรูปเพื่อใช้งาน ถาดกระดาษแบบสี่มุมพับได้ (Four Corner Collapsible Trays) ถาดกระดาษแบบนี้สามารถพับให้แบนราบได้เพื่อความสะดวกในการจัดส่ง นอกจากนี้ยังสามารถออกแบบให้ฝาปิดได้ กล่องแบบนี้นิยมใช้ตามร้านค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากสามารถขึ้นรูปได้สะดวกเมื่อทำการบรรจุ



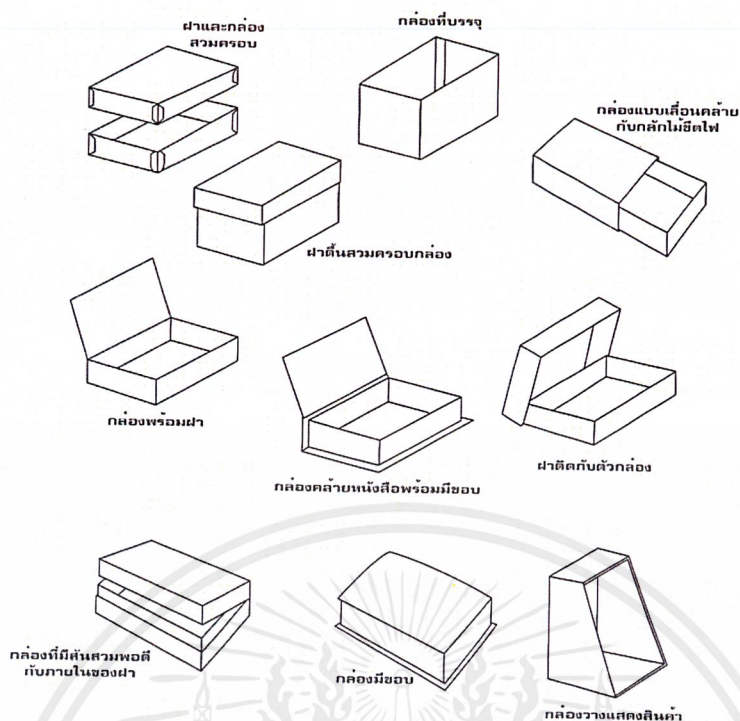
ภาพที่ 2.43 กล่องกระดาษแข็งแบบถาด

https://www.google.com/?client=safari&channel=mac_bm

ค) กล่องกระดาษแข็งแบบคงรูป (Rigid Box)

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วกล่องประเภทนี้ไม่สามารถพับแบนเรียบระหว่างการขนส่ง แต่ยังคงเป็นที่นิยมใช้พอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล่องที่ใช้เป็นของขวัญ เป็นต้น ตัวอย่างกล่องกระดาษแข็งแบบคงรูปที่นิยมใช้ดังแสดงในรูปที่ 2.12 กล่องกระดาษแข็งแบบคงรูปจะมีมุมสี่เหลี่ยมที่พับขอบด้านข้างด้วยกัน กล่องของขวัญส่วนใหญ่จะห่อด้วยกระดาษ ผ้าไหม ผืนหรือกำมะหยี่ เช่น กล่องเครื่องเพชร เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.44 กล่องกระดาษแข็งแบบคงรูป (Rigid Box)
https://www.google.com/?client=safari&channel=mac_bm

ง) บรรจุภัณฑ์การ์ด (Carded Packing)

การใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จะทำให้สามารถมองเห็นตัวสินค้าได้ง่าย เนื่องจากมักจะมีแว่น กระจก ขูด ขยี้ ต่างๆ สินค้าจะดึงดูดผู้ซื้อด้วยตัวสินค้าเอง ในขณะที่เดียวกันก็สามารถทำหน้าที่ปกป้องสินค้าจากความเสียหายที่เกิดจากการขนส่งและการปนเปื้อน แผ่นกระดาษด้านหลังตัวสินค้าจะทำหน้าที่ปกป้องสินค้าชั้นเล็กๆ จากการถูกขโมยหรือหลุดหาย และด้านหลังของแผ่นกระดาษนี้สามารถแสดงรายละเอียด ข้อเสนอแนะ ฯลฯ ของสินค้าได้ด้วย บรรจุภัณฑ์แบบนี้มี 2 ประเภท คือแบบ บลิสเตอร์แพ็ค (Blister Pack) และแบบแนบผิว (Skin Pack)

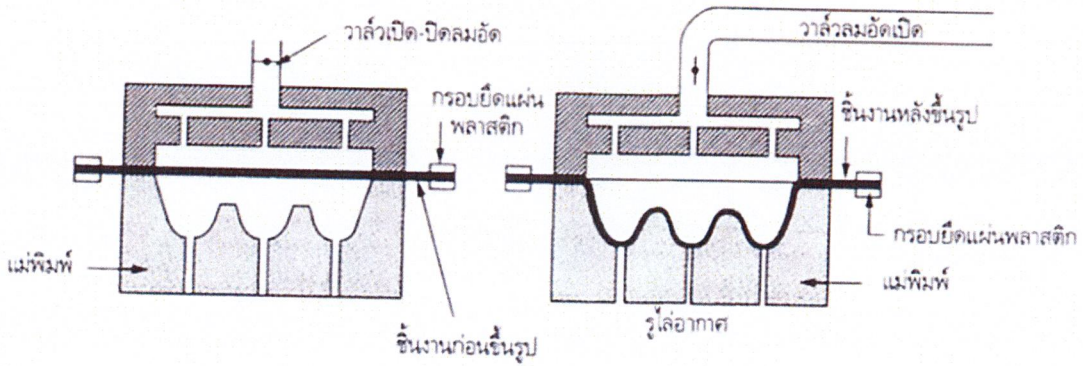
2.7.2 ข้อมูลด้านวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ประเภท พลาสติก

ก) การ Thermoforming และการ Laminating

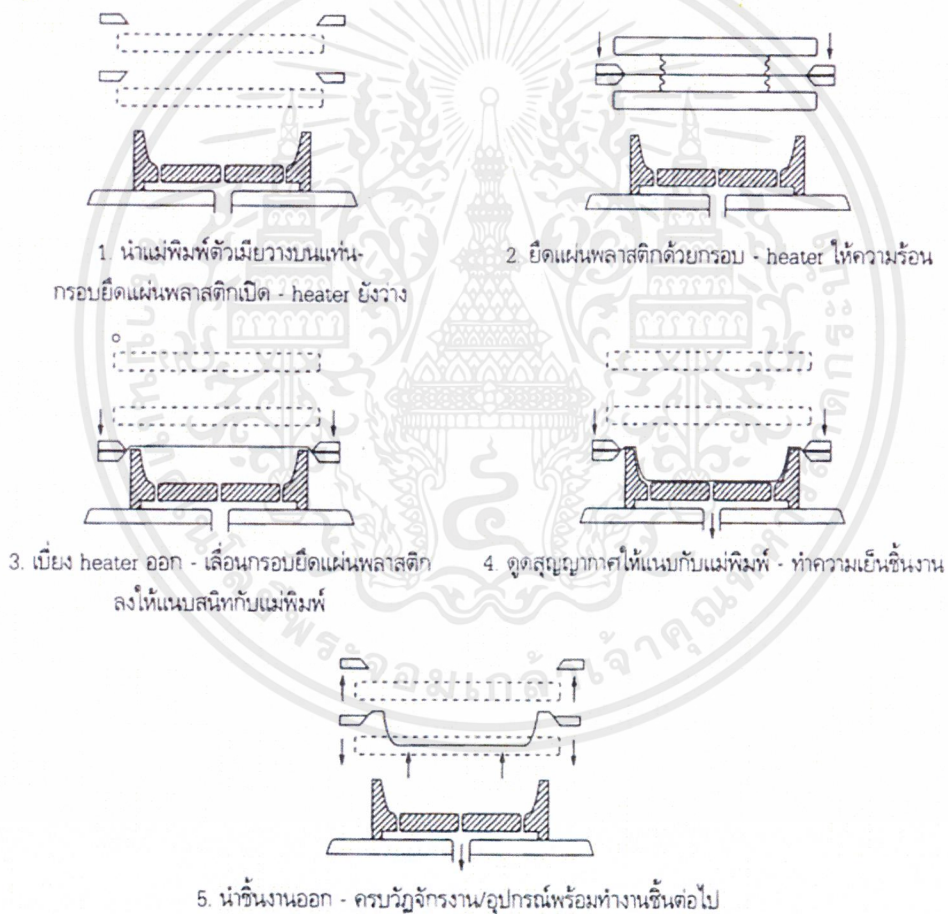
การ Thermoforming และการ Laminating เป็นกระบวนการที่ต่อจาก Sheet/Film Extrusion ซึ่งก็คือ วัตถุดิบที่ใช้จะเป็นผลิตภัณฑ์จากกระบวนการ Sheet/Film Extrusion เป็นลักษณะ Secondary Process

การ Thermoforming เป็นการขึ้นรูปโดยการให้ความร้อนกับแผ่นฟิล์ม หรือแผ่นพลาสติกจนถึงอุณหภูมิอ่อนตัว แล้วใช้แรงบังคับให้แนบกับแม่พิมพ์ ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นการใช้แรงดูดของสุญญากาศ (Vacuum Forming) หรือใช้ลมอัด (Blow Forming) หลังจากนั้นต้องทำให้เย็น เพื่อขึ้นงานคงรูปไว้ตามแบบของแม่พิมพ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แสดงการขึ้นรูปแบบใช้ลมอัด (Blow Forming)



แสดงการขึ้นรูปแบบใช้แรงดูดสุญญากาศ (Vacuum Forming)

ภาพที่ 2.45 ภาพกรรมวิธีการ Thermoforming

https://www.google.com/?client=safari&channel=mac_bm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การ Laminating เป็นการเคลือบหรืออัดชั้น นั้นมีหลายวิธี การเคลือบแบบผง,แบบใช้ไฟฟ้าสถิต,แบบใช้ความร้อน เป็นต้น หลักการคือการใช้พลาสติกเหลวเคลือบไปบนวัสดุ แล้วแต่ความหนาที่ต้องการ อาจจะเป็นการเคลือบไปบนกระดาษ,พลาสติกด้วยกัน หรือ ฝ้ายก็ได้ ประโยชน์ที่นำไปใช้เพื่อให้วัสดุมีความแข็งแรงมากขึ้น,กันน้ำหรือความชื้นได้,ป้องกันรอยขีดข่วน เป็นต้น



ภาพที่ 2.46 ภาพแสดงกรรมวิธีการเคลือบโดยการ Laminating
https://www.google.com/?client=safari&channel=mac_bm

2.7.3 ระบบทางการพิมพ์

ประเภทของการพิมพ์ที่ผู้ประกอบการนิยมทำกันในปัจจุบันมีดังนี้

ก) การพิมพ์ออฟเซต (Offset Printing)

เป็นการพิมพ์พื้นราบที่ใช้หลักการน้ำกับน้ำมันไม่รวมตัวกัน โดยสร้างเยื่อน้ำไปเกาะอยู่บนบริเวณไร้อากาศของแผ่นแม่พิมพ์ เมื่อรับหมึก หมึกจะไม่เกาะน้ำแต่จะไปเกาะบริเวณที่เป็นภาพแล้วถูกถ่ายลงบนผ้าเยื่อและกระดาษพิมพ์ต่อไป การพิมพ์ออฟเซตสามารถผลิตงานพิมพ์ที่มีคุณภาพสูงจนถึงสูงมาก เครื่องพิมพ์มีหลายขนาด มีทั้งเครื่องพิมพ์ 1 สี 2 สี 4 สี 5 สี หรือมากกว่านั้น ตัวอย่างงานพิมพ์ออฟเซต เช่น พิมพ์แผ่นพับ พิมพ์ใบปลิว พิมพ์หนังสือ พิมพ์วารสาร พิมพ์นิตยสาร พิมพ์โปสเตอร์ พิมพ์แคตตาล็อก บรรจุภัณฑ์กระดาษ งานพิมพ์ใช้ในสำนักงาน ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข) การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์ (Letterpress Printing)

เป็นการพิมพ์ พื้นฐานที่ใช้แม่พิมพ์ทำจากโลหะผสมหรือพอลิเมอร์อย่างหนา กัดผิวจนเหลือส่วนที่เป็นภาพสำหรับรับหมึกพิมพ์แล้วถ่ายทอดลงบนวัสดุที่ใช้พิมพ์โดยใช้วิธีกดทับ ในยุคก่อนมีการใช้ตัวอักษรโลหะเป็นตัว ๆ มาจัดเรียงเป็นข้อความที่ต้องการแล้วใช้เป็นแม่พิมพ์ การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์มีมาช้านานเก่าแก่มาก ในปัจจุบันมีการพิมพ์ประเภทนี้เหลืออยู่น้อย เนื่องจากการทำแม่พิมพ์ลำบากและภาพพิมพ์ที่ได้ไม่ค่อยสวยงาม ตัวอย่างงานพิมพ์ประเภทนี้คือ นามบัตร แบบฟอร์ม ฉลากกล่อง ป้ายและงานพิมพ์อื่น ๆ ที่ไม่ต้องการความละเอียดมาก

ค) การพิมพ์(ซิลค์)สกรีน (Silkscreen Printing)

เป็นการพิมพ์พื้นฐานที่ใช้หลักการพิมพ์โดยให้หมึกซึมทะลุผ่านผ้าที่ขึงตึงไว้ และให้ทะลุผ่านเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพ สามารถพิมพ์งานสอดสีได้ ความละเอียดของภาพพิมพ์ขึ้นอยู่กับความถี่ของเส้นใยผ้า สามารถพิมพ์ลงบนวัสดุได้หลากหลายชนิด ทั้งกระดาษ ผ้า ไม้ พลาสติก และพิมพ์บนวัสดุที่มีผิวโค้งได้ ตัวอย่างงานพิมพ์ประเภทนี้คือ นามบัตร บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ป้ายกระดาษ/พลาสติก/โลหะ

ง) การพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing)

เป็นการพิมพ์ที่ใช้เครื่องพิมพ์หรือพรินเตอร์ต่อพ่วงกับเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถสั่งพิมพ์ได้โดยตรงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์หรือพรินเตอร์ที่ใช้คือ เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทขนาดเล็กและใหญ่ เครื่องพิมพ์เลเซอร์ความเร็วปกติจนถึงความเร็วสูง เครื่องพิมพ์ดิจิทัลใช้หมึกประจุไฟฟ้า ตัวอย่างงานพิมพ์ประเภทนี้คือ งานพิมพ์ที่มีปริมาณไม่มาก เช่น นามบัตร แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือ งานพิมพ์ที่มีการเปลี่ยนภาพหรือข้อความบ่อย ๆ เช่น ไดรฟ์เมลล์ งานพิมพ์ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (ใช้เครื่องอิงค์เจ็ทขนาดใหญ่)

จ) การพิมพ์เฟล็กโซกราฟี (Flexography)

เป็นการพิมพ์พื้นฐานที่ใช้แผ่นพอลิเมอร์ที่มีความยืดหยุ่นที่ดีเป็นแม่พิมพ์โดยกัดส่วนที่ไม่รับหมึกไว้ลึกลงไป การพิมพ์ในระบบนี้ใช้หลักการคล้ายกับการพิมพ์แบบเลตเตอร์เพรสส์คือใช้การกดทับ แต่หมึกที่ใช้จะเหลวกว่าและใช้ลูกกลิ้งที่ทำขึ้นเป็นพิเศษทำหน้าที่จ่ายหมึกในปริมาณที่สม่ำเสมอให้กับแม่พิมพ์ การพิมพ์ประเภทนี้ได้รับการพัฒนาจนสามารถพิมพ์ภาพสอดสีได้ แม้คุณภาพงานพิมพ์จะยังเทียบเท่าการพิมพ์แบบออฟเซ็ทไม่ได้ แต่ก็ใช้ในสิ่งพิมพ์หลาย ๆ ประเภท งานพิมพ์ประเภทนี้คือ กล่องลูกฟูก กล่องกระดาษแข็ง ฉลาก ป้าย กล่องกระดาษ กระดาษชำระ ถุงและซองพลาสติก และงานพิมพ์สอดสี

ฉ) การพิมพ์กราวิัวร์ (Gravure)

เป็นการพิมพ์พื้นลึกที่ใช้แม่พิมพ์ที่เป็นร่องลึกสำหรับบริเวณที่เป็นภาพเพื่อเก็บหมึกแล้วไว้ปล่อยลงบนผิวของชิ้นงานพิมพ์ คุณภาพของงานพิมพ์ประเภทนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี แม่พิมพ์แบบนี้มักเป็นลูกกลิ้งทรงกระบอก ทำด้วยโลหะใช้วิธีกัดผิวทรงกระบอกเป็นหลุมตามบริเวณที่เป็นภาพ จึงทำยาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และใช้เวลา อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายสูง จึงเหมาะกับงานยาว ๆ งานพิมพ์ประเภทนี้คือ งานพิมพ์ประเภทของพลาสติกใสอาหารและขนม และงานพิมพ์บนพลาสติกต่าง ๆ งานพิมพ์ในต่างประเทศบางแห่งมีการพิมพ์แมกกาซีน หนังสือพิมพ์ และงานพิมพ์บนกระดาษที่มีปริมาณพิมพ์สูง

ข) การพิมพ์ประเภทอื่น ๆ นอกจากการพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนี้ ยังมีการพิมพ์ที่มีลักษณะการพิมพ์แบบอื่น ๆ เช่น การพิมพ์โรเนียว หรือ การพิมพ์สแตนซิล เป็นการพิมพ์พื้นฉลุซึ่งใช้กระดาษไขเป็นแม่พิมพ์ให้หมึกตรงบริเวณที่เป็นภาพสามารถซึมทะลุมาয়แผ่นกระดาษที่ต้องการพิมพ์ การพิมพ์แพด เป็นการพิมพ์พื้นลึกซึ่งใช้ยางนี้รับหมึกที่เป็นภาพจากแม่พิมพ์ แล้วกดทับบนชิ้นงานซึ่งมีพื้นผิวรูปทรงต่าง ๆ งานพิมพ์ส่วนใหญ่ในห้องตลาดเป็นงานพิมพ์ประเภทออฟเซ็ท เนื่องจากมีความสะดวกและคล่องตัวในการผลิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 สรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบ

เมื่อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่หามาทั้งหมดเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้กับแบรนด์เค่งตัน โดยคำนึงถึง ความต้องการ และ ข้อจำกัดต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงข้อจำกัดและความต้องการในด้าน ผลิตภัณฑ์ สถานที่ และผู้บริโภค

	REQUIREMENT	LIMITATION
PRODUCT	<ul style="list-style-type: none"> -ต้องการการคุ้มครองจากแรงกระแทก และความชื้นอันก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ -สื่อสารเรื่องราวของความหมายในตัวขนมแต่ละชิ้น 	<ul style="list-style-type: none"> -ขนมในร้านมีอายุประมาณ 2 อาทิตย์ -ควรเก็บในที่ที่อุณหภูมิไม่เกิน 40 องศา -ถ้าหากรับประทานไม่หมดควรเก็บไว้ในตู้เย็นช่องปกติ
BRAND	<ul style="list-style-type: none"> -แบรนด์ต้องการเล่าเรื่องราวประวัติของร้านชายขนมพื้นเมืองเค่งตัน ที่บรรพบุรุษชีวิตและการใช้ชีวิตของคนสมัยก่อนที่อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ มีความรักความห่วงใยกัน การให้เกียรติกัน ความเคารพซึ่งกันและกัน โดยมีการทำขนมเป็นเหมือนจุดศูนย์กลางที่ใช้เชื่อมโยงผู้คนให้มาใช้ชีวิตร่วมกัน โรงงานทำขนมเค่งตันนี้มีการถ่ายทอดเรื่องราวของประวัติศาสตร์ความทรงจำยาวนานกว่า 70 ปี และยังคงสืบทอดต่อไป 	
PLACE	<ul style="list-style-type: none"> -ใน พท.ที่เป็นห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วย Central Phuket/Robinson Phuket / Golden place สาขาพระราม9 และ สาขาหัวหิน ตัวของบรรจุภัณฑ์ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี เพราะมีการแข่งขันกันในด้านนี้ค่อนข้างสูง และเนื่องจากต้องกลุ่มลูกค้าในสถานที่ดังกล่าวไม่ใช่กลุ่มลูกค้าแต่เดิมของร้านจึง 	<ul style="list-style-type: none"> -หน้าร้านเค่งตัน ชายขนมทุกชนิดที่ร้านผลิต -ร้านศูนย์การท่องเที่ยวถนนกลาง มีชายเฉพาะเซตของฝัก Size Shelf: 90x30 cm -Central Phuket ชายเฉพาะเซตของฝัก Size Shelf: 100x75 cm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.8 ตารางแสดงข้อจำกัดและความต้องการในด้าน ผลิตภัณฑ์ สถานที่ และผู้บริโภค (ต่อ)

	REQUIREMENT	LIMITATION
PLACE	ต้องการการจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันมาสนใจและเลือกซื้อสินค้าของเรา	-Robinson Phuket ชายเฉพาะขนม เต้าส้อม เซตของฝาก size shelf: 100x75 cm -ร้านทุ่งคากาแฟ Phuket ชายเฉพาะ เซตของฝาก -Golden place สาขาพระราม9 และ สาขาหัวหิน ชายเฉพาะขนมเต้าส้อมเซต ของฝาก size shelf: 74x50 cm -บุธตามงานเทศกาล size shelf: 2x3 m.
USER	บรรจุกฎบัตรควรสื่อเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนทำขนม ความเชื่อทางประเพณีของคนสมัยก่อนที่เกี่ยวข้องกับขนมของร้าน รวมถึงมีลักษณะการทำขนมที่เฉพาะตัว มีความบรรจงปราณีตความเอาใจใส่ของร้านเคียงต้น ให้ออกมาเป็นรูปธรรม	-ที่พักรอของผู้บริโภคตั้งอยู่ห่างไกลจากสถานที่ขายสินค้าทำให้เดินทางลำบาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.1 เกณฑ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (CRITERIA)

ตารางที่ 2.9 ตารางแสดงกลยุทธ์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (2P2C)

Containment	การบรรจุผลิตภัณฑ์ กล่องมีขนาดพอดี พอเหมาะสมตรงกับตัวผลิตภัณฑ์
Convenience	ความสะดวกสบายในด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งในแง่การใช้งานและ การเก็บรักษา
Protection	ความสามารถในการปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในบรรจุภัณฑ์ ปกป้องให้ขนมไม่เกิดความชื้น หรือเปราะแตกเสียหาย
Promotion Communication	บรรจุภัณฑ์ต้องสื่อสารเรื่องราวทางประวัติของร้านขายขนมพื้นเมืองเค่งต้นวิถีชีวิตและการใช้ชีวิตของคนสมัยก่อน ที่อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ มีความรักความห่วงใยกัน ให้เกียรติกัน ความเคารพซึ่งกันและกัน โดยมีการทำขนมเป็นเหมือนจุดศูนย์กลางที่ใช้เชื่อมโยงผู้คนให้มาใช้ชีวิตร่วมกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การดำเนินการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในบทที่ 2 ทำให้ทราบถึงความต้องการและขอบเขตในการออกแบบ การดำเนินการออกแบบแบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆได้ดังนี้

- 3.1 สรุปขอบเขตเนื้อหาที่ใช้ในการออกแบบ
- 3.2 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ
- 3.3 แนวความคิดด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- 3.4 แนวความคิดด้าน Graphic
- 3.5 แนวความคิดด้านการออกแบบ Display
- 3.6 ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย

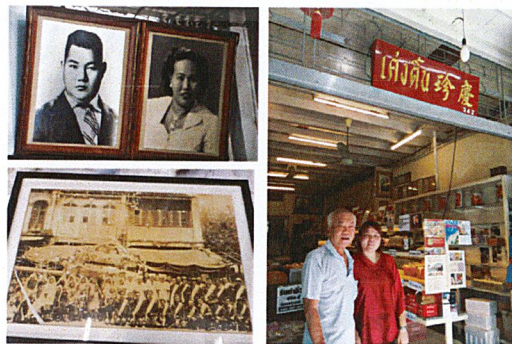
3.1. แนวความคิดในการออกแบบ

จากการที่ได้ศึกษาวิเคราะห์ตัวแบรนด์ขนมพื้นเมืองเค่งตัน จึงสรุปแนวความคิดได้เป็นแนวความคิดด้านตราสินค้า แนวความคิดด้าน Graphic และแนวความคิดด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ได้ดังนี้

3.1.1 แนวความคิดด้านตราสินค้า

แบรนด์เค่งตันเป็นแบรนด์ที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น จากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน ทุกครั้งที่ทำขนมขายก็จะมีแนวคิดที่ว่าของที่ทำขายนี้เราทำให้ลูกให้หลานเราทาน คนงานภายในร้านก็ให้ความสำคัญเสมือนคนในครอบครัว แบรนด์เค่งตันนี้มีความเป็นครอบครัวอยู่สูงมาก จึงมี Design concept ว่า Family Legacy แยกเป็น Keyword ได้ดังนี้

1) Keyword “Family” : ร้านเค่งตันมีความเป็นครอบครัวอยู่สูงมาก พนักงานในร้านก็รักใคร่กลมเกลียวดูแลกันอย่างญาติพี่น้อง และจะคิดเสมอว่าลูกค้าของร้านก็สำคัญเหมือนคนในครอบครัวของเรา จะต้องใส่ใจทำขนมที่ดีที่สุดให้ลูกค้าได้ทาน



ภาพที่ 3.1 Family

<https://www.google.com/search?client=safari&biw=1440&bih=767&tbm=>
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

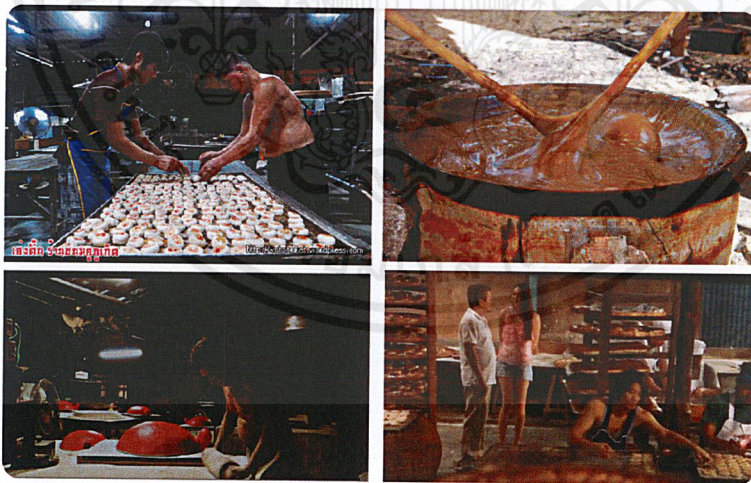
2) Keyword “Humble” : มีความอ่อนน้อม นอบน้อมใส่ใจทั้งกับลูกค้าและทุกคนที่ร่วมงานด้วย



ภาพที่ 3.2 Humble

<https://www.google.com/search?q=chinese>

2) Keyword “Respect” : เคารพในสูตรการทำขนม ยังคงกรรมวิธีการทำแบบดั้งเดิมอย่างต้นตำหรับ



ภาพที่ 3.3 Respect

<https://www.google.com/search?client=safari&biw=1440&bih=767&tbm=>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ

ตารางที่ 3.1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ

	Packaging	Place
Design Requirement	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความเป็นแบรนด์เค่งตัน บอกถึงประวัติศาสตร์ของร้านที่มีมาอย่างยาวนาน และยังสามารถปกป้องขนมจากความร้อนและความชื้นได้	-ใน พท.ที่เป็นห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วย Central Phuket/Robinson Phuket / Golden Place สาขาพระราม 9 และ สาขาหัวหิน ตัวของบรรจุภัณฑ์ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี เพราะมีการแข่งขันกันในด้านนี้ค่อนข้างสูง และเนื่องจากกลุ่มลูกค้าในสถานที่ ดังกล่าวไม่ใช่กลุ่มลูกค้าแต่เดิมของร้านจึงต้องการ การจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันมา สนใจและเลือกซื้อสินค้าของเรา
Design Limitation	-ขนมในร้านมีอายุประมาณ 2 อาทิตย์ -ควรเก็บในที่ที่อุณหภูมิไม่เกิน 40 องศา -ถ้าหากรับประทานไม่หมดควรเก็บไว้ในตู้เย็นช่องปกติ	-Robinson Phuket ชายเฉพาะขนมเต้าส้อ เซตของฝัก Size Shelf: 100x75 cm -ร้านทุ่งคากาแฟ Phuket ชายเฉพาะเซตของฝัก -Golden Place สาขาพระราม9 และ สาขาหัวหิน ชายเฉพาะขนมเต้าส้อเซต ของฝัก Size Shelf: 74x50 cm -บุรตามงานเทศกาล Size Shelf: 2x3 m.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 สรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการออกแบบ (ต่อ)

	Packaging	Place
Design Criteria	<p>-การบรรจุผลิตภัณฑ์ กล่องมีขนาดพอดี พอเหมาะสมตรงกับ กับตัวผลิตภัณฑ์</p> <p>-ความสะอาดสวยงามในด้านการใช้ ผลิตภัณฑ์ทั้งในแง่การใช้งานและ การเก็บ รักษา</p> <p>-ความสามารถในการปกป้องผลิตภัณฑ์ ภายในบรรจุภัณฑ์ ปกป้องให้ขนมไม่เกิด ความชื้น หรือเปราะแตกเสียหาย</p> <p>-บรรจุภัณฑ์ต้องสื่อสารเรื่องราวทาง ประวัติของร้านขาย ขนมพื้นเมืองเค่งตัน วิถีชีวิตและการใช้ชีวิตของคนสมัยก่อน ที่ อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ มีความรักความ ห่วงใยกัน การ ให้เกียรติกัน ความเคารพ ซึ่งกันและกัน โดยมีการทานขนม เป็น เหมือนจุดศูนย์กลางที่ใช้เชื่อมโยงผู้คนให้ มาใช้ชีวิต ร่วมกัน</p>	<p>-สามารถสื่อสารความเป็น แบรนด์ขนมพื้นเมืองเค่งตัน ที่ มีความเก่าแก่ดั้งเดิมตาม Design concept : Family Legacy ออกมาได้ครบถ้วน</p> <p>-สามารถจัดวางเซตขายของ ฝาก (8 ชิ้น) ได้อย่างสวยงาม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 แนวความคิดด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ขนมของร้านเค่งตั้งแบ่งตามลักษณะทางกายภาพออกเป็น 2 ประเภท คือแบบอบแห้ง ไม่มี ส่วนประกอบของน้ำเยอะ และแบบนึ่งคือขนมที่มีส่วนประกอบของน้ำ/น้ำมันอยู่เยอะ ต้องคำนึงถึง การจัดวางขณะขนส่งสินค้า เพราะถ้าวางทับกันแน่นเกินไปอาจทำให้ขนมแตกหักเสียหายได้ จึงทำ การออกแบบ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้



ภาพที่ 3.4 Sketch 1

ใช้เทคนิคการสานและวัสดุจากธรรมชาติเพื่อสื่อถึงความเก่าแก่และ ลายสานเป็นลายของ กระดังที่ใช้ในการวางพักขนมที่ร้านขายอยู่ประจำ

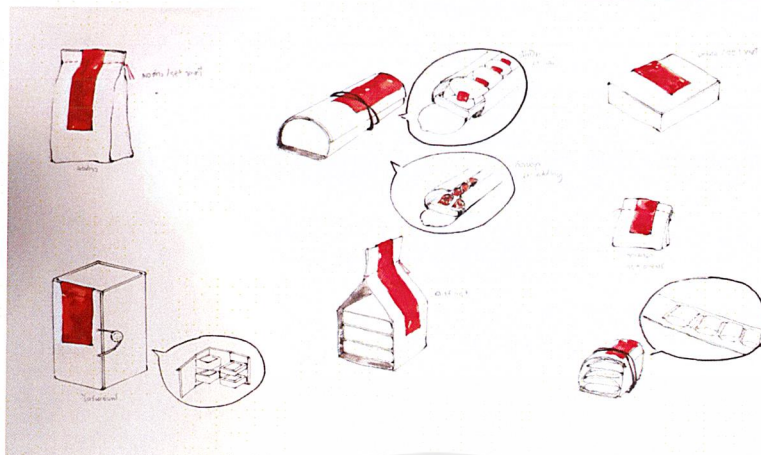


ภาพที่ 3.5 Sketch 2

ใช้สีแดงและสีทองมาสื่อ ซึ่งเป็นสีที่สื่อถึง ความเฮง ความโชคดี ของคนจีนมาเป็นส่วนหนึ่ง ของดีไซน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sketch 3

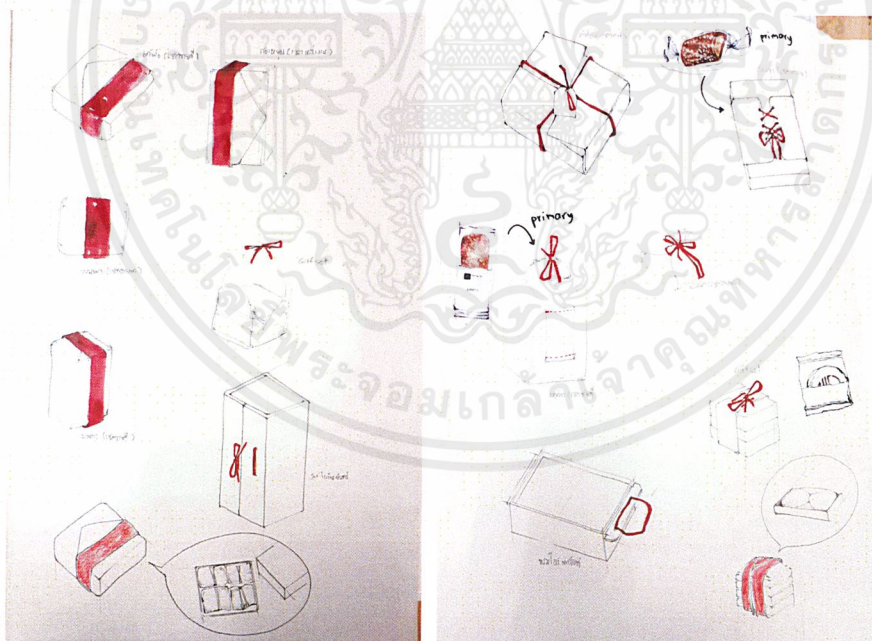


ภาพที่ 3.6 Sketch 3

ใช้ป้ายย่นต์คาดสีแดงมาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้าง เพราะคนจีนส่วนใหญ่จะเขียนคำมงคลลงบนย่นต์สีแดงแล้วเก็บไว้กับตัว สื่อถึงความเป็นสิริมงคล

Sketch 4

Sketch 5



ภาพที่ 3.7 Sketch 4-5

Sketch ที่ 4 เป็นกล่องที่ใช้กระดาษมาห่อทับทำให้ไม่เกิดขอบของกล่อง สื่อสารถึงความอ่อนนุ่มด้วยรอยพับที่ดู Soft Sketch ที่ 5 ใช้เชือกเป็นตัวร้อยรัดตัวกล่องเพื่อสื่อถึงความรู้สึกผูกพันแบบครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 เกณฑ์ในการพิจารณาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เกณฑ์ในการพิจารณา โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	Sketch 1	Sketch 2	Sketch 3	Sketch 4	Sketch 5
Containment	2	2	2	2	3
Convenience	2	2	2	2	2
Protection	2	2	2	3	3
Promotion Communication					
Humble	1	1	2	3	2
Respect	3	2	2	2	2
Family	2	1	2	2	3
Identity	3	3	2	2	2
Differntiation	1	1	1	1	1
รวม	16	14	15	18	18

จากการพิจารณาแบบของบรรจุภัณฑ์ พบว่าแต่ละแบบมีข้อดีข้อเสียที่ตอบโจทย์แตกต่างกัน จึงนำข้อดีของแต่ละแบบมาประยุกต์เพื่อใช้ทำเป็นบรรจุภัณฑ์

3.4 แนวความคิดด้าน Graphic

3.4.1 แนวคิดด้าน Graphic ชั้นที่1

กราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์ร้านเค่งตั้ง จะใช้เทคนิคแบบ Hand Made ทั้งหมดเพื่อถ่ายทอดความอ่อนนุ่ม เคารพ เก๋แก่ ออกมา

ก.) Chinese brush (1)



ภาพที่ 3.8 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/291467407127408493/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.9 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ

ภาพวาดฟูกันจิน สื่อถึงความเก่าแก่ ความละเอียด และความ เป็น Original ได้ดี เหมือนกับร้านเค่งตันที่ยังคงสูตรต้นตำหรับเอาไว้กว่า 70 ปี

ข.) Water color (1)



ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟิก
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/291467407127454322/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



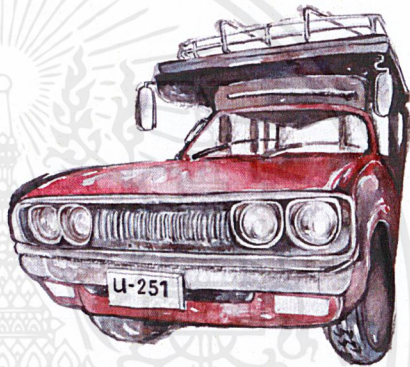
เซตขายดี: มอล่าว/เต้าส้อ



Gif set: เต้าส้อ/มอล่าว/ผ่างเปี้ยะ



เซตแต่งงาน: ก้องหยุน



ภาพที่ 3.11 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ

ภาพสีน้ำ แสดงออกถึง ความนุ่มนวล อ่อนน้อม เคารพผู้อื่นและความละเอียดละออ เหมือน
อย่างร้านเค่งตันที่ใส่ใจรายละเอียดในทุกๆขั้นตอนการทำขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic ชั้นที่1

เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic	Water color	Chinese brush
Humble	3	1
Respect	2	3
Family	3	3
Traditional	2	3
Ancient	2	3
รวม	12	13

จากเกณฑ์การพิจารณา พบว่า เทคนิคสีน้ำและพู่กันจีนต่างตอบโจทย์ Keyword ต่างๆของแบรนด์ได้ดีใกล้เคียงกัน แต่เทคนิคพู่กันจีนค่อนข้างจะตอบโจทย์ได้ครบถ้วนกว่าในเรื่องการให้ Mood ที่ดูเก่าแก่โบราณ แต่เทคนิคที่ทดลองทำขึ้นยังมีเพียง 2 แนวทาง จึงทำการออกแบบเทคนิคทางศิลปะในรูปแบบอื่นๆอีก เพื่อทดลองดูว่าเทคนิคไหนจะตอบโจทย์ความเป็นแบรนด์ได้ดีที่สุด

3.4.1.1 แบบจำลองการออกแบบครั้งที่ 1



ภาพที่ 3.12 ภาพแบบจำลองงานออกแบบครั้งที่ 1

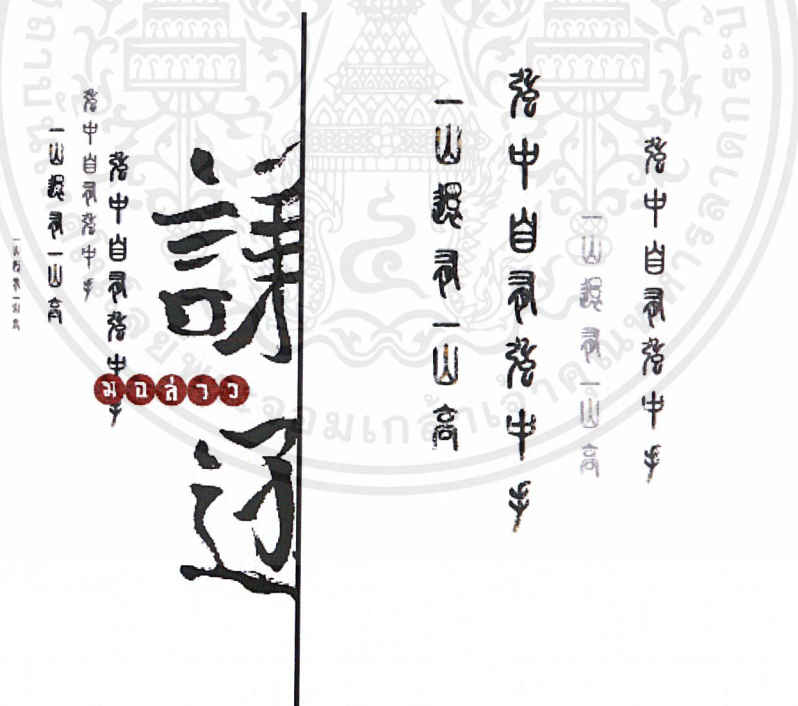
พบว่า เมื่อนำกราฟฟิกที่ออกแบบมา print ลงบนกล่องทั้งเทคนิคสีน้ำและพู่กันจีนให้ผลที่ใกล้เคียงกันมากเกินไป แทบดูไม่ได้แตกต่างกันเท่าไร จึงทำการออกแบบเทคนิคอื่นๆเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.) Typo



ภาพที่ 3.15 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟฟิก
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/277815870739582938/>



ภาพที่ 3.16 แบบร่างการออกแบบกราฟฟิกในโครงการ

ภาพตัวอักษร แสดงถึงความหมายที่ซ่อนอยู่ภายในตัวอักษรโดยใช้ อักษรโบราณเข้ามา
ในการดีไซน์ เพื่อสื่อถึงความดั้งเดิม และความหมายที่ซ่อนอยู่ในตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค.) Crayon



ภาพที่ 3.17 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟฟิก
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/217861700702345735/>



ภาพที่ 3.18 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ

ใช้เทคนิคสีเทียน เป็นเทคนิคที่สื่อถึงอารมณ์ เส้นการขีดเขียนสีที่ดูไม่ได้ประณีตเรียบร้อยมากนักของสีเทียนสื่อถึงความดิบ ความไม่ปรุงแต่งออกมาได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ง) Graphic Art



ภาพที่ 3.19 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟฟิก
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/491173903095667016/>

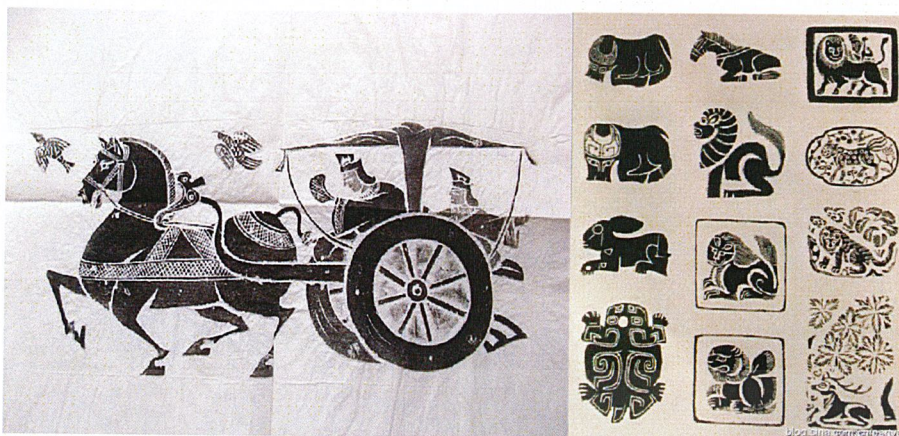


ภาพที่ 3.20 แบบร่างการออกแบบกราฟฟิกในโครงการ

เทคนิค Graphic Art มีความร่วมสมัย มากกว่ากราฟฟิกอื่นๆ แต่ก็ยังคงมีกลิ่นอายความเก่าแก่ผ่าน ดีไซน์รูปแบบการวาดการใช้เส้นอยู่ และมีสีสันที่ดูตัดขาด แต่ตาช่วยให้ดึงดูดสายตาผู้บริโภคได้เมื่อวางผลิตภัณฑ์ลงบนชั้นวาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จ.) Rubber Stamp



ภาพที่ 3.21 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟฟิก
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/495184921510506204/>



ภาพที่ 3.22 แบบร่างการออกแบบกราฟฟิกในโครงการ

เป็นเทคนิคแรกๆของการสร้างสรรค์งานศิลปะของมนุษย์ โดยการแกะยางลบแล้วปั๊มสีลงบนกระดาษแบบง่ายๆ สื่อถึงความดั้งเดิมไม่ปรุงแต่งออกมาได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic ชั้นที่2

เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic	Drawing	Rubber stamp	Crayon	Graphic art	Typo
Humble	1	1	1	2	2
Respect	3	2	2	2	3
Family	2	1	2	2	1
Traditional	3	3	2	2	3
Ancient	3	3	1	2	3
รวม	12	10	8	10	12

จากการพิจารณาเทคนิคต่างๆที่นำมาทดลองในรอบนี้พบว่าเทคนิค Drawing และ เทคนิค Typo ถ่ายทอด Mood ของแบรนด์เค่งตันออกมาได้ดีที่สุด แต่เมื่อเทียบกับเทคนิค พู่กันจีนและสีน้ำในรอบที่แล้ว เทคนิคพู่กันจีนและสีน้ำสามารถสื่อสารถึง Mood ของแบรนด์ได้ดีกว่า

3.3.2.1 แบบจำลองชั้นวางสินค้าเพื่อเปรียบเทียบ Shelf Impact กับแบรนด์คู่แข่ง



ภาพที่ 3.23 ภาพแบบจำลอง Shelf Test

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 เกณฑ์ในการพิจารณา Shelf impact

เกณฑ์ในการพิจารณา Graphic	เค่งตัน	คันทนา	สุคันทนา	กวงเม้ง	ตั้งเซ่งจั่ว	My choice	สุธีรา	แม่เออย
Shelf impact	2	2	1	1	3	2	1	3
Corporate	3	3	3	3	3	3	3	1
Communicate	3	2	3	3	2	3	3	2
Different	2	2	2	2	2	1	1	2
Quality	2	2	1	1	2	2	2	2
รวม	12	11	10	10	12	11	10	10

จากการทดลองนำผลิตภัณฑ์หลายๆแบรนด์มาวางเรียงบนชั้นวางผลิตภัณฑ์ พบว่า แบรนด์แม่เออยและตั้งเซ่งจั่ว มีความโดดเด่นออกมามากที่สุดด้วยเฉดสีที่เตะตา แบรนด์เค่งตันยังดูค่อนข้างจะกลมกลืนกับแบรนด์อื่นๆอยู่

3.4.2.1 แบบจำลองการออกแบบครั้งที่ 2



ภาพที่ 3.24 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Rubble Stamp

เป็นเทคนิคแรกๆของการสร้างสรรค์งานศิลปะของมนุษย์ โดยการแกะยางลบแล้วปั๊มสีลงบนกระดาษแบบง่ายๆ สื่อถึงความดั้งเดิมไม่ปรุงแต่งออกมาได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.25 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Water Color

ภาพสีน้ำ แสดงออกถึง ความนุ่มนวล อ่อนน้อม เคารพผู้อื่นและความละเอียดละออ เหมือนอย่างร้านเค่งตั้นที่ใส่ใจรายละเอียดในทุกๆขั้นตอนการทำงาน



ภาพที่ 3.26 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Typo

ภาพตัวอักษร แสดงถึงความหมายที่ซ่อนอยู่ในตัวอักษรโดยใช้ อักษรโบราณเข้ามาในการดีไซน์ เพื่อสื่อถึงความดั้งเดิม และความหมายที่ดีอยู่ในตัว



ภาพที่ 3.27 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Drawing

ภาพวาด Drawing สื่อถึงความเก่าแก่โบราณ บอกถึงอายุและประวัติศาสตร์อันยาวนานของร้านขนมเค่งตั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.28 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Graphic Art

เทคนิค Graphic Art มีความร่วมสมัย มากกว่ากราฟฟิกอื่นๆ แต่ก็ยังคงมีกลิ่นอายความเก่าแก่ ผ่านดีไซน์รูปแบบการวาดการใช้เส้นอยู่ และมีสีสันที่ฉูดฉาด แต่ตาช่วยให้ดึงดูดสายตาผู้บริโภคได้ เมื่อบางผลิตภัณฑ์ลงบนชั้นวาง



ภาพที่ 3.29 ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ Graphic แบบ Crayon

ใช้เทคนิคสีเทียน เป็นเทคนิคที่สื่อถึงอารมณ์ เส้นการขีดเขียนสีที่ดูไม่ได้ประณีตเรียบร้อยมากนักของสีเทียนสื่อถึงความดิบ ความไม่ปรุงแต่งออกมาได้ดี

เมื่อนำกราฟฟิกที่ออกแบบมา Print ลงบนกล่องแล้ว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องของตัวแบรนด์แค่ต้นมากเกินไป จนความสำคัญของตัวสินค้าที่เป็นขมมดลงทำให้ผู้บริโภคอาจสับสนได้ว่าบรรจุภัณฑ์นี้ขายสินค้าอะไร จึงต้องทำการปรับปรุงเรื่องการจัดลำดับความสำคัญของเรื่องที่จะพูดผ่านบรรจุภัณฑ์ให้ตัวสินค้าหรือขมมมีความสำคัญมากกว่านี้ในดีไซน์ถัดไป

3.4.3 แนวคิดด้าน Graphic ชั้นที่ 3

ก.) Water color (2)



ภาพที่ 3.30 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟฟิก



ภาพที่ 3.31 แบบร่างการออกแบบกราฟฟิกในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.32 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.33 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ

สีน้ำ แสดงออกถึง ความนุ่มนวล อ่อนนุ่ม เคารพผู้อื่นและความละเอียดละออ เหมือนอย่าง
ร้านเค่งตันที่ใส่ใจรายละเอียดในทุกๆขั้นตอนการทำขนม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.) Chinese Brush (2)



ภาพที่ 3.34 ตัวอย่างภาพที่สื่อถึงแนวทางการออกแบบกราฟฟิก
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/688347124265866697/>



ภาพที่ 3.35 แบบร่างการออกแบบกราฟิกในโครงการ

ภาพวาดฟู่กันจีน สื่อถึงความเก่าแก่ ความละเอียด และความเป็น Original ได้ดีเหมือนกับ
ร้านเค่งตันที่ยังคงสูตรต้นตำหรับเอาไว้กว่า 70 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.3.1 แบบจำลองการออกแบบขั้นที่3



ภาพที่ 3.37 ภาพแบบจำลองเซตฝากขาย



ภาพที่ 3.38 ภาพแบบจำลองเซตขายตลอดปี

มีการแก้ไขจากแบบที่แล้วคือ มีรูปขนมเป็นตัว Present สินค้าที่ใช้เทคนิคสีน้ำในการวาด แสดงออกถึง ความนุ่มนวล อ่อนนุ่ม อย่างที่ร้านเป็นและยังขายตัวสินค้าด้วยรูปวาดขนมของ ทางร้าน

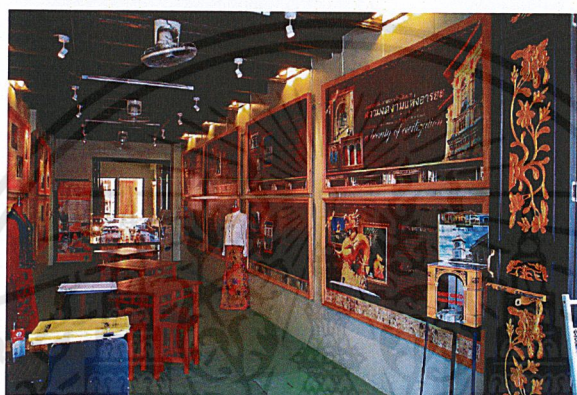
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 แนวความคิดด้านการออกแบบ Display

พื้นที่ที่จัดวาง ชั้นวางสินค้าเป็นบริเวณศูนย์การท่องเที่ยวภูเก็ต ซึ่งอยู่บริเวณใจกลางเมือง เป็นถนนเส้นวัฒนธรรม มีนักท่องเที่ยวเดินผ่านไปมาและมาติดต่อสอบถามเป็นจำนวนมาก มีพื้นที่สำหรับจัดวางติดตั้งชั้นวางได้ 1.5 x 2 เมตร ให้ความสำคัญในการออกแบบโดยคำนึงถึง

- 1.) สามารถสื่อสารความเป็นแบรนด์ขนมพื้นเมืองเค่งตัน ที่มีความเก่าแก่ดั้งเดิมตาม Design Concept : Family Lagacy ออกมาได้ครบถ้วน
- 2.) สามารถจัดวางเซตขายของฝาก (8 ชั้น) ได้อย่างสวยงาม

3.5.1 ศูนย์การท่องเที่ยวนนกลาง



ภาพที่ 3.38 ภาพศูนย์การท่องเที่ยวนนกลาง

ที่มา: <https://www.google.com/search?q=%E0%B8%A8%E0%B8%B9%E0%B8%>



ภาพที่ 3.39 ภาพการออกแบบชั้นวางที่ถนนกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.2 ร้านเค่งตัน



ภาพที่ 3.40 ภาพร้านเค่งตัน

ที่มา: <https://www.google.com/search?client=safari&biw=1309&bih=768&tbm=isch&sa=>

3.5.3 Top Supermarket สาขา Central Phuket



ภาพที่ 3.41 ภาพ Top Supermarket สาขา Central Phuket

ที่มา: <https://www.google.com/search?client=safari&biw=1309&bih=768&tbm=>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 ผลการออกแบบขั้นสุดท้าย

3.6.1 แบบจำลองการออกแบบขั้นสุดท้าย



ภาพที่ 3.42 ภาพแบบจำลองเซตฝากขาย

ทำการแก้ไขจากครั้งที่แล้วในส่วนของกลุ่ม Box Set ให้มีขนาดเล็กลงโดยดีไซน์ให้วางซ้อนกันแบบปิ่นโตเพื่อประหยัดพื้นที่มากขึ้น



ภาพที่ 3.43 ภาพแบบจำลองเซตขายตลอดปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนอผลงานการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้ผลสรุปนำไปสู่การดำเนินการออกแบบในบทที่ 4 ได้เป็นผลงานการออกแบบนำเสนอคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ในรูปแบบของการนำเสนองาน ไฟล์ดิจิทัล ตลอดจนชิ้นงานที่เป็นหุ่นจำลองมีรายละเอียดดังนี้

- 4.1 ภาพถ่ายแบบจำลองขั้นสุดท้าย
- 4.2 ภาพจำลองชิ้นวางบรรจุภัณฑ์
- 4.3 แผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ
- 4.4 การจัดวางพื้นที่เพื่อนำเสนอผลงานการออกแบบ

4.1 ภาพถ่ายแบบจำลองขั้นสุดท้าย

ภาพถ่ายของหุ่นจำลองผลงานขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ในโครงการทั้งหมด มีดังนี้



ภาพที่ 4.1 ภาพแบบจำลองเซตฝากขาย

ประกอบไปด้วย ขนม 8 เซต คือ 1. เซตขนมเต้าส้อ 2. เซตขนมเต๋เหลี้ยว 3. เซตขนมมอล่าว 4. เซตขนมไหว้พระจันทร์ 5. เซตขนมม่วงเปียะ 6. เซตขนมก๋องหยุน 7. เซตขนมมง 8. เซต Gift Set

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.2 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเต้าส้อ

ขนมเต้าส้อ มีขนาดบรรจุ 180 g. ประกอบไปด้วย ขนมเต้าส้อจำนวน 9 ชิ้น ตัวกล่องเป็นแบบฝาครอบ มีกระดาษไขแผ่นบางๆ คลุมหน้าขนม ซึ่งบนกระดาษมีการบอกประวัติร้านแบบคร่าวๆ



ภาพที่ 4.3 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเต๋เหลี้ยว

ขนมเต๋เหลี้ยวมีขนาดบรรจุ 300 g. ตัวกล่องใช้เป็นสีน้ำตาลเข้มตัดกับสีทองให้ตัวบรรจุภัณฑ์ดูพิเศษขึ้น เหมาะแก่การใช้ในพิธีไหว้เทวดา ซึ่งเป็นงานมงคล



ภาพที่ 4.4 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมก๋องหยุน

ขนมก๋องหยุน มีขนาดบรรจุ 240 g. ประกอบไปด้วย ขนมก๋องหยุน จำนวน 10 ชิ้น ตัวกล่องเป็นแบบฝาครอบมีตัว Primary Pack เป็นกระดาษบางๆหุ้มขนมก๋องหยุนไว้อีกชั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมมื่อลาว

ขนมมื่อลาว มีขนาดบรรจุ 175 g. ประกอบไปด้วยขนมมื่อลาว จำนวน 5 ชิ้น เป็นกล่องที่หุ้มด้วยกระดาษอีกชั้นแล้วผูกเชือกด้านบนช่วยให้หยิบจับได้สะดวกขึ้น



ภาพที่ 4.6 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมมื่อเปี้ยว

ขนมมื่อเปี้ยว มีขนาดบรรจุ 180 g. ประกอบไปด้วยขนมมื่อเปี้ยว จำนวน 5 ชิ้น ตัวกล่องเป็นแบบฝาครอบ มีกระดาษไขแผ่นบางๆ คลุมหน้าขนม ซึ่งบนกระดาษมีการบอกประวัติร้านแบบคร่าวๆ



ภาพที่ 4.7 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมมง

ขนมมง มีขนาดบรรจุ 160 g. ประกอบไปด้วย ขนมมง จำนวน 2 ชิ้น ตัวกล่องเป็นแบบฝาครอบมีตัว Primary Pack เป็นกระดาษบางๆหุ้มขนมมงไว้อีกชั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.8 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์

ขนมไหว้พระจันทร์ มีขนาดบรรจุ 300 g. ประกอบไปด้วยขนมไหว้พระจันทร์ จำนวน 4 ชิ้น ตัวกล่องใช้เป็นสีน้ำตาลเข้มตัดกับสีทองให้ตัวบรรจุภัณฑ์ดูพิเศษขึ้น เหมาะแก่การใช้ในพิธีไหว้พระจันทร์ ซึ่งเป็นงานมงคล



ภาพที่ 4.9 ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ขนมชุด Gift Set

ขนมชุด Gift Set ขนาดบรรจุ 500 g. ประกอบด้วยขนม จำนวน 12 ชิ้น คือ ขนมเต้าส้อ 6 ชิ้น/ขนมม่วงเปียะ 3 ชิ้น/ขนมมอล่าว 3 ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.10 ภาพแบบจำลองเซตขายตลอดปี

ประกอบด้วย 1.ขนมฝั่งเปียะ 2.ขนมซี่เต้าส้อ 3.ขนมถั่วทูป (ตุ๋บตุ๋บ) 4.ขนมพริกไทย 5.ขนม
นก 6.ขนมก่องหยุน (คอบเปิด) 7.ขนมเต้าส้อ (ไส้หวาน/ไส้เค็ม/ไส้มันม่วงชาโคล/ไส้โหนดี้แปะก๊วย/ไว
มัน ต้มขิง/ไส้ถั่วดา) 8.บี่ฝ่าง 9.ถั่วทอด 10.ขนมโก๋ 11.ไส้โก้ 12.มอล่าว 13.ถั่วตัด 14.ขนมตอก
15.จันอับ 16.ปุยควาย 17.กินนิงโก 18.เกตลองเตี่ยว 19.ขนมมะโก้ 20.ขนมหลี่ฮูเปียะ (ขนม ปลา)
21.เต่เหลี่ยว 22.ซาลาเปาไส้สังขยา 23.ขนมไหว้พระจันทร์

4.2 ภาพจำลองชั้นวางบรรจุภัณฑ์

4.2.1 ภาพจำลองชั้นวางบรรจุภัณฑ์ ณ ศูนย์การท่องเที่ยวถนนกลาง



ภาพที่ 4.11 ภาพชั้นวางบรรจุภัณฑ์

มีการแก้ไขเพิ่มเติมจากแบบที่แล้วคือ มีการลงรายละเอียด Graphic ซึ่งเป็นตัวบอกเล่า
เรื่องราวของตัวแบรนด์เค่งตัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DESIGN CONCEPT : FAMILY LEGACY

FAMILY

มีความสัมพันธ์กับแบรนด์ครอบครัวญาติพี่น้อง
ที่รับพนักงานในร้าน และกับลูกค้า



HUMBLE

มีความอ่อนน้อม นอบน้อมกับที่ลูกค้าและทุกคน
ที่ร่วมงานด้วย



RESPECT

เคารพในสูตรการทำขนม ในขั้นตอนดูของของตนเอง



DESIGN DIRECTION

Water color

+

Chinese brush



FINAL DESIGN



DEVELOPE FINAL DESIGN




Shelf

Box set

โครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งตัน”

ภาพที่ 4.13 ภาพแผ่นนำเสนอผลงานการออกแบบ (2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 การจัดวางพื้นที่เพื่อนำเสนอผลงานการออกแบบ

ภาพถ่ายแบบจำลองการจัดวางพื้นที่นำเสนอผลงานการออกแบบครั้งสุดท้าย มีดังนี้



ภาพที่ 4.14 ภาพถ่ายแบบจำลองการจัดวางพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์แบรนด์ ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งตั้น” มีการสรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะดังนี้

- 5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากโครงการ
- 5.2 การอภิปรายในผลงานการออกแบบ
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์
- 5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากโครงการ

จากการดำเนินโครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์แบรนด์ ขนมพื้นเมืองจังหวัดภูเก็ต “เค่งตั้น” ได้รวบรวมผลงานออกแบบทั้งหมดไว้ดังนี้

5.1.1 บรรจุภัณฑ์เซตฝากขาย



ภาพที่ 5.1 ภาพบรรจุภัณฑ์เซตฝากขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 บรรจุกัญท์เซตขายตลอดปี



ภาพที่ 5.2 ภาพบรรจุกัญท์เซตขายตลอดปี

5.1.3 ชั้นวางบรรจุกัญท์ ณ ศูนย์การท่องเที่ยวนนกลาง



ภาพที่ 5.3 ภาพชั้นวางบรรจุกัญท์ ณ ศูนย์การท่องเที่ยวนนกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 การอภิปรายในผลงานการออกแบบ

ผลการออกแบบโครงการเสนอแนะเพื่อพัฒนาและส่งเสริมบรรจุภัณฑ์แบรนด์ ขนมพื้นเมือง จังหวัดภูเก็ต “เค่งตัน” ในครั้งนี้ สามารถอภิปรายงานออกแบบได้ดังนี้

5.2.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในเป็นขนมจึงต้องการการคุ้มครองจากแรงกระแทก และความชื้นอันก่อให้เกิดความเสียหาย ง่ายและสะดวกต่อการขนส่ง บรรจุภัณฑ์สามารถวางซ้อนกันได้ โดยประหยัดพื้นที่ในการขนส่ง อีกทั้งยังง่ายต่อการผลิตอีกด้วย

5.2.2 ด้านกราฟฟิก

กราฟฟิกต้องสื่อสาร เรื่องราวประวัติของร้านขายขนมพื้นเมือง เค่งตัน ที่บรรจุวิถีชีวิตและการใช้ชีวิตของคนสมัยก่อนที่อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ มีความรักความห่วงใยกัน การให้เกียรติกัน ความเคารพ ซึ่งกันและกัน โดยมีการทานขนมเป็นเหมือนจุดศูนย์กลางที่ใช้เชื่อมโยงผู้คนให้มาใช้ชีวิตร่วมกัน ในโรงงานทำขนมเค่งตันนี้ มีการถ่ายทอดเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ความทรงจำมายาวนานกว่า 70 ปี

5.2.3 ด้านการใช้งาน

สามารถพกพาสะดวก ง่ายต่อการรับประทาน มีการลงรายละเอียดทางโภชนาการต่างๆที่ผู้บริโภคควรรับรู้ เช่น วันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ ส่วนผสมต่างๆของขนม หรือคำบรรยายเรื่องราวรสชาติเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

จากการนำเสนองานออกแบบ สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1 กล่องที่เป็นชุด Box set มีขนาดใหญ่เกินไปทำให้พกพาไม่สะดวก และ ดีไซน์มีความใกล้เคียงกับเซตอื่นๆในชุดขายของฝากเกินไป ควรปรับให้มีความพิเศษมากกว่าเซตอื่นๆ เพื่อให้เหมาะสมต่อการให้เป็นของขวัญระลึก ตามวัตถุประสงค์หลักของขนมชุดนี้ และควรปรับเปลี่ยนกล่องให้มีขนาดเล็กลง

5.3.2 ตัวขึ้นวางบรรจุภัณฑ์ ควรทำเป็นไซส์จริง 1:1 เพื่อให้สามารถมองเห็นรายละเอียดในการจัดวางบรรจุภัณฑ์บนชั้นวางได้อย่างสมจริง และควรมี Graphic รายละเอียด เช่น ประวัติความเป็นมาของแบรนด์เค่งตันปรากฏอยู่ด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะจากผู้จัดทำโครงการ

5.4.1 การจัดวางกราฟิกและการใช้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ยังไม่ลงตัวนัก ควรจัดวางให้มีความเหมาะสมลงตัวมากกว่านี้ ในชุด Gift Set Box ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีขนาดใหญ่ไป และฝาด้านบนของบรรจุภัณฑ์หลุดออกมาง่ายเกินไป ไม่สามารถป้องกันขนมได้ ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถปกปิดขนมได้มิดชิดมากกว่านี้

5.4.2 ชั้นวางบรรจุภัณฑ์ยังสื่อสารเรื่องราวของตัวแบรนด์สินค้าออกมาน้อย น่าจะมีข้อความหรือรูปภาพประกอบที่สื่อสารถึงตัวแบรนด์ ติดอยู่บนด้านหลังขอตัวชั้นวางเพื่อให้ผู้ซื้อได้เห็นเรื่องราวของร้าน เค่งดินมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- บุษยพงศ์ มุสิกไชย. (2552). **ทัศนคติที่มีผลต่อการบริโภคขนมไทยของวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร.**(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). เข้าถึงได้จาก
 วิภาดา ทองภิญโญชัย. (2556, 17 พฤษภาคม). **สूप เค่งดิน เรื่องราวขนมคู่เกิด citynews** [Youtube]. สัมภาษณ์โดย คุณดวงพร สุเด็น. เข้าถึงได้จาก
https://youtu.be/GLsEwwQ_YNk
- ศูนย์เครือข่ายข้อมูลอาหารครบวงจร.(2554).**บรรจุภัณฑ์อาหาร ตอนที่ 3 (บรรจุภัณฑ์กระดาษ).**
 เข้าถึงได้จาก : <http://www.foodnetworksolution.com>
- True Thai Film.(2555).**ภาพยนตร์รักขมๆในร้านขนมหวาน.** เข้าถึงได้จาก
https://www.youtube.com/watch?v=ljvU1_xSc_Y&t88



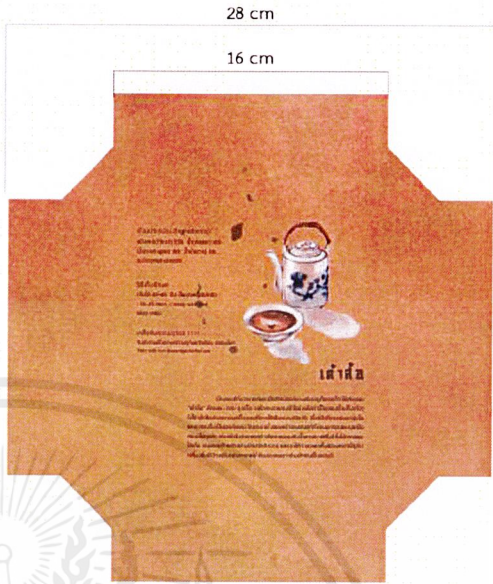
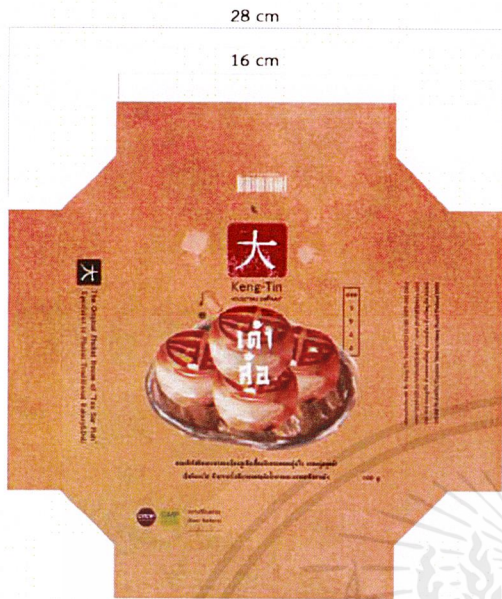
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก

โครงสร้างบรรณภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพศิลปะบรรจุภัณฑ์ขนมเต้าหู้ต้ม



ภาพศิลปะบรรจุภัณฑ์ขนมฝางเปียะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

34 cm

13 cm



ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ขนมเต๋เหลี่ยผว

23 cm

12 cm



28 cm

17.5 cm

ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ขนมก๋วยเตี๋ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

47 cm

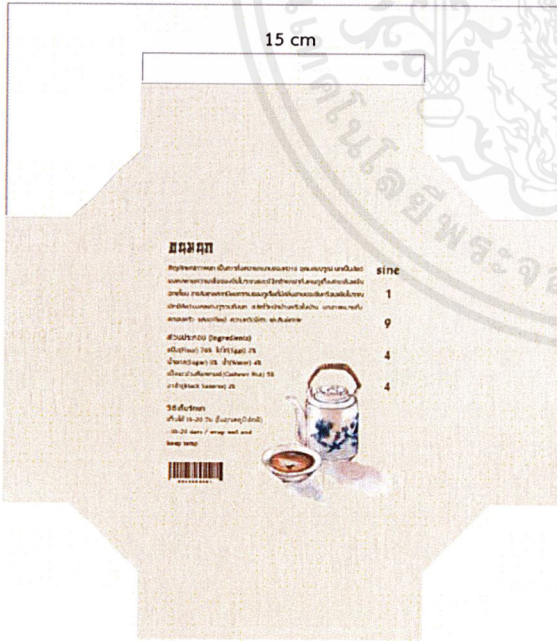


17.5 cm

ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์

30 cm

15 cm



30 cm

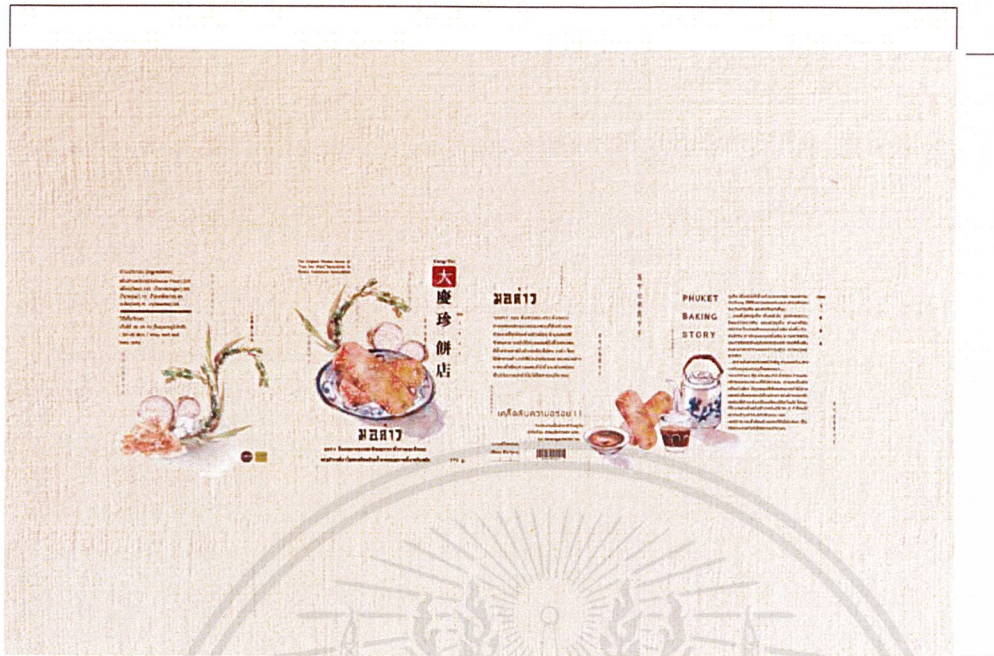
15 cm



ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ขนมปัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

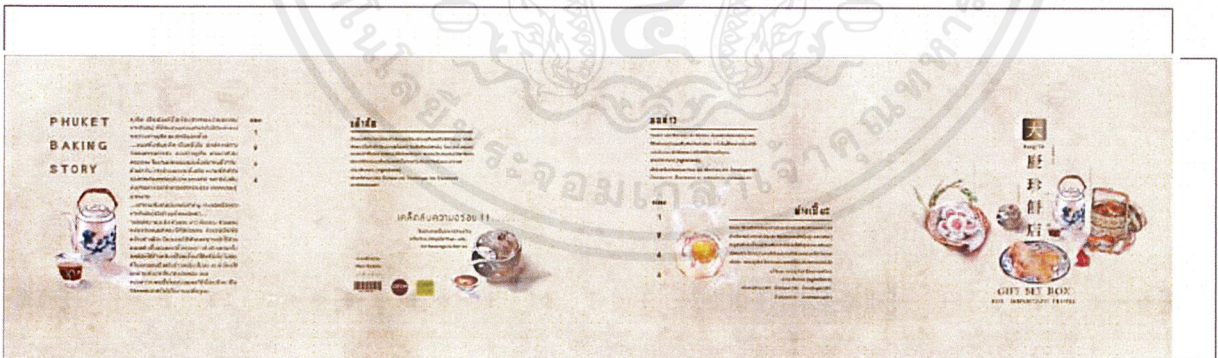
50 cm



36 cm

ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ขนมมอล่า

78 cm



20 cm

ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ขนมฝางเปียะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวกอบแก้ว อินทร์แก้ว
ระดับการศึกษา	
อนุบาล	โรงเรียนดาราสุมทรภูเก็ต
ประถมศึกษา	โรงเรียนเทศบาลเมืองภูเก็ต
มัธยมศึกษา	โรงเรียนสตรีภูเก็ต
อุดมศึกษา	สาขาวิชาการออกแบบ กลุ่มวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้